

Visualidades *antiaging*.

La producción imaginal del control del envejecimiento y la conservación de la juventud

Anti-aging visualities. The imaginary production of aging control and youth preservation

Paula G. Rodríguez Zoya
Universidad de Buenos Aires
(paula.rzoya@gmail.com)

Resumen: El artículo desarrolla el concepto de visualidades antiaging con el fin de analizar la producción y circulación de imágenes y discursos sociales asociados a la expectativa de controlar el envejecimiento, conservar la juventud y alcanzar una longevidad saludable. El análisis desarrollado se sustenta en fuentes audiovisuales y documentales a partir de las cuales se exploran las visualidades antiaging en los ámbitos publicitario, científico, urbano, biomédico, sociodemográfico, mitológico y ficcional. La tesis central del artículo sostiene que las visualidades antiaging constituyen un régimen interdiscursivo y transtemporal de sentidos en torno a la cuestión del envejecimiento y la expectativa de intervenir en su proceso. Las conclusiones del trabajo sugieren el carácter práctico y político del régimen de visualidades antiaging en razón de la producción de subjetividades y de la pretensión de modificación del cuerpo y la prolongación de la vida que suscita.

Palabras clave: antiaging, visualidades, discursos, envejecimiento, producción imaginal.

Abstract: The article develops the concept of anti-aging visualities in order to analyze the production and circulation of images and social discourses regarding youth preservation, aging control and healthy longevity. The analysis is based on audiovisual and documental sources through which anti-aging visualities are explored in advertising, scientific, urban, biomedical, sociodemographic, mythological and fictional fields. The central thesis of the article states that anti-aging visualities constitute an interdiscursive and transtemporal regime regarding aging and the expectation of its control. The main conclusions of the work suggest the practical and political potential of the regime of anti-aging visualities in terms of subjectivity production, body change and life extension.

Keywords: anti-aging, visualities, discourses, aging, imaginal production.

Fecha de recepción: 6 de enero de 2015 / Fecha de aceptación: 12 de junio de 2015

Culturales

Época II - Vol. III - Núm. 2 / julio-diciembre de 2015
ISSN 1870-1191



Paula G. Rodríguez Zoya

Argentina. Es doctorante en ciencias sociales por la Universidad de Buenos Aires, y licenciada en ciencias de la comunicación por la misma universidad. Actualmente se encuentra adscrita al Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Sus temas de investigación comprenden: comunicación y salud, biopolítica, medicalización, envejecimiento, alimentación, representaciones sociales, filosofía de la técnica y pensamiento complejo. Entre sus publicaciones se citan: *¿Prótesis para la inmortalidad? Reflexiones en torno al código técnico de la biomedicalización del envejecimiento*, *Redes. Revista de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología*, núm. 37, julio-diciembre de 2014, Instituto de Estudios sobre la Ciencia y la Tecnología, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina; *El espacio controversial de los sistemas complejos*, *Revista Estudios de Filosofía*, núm. 50, julio-diciembre de 2014, pp. 103-129, Instituto de Filosofía, Universidad de Antioquia, Colombia; y *La producción de enfermedad en el paradigma de la salud del siglo XXI*, *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, vol. 11, núm. 22, enero-junio de 2013, pp. 37-52, Colombia, Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín.

*Nunca recuperamos nuestra juventud. El pulso alegre que late en nosotros
cuando tenemos veinte años se vuelve perezoso con el paso del tiempo.*

*Nos convertimos en espantosas marionetas... ¡Juventud!
¡No hay absolutamente nada en el mundo excepto la juventud!*

Oscar Wilde, *El retrato de Dorian Gray*

*Sólo al salir del fantasma de la inmortalidad
(cuyo objetivo es precisamente abolir el tiempo)
se puede recobrar una verdadera relación con el tiempo....*

*Liberarse del fantasma de la inmortalidad es
liberar nuestra imaginación creadora
y nuestro imaginario social creador.*

Cornelius Castoriadis, *Tiempo e imaginación*

Introducción¹

Que existe un sentido sobre la expectativa de conservar la juventud y revertir el envejecimiento por largos años de vida es algo que hoy nadie pondría en entredicho. En este sentido, el presente artículo propone el concepto de visualidades *antiaging*² como constructo teórico para el análisis crítico de la producción y circulación de imágenes y discursos sociales asociados a la expectativa de controlar el envejecimiento, conservar la juventud y alcanzar una longevidad saludable.

La tesis central del artículo sostiene que las visualidades *antiaging* constituyen un régimen interdiscursivo y transtemporal de sentidos en torno a la cuestión del envejecimiento y la expectativa de intervenir en su proceso. El carácter interdiscursivo se revela por la producción de sentido articulada en múltiples discursos sociales, como el publicitario, el científico, el urbano, el médico, el sociodemográfico, el mitológico, el ficcional, entre otros. El carácter transtemporal remite a la perdurabilidad de las visualidades *antiaging* a través del tiempo, en tanto componen un campo discursivo presente que se inscribe en un flujo significante que proviene del pasado y se proyecta al futuro.

¹ El presente artículo ha sido elaborado en el marco de una investigación doctoral financiada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) de Argentina, y abona un proyecto de tesis de doctorado en ciencias sociales de la Universidad de Buenos Aires, actualmente en desarrollo.

² La palabra *antiaging* es una locución de lengua inglesa que significa antienvjecimiento.

El análisis aquí desarrollado se sustenta en dos tipos de fuentes: audiovisuales y documentales. Las fuentes audiovisuales comprenden, por un lado, un corpus de piezas publicitarias de productos dermocosméticos de venta libre, transmitidos por televisión abierta y de paga en la República Argentina entre 2010 y 2012; y, por otro lado, un corpus audiovisual conformado por producciones cinematográficas relacionadas con la temática. En cuanto a las fuentes documentales, se destaca un corpus de artículos de prensa gráfica publicados en diarios de alcance nacional en Argentina, así como fuentes bibliográficas especializadas en torno a medicina *antiaging* y biología del envejecimiento, informes de organismos internacionales en salud y un corpus de mitos antiguos sobre inmortalidad y eterna juventud.

Para acometer el objetivo propuesto y defender la tesis sostenida precedentemente, la estrategia argumental del artículo está organizada del siguiente modo:

La segunda sección explicita las coordenadas teóricas en las cuales se enmarca el concepto de visualidades *antiaging* y de producción imaginal.

Por su parte, las siguientes secciones movilizan las distintas fuentes de datos con la finalidad de analizar la producción y circulación de visualidades *antiaging* en distintos campos discursivos en la actualidad, lo que permite poner de manifiesto su carácter interdiscursivo.

Así, tenemos que la tercera sección remite a la construcción de la expectativa de control y reversibilidad del envejecimiento desde el discurso publicitario de la industria dermocosmética, y a su relación con la investigación científica sobre el envejecimiento y con la medicina anti-envejecimiento, cuya divulgación, a la vez, es observada en medios de prensa.

En cuanto a la cuarta sección, indaga la producción imaginal referente al tema en cuestión en el ámbito urbano, concibiendo la ciudad como un espacio común de imágenes y sentidos que configuran visualidades *antiaging*.

Por otro lado, la quinta sección aborda la cuestión del envejecimiento desde la perspectiva de la construcción de sentidos sobre la salud, a partir de la vinculación de los fenómenos de la medicalización y del envejecimiento poblacional.

En tanto que la sexta sección pone en evidencia el carácter transtemporal de las visualidades *antiaging* mediante la indagación de mitos antiguos sobre la inmortalidad y la eterna juventud, y ficciones cinematográficas que retoman relatos del pasado y proyectan imágenes del futuro relativas al tema en cuestión.

Por último, el epílogo del trabajo sistematiza una reflexión crítica que conduce a poner de relieve el carácter práctico y político del régimen de visualidades *antiaging* en razón de la producción de subjetividades y de la pretensión de modificación del cuerpo y la prolongación de la vida que suscita.

El concepto de visualidades *antiaging* y de producción imaginale

Este trabajo se inscribe en la articulación de distintas perspectivas de estudio sobre la imagen y la discursividad social, entre las que se destacan los estudios sobre visualidades (Brea, 2005), la filosofía de la imagen (Dipaola, 2011; Seel, 2010), la antropología y la historia de la imagen (Belting, 2007; Didi-Huberman, 2006) y el análisis del discurso como proceso de producción y circulación de significaciones sociales (Angenot, 2010; Verón, 1987). En estas coordenadas teóricas se inscribe y fundamenta el concepto de visualidades *antiaging* como formas de producción imaginale de significaciones sociales relacionadas con la preservación de la juventud y el control del envejecimiento.

El concepto de imagen resulta teóricamente central para fundamentar las categorías de visualidades *antiaging* y de producción imaginale. Debe aclararse que la noción de imagen tiene que ser pensada más allá de su dimensión netamente visual, es decir, no sólo ligadas a un soporte físico. Mejor aún, las imágenes comportan un doble carácter de producciones físicas y mentales. En este sentido, “una imagen es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva” (Belting, 2007, 14), en tanto su producción “es ella misma un acto simbólico, y por ello exige de nosotros una manera de percepción igualmente simbólica” (Belting, 2007, p. 25). Así entendida, la imagen no es una mera representación, en el sentido de ser una copia, un espejo o duplicidad espectral de las cosas del mundo, sino una significación que da sustento a prácticas y creencias sociales, que habla del mundo y construye el mundo social. Esta manera de concebir las imágenes supone también que “más cosas del mundo asumen el doble carácter de la imagen: son a la vez cosas en el mundo y cosas sobre el mundo —lo cual significaría que cada vez más cosas adquieren *también* [cursivas en el original] el carácter de signo—”, tal como sostiene Seel (2010, p. 277) en una de sus trece tesis sobre la imagen.

Al reconocer el carácter significante y práctico de las imágenes, revela su potencialidad analítica el término “imaginale”, definido como “la confluencia de lo social y las imágenes o, mejor dicho, lo social convertido en imágenes” (Dipaola, 2011, p. 78). De acuerdo con esta perspectiva, las visualidades son concebidas como construcciones imaginales que configuran un espacio social de circulación de sentido e intermedian en la relación de los sujetos con su realidad. En términos metodológicos, el análisis de visualidades consiste en indagar las imágenes y significaciones que constituyen la cotidianidad de la experiencia social y cultural contemporánea (Dipaola, 2011).

Por otra parte, cabría también comprender las visualidades en términos de discursos sociales, pero a condición de asumir una concepción ampliada de éstos. Al respecto, puede pensarse en el encuadre propuesto por Angenot, quien, siguiendo a Fossaert, comprende al discurso social como la “totalidad de la significación cultural: no solamente los discursos, sino también los monumentos, las imágenes, los objetos plásticos, los espectáculos [...] y, sobre todo, la semantización de los usos y las prácticas en su aspecto socialmente diferenciado y [...] significativo” (Angenot, 2010, p. 47). Más aún, esta producción discursiva en sentido amplio es necesariamente una producción interdiscursiva. De allí que la producción imaginal sobre la expectativa de preservar la juventud, controlar el envejecimiento y alcanzar la longevidad saludable sigue un principio de interdiscursividad imaginal.

