

Dar la talla

ANTHONY ELLIOTT

## Dar la talla

Cómo la cirugía estética  
transforma nuestras vidas

Traducción de Ricardo García Pérez



ISBN 978-84-96822-71-9

PRIMERA EDICIÓN EN 451 EDITORES  
2009

TÍTULO ORIGINAL  
*Making the cut. How cosmetic  
surgery is transforming our lives*

EDICIÓN ORIGINAL  
Reaktion Books, Londres, 2008

© DEL TEXTO: Anthony Elliott, 2009  
© DE LA TRADUCCIÓN: Ricardo García  
Pérez, 2009  
© DE LA EDICIÓN: 451 Editores, 2009

Xaudaró, 25  
28034 Madrid - España

tel 913 344 890 - fax 913 344 894

info451@451editores.com  
www.451editores.com

DIRECCIÓN DE ARTE  
Departamento de Diseño e Imagen GELV

DISEÑO DE COLECCIÓN  
holamurray.com

MAQUETACIÓN  
Departamento de producción GELV

IMPRESIÓN  
 Talleres Gráficos GELV  
(50012 Zaragoza)  
Certificado ISO

DEPÓSITO LEGAL: Z.  
IMPRESO EN ESPAÑA

Todos los derechos reservados. Esta  
publicación no puede ser reproducida  
sin el permiso previo por escrito de la  
editorial.

Para Charles Lemert

## ÍNDICE

### Introducción 11

1. CIRUGÍA PLÁSTICA DRÁSTICA: EL AUGE DE LA CULTURA DE LA CIRUGÍA ESTÉTICA 21
2. LA OBSESIÓN POR LA CELEBRIDAD: LA FAMA, LA FORTUNA Y SU FALSIFICACIÓN 67
3. EL CONSUMISMO DE LA CARENCIA SÚBITA: TRANSFORMACIÓN INMEDIATA, OBSOLESCENCIA INSTANTÁNEA 109
4. DAR LA TALLA: LA CULTURA DE LA CIRUGÍA ESTÉTICA EN LA ECONOMÍA ELECTRÓNICA GLOBALIZADA 149

### Notas bibliográficas 201

### Agradecimientos 213

## INTRODUCCIÓN

EN LA NUEVA ECONOMÍA NO HAY NADA MÁS ATRACTIVO QUE LA cirugía. Desde las inyecciones de Botox y las liposucciones hasta los liftings faciales y la eliminación de los michelines, en los últimos años se ha incrementado el número de intervenciones de cirugía estética realizadas en todo el planeta, pues los consumidores gastan cada vez más en sí mismos, en busca de atractivo sexual y belleza artificial. En una sociedad en la que la celebridad es algo divino, impera la tecnología de la información, predominan las nuevas formas de trabajo y la gente se juzga mutuamente cada vez más por la primera impresión, los realces cosméticos del cuerpo han acabado por causar furor.

11

La cultura de la cirugía estética atraviesa todos los ámbitos de nuestra sociedad a pasos agigantados. Un estudio europeo reciente reveló que hoy día la mayor parte de las mujeres esperan someterse a una intervención de cirugía estética en algún momento de su vida\*. Otro estudio,

---

\* El estudio fue encargado en el año 2005 por la revista *Grazia*. La investigación también reveló que la cuarta parte de los adolescentes varones pensaban que necesitarían cirugía estética en algún momento de su vida, mientras que el 40 por ciento de las adolescentes afir-

en esta ocasión estadounidense, detectaba que más de la mitad de los hombres de negocios pasaría por el quirófano con el fin de mejorar su carrera profesional. Por lo que parece, para el resto de nosotros la cultura de la reconstrucción corporal no es más que algo que forma parte de la vida cotidiana. La cirugía estética es sencillamente otra opción de vida, junto con la moda, el ejercicio físico y la terapia.

12 En *Dar la talla* me propongo analizar cómo afronta la sociedad la construcción y reconstrucción que plantea la cultura de la cirugía estética. En el capítulo uno comienzo exponiendo la dinámica de la cultura de la cirugía estética en relación con la sociedad, la cultura, la economía y la política. Sostengo que una vida entregada a la búsqueda de la liposucción está muy condicionada por tres fuerzas fundamentales, todas y cada una de las cuales son tan culturales como estructurales. La primera tiene que ver con la fama: el impacto del mutable concepto de la fama ocupa un lugar cada vez más central en las decisiones que las personas toman de someterse a tratamientos cosméticos y alteraciones quirúrgicas del cuerpo. Desde los innumerables medios de comunicación que escrutan los cuerpos de las celebridades (como Paris Hilton, Angelina Jolie o Nicole Kidman) hasta la cautivadora influencia cultural de los *reality shows* como *Extreme Makeover* [en España, *Cambio radical*] o *The Swan* [en español, 'El cisne'], cada vez un número mayor de personas rinde culto a las celebridades

---

maban que ya habían pensado en la posibilidad de someterse a una operación de cirugía estética. Véase Decca Aitkenhead, «Most British women now expect to have cosmetic surgery in their lifetime», *The Guardian*, 14 de septiembre de 2005. Véase también «Most women “want plastic surgery”», *BBC News Health*, 8 de agosto de 2001.

siguiendo su ejemplo directamente hasta el quirófano. Esta evolución es fruto de un complejo conjunto de transformaciones que han tornado la fama en celebridad, y sus condiciones y consecuencias se analizan en el capítulo dos.