En efecto, tan pronto como se observa que el discurso sobre el envejecimiento y el antienvjecimiento no es uno ni uniforme, se comprende que las visualidades *antiaging* también vehiculizan sentidos diversos, y que éstos conforman núcleos significantes eslabonados. Al respecto, las visualidades forman parte de lo que Eliseo Verón (1987) denomina *semiosis social*, es decir, la red interdiscursiva infinita de producción y circulación de significaciones sociales. En este flujo interdiscursivo de las visualidades no hay alguien en particular que enuncie, sino un “rumor social” en el sentido de “aquello que *ya está allí* [cursivas añadidas], aquello que informa el enunciado particular y le confiere un estatus inteligible” (Angenot, 2010, p. 24). Así, el presente trabajo pone en comunicación la producción imaginal del *antiaging* en diversos ámbitos como el publicitario, el científico, el urbano, el médico, el sociodemográfico, el mitológico y el ficcional. En términos analíticos, se privilegia la sinergia interdiscursiva de las visualidades *antiaging* en estos ámbitos, a riesgo de que la exploración en alguno de ellos pueda perder exhaustividad.³

Por todo lo dicho, se comprende que las visualidades no remiten a un sentido estrictamente visual. Bajo esta consideración, permítase señalar —para ultimar estas coordenadas teóricas— que las visualidades generan modos o actos de ver (y hacer ver) que involucran un complejo entramado de operaciones mentales, corporales, imaginales, sensoriales, institucionales, etcétera (Brea, 2005).

La producción y circulación de visualidades moviliza una cierta organización de la mirada, creencias, saberes, disposiciones subjetivas, valores y prácticas en

³ Este diseño del abordaje de las visualidades recuerda el principio heurístico que propone Angenot para percibir el discurso social en su totalidad: “conectar los campos literarios, científico, filosófico, el discurso político, el de la prensa, el de la publicidad; todo aquello que parece inscribirse y difundirse en lugares particulares. Y, sin despreciar las apuestas y las tradiciones propias de estos campos, examinar las fronteras reconocidas o disputadas, los puntos de intercambio, los vectores interdiscursivos que los penetran, las reglas de transformación que conectan esos diversos lugares y organizan la topografía global” (Angenot, 2010, p. 51).

relación con los sentidos que ponen en juego. El montaje de visualidades *antiaging* construye y sedimenta sentidos en torno a la expectativa de rejuvenecer, no envejecer y vivir saludablemente una larga vida, mediante los cuales activa efectos de subjetivación, estetización y prácticas de cuidado personal del cuerpo, la imagen y la salud relacionados con el proceso de envejecer. En ello radica su potencial práctico y político de generación de una imaginación, una cultura y una forma de vida de cara al futuro. De allí, el interés y relevancia de realizar un abordaje que se desplace por las visualidades *antiaging* en profundidad y extensión como pretende este artículo.

Máscaras y reversibilidad

Uno de los mayores espacios de producción y circulación de imágenes del *antiaging* son, sin duda, los medios masivos de comunicación, y entre dichas imágenes se destacan las generadas por el discurso publicitario de la industria dermocosmética. A su vez, en este flujo imaginal de la publicidad audiovisual, los productos *antiaging* de mayor circulación son las cremas para el rostro, por ser también el rostro la imagen paradigmática del envejecimiento.⁴

Por sus propias características retórico-persuasivas, la publicidad de productos dermocosméticos orientados a intervenir sobre el proceso de envejecimiento contribuye decisivamente en la formación de imágenes-referentes de cuerpos y rostros, a la vez que modula expectativas y pautas de cuidado personal para lograr el rejuvenecimiento buscado. Más aún, como signo del desarrollo de una cultura de consumo y la estetización de la vida cotidiana, “el carácter central de la manipulación comercial de las imágenes mediante la publicidad y los medios de comunicación [...] conlleva una constante reelaboración de los deseos a través de las imágenes” (Featherstone, 2000, p. 120).

⁴ Hay que señalar, sin embargo, que el nicho del mercado *antiaging* se ensancha cada vez más a una amplia gama de productos específicos orientados a atender el proceso diferencial del envejecimiento de la piel. Así, la profusa publicidad de productos *antiaging* contempla una diversidad de cremas especiales para manos, contorno de ojos, piernas, vientre, cadera, o incluso para todo el cuerpo, porque tal como advertía la marca Hinds, al posicionarse como *la primera antiarrugas corporal, la piel de tu cuerpo envejece tanto como la de tu cara*. Además, en lo que respecta al cuidado del cabello, ya no se trata simplemente de tinturas para cubrir las canas, sino de tratamientos para nutrir las fibras capilares, aumentar su densidad y devolverles la juventud. En esta tendencia de ampliación del mercado de higiene y cuidado capilar al sector antiedad encontramos, por ejemplo, la línea Fuerza Rejuvenecedora de Head & Shoulders y la línea Age Defy de Pantene, cuyo discurso publicitario alerta: *¿Sabías que el pelo también envejece? Es un hecho, con la edad el cabello se vuelve más fino*. Por lo cual presenta: *el último descubrimiento en juventud cuya innovadora fórmula aumenta la densidad del cabello para que actúe como si fuera diez años más joven*.

Una de las imágenes de mayor pregnancia movilizadas por el discurso publicitario audiovisual de la industria dermocosmética consiste en presentar al envejecimiento como un proceso reversible, factible de ser controlado mediante la acción de sustancias desarrolladas científicamente, contenidas en los distintos tipos de productos que la publicidad busca instalar y vender.⁵ Así, por ejemplo, los laboratorios dermocosméticos promocionan cremas como *Un hallazgo científico que puede cambiar la edad de tu piel* (Cicatricure Antiedad), u otra que *Ayuda a retrasar el envejecimiento de la piel* (Hinds Anti-Age).

Siguiendo el sentido promovido por estos discursos, la reversibilidad del envejecimiento es postulada, asimismo, como un proceso voluntario que depende de la decisión del consumidor de usar los productos disponibles para tal fin y, en última instancia, de una cuestión de actitud para afrontar y vencer el proceso de envejecimiento. En este sentido, el discurso publicitario de una popular marca de crema corporal, pionera en la línea *antiaging*, interpela a las mujeres que *ya pasaron los 30* mediante la consigna: *Sumate (sic) a la lucha por no arrugar. ¡No te arrugues!*⁶

Otro matiz distintivo y destacable de las visualidades *antiaging* generadas por la industria dermocosmética consiste en la asociación entre envejecimiento e identidad. Sintagmas del discurso publicitario como *Con una piel más firme vuelvo a ser yo otra vez* (Nivea Q10 Plus) y *Con este rostro me estoy redescubriendo* (Roc Complete Lift), construyen el sentido de *envejecimiento máscara*.⁷ La máscara adherida al rostro durante el envejecimiento actúa como un “nuevo rostro” —el de las arrugas— que esconde al “verdadero rostro”, ante lo cual, el tratamiento cosmético es presentado como el medio para desenmascarar, develar, impedir la pérdida o recuperar la esencia identitaria representada por el rostro de la juventud.⁸

⁵ Es interesante notar que la acción de los productos *antiaging* puede ser analizado desde el punto de vista de lo que el antropólogo Alfred Gell (1998) llama “agencia del objeto”, en referencia a los modos en que un artefacto es capaz de afectar a las personas, movilizar a las ideas y generar procesos sociales. Véase, por ejemplo, Martínez (2012).

⁶ En esta enunciación de la marca Hinds Anti-Age puede leerse una doble operación discursiva. El significante *arrugar* es asociado, por un lado, a la cadena arrugas-marcas en la piel-paso del tiempo-envejecimiento; y por el otro, remite a la cadena arrugarse-acobardarse-desanimarse-esconderse-asustarse-intimidarse, por lo que el imperativo negativo *no te arrugues* alude al sentido opuesto, remitiendo a la cadena valentía-atrevimiento-decisión-ánimo-audacia. De esta manera, el sentido de *atreimiento* de la segunda cadena sobredetermina al significante *envejecimiento* de la primera, de modo que el efecto que la crema *antiaging* promete alcanzar se presenta como una cuestión de decisión y voluntad personal para atreverse a mostrar el cuerpo (piernas, cuello, rostro, escote) rejuvenecido.

⁷ A la construcción del sentido aquí denominado *envejecimiento máscara* contribuyen las imágenes publicitarias que presentan la acción de los tratamientos dermocosméticos promocionados como una película que recubre el rostro cual si fuera una máscara que, al ser retirada, desprende el rostro envejecido de la cara eliminando arrugas y manchas, y dejando al descubierto el rostro rejuvenecido.

⁸ Este análisis de visualidades *antiaging* generadas por el discurso publicitario de la industria dermocosmética se basa en una investigación sobre la construcción social de nuevas enfermedades

Por otro lado, no es menor reparar en lo contrario: que el rostro rejuvenecido, obtenido a causa de la intervención dermocosmética, también actúa como máscara que pretende ocultar al rostro envejecido. ¿Qué imagen es rostro y cuál máscara? Esta es una cuestión que no puede resolverse en términos de un binarismo entre juventud (grado 0) y vejez (grado 1).

Para el régimen *antiaging*, el proceso del envejecimiento puede ser múltiple y secuencialmente revertido porque también es múltiple y polifacética la perfección-belleza-salud-juventud que se pretende lograr. Podría pensarse que justamente la potencia del *antiaging* radica en admitir una gradiente de rejuvenecimiento, en cuya escala, la imagen rectora a alcanzar —variable social y cultural— siempre se desplaza hacia adelante.

Lo que se quiere poner de relieve con la imagen de la máscara, entonces, no es simplemente la relación entre ocultamiento y revelación de una identidad asociada a la imagen-de-la-edad, sino la idea de instauración y manipulación del rostro como signo social. En este sentido, “la máscara es un *pars pro toto* de la transformación de nuestro propio cuerpo en una imagen” (Belting, 2007, p. 44); una sinécdoque imaginal que signa la época actual.

Desde la perspectiva de una antropología de la imagen, puede comprenderse que “el verdadero rostro no es aquel que la máscara oculta, sino aquel que la máscara sólo puede generar cuando se la considera verdaderamente en el sentido de una intención social” (Belting, 2007, p. 47). Aquí, esa intención se halla condensada en la reificación estética del proceso de envejecimiento —con lo que ello implica de degradación, cosificación, negativización, descontextualización, mercantilización— y en la pretendida reversibilidad de este proceso vital, en lo cual las visualidades *antiaging* fundan su premisa y su promesa.

Ahora bien, más allá de los artificios de *marketing* que despliega este tipo de discurso publicitario de eminentes fines comerciales, cobra interés reparar en que la idea de reversibilidad del envejecimiento no es ajena a la construcción que hacen las biociencias desde el ámbito de la investigación científica. La industria dermocosmética echa mano del lugar de conocimiento-prestigio-adelanto que ocupa la ciencia para la producción de un sentido de objetividad médico-científica. Así, es frecuente la apelación de la publicidad a imágenes de interiores corporales (cuerpos vistos desde adentro) por las que se busca explicar un determinado funcionamiento

—entre ellas, el envejecimiento— en el marco de los procesos contemporáneos de medicalización y el imperativo de salud perfecta, a partir de 50 piezas publicitarias de productos médicos y cosméticos de venta libre (Rodríguez, 2013).

orgánico para demostrar el efecto benéfico de los productos, avalarlos y promover su uso, aunque se trate, en todos los casos, de imágenes construidas digitalmente.⁹

Por su parte, las ciencias biomédicas volcadas a la investigación del envejecimiento también son responsables de la producción imaginal de sentidos asociados a la expectativa de reversibilidad de este proceso vital. Un conglomerado de disciplinas del campo de la biología investiga el proceso de envejecimiento con el fin de explicar sus causas, así como comprender la longevidad y el origen del deterioro de las funciones del organismo. Existen numerosas hipótesis con énfasis en distintos factores explicativos del envejecimiento: evolutivas, genéticas, inmunológicas, hormonales.

Las principales hipótesis trabajadas en la actualidad han seguido dos grandes líneas en el transcurso de los años. Por un lado, la de la acumulación de daños celulares debido a la disminución de la capacidad de reparación de las células, en lo que intervienen tanto procesos normales del organismo como factores ambientales. Por otro, la del envejecimiento programado, vinculada a la pérdida de la capacidad de división de las células por factores genéticos. Sin embargo, los investigadores de este campo admiten que aún no se ha arribado a un consenso sobre las causas del envejecimiento, por lo que tampoco se conoce certeramente un modo de regularlo o postergarlo (Kirkwood, 2000; Sommer, 2013; Veronesi, 2013; Wolpert, 2011).

El desarrollo de estas hipótesis científicas mantiene la esperanza de descubrir los mecanismos del proceso de envejecimiento que permitan, si no revertirlo, controlarlo para combatir enfermedades asociadas a la vejez. Con ello, también se ensancha el campo de la medicina desde donde buscan llevarse a la práctica clínica distintas terapéuticas para intervenir en el proceso de envejecimiento. De hecho, en los últimos años han emergido diversos enfoques multidisciplinarios de la medicina anti envejecimiento —ni estrictamente gerontológica ni enteramente estética o dermatológica— que se ocupan desde combatir los signos del envejecimiento hasta procurar prevenirlos y promover la longevidad saludable. Entre estos enfoques médicos puede mencionarse la medicina *antiaging* (Binstock, 2004), la medicina regenerativa (Lafontaine, 2009), el *age-management*¹⁰ (Rozenberg, 2011), la medicina ortomolecular (Mühlberger, 2012) y la medicina genómi-

⁹ Al respecto, resulta fecunda la perspectiva de Ortega y Zorzanelli —en su caso, en relación con los métodos de visualización cerebral en el campo de las neurociencias—, quienes resaltan “el papel de las neuroimágenes como poderosas fuentes en el proceso de producción simultánea de objetividad de la enfermedad y del paciente” (2010, p. 291). Por ello, se debe afrontar una reflexión crítica respecto del poder conferido a las imágenes tecnomédicas en la producción de estereotipos biológicos objetivantes.

¹⁰ Este vocablo anglosajón alude al enfoque médico que propone un gerenciamiento de la edad.

ca nutricional (Sanhueza y Valenzuela, 2012). La promesa de estos enfoques ya no consiste simplemente en eliminar las arrugas o revertir la flacidez, sino en tocar los hilos moleculares de la vida para regenerar tejidos, órganos y protegerlos de su degeneración. Si bien estos abordajes médicos —y tanto más las hipótesis científicas que buscan explicar las razones del envejecimiento— encuentran reducida su circulación a ciertos ámbitos social y circuitos académicos, no son discursos que permanezcan ajenos a la producción de visualidades *antiaging*.

La prensa es uno de los principales medios de circulación social de estos discursos, tal como puede ser ilustrado mediante la lectura de algunos titulares relevados de tres de los principales diarios de Argentina. La divulgación periodística de estudios científicos sobre el envejecimiento puede asumir la forma de: “Un estudio en ratas demuestra que es posible alargar la vida” (*Clarín*, 1999); “El Nobel fue para la búsqueda de la juventud eterna” (*Página/12*, 2009); “No veo por qué no podríamos abolir la vejez” (*La Nación*, 2013a).

Asimismo, en la prensa tiene lugar la difusión de productos y tratamientos empleados en las terapéuticas anti envejecimiento: “Guerra a las arrugas: ya se vende en el país la pastilla para atacarlas” (*Clarín*, 2012); “Confirman que el protector solar también reduce las arrugas” (*Clarín*, 2013); “Tu plasma puede ser un buen *antiage*” (*La Nación*, 2013c).

Además, la prensa es un espacio de análisis de hábitos y recomendaciones para el cuidado personal: “Los muchachos de antes no usaban crema *antiage* ni gel hidratante” (*Página/12*, 2007); “Pirámide *antiage*: todo lo que se puede hacer para cuidar la piel de la cara” (*Clarín*, 2008); “Retrasar la vejez: mitos y verdades de los métodos para vivir más” (*La Nación*, 2013b).

Con todo, las visualidades *antiaging* producen un cierto saber sobre el proceso de envejecimiento y el mundo del anti envejecimiento, lo cual se considera indispensable para poder intervenir sobre el mismo con el fin de controlarlo. A la vez, la circulación de ese saber también es condición para que estas visualidades prosperen socialmente como tales. Como lo dice Rancière (2010, p. 87): “para que la imagen produzca su efecto político, el espectador debe estar convencido ya de [...] aquello que ella muestra”. Anhelos de reversibilidad del envejecimiento, creencia en la posibilidad de controlarlo y expectativa de lograr aparentar esa posibilidad; sentidos que la producción imaginal del *antiaging* alienta, pero también requiere.

Ciudades y pantallas

La gran urbe compone un espacio común de circulación de imágenes, tránsito de cuerpos, comunicación de sentidos, del que no se puede permanecer ajeno al habi-

tarla. Así, la ciudad también constituye un ámbito de producción y circulación de visualidades *antiaging*. Los cuerpos contorneados, los rostros tersos y las carnes firmes se multiplican especularmente por toda la ciudad: al ras de la vereda, desde las vidrieras y también en las alturas de los carteles publicitarios. El espacio de circulación pública desborda de cuerpos doble o múltiplemente intervenidos, primero, por modulación gimnástica, nutricional, quirúrgica, y por una diversidad de procedimientos *antiaging*; y, luego, por las técnicas de edición digital con que se retocan las imágenes estampadas en kioscos de revistas, vidrieras y avisos publicitarios que ilustran el paisaje urbano.

Incluso, fuera de cuadro de esos espacios de modelaje, veredas, sendas peatonales y reductos comerciales de la gran ciudad se erigen en pasarelas para muchos transeúntes que portan y exhiben una imagen personal producida, trabajada, como la proveniente de las vidrieras. Muchos, no, pero muchos otros, sí. El ritmo de la gran ciudad imprime el *sound track* (banda sonora) y la cadencia del desfile. El *dress code* (los códigos de vestimenta que también son códigos de apariencia, de imagen) es el de la vitalidad y la permanente juventud.¹¹ Para otros, en cambio, la estética urbana suena a fatiga, a tropiezo, a venta ambulante, a destajo, a sudor, a bocinas. Múltiples cuerpos, otredades que habitan y producen circuitos imaginales y materiales radicalmente heterogéneos. Múltiples pantallas, encandiladas por las visualidades *antiaging* que relega las otras al silencio de lo oscuro. Múltiples temporalidades, disputadas por el régimen antienvjecimiento que pretende gobernar el inexorable paso del tiempo. Poliédrica y multifocal, como la piensa José Luis Brea, la ciudad es una constelación de mil pantallas: un enjambre febril de imágenes, una red diseminada de escenarios, una amalgama espejada de emisiones que se entrecruzan (Brea, 2007). Y allí, las posiciones de objeto, sujeto e imagen se alternan y relativizan. Las fronteras entre ellos se flexibilizan y se vuelven interfaz, zona de conexión, espacio de información y no-contacto. El sujeto “ahora vacila entre los estados de ‘sujetador’ y de ‘sujetado’, es decir entre las condiciones de ‘mirada’ e ‘imagen’ ” (Machado, 2009, p. 208).

La ciudad puede ser comprendida como pantalla en diversos sentidos. Vista desde el interior, cada lugar-momento de la ciudad se constituye en un espacio-tiempo de emisión y circulación de imágenes e información. El flujo constante de

¹¹ Evidentemente, los códigos de vestimenta son manifestaciones sociales complejas por cuanto se hallan múltiplemente determinados por variables de clase, etnia, religión, género, entre otras. Aquí nos interesa, simplemente, poner en evidencia que las visualidades *antiaging* se hacen presente en dichos códigos. Trabajos posteriores podrían orientarse a analizar las visualidades *antiaging* según las diferencias específicas de clase y género.

visualidades informa el espectro imaginal que comprende lo visible (lo que se ve), lo que puede ser visto, lo que es esperable ver y lo que es posible imaginar (hacer imagen), así como también aquello que busca hacerse visible y aquello que debe ser invisibilizado. Especialmente, el (los) cuerpo(s) “participa en esta génesis de imágenes de manera múltiple, pues no sólo es portador de imagen, sino también productor de imágenes, en el sentido de que [...] se ha transformado en imagen” (Belting, 2007, p. 46). Los cuerpos del *antiaging* son portadores de las imágenes que las múltiples intervenciones, realizadas a fin de disimular-ocultar-invisibilizar-revertir el proceso de envejecimiento, generan para sí (en los propios cuerpos) y para los demás. Pero, fundamentalmente, son productores de una visualidad, de un sentido social que edifica umbrales de lo visible y se hace práctica, cultura y factor de subjetivación.¹²

Además de los cuerpos, en la ciudad participan otro tipo de medios que funcionan como pantallas en la producción de visualidades *antiaging*. En los últimos años, las grandes ciudades son escenario de la efervescencia de espacios desde los que se impulsa el mantenimiento de la juventud y el control del envejecimiento, que bien pueden ser comprendidos en la categoría de establecimientos de tecnoestética.

Más allá de los productos *antiaging* de venta libre, el mercado de la salud y el cuidado personal en que éstos se comercializan se expande a través de una diversidad de tratamientos, técnicas y procedimientos efectuados en estos espacios. Los centros de estética y las clínicas de medicina antienvjecimiento parecen alinearse bajo el eslogan de una compañía dermoestética de lipoescultura que las hizo célebres en los albores de este siglo: “Traé el cuerpo que tenés, llévate el que querés”. Estos espacios brindan una amplia oferta de tratamientos, más o menos invasivos, como las inyecciones de colágeno y de toxina botulínica, terapias de estimulación celular como las de plasma enriquecido en plaquetas, procedimientos exfoliantes o *peeling*, tratamientos por calor como la radiofrecuencia, o inyectables como la mesoterapia, para mejorar la tonicidad y textura de la piel, entre otros. Ofrecen también escaneos biológicos para diagnóstico de envejecimiento precoz; la vacuna antiedad, promocionada como un tratamiento inyectable de nutrientes celulares que ralentiza el proceso de envejecimiento y previene enfermedades degenerativas; e incluso realizan estudios de perfil genético para establecer el plan nutricional antioxidante (o dieta *antiaging*) más adecuado a cada paciente-cliente.

¹² Esta génesis de imágenes supone también una economía política de la visión, en donde —como lo expone José Luis Brea— todo ciudadano es un productor de imaginario: “un operador de trabajo práctico cuya actividad se proyecta en un escenario ampliado. El de la producción constelada de significado cultural, resuelta no tanto en la densidad fantasmática del signo como en la gestión efectiva de su circulación social” (Brea, 2007, p. 112).