La segunda fuerza impulsora de la cultura de la cirugía estética es el consumismo. Comprar belleza (cambiar la apariencia personal, la complexión individual o ponerse implantes corporales) es en la actualidad un elemento esencial de la vida de las caras ciudades de Occidente, a lo cual se someten principalmente mujeres pero, cada vez más, también varones. Desde las cremas rejuvenecedoras de la piel y la odontología cosmética hasta el Botox o el aumento de pecho, la comercialización y envasado de la belleza realzada artificialmente son hoy día fundamentales para vender «éxito en la vida». A este respecto, se ha intensificado el individualismo adquisitivo, preocupado por comprar cada vez más artículos. Actualmente, los consumidores sensatos no solo se centran en adquirir bienes o servicios selectos, sino que también invierten de forma compulsiva en la mejora de su yo mediante la compra de elementos corporales que lo realcen. En este sentido, las nuevas identidades consumidoras de cultura de la cirugía estética han incorporado un tinte adictivo. El peso de la industria del consumo y el consumismo desaforado han modelado la cultura de la cirugía estética desde sus raíces. En el capítulo tres exploramos algunos de los aspectos en que el desarrollo del consumismo y de las industrias del consumo han afectado a las concepciones que tienen las personas de su cuerpo y de su identidad tal como se experimentan en la cultura de la cirugía estética.

La tercera fuerza que impulsa la cultura de la cirugía estética se desprende de las anteriores, pero raras veces se



analiza explícitamente en los debates sobre la materia. Hace referencia a la nueva economía proclamada por la globalización; esto es, cómo el ritmo acelerado de cambio económico actual conforma unos imperativos culturales más amplios en relación con la capacidad de adaptación al puesto de trabajo y la flexibilidad de la identidad. Mi tesis es que la nueva economía generada por la globalización se inmiscuye de forma traumática en la vida emocional de las personas, muchas de las cuales pugnan por ajustarse a los frecuentes despidos de las empresas actuales. El capítulo cuatro se centra en los espectaculares cambios que está sufriendo la economía electrónica global y los modos en que los despidos, los recortes de plantilla y las deslocalizaciones de las empresas afectan al sentido de la identidad de las personas. Pues, como señalan Louis Uchitelle y N. R. Kleinfield, el precio de la reducción potencial de empleos o la pérdida de los mismos como consecuencia de la nueva economía es «la inseguridad profesional más acusada desde los tiempos de la Gran Depresión. Y esta, a su vez, ha ocasionado una angustia que está haciendo añicos los conceptos de trabajo e identidad de las personas y la mera promesa de que haya un día de mañana»<sup>1</sup>. Muchas personas han reaccionado ante esta sensación de dislocación e inseguridad económica (lo que yo denomino la omnipresente sensación de *miedo ambiental* de nuestros días) buscando nuevas formas de reinención radical de sí mismos en términos generales y a través de la cultura de la cirugía estética en particular. Muchas de ellas consideran que una cara estirada recién comprada o la eliminación de la grasa mediante una liposucción son la mejor senda para mejorar su vida, su carrera profesional y sus relaciones.

La mayor parte de las veces, y de forma general, han sido los medios de comunicación los que han llamado la atención sobre estas transformaciones. Los titulares de los periódicos informan de la subida de la marea de la inseguridad laboral en la nueva economía, y de las prácticas de reinención radical a las que los individuos se someten como consecuencia de ello. *The Wall Street Journal* ofrece el titular «La cirugía plástica atrae a los pacientes que confían en ascender en la escala profesional»<sup>2</sup>. *The New York Times* titula «A veces, los retoques pueden ser apuestas profesionales»<sup>3</sup>. *The Boston Globe* publica «Una nueva arruga en la feroz competitividad»<sup>4</sup>. La revista *Canadian Business* señala que «Los chicos del bisturí acaban primeros»<sup>5</sup>. *Personal Today* subraya que «La cirugía plástica puede ser la clave para rejuvenecer una carrera en declive»<sup>6</sup>. Y un periódico australiano publicó recientemente el titular «Con un rostro de 20 000 dólares se compra un nuevo puesto de trabajo», cuyo subtítulo decía: «Es mejor que reformar la cocina»<sup>7</sup>. Todas estas noticias de prensa indican la vinculación general existente entre los negocios y la belleza, el comercio y la cosmética. Todas ellas hacen hincapié en que la belleza artificial y el realce quirúrgico del cuerpo son medios para adaptarse a las presiones de la vida empresarial y a la economía global. En todos estos casos el análisis es muy somero y el detalle muy vago. En cambio, el objetivo de este libro es analizar con rigor y profundidad la cultura de la cirugía estética y su relación con la nueva economía de la globalización avanzada.

En los debates recientes sobre la globalización las alusiones a la «nueva economía» se han convertido en un tópico, y yo debería esclarecer de antemano con qué significado emplearé el concepto en este libro. La nueva economía,

tal y como yo utilizo este concepto, hace referencia a la aparición de una tecnología de producción basada en la informática, sobre todo en los sectores financieros, de servicios y de comunicaciones; la expansión de las nuevas tecnologías de la información que sustentan la difusión por el espacio de una producción y un consumo globales; y los nuevos modos de organizar el trabajo, principalmente en torno a los imperativos de la adaptabilidad y la flexibilidad<sup>8</sup>. Todos estos rasgos de la nueva economía han propiciado un cambio veloz en todas las facetas de la vida pública y privada, y seguramente en ningún otro ámbito de un modo tan acusado como en el del temor de la gente a dudar de su valía personal, a la escisión de la identidad propia