Asimismo, entre los establecimientos de tecnoestética pueden ser considerados los tradicionales gimnasios, templos de culto al cuerpo, que ofrecen distintos tipos de servicios y aparatología para la ejercitación física, entre cuyos principales beneficios es promovida la energía, la vitalidad, la tonificación y, con ello, el mantenimiento de la salud y la juventud. En términos de *fitness antiage*, las propuestas van desde ejercicios de gimnasia facial que prometen engrosar labios y elevar pómulos y párpados como lo harían con cualquier otro músculo del cuerpo, hasta otras más integrales como el yoga, promovidas como técnicas antienvjecimiento.

Por otra parte, en los últimos años han despuntado los estudios de maquillaje a la calle que buscan instalar, en cierto sector de consumidores, la tendencia del *make up* como un servicio próximo, corriente y habitual, así como la de capacitarse en técnicas de belleza para perfeccionar la producción de la imagen personal. Otro tanto ocurre con locales especializados en suplementos dietarios que comercializan una línea específica de compuestos antioxidantes antienvjecimiento, entre una gama de productos presuntamente “naturales” para distintas finalidades, igualmente accesibles en dietéticas, farmacias y perfumerías. Estos comercios, además, son los mayores espacios de circulación de productos destinados al cuidado personal en relación con el envejecimiento —desde las divulgadas cremas dermocosméticas hasta las más recientes píldoras de ácido hialurónico conocidas como pastillas antiarrugas o píldoras de la eterna juventud—; y con ellos, entonces también, espacios de producción de visualidades *antiaging*.

Los establecimientos de tecnoestética son verdaderas pantallas urbanas, máxime si se advierte la tendencia de vidriar sus fachada. Son espacios privados espectaculares, en el doble sentido de ostentosos y de ofrecidos al público en lo público. El cuerpo *antiaging* que habita estas pantallas y que también él mismo lo es, es una construcción del orden de la extimidad, para usar un concepto de Sibilia (2008), que alude a la intimidad exhibida, hecha visible, con implicaciones en la subjetividad y la socialidad.¹³

En un contexto social donde la visibilidad y el cuidado corporal se convierten en valor, tanto más lo es su conjunción: la visibilización del cuidado corporal y del cuerpo cuidado, cuando esto significa joven, rejuvenecido, vital, bello, saludable. La visibilidad de estos espacios de producción y circulación de visualidades *antiaging* —en términos de imágenes y sentidos sociales, es decir, construcciones imaginales— es doble. Por un lado, por su carácter espectacular recién referido; y

¹³ Conviene aclarar que Paula Sibilia (2008) desarrolla el concepto de extimidad en su análisis de la espectacularización de la intimidad y la identidad en relación con los fenómenos de los blogs y las redes sociales de la Web 2.0.

por otro, por el hecho que su carácter espacial no alude a algo asentado e inmóvil, sino que refuerza el sentido de circulación. De esta manera, se genera en la ciudad un efecto de publicidad por el cual, a pesar de que resulte prácticamente imposible conocer todas las terapéuticas anti envejecimiento disponibles y divulgadas, es improbable no conocerlas. De hecho, debido a la responsabilidad que compete a cada uno su propio cuerpo, salud e imagen, se vuelve imperioso conocerse y conocerlas para cuidarse.

Ahora bien, vista desde afuera, la ciudad también configura una serie de imágenes de sí; es decir, se configura como tal en torno a una imagen. En ese sentido, para quienes no la habitan, la ciudad también es pantalla.

En lo que respecta a las visualidades *antiaging*, esta forma de aproximarse a una ciudad comprende, por ejemplo, al turismo médico-estético. Este fenómeno contemporáneo consiste en la práctica de viajar al extranjero con el objetivo de recibir servicios médicos o de bienestar como tratamientos estéticos en ciudades que presentan beneficios competitivos, sea por conveniencia económica o por mejora de tecnologías y estándares de atención (Barriga Castro *et al.*, 2011; Córdoba, 2010).¹⁴

Si bien las intervenciones que más movilizan esta actividad son las cirugías plásticas —de allí que también se conozca al fenómeno como “turismo del bisturí”—, los paquetes turísticos ofertados incluyen una diversa serie de tratamientos estéticos y servicios de *spa*. En América Latina, región en la que se desarrolla con auge esta actividad, Argentina es uno de los principales destinos de turismo estético, siendo Buenos Aires y Córdoba las primeras ciudades que lo desarrollan y fomentan.¹⁵ Cuerpos extranjeros cohabitando el desterritorializado universo del *antiaging*. Así, imágenes, cuerpos y ciudades encuentran una vinculación específica entre las tantas que sería posible pensar. Signos de época: imágenes mercantilizadas, cuerpos fetiche, ciudades pantalla que propagan una estética globalizada.

Trastornos y epidemias

Las imágenes contemporáneas sobre el envejecimiento, la pretensión de controlarlo y la obsesión por la juventud son atravesadas por ciertos discursos que marcan

¹⁴ Resulta conveniente diferenciar el turismo médico-estético del turismo de salud en general, que comprende los viajes al extranjero para ser operado o recibir un tratamiento médico ante alteraciones de la salud o enfermedades específicas.

¹⁵ Así también, en la región se destacan países como Brasil, Chile, Perú, Venezuela, Colombia y México, donde el turismo estético ha aumentado exponencialmente en la última década. Al respecto, véanse: <http://turismomedico.org>, sitio especializado de turismo médico en América Latina, y <http://turismodebisturi.com>, que reúne información a nivel mundial.

la tendencia de considerar y dar tratamiento a diversos procesos vitales y sociales en términos de problemas o temas médicos, fenómeno conocido como medicalización de la vida, de la sociedad o de la condición humana (Conrad, 2007; Foucault, 1996).

La flexibilización de las fronteras entre lo normal y lo patológico que implican los procesos de medicalización conlleva la construcción de síntomas, síndromes y distintos tipos de malestares, fobias o trastornos bajo la denominación genérica de “invención de enfermedades” (Blech, 2005).

En un *ranking* construido por una prestigiosa revista británica de ciencias médicas en los albores del siglo XXI, el envejecimiento ocupa el primer lugar de veinte no-enfermedades, así llamados a distintos aspectos de la condición humana y la vida cotidiana controversialmente medicalizados (Smith, 2002).¹⁶

En los últimos años se ha propagado una diversidad de condiciones consideradas patológicas que hacen foco en el envejecimiento, así como los discursos que alertan sobre ello. Entre estos trastornos se ubica el síndrome de *Peter Pan*, con el que se caracteriza a los adultos que se niegan a crecer y huyen del compromiso como eternos adolescentes (*La Nación*, 2009).¹⁷ Asimismo, se conoce como síndrome del paraíso a la depresión que afecta a las personas mayores o jubilados que viven traumáticamente el momento de plenitud que supuestamente alcanzarían al concluir con las responsabilidades laborales (Rodríguez, 2008). Además, resultan patologizados y medicalizados diversos factores de riesgo y condiciones asociadas a la edad como la osteoporosis, la menopausia en las mujeres, la andropausia en el caso de los varones, la calvicie y las disfunciones sexuales.

Por otra parte, también encuentra una nueva entidad patológica a nivel individual la marginación a los viejos, actitud que las sociedades occidentales urbanas modernas no han logrado saldar. Tal es el caso de la gerontofobia, es decir, el

¹⁶ El índice de las principales veinte no-enfermedades, publicado por el *British Medical Journal*, que coloca en su cima al envejecimiento, comprende, asimismo, al trabajo, el aburrimiento, la calvicie, la soledad, las canas, el embarazo, la celulitis, la infelicidad, la fealdad, entre otros (Smith, 2002).

¹⁷ Cabe destacar que la cita referente al Síndrome de Peter Pan corresponde a una fuente periodística de Argentina. La elección intencionada de este tipo de fuente tiene el propósito de mostrar el uso y circulación social de este tipo de entidades médicas en la prensa, en tanto medios masivos de circulación y construcción de sentido. El término “síndrome de Peter Pan” ha sido acuñado por el Dr. Dan Kiley y aceptado en psicología desde la publicación del libro que lleva por título la denominación de dicho síndrome, reconocido como un problema de gran incidencia en la sociedad moderna pos-industrial (Kiley, 1983). La divulgación y uso social que desde entonces ha tenido tal trastorno se pone de manifiesto al advertir, por ejemplo, que “El síndrome de Peter Pan” es el título de un tema musical del popular rapero español, Christian Jiménez Bundó, conocido por su nombre artístico “Porta” (Disco: *Resef*, 2012, *PIAS Spain*, premio al mejor álbum de rap, hip-hop y músicas urbanas de música independiente de España).

miedo y el prejuicio a las personas ancianas en particular, y el rechazo y el desprecio a la vejez en general.¹⁸ Más aún, también son diagnosticadas las personas que padecen la extraña fobia que causa un miedo irracional a envejecer: la *gerascofobia* (Rafailov, 2003; Virgen *et al.*, 2004).

En consonancia con estos trastornos, la adicción a la cirugía estética —sea para corregir signos del envejecimiento o para modificar alguna parte del cuerpo— ha sido catalogada psiquiátricamente. En la patologización de los “polirretocados” o “esteticohólico”, como se llama coloquialmente a las personas que presentan esta adicción, ha sido pionera la sociedad estadounidense, en la cual los seguros médicos juegan un rol preponderante y han hecho de la cirugía estética un negocio muy lucrativo (Carpintero, 2011).

La obsesión por las intervenciones quirúrgicas o los procedimientos dermatológicos o cosméticos es considerada uno de los síntomas asociados a un trastorno mental clasificado en el controvertido *Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales*. Este desorden es definido como un trastorno mental caracterizado por la preocupación excesiva ante la percepción de algún defecto en el aspecto físico y la distorsión de la propia imagen corporal; fue primero catalogado como *dismorfofobia* (DSM-III-R) (American Psychiatric Association [APA], 1987) y, luego, como *trastorno dismórfico corporal* (DSM-IV-TR y DSM-V) (APA, 2000; APA, 2013; Raich, 2004).

Las imágenes de variados trastornos, fobias, adicciones, síndromes y malestares en torno al envejecimiento, ponen de manifiesto la multidimensionalidad de la medicalización de este proceso vital, en tanto no concierne exclusivamente a la patologización de las personas mayores o viejas como podría suponerse, sino que constituye una problemática sociocultural que atraviesa distintas franjas etarias.¹⁹

¹⁸ La gerontofobia puede ser incluida entre un conjunto de conductas denominadas como “viejismo” en el campo de estudios sociológicos y psicosociales de la vejez. Este término fue acuñado por Salvarezza (1996) a partir del concepto de “*ageism*”, trabajado en el contexto anglosajón por Butler y Lewis (1982), en referencia a los estereotipos, prejuicios, discriminación hacia los viejos, simplemente en función de su edad.

¹⁹ Además del carácter transversal de la medicalización del envejecimiento con respecto a la edad, corresponde observar que este fenómeno tampoco es restrictivo en función de los géneros. A propósito de esto, el teórico Peter Conrad observa que las mujeres son más vulnerables a la medicalización que los varones debido a que los procesos fisiológicos que atraviesan, como la menstruación, el embarazo o el parto, son más visibles, además de encontrarse en una posición subordinada a los varones en el dominio médico. Sin embargo, destaca que los avances médicos y científicos, en correspondencia con el desarrollo de la industria farmacéutica, han contribuido a la medicalización del envejecimiento masculino. Un caso paradigmático de ello es la extensión de la medicalización de la menopausia en las mujeres a la medicalización de la andropausia en los varones, impulsado en gran medida por el “descubrimiento” y la creciente oferta de tratamientos hormonales de testosterona para combatir tal “desorden” (Conrad, 2007, pp. 23-33).

En efecto, la progresión del fenómeno de la medicalización en torno a la cuestión del envejecimiento no radica preponderantemente en la penetración de la ciencia médica y la industria farmacéutica en la condición de la vejez. El cuidado y control sobre el envejecimiento que instauran los discursos de la medicalización remiten a este proceso vital justamente como un proceso que preexiste y desborda a la vejez propiamente dicha, y que por ello requiere hábitos y procedimientos de atención y vigilancia desde edades tempranas a lo largo de la vida.

Es así que la imagen del envejecimiento medicalizado comporta múltiples sentidos. Por una parte, comprende la sintomatología y una diversidad de estados atribuidos “a la edad” mayor o avanzada configurados como problemas médicos. Por otra, alcanza a la condición del “envejecimiento prematuro”, considerado un proceso “no natural, que no es necesario recorrer, pero que es muy común en la sociedad moderna y que está generado por el estrés, la falta de conocimiento y la falta de una correcta atención sobre uno mismo” (L’Abbate, 2007, p. 11). Finalmente, remite al conjunto de trastornos que dan nombre al temor a envejecer y a la obsesión por revertir el envejecimiento, así como al complejo de terapéuticas anti-envejecimiento diseñadas con el fin de prevenirlo y postergarlo.

Ahora bien, entre las visualidades contemporáneas del envejecimiento, la imagen de éste como un proceso que pretende ser revertido y postergado, asociado a múltiples tipos de obsesiones, fobias, adicciones, trastornos y malestares que deben ser prevenidos y controlados, se encuentra con la imagen del envejecimiento como epidemia mundial que es alentada y, paradójicamente, busca ser contrarrestada. Estas imágenes en aparente contradicción no son sino complementarias en un escenario complejo. Mientras que el envejecimiento es resistido y combatido como un factor condicionante de la salud, la vitalidad y la imagen personal, también es alentado como un indicador del aumento de la calidad de vida y de la expectativa de vida de la población.²⁰ Sin embargo, si bien el envejecimiento poblacional constituye un logro de la humanidad, plantea problemas y desafíos hacia el futuro, por lo que suscita reflexiones y preocupaciones en distintos ámbitos.

Por primera vez en la historia de la humanidad conviven hasta cuatro generaciones de manera simultánea (Bernardini, 2014), lo que redefine las relaciones intrafamiliares, las categorías de joven, de viejo y la imagen subjetiva de ambos. A nivel demográfico se asiste a una revolución de la longevidad que, acompañada de una merma de los nacimientos, amenaza el equilibrio de la pirámide poblacional en

²⁰ En Argentina, la expectativa de vida al nacer se incrementó 27 años en los últimos cien años (de 48.5 años en 1914 a 75.7 en la actualidad) (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2012).

grandes regiones del mundo (Tramer, 2008). En efecto, un informe de las Naciones Unidas advierte que, a escala mundial, cada dos segundos dos personas cumplen 60 años; asimismo, estima que hacia el año 2050, una de cada cinco personas tendrá 60 o más años de edad (United Nations Population Fund [UNFPA], 2012). De allí que el envejecimiento sea considerado uno de los mayores retos del siglo XXI, lo que conlleva múltiples problemas asociados: mayor riesgo de enfermedades no transmisibles, incremento de demandas sobre los sistemas de salud, aumento del gasto público y privado en salud, presión sobre el sistema previsional debido al crecimiento de la población inactiva, exigencia de formulación de políticas dirigidas al cuidado de personas de edad avanzada y promoción de su integración social.

Mediante informes y distintos tipos de documentos, los organismos internacionales generan visualidades del envejecimiento que son plasmadas, primero, en paradigmas y recomendaciones, y luego, asumidas como directrices de modos de gobierno promocionadas a nivel local.

Desde fines del siglo XX se han elaborado diversos paradigmas del envejecimiento, que van desde modelos centrados en la salud hasta modelos más integrales que ponen en consideración aspectos físicos, mentales y sociales para la definición de bienestar. Así, se suceden y recombinan los modelos de “envejecimiento saludable”, “envejecimiento exitoso”, “envejecimiento productivo” y el actual “envejecimiento activo”, que “tiene el objetivo de aumentar la esperanza de vida saludable y la calidad de vida para todas las personas a medida que envejecen” (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2002, p. 12).²¹ Estos paradigmas adquieren visibilidad social a través de múltiples instancias: programas gubernamentales atinentes a la cuestión del envejecimiento que promueven actividades físicas y culturales para la población envejecida,²² campañas y jornadas comuni-

²¹ El término “envejecimiento activo” se aplica tanto a individuos como grupos de población, y es concebido como “el proceso de optimización de oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen”, para hacer del envejecimiento una experiencia positiva y lograr una vida más larga (OMS, 2002, p. 12).

²² En Argentina, por ejemplo, la cuestión de los “adultos mayores” es comprendida en el Programa Nacional de Envejecimiento Activo y Salud (Proneas), que funciona bajo la égida de la Dirección de Promoción de la Salud y Control de Enfermedades No Transmisibles, del Ministerio de Salud de la Nación. El programa hace explícita la finalidad de “promover el concepto de envejecimiento activo y saludable en la sociedad en general”, y declara como objetivo “impulsar acciones de información y comunicación con el fin de instalar el tema del envejecimiento en la agenda pública y concientizar a la población en general”. Véase: <http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/programas/proneas>.

Por otra parte, en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires funciona la Dirección General de Promoción del Envejecimiento Activo, dependiente de la Subsecretaría de Tercera Edad. Institucionalmente, declaran trabajar “en pos de un modelo de envejecimiento activo, flexible y adaptable”, y favorecer “la inclusión social, llevando a cabo distintas actividades sociales, culturales y artísticas”. Véase: http://www.buenosaires.gob.ar/areas/des_social/ter_edad/envejecimiento_activo.php?menu_id=34741.

tarias desarrolladas por organizaciones de la sociedad civil, congresos académicos, entre otros medios y espacios imbuidos de la orientación y tono del paradigma del envejecimiento activo, amén de la difusión que éste alcanza por el tratamiento de la problemática del envejecimiento poblacional en medios de comunicación.

Desde estos diversos ámbitos se llama a la población —principalmente envejecida, pero potencialmente a cualquiera, ya que el envejecimiento incumbe a todos— a mantenerse activos; sin embargo, la imagen que prevalece en sus discursos es la del deber cuidarse y permanecer sanos.

Tanto las visualidades generadas por los discursos de la medicalización —organizados preponderantemente en torno a entidades patologizadas— como las promovidas por los discursos del envejecimiento poblacional —que buscan distanciarse de la salud como criterio matriz hacia un concepto más amplio de bienestar—, condensan la idea del envejecimiento como un proceso que pone en riesgo la salud. El criterio de salud se vuelve laxo y abarcador, asimilado al bienestar, la plenitud y la vitalidad. De modo que para alcanzar dichos estados, que se ven comprometidos con el envejecimiento, son necesarios más controles y más tipos de cuidado. Así, se consolida la imagen de que el envejecimiento debe ser apuntalado por un dispositivo de cuidado permanente que se extiende en distintas edades de la vida en pos de prevenirlo, postergarlo, contrarrestarlo y alcanzar una longevidad saludable. La acometida contra el envejecimiento que este dispositivo de cuidado promueve queda tensionada entre una estética de juventud y un imperativo de vitalidad.

Leyendas y ficciones

Las imágenes de la postergación del envejecimiento, la lucha contra el paso del tiempo, la longevidad saludable, la prolongación de la juventud, la belleza antiedad, los cuerpos sin edad, entre otras expresiones del antienvjecimiento y el rejuvenecimiento, constituyen distintos sentidos comprendidos en las visualidades *antiaging* características de la época contemporánea. Sin embargo, en éstas se reanudan relatos imaginales que surcaron la historia de la humanidad en distintos tiempos y culturas, como la búsqueda de la eterna juventud y el anhelo de inmortalidad.

Una perspectiva que permita e incite a pensar las imágenes contemporáneas a la luz de otras concomitantes que les precedieron brinda la posibilidad no sólo de enmarcar cada una en su contexto específico, sino fundamentalmente de problematizarlas en términos genealógicos. En las imágenes contemporáneas en torno a la pretensión de controlar el envejecimiento y prolongar saludablemente la vida sobreviene “la larga duración de un pasado latente”; es decir, imágenes cuya tem-

poralidad es productora de una significación sintomática, aspecto central de una visión crítica en clave benjaminiana de la imagen y la historia como la desarrollada por Didi-Huberman (2006).

La significación sintomática implicada en las visualidades *antiaging* puede rastrearse en cuestiones inmemoriales de profunda incumbencia para el género humano como la perplejidad y el temor ante la muerte, el rechazo y extrañamiento ante la vejez, la curiosidad y obsesión por el paso del tiempo (a distintas escalas: cósmico, biológico, perceptual), y, en términos generales, la del impulso de la vida por la vida, cuestiones todas que fueron y son objeto de interrogación filosófica y antropológica, y que aún están lejos de considerarse saldadas.

Ahora bien, el ejercicio de rastrear ese pasado latente de larga duración desde una perspectiva genealógica de la formación de imágenes supone que la imagen *desmonta* la historia, la hace visible porque la historia misma está hecha de la articulación y choque de imágenes, e implica, a su vez, el *montaje* de tiempos heterogéneos como operación de conocimiento y recurso metodológico (Didi-Huberman, 2006). Desde este enfoque, y sin pretender agotar una posible genealogía de visualidades *antiaging*, se montan aquí diversos relatos imaginables en torno a la recuperación de la juventud, la prolongación de la vida y el anhelo de inmortalidad.

En la mitología griega, Eos (la aurora) se enamora de Titono y le pide al dios Zeus que le conceda a éste la inmortalidad, pero olvidó pedirle que también le otorgara la eterna juventud. Así, Titono nunca dejó de envejecer hasta quedar irreconocible, convertido en un grillo, y suplicar morir.²³

Además, en la época romana se creía que el aliento era fuente y transmisor de la vida, que se expulsaba con el alma en el “último aliento”. Se conoce la leyenda de un romano que aseguraba haber prolongado su vida hasta los 115 años por haber aspirado de manera sistemática el aliento a jóvenes muchachas.

Por otra parte, en diversas culturas primitivas, la sangre era considerada portadora de cualidades fundamentales para la vida, de allí que beber la sangre de una persona joven equivalía a absorber la energía vital y prolongar la vida. Esta tradición fue renovada por las prácticas de ciertos miembros de la nobleza europea de los siglos XVI y XVII, como la condesa Isabel Bathory, que se bañaba en la sangre de sus jóvenes sirvientes y campesinos para recuperar su juventud. Asimismo, el mito de los vampiros popularizó la imagen de beber sangre humana para preservar la vida (Cerdeña, 2013).

²³ El mito griego de Eos y Titono narra que Titono, convertido en grillo, se quejaba toda la noche a causa de su quebranto, y Eos (la aurora) lloraba desconsolada al escuchar el chirrido de su amado. De allí se ilustra que el canto de los grillos por la noche trae el llanto de la aurora (Eos) en forma de rocío por la mañana.

Por otro lado, los alquimistas de distintas escuelas y regiones —desde Mesopotamia, el antiguo Egipto, India, China, el Imperio Islámico, y luego en Europa hasta el siglo XVIII— se empeñaron en la búsqueda del elixir de la vida. Esta pócima legendaria, introducida en occidente por los árabes, era ambicionada como medicamento que curara todas las enfermedades y garantizara la vida eterna (Pérez-Rioja, 1980). Asimismo, la leyenda de la fuente de la eterna juventud que circulaba entre los nativos americanos sedujo a los conquistadores españoles, atraídos por aquellas aguas curativas que devolvían la juventud a quien las bebieran o se bañara en ellas. Cuenta la historia que el afán de riqueza e inmortalidad llevó al conquistador Juan Ponce de León a emprender una expedición desde Puerto Rico en busca de esa maravillosa fuente, llegando hasta el actual estado de Florida en Estados Unidos. Allí, años más tarde, fue emplazado el Parque Arqueológico de la Fuente de la Juventud, donde actualmente se realizan excavaciones en busca de restos arqueológicos e indicios de aquella milagrosa fuente, manteniendo, así, viva la leyenda.²⁴

Ahora bien, la densidad significativa de una genealogía de visualidades *antiaging* se complejiza y enriquece en tanto ésta no consiste en una sucesión lineal de imágenes desde un pasado hasta el presente, sino en “una estructura de supervivencias y anacronismos (donde todos los tiempos genealógicos conviven en el mismo presente)” (Didi-Huberman, 2006, p. 143). Las imágenes movilizadas producen y provienen de una temporalidad que las dispersa en una suerte de continuidad discontinua, a la luz de un presente desde el cual son activadas. Allí radica el principio constructivo de la operación de montaje que fue señalada más arriba. Puede objetarse que entre las leyendas y mitos activados en los párrafos precedentes, tan distantes del siglo XXI, y las diversas imágenes comprendidas en las visualidades *antiaging* contemporáneas —que este trabajo busca rastrear—, hay un abismo. Pero en ello no puede haber extrapolación, sino interdiscursividad diacrónica —y también sincrónica— de relatos imaginables. Lo inmenso, lo insondable, lo profundo —tal el sentido de abismo—, quizás tenga que ver justamente con la supervivencia anacrónica y sintomática de imágenes en torno a la conquista del envejecimiento en manos de la perpetuación de la juventud.

Un fértil terreno desde donde explorar esta estructura de supervivencias en la actualidad es el cine, concebido como “discurso indirecto libre operando sobre la realidad” (Deleuze, 1987, p. 208), como fábula que disuelve las fronteras entre el documento y la ficción (Rancière, 2005).

²⁴ Véase <http://www.fountainofyouthflorida.com>, sitio web del Parque Arqueológico de la Fuente de la Juventud en la ciudad de San Agustín, Florida.

En particular interesa indagar en el cine de ficción desde un punto de vista que ponga en consideración “la posibilidad de hacer funcionar la ficción en la verdad; de inducir efectos de verdad con un discurso de ficción, y hacer de tal suerte que el discurso de verdad suscite, ‘fabrique’ algo que no existe todavía, es decir, ‘ficcione’” (Foucault, 1992, p. 172). En este sentido, la tematización cinematográfica de la reversibilidad del envejecimiento, de la posibilidad de detenerlo, de recuperar la juventud o alcanzar la inmortalidad, cobra sentido en su forma y contenido en tanto funciona en un régimen discursivo en relación con otros discursos —o mejor, conjuntos de acontecimientos discursivos— del *antiaging* que involucra prácticas, instituciones, efectos de poder, de verdad y de subjetivación múltiples, pero que le son específicos (Foucault, 1992, 2012a, 2012b).

Desde el régimen discursivo del *antiaging* cabría, entonces, recuperar las palabras de Jean-Louis Comolli (2007, p. 478) cuando afirma que “la cuestión de los cuerpos es [...] la más fuerte de todas las que el cine inventa en este siglo” y se pregunta “¿cómo no filmar el paso del tiempo sobre los cuerpos?”, para cambiar esa interrogación exclamativa por esta otra: ¿cómo no filmar (la supuesta y pretendida) reversibilidad e interrupción del paso del tiempo sobre los cuerpos?

Numerosos filmes pueden dar crédito de esta alusión. Se proponen tres categorías a los fines de presentar una selección de ellos. El primer grupo reúne filmes acerca de la idea de la eterna juventud y el rejuvenecimiento. Entre los títulos más renombrados a este respecto se ubica *El retrato de Dorian Gray*, película dirigida por Albert Lewin en 1945, basada en la novela homónima de 1890 de Oscar Wilde (1999), y readaptado en 2009 por Oliver Parker; serie que también habla de una estructura de supervivencias imaginales. En este caso, la perpetuación de la juventud se obtiene por vía mágico-milagrosa. Al protagonista se le concede el deseo narcisista de permanecer joven mientras envejece su imagen pintada en un retrato.

De igual forma, el cine de mediados del siglo XX también narra la recuperación de la juventud por la vía tecnocientífica en *Me siento rejuvenecer*, film de 1952 dirigido por Howard Hawks. Esta comedia tematiza la experimentación química para el desarrollo del elixir de la eterna juventud, y relata los embrollos en que se ven envueltos los personajes cuando beben accidentalmente la poción rejuvenecedora que descubren.

Otra vía de rejuvenecimiento tematizada cinematográficamente es la sobrenatural-extraterrestre. Este es el caso de *Cocoon*, dirigida por Ron Howard y estrenada en 1985, en la que un grupo de ancianos de una residencia descubre que la piscina en la que se bañan los hace sentir más vitales y sanar sus dolencias. Fácilmente puede advertirse la alusión a la leyenda de la fuente de la eterna juventud, salvo que,

en este caso, la energía rejuvenecedora provenía de unos materiales alienígenos sumergidos en las aguas de esa piscina.

Otro film que tematiza esta leyenda es *El manantial de la eterna juventud*, dirigido por Jay Russell en 2002.²⁵ Esta producción cinematográfica propone una vía natural por la cual detener el envejecimiento, ya que versa sobre la vida de una familia que habita hace más de un siglo en el bosque escondiendo y protegiendo una vertiente natural de agua que tiene el poder de mantenerlos inmutables ante el paso del tiempo.

El segundo grupo se organiza en torno a la figura de ciertos personajes que tematizan el ideal de juventud e inmortalidad, más allá de la trama argumental del film. Uno de los personajes paradigmáticos de larga supervivencia es, sin duda, el de Peter Pan, que encarna al niño que no quería crecer y nunca crece. Creado por el escritor James Barrie para una obra de teatro estrenada en Londres en 1904, recibió numerosas adaptaciones al cine, la televisión, el teatro y la literatura infantil, siendo la primera versión filmica la producida por la compañía Walt Disney en 1953, y la última, la dirigida por Paul Hogan en 2003. El tema general de la historia acerca del temor de los niños a hacerse adultos tiene actualmente —como fue referido líneas arriba²⁶— el estatuto de un síndrome que lleva el nombre de *Peter Pan*, en referencia a la resistencia de los propios adultos a afrontar la madurez y el temor a envejecer. Además, resulta curioso que en la historia, el personaje del Capitán Garfio, némesis de Peter Pan, es fóbico a los relojes y pretende romperlos con la intención de detener el tiempo y postergar su muerte.

Por otra parte, pueden encontrarse varios ejemplos de personajes inmutables ante el paso del tiempo entre la legión de superhéroes, creados en la década de 1930 y adaptados de la industria estadounidense del cómic, que les dio origen a la cinematográfica en innumerables oportunidades.

Si bien la juventud, el no envejecimiento o la inmortalidad, por lo general, no constituyen el *Leitmotiv* de la condición de superhéroe (cada personaje goza de superpoderes específicos y lidia contra sus propios villanos), sus historias transcurren en una cierta atemporalidad en la que no pueden envejecer (Eco, 2004). Un caso distintivo en el que ello se hace explícito es el de Wolverine; de hecho, una de las películas de la saga se titula *Wolverine: inmortal*, dirigida por James Mangold y estrenada en 2013. La peculiaridad de este personaje radica en sus poderes

²⁵ La película también es conocida como *El bosque mágico de Tuck*, y se basa en la novela de Natalie Babbitt, *Tuck Everlasting*, publicada en 1975 y adaptada al cine también en 1981.

²⁶ Véase la sección “Trastornos y epidemias” de este artículo.

regenerativos que le permiten autorreparar cualquier herida o daño orgánico. En constante regeneración se mantiene joven sin casi envejecer, así es que aparenta unos 30 años de edad a pesar de tener más de 200.

Otro personaje prototípico es *Drácula*, el famoso vampiro de la novela de amor y terror, de Bram Stoker, publicada en 1897, que ha originado una copiosa producción cinematográfica.²⁷ Esta enrevesada criatura, que se alimenta de sangre humana joven para mantenerse con vida a pesar de ya haber muerto, más que la personificación de la inmortalidad moviliza la imagen de la conquista de la muerte. Allí, el rejuvenecimiento y la perpetuación de la juventud como efecto de no envejecer quedan desplazados a un segundo plano o, más bien, subordinados a la idea de la perpetuación de la vida.

El tercer grupo de filmes se ha reservado a un conjunto de películas de ciencia ficción futuristas que exploran, desde distintos ángulos, las temáticas de la perpetuación de la juventud y de la vida, el envejecimiento y la inmortalidad. En primer lugar, puede mencionarse una serie de películas de la categoría de distopías cinematográficas que describen sociedades futuras imaginarias en las que, como resultado de la progresión de tendencias actuales (o pasadas, desde el punto de vista del presente de la ficción), el orden de las cosas se ha trastocado y la vida resulta indeseable. Así, *Niños del hombre* (2006), dirigida por Alfonso Cuarón, describe un mundo ambientado en el año 2027, sumido en un gran caos: la humanidad ha perdido la capacidad de procreación y, en medio de guerras, epidemias y suicidios, es asesinada la última persona concebida hace 18 años, cuando se conoce un prodigioso embarazo que busca ser ocultado y protegido como baluarte de la especie humana.

Probablemente no podría decirse que en ello haya una deliberada problematización del envejecimiento o del anti-envejecimiento. Sin embargo, el argumento central de la película condensa la cuestión del envejecimiento poblacional, resumida en la ecuación de la baja tasa de natalidad y el aumento de la esperanza de vida que, como fue mencionado con anterioridad,²⁸ constituye uno de los grandes problemas que debe afrontar la humanidad en este siglo.

Por otro lado, la historia de *La isla*, de 2005, dirigida por Michael Bay, transcurre en el no tan lejano año 2019, y versa sobre la clonación genética de personas para la disponibilidad de órganos, que son usados como repuestos cuando los humanos

²⁷ Para ilustrar alguna de las adaptaciones de uno de los personajes de ficción más llevados al cine, puede mencionarse la clásica película del cine mudo *Nosferatu*, de 1922, dirigida por Friedrich Murnau; *Drácula, príncipe de las tinieblas* (1966), de Trence Fisher; y la reconocida versión de Francis Ford Coppola, *Drácula, de Bram Stoker*, de 1992.

²⁸ Véase la sección "Trastornos y epidemias" en este artículo.

propietarios de los clones lo necesitan; es decir, como un seguro para la perpetuación de la vida de los que han pagado por ello. Amén de los debates que esta trama suscita, la fabricación de materiales biológicos para restauración, mantenimiento o mejora de funciones orgánicas —entre ellas, las afectadas en el proceso de envejecimiento— no dista de los propósitos por los que trabaja hoy la medicina regenerativa.

De igual forma, entre las ficciones que hacen foco en las potencialidades desmedidas de la ingeniería genética se ubica *El precio del mañana* (2011), del director Andrew Niccol. Este film exhibe el derrotero de una sociedad situada en el año 2161, en la que se logra detener el envejecimiento y el tiempo se convierte en dinero, el que no solamente sirve para pagar, sino literalmente para vivir. Se envejece hasta los 25 años y a partir de allí las personas cuentan sólo con un año más de vida, por lo que deben ganar tiempo para recargar sus “relojes corporales” y permanecer vivos. La juventud permanente es alcanzada por todos, pero mientras los ricos tienen tiempo para vivir para siempre, los demás deben ganar tiempo día a día y administrar cada minuto para evitar morir.²⁹

Por otra parte, aunque no se inscriba estrictamente en el género de las distopías, la película *El hombre bicentenario*, de 1999, dirigida por Chris Columbus, basada en el cuento homónimo de Isaac Asimov, bien podría caer entre las que transcurren en sociedades futuras y tratan de la inmortalidad, pero desde un punto de vista prácticamente inverso a las demás. Un robot diseñado para servir en los quehaceres domésticos (en el tiempo de la historia cada hogar cuenta con uno) adquiere caracteres humanos como la sensibilidad, y solicita ser modificado para poder envejecer y convertirse en un ser mortal con el fin de que le reconozcan la condición humana y poder casarse con quien amaba. Aquí, como en el mito griego referido al inicio de esta sección en el que Titono termina suplicando morir, la inmortalidad es recusada y se batalla por perderla.

La exploración de supervivencias imaginales en el cine en torno a la conquista del envejecimiento y la perpetuación de la vida no pretende ser exhaustiva, así como el criterio escogido para agrupar las películas seleccionadas tampoco es el único posible.

Ahora bien, como fue dicho al dar inicio a esta exploración, la potencia de estos relatos radica en que ficcionan la realidad y funcionan más allá de la fic-

²⁹ El inestable equilibrio del sistema social que presenta *El precio del mañana* es reseñado en elocuentes frases como: “si todos vivieran para siempre, ¿dónde los pondríamos?”, “¿por qué crees que hay gente con millones de años si la mayoría vive al día?”, “para que muchos sean inmortales muchos deben morir”, “pon suficiente tiempo en las manos equivocadas y destruirás el sistema” y “el problema es que todos quieren vivir para siempre y no estamos preparados para eso”.

ción. En este sentido, cabe destacar que los discursos mitológicos y ficcionales no se encuentran restringidos al tiempo pasado o a un hipotético tiempo futuro; por el contrario, las significaciones mitológicas y ficcionales se acoplan a la trama significativa de visualidades *antiaging* que circula en la cotidianidad. En el flujo discursivo actual se condensa el pasado, el presente y el futuro. Para poner en evidencia esta dinámica interdiscursiva y transtemporal de las visualidades *antiaging* fue necesario efectuar un distanciamiento metodológico para comprender una pauta que conecta las significaciones más allá de sus ámbitos de circulación, modos de manifestación y motivaciones de producción. Se trata, en definitiva, de problematizar la insistencia multidimensional y multitemporal de la producción imaginal acerca de la pretensión de controlar el envejecimiento y perpetuar la vida.

Epílogo

En este artículo se ha explorado la producción y circulación de imágenes y discursos sociales asociados a la expectativa de controlar el envejecimiento, conservar la juventud y alcanzar una longevidad saludable, concebidos en términos de construcciones imaginales denominadas visualidades *antiaging*. La construcción de sentido de estas visualidades involucra discursividades de distintos tipos: estéticas, cosméticas, comerciales, científicas, mediáticas, médicas, sociodemográficas, políticas, morales, mitológicas, ficcionales.

Llegado este punto, la suspensión de la exploración no implica haber agotado la trama de visualidades *antiaging*. La construcción de esta trama conlleva un enlace de tiempos que busca propiciar la fosforescencia de relaciones entre las imágenes: de distintos discursos contemporáneos del anti envejecimiento y la prolongación saludable de la vida, a los mitos y las leyendas en torno a la inmortalidad y la eterna juventud en un pasado de larga duración, y de allí a los relatos cinematográficos que movilizan la imagen de la perpetuación de la juventud y de la vida, a su vez, proyectadas al futuro.

En este sentido, cada imagen no es sino un fragmento tritemporal de sentido: envuelve a la imagen actual que se muestra (se presenta, se hace presente), a ciertas imágenes precedentes que arrastra como espectro, y a otras arrojadas a un tiempo por venir como potencia. Es así que la imagen expresa el choque de una historia anterior y una historia ulterior, tal como fue pensado por Benjamin y retomado por Didi-Huberman (2006, p. 136).

La construcción emprendida aquí surca lo imaginal en un tiempo y a través del tiempo, lo arrastra, lo recorta, lo pausa, lo revuelve. La intención de ello no con-

siste en confirmar lo que supervive sintomáticamente para rendirse ante el sosiego que brinda lo que se conoce y se repite. Por el contrario, la exploración de visualidades *antiaging* procura conocer sus manifestaciones actuales, extrañarse ante su naturalización, reconocer en ellas la pervivencia de relatos pasados para problematizar su insistencia y la forma que asumirán en un futuro a la luz del impulso presente. Porque, como bellamente lo expresa José Luis Brea, “es preciso situarse en ese filo hipnótico en el que *lo todavía posible* [cursivas añadidas] se adueña del mundo y le da forma —aunque sólo sea porque únicamente en su delgadez sin espesor es posible actuar, decidir, producir, formar” (2007, p. 89).

La pregnancia del régimen de visualidades *antiaging* puede sintetizarse en su triple carácter. Es omnicompreensivo, por crear una suerte de *continuum* de discontinuidades etarias en el que encajan públicos de distintas edades para quienes diseña y dispone respuestas y soluciones particulares ante la búsqueda de mantenimiento de la juventud. Es ubicuo, por la permeabilidad de su discurso en distintos ámbitos y registros, mediante los cuales interpela a múltiples públicos a asumir el envejecimiento como una problemática subjetiva y social. Y es perdurable, por encarnar y capitalizar el flujo discursivo de una constante antropológica como el impulso y afán de perpetuación de la vida.

Así como se fundamenta y organiza en torno al énfasis en la posibilidad de control del envejecimiento, el régimen de visualidades *antiaging* también refuerza implícitamente su sentido contrario: que el envejecimiento —en tanto proceso inherente a la vida— es un riesgo latente que toca indefectiblemente a todos. Sin embargo, en lugar de constituir su endeblez o inconsistencia, ello lo consolida como un régimen del que nadie podría quedar exento. Allí radica su potencia.

Al pensar el régimen de visualidades *antiaging* propiamente como una imagen o un cuadro que reúne el conjunto de sentidos que el mismo produce y pone en circulación, cabría advertir su foco y fuera de campo. El cuerpo es el fragmento imaginal donde hacen foco las visualidades vehiculizadas por el régimen del *antiaging*. Esto quiere decir tanto que estos diversos sentidos remiten al cuerpo, como que el cuerpo compendia esta dispersión de sentidos. Hay en ello una relación entre el cuerpo como imagen y el cuerpo como medio, tensión indisoluble que relega y desbarata la idea de la imagen como mera representación (Belting, 2007). Las visualidades *antiaging* se hacen cuerpo en el cuerpo; éste se erige en una imagen hologramática que condensa materialmente los sentidos implicados en aquellas visualidades. Este efecto de corporización implica también un modo de subjetivación, en el sentido foucaultiano de formas de actividad o prácticas sobre sí mismo por las cuales el sujeto se constituye y se transforma en cuanto tal (Foucault, 2010, 2011a, 2011b).

A partir de aquí se vuelve explícita la relevancia de seguir una línea de indagación de las prácticas y disposiciones subjetivas de cuidado personal que persiguen mantener la juventud, controlar el envejecimiento y alcanzar una longevidad saludable, impulsadas y desarrolladas en la actualidad. En esta línea cabe problematizar tales prácticas en tanto modos de preocupación sobre sí mismo por parte de los sujetos —o lo que Foucault (2010, 2011b) llama inquietud de sí—.³⁰

Asimismo, cabe analizar las prácticas, terapéuticas y tecnologías promovidas por el régimen del *antiaging* en términos de técnicas de sí o tecnologías del yo (Foucault, 2008)³¹ por las cuales los sujetos buscan transformarse a sí mismos. A tal punto llega esa transformación que se pretende no envejecer y perpetuar la existencia. Esta perspectiva revela su complejidad al considerar que el aspecto de sí sobre el que los sujetos realizan este trabajo de intervención-transformación —lo que correspondería a la sustancia ética según Foucault (2011a)— no es simplemente el cuerpo o su estética, sino más bien el (paso del) tiempo como dimensión constitutiva de la vida.

Ahora bien, el fuera de campo de las visualidades *antiaging*, concebidas en conjunto como imagen, remite a un profundo silencio imaginal, un blanco, un revés latente que, de alguna manera, amenaza la estabilidad de la composición del régimen del *antiaging*. Se trata de los cuerpos que no se ven, cuerpos invisibilizados, cuerpos que no encuadran en la norma y la imagen de juventud y vitalidad, cuerpos envejecidos, cuerpos que no fueron o no son posibles rejuvenecer. En definitiva, se trata de lo intolerable del régimen visual (Rancière, 2010). El *antiaging* recrea un régimen de exhibición-invisibilidad en el cual las imágenes de los cuerpos fijados en la —hasta ahora— indeclinable senda del envejecimiento se vuelven intolerables. Pero no es propiamente la decrepitud, la vulnerabilidad, la inminente extinción que revelan esos cuerpos lo que los hace inadmisibles para el régimen de visibilidad que propugna el imperativo de lozanía, vitalidad y longevidad. Funda-

³⁰ A los efectos de señalar la operatividad de esta clave de lectura baste recordar un breve pero elocuente pasaje: “La inquietud de sí es una especie de aguijón que debe clavarse allí, en la carne de los hombres, que debe hincarse en su existencia y es un principio de agitación, un principio de movimiento, un principio de desasosiego permanente a lo largo de la vida” (Foucault, 2011b, p. 24). En este principio que Foucault rastrea en ciertas prácticas en la cultura griega y romana de finales de la Antigüedad al modo en que las visualidades *antiaging* insisten y se despliegan en la actualidad hay, sin duda, mayor proximidad que la sospechada.

³¹ En una de las definiciones de estos conceptos, Foucault incluye precisamente la inmortalidad entre los estados que se busca alcanzar por vía de la transformación de sí mismo mediante las tecnologías del yo. Dice al respecto que éstas son las “que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad” (Foucault, 2008, p. 48).

mentalmente, lo que hace intolerable a esos cuerpos es que confirman la improbabilidad, inaccesibilidad o distancia que media hasta las promesas y consignas del antienvjecimiento y la longevidad saludable.

El montaje de visualidades *antiaging* brinda el sosiego ante la incertidumbre e intranquilidad o esa inquietud de sí respecto al proceso de envejecer. Asimismo, constituye un dispositivo de formas visibles, imaginables y esperables de vidas, estéticas corporales, disposiciones subjetivas y prácticas de cuidado, a la vez que otras formas, sujetos y expectativas son excluidos. De esta manera, la producción y circulación de visualidades *antiaging* revela su carácter eminentemente político como creación de una forma de vida y diseño de técnicas de intervención corporal y subjetiva para su consecución.

En este sentido, aquí se abre otra línea de problematización de la producción imaginal del *antiaging* que ponga en juego “configuraciones nuevas de lo visible, lo decible, lo pensable, y, por eso mismo, un paisaje nuevo de lo posible” (Rancière, 2010, p. 103).³² Con ello despliega todo su sentido y potencialidad la propuesta de Castoriadis (1994) —expresada en la cita escogida como epígrafe de este artículo—, relativa a liberarse del fantasma de la inmortalidad como condición para expandir el imaginario social creador y generar otro tipo de relación con el paso del tiempo. Aquí, ese fantasma es el flujo discursivo sobre el control del envejecimiento que atraviesa y soporta las diversas visualidades *antiaging*. Desmontarlo constituye un trabajo de carácter social y constructivo sobre las significaciones imaginables, del que no están exentos los propios públicos-consumidores del *antiaging* como productores de ese imaginario. La radicalidad de tal trabajo reside en asumir que la pretensión de controlar el envejecimiento y lograr una longevidad saludable configura un proyecto cuya consecución comporta significación biopolítica por comprometer el futuro de la vida, tanto en lo que refiera a la gestión de los procesos biológicos como la de los imaginarios. Las visualidades exploradas en este artículo constituyen los pilares imaginables de ese futuro.

Referencias

American Psychiatric Association (APA). (1987). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Third Edition: DSM-III-R*. Washington, D.C.: Autor.

³² Este mismo sentido sigue la propuesta de Didi-Huberman (2006, p. 269) respecto a que “inventar un nuevo campo de formas es inventar un campo de fuerzas capaces de ‘crear lo real’, de ‘determinar una nueva realidad a través de una forma óptica nueva’”.

- American Psychiatric Association (APA). (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fourth Edition: DSM-IV-TR*. Washington, D.C.: Autor.
- American Psychiatric Association (APA). (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fifth Edition: DSM-5*. Washington, D.C.: Autor.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Barriga Castro, A. M., Fariás Villarraga, M. L., Ruiz Barreto, Á. L., Sánchez Victoria, A. J. y Jiménez Barbosa, W. G. (2011). Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia. *Ciencia & Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 9 (1), 125-137.
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.
- Bernardini, D. (2014). ¿A quién le importa el envejecimiento de la población? Una visión regional para una respuesta local. *Voces en el Fénix*, (36), 104-109.
- Binstock, R. (2004). Antiaging medicine: the history. *Medicine and research. Journal of Gerontology: Biological Sciences*, 59 (6), B523-B533.
- Blech, J. (2005). *Los inventores de enfermedades. Cómo nos convierten en pacientes*. Barcelona: Destino.
- Brea, J. L. (2005). *Estudios visuales. La epistemología política de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.
- Brea, J. L. (2007). *Cultura RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- Butler, R. y Lewis, M. (1982). *Aging and mental health: positive psychosocial and biomedical approaches*. St. Louis: C.V. Mosby Co.
- Carpintero, E. (2011). *La subjetividad asediada. Medicalización para domesticar al sujeto*. Buenos Aires: Topía.
- Castoriadis, C. (1994). Tiempo e imaginación. *Revista Zona Erógena*, 18, 1-8.
- Cerda Gutiérrez, H. (2013). *Mitos de la sociedad moderna. Un negocio lucrativo*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Clarín*. (1999, 20 de noviembre). Un estudio en ratas demuestra que es posible alargar la vida. *Clarín*. Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1999/11/20/e-06001d.htm>.
- Clarín*. (2008, 5 de enero). Pirámide antiage: todo lo que se puede hacer para cuidar la piel de la cara. Recuperado de <http://edant.clarin.com/suplementos/mujer/2008/01/05/m-01578127.htm>.
- Clarín*. (2012, 23 de diciembre). Guerra a las arrugas: ya se vende en el país la pastilla para atacarlas. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/Guerra-arrugas-vende-pastilla-atacarlas_0_668933191.html.

- Clarín*. (2013, 4 de junio). Confirman que el protector solar también reduce las arrugas. Recuperado de http://www.clarin.com/sociedad/Confirman-protector-solar-reduce-arrugas_0_931707124.html
- Comolli, J.-L. (2007). *Ver y poder. La inocencia perdida: cine, televisión, ficción, documental*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Conrad, P. (2007). *The medicalization of society. On the transformation of human conditions into treatable disorders*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Córdoba, M. (2010). La cirugía estética como práctica sociocultural distintiva: un lacerante encuentro entre corporeidad e imaginario social. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, año 2 (2), 37-48.
- Deleuze, G. (1987). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós.
- Didi-Huberman, G. (2006). *Ante el tiempo. Historia del arte y anacronismo de las imágenes*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Dipaola, E. (2011). La producción imaginal de lo social: imágenes y estetización en las sociedades contemporáneas. *Cadernos Zygmunt Bauman*, 1 (1), 68-84.
- Eco, U. (2004). *Apocalípticos e integrados*. Buenos Aires: Tusquets.
- Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Foucault, M. (1992). Las relaciones de poder penetran los cuerpos. En M. Foucault (Ed.), *Microfísica del poder* (pp. 163-172). Madrid: La Piqueta.
- Foucault, M. (1996). Historia de la medicalización. En M. Foucault (Ed.), *La vida de los hombres infames* (pp. 85-105), La Plata: Altamira.
- Foucault, M. (2008). *Tecnologías del yo*. Buenos Aires: Paidós.
- Foucault, M. (2010). *Historia de la sexualidad 3. La inquietud de sí*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Foucault, M. (2011a). *Historia de la sexualidad 2. El uso de los placeres*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Foucault, M. (2011b). *La hermenéutica del sujeto*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2012a). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets.
- Foucault, M. (2012b). *Lecciones sobre la voluntad de saber*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gell, A. (1998). *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press.
- Kiley, D. (1983). *The Peter Pan Syndrome: men who have never grown up*. Nueva York: Dodd Mead.

- Kirkwood, T. (2000). *El fin del envejecimiento. Ciencia y longevidad*. Barcelona: Tusquets.
- L'Abbate, C. (2007). *El arte de ser joven: por qué envejecemos prematuramente y cómo evitarlo*. Buenos Aires: Reysa Ediciones.
- Lafontaine, C. (2009). Regenerative medicine's immortal body: from the fight against ageing to the extension of longevity. *Body & Society*, 15 (4), 53-71.
- La Nación*. (2009, 16 de octubre). Peter Pan y los adultos. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1186817-peter-pan-y-los-adultos>.
- La Nación*. (2013a, 19 de marzo). No veo por qué no podríamos abolir la vejez. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1564664-joo-pedro-de-magalhes-no-veo-por-que-no-podriamos-abolir-la-vejez>.
- La Nación*. (2013b, 23 de junio). Retrasar la vejez: mitos y verdades de los métodos para vivir más. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1594549-retrasar-la-vejez-verdades-y-mitos-sobre-como-vivir-mas>.
- La Nación*. (2013c, 19 de septiembre). Tu plasma puede ser un buen antiage. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1621161-tu-plasma-puede-ser-un-buen-antiage>.
- Machado, A. (2009). *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez Luna, S. (2012). La antropología, el arte y la vida de las cosas. Una aproximación desde Art and Agency de Alfred Gell. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 7 (2), 171-196.
- Mühlberger, R. (2012). *El cuerpo del futuro. La medicina ortomolecular y anti-age que revoluciona la estética*. Buenos Aires: Golden Company.
- Ortega, F. y Zorzanelli, R. (2010). A cerebralização da fadiga: uma análise da hipótese cerebral no caso da síndrome da fadiga crónica. *História, Ciências, Saúde*, 17 (2), 289-305.
- Página/12*. (2007, 10 de agosto). Los muchachos de antes no usaban crema antiage ni gel hidratante. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-89468-2007-08-10.html>.
- Página/12*. (2009, 5 de octubre). El Nobel fue para la búsqueda de la juventud eterna. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-132954-2009-10-05.html>.
- Pérez-Rioja, J. A. (1980). *Diccionario de símbolos y mitos*. Madrid: Tecnos.
- Rafailov, I. (2003). *Dicionário Igor de Fobias. Com sinônimos e termos correlatos*. Recife: Ed. do Autor.
- Raich, R. M. (2004). Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 22 (1), 15-27.

- Rancière, J. (2005). *La fábula cinematográfica. Reflexiones sobre la ficción en el cine*. Barcelona: Paidós.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.
- Rodríguez Díaz, S. (2008). El proceso de medicalización y sus consecuencias. Entre la moral, el poder y el negocio. *Intersticios*, 2 (2), 71-85.
- Rodríguez Zoya, P. (2013). *Medicalización y Salud Perfecta: la doble cara del nuevo paradigma de la salud*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Rozenberg, D. (2011). *Age management: una nueva visión de la medicina anti-envejecimiento*. Buenos Aires: Edición del Autor.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2002). *Active ageing. A policy framework*, Ginebra: Autor.
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2012). *Salud en las Américas. Panorama regional y perfiles de país*. Washington, D.C.: Autor.
- Salvarezza, L. (1996). *Psicogeriatría: teoría y clínica*. Buenos Aires: Paidós.
- Sanhueza, J. y Valenzuela, A. (2012). Nutrigenómica: revelando los aspectos moleculares de una nutrición personalizada. *Revista Chilena de Nutrición*, 39 (1), 71-85.
- Seel, M. (2010). *Estética del aparecer*. Buenos Aires: Katz.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, R. (2002). In search of “non-disease”. *British Medical Journal*, 324 (7342), 883-885.
- Sommer, S. (2013). *Según pasan los años. La vejez como un momento de la vida*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Tramer, N. (2008). La perspectiva de la longevidad: un tema para repensar y actuar. *Revista Argentina de Sociología*, 6 (10), 91-110.
- United Nations Population Fund (UNFPA). (2012). *Ageing in the twenty-first century. A celebration and a challenge*. Nueva York: United Nations Population Fund.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Veronesi, U. (2013). *Longevidad*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Virgen Montelongo, R., Zaragoza, A. C., Morales Bonilla, G. y Villaseñor Bayardo, S. (2004). Los trastornos de ansiedad. *Revista Universidad de Guadaluajara*, 30, 1-20.
- Wilde, O. (1999). *El retrato de Dorian Gray*. Buenos Aires: Bureau Editor.
- Wolpert, L. (2011). *Cómo vivimos, por qué morimos. La vida secreta de las células*. Buenos Aires: Tusquets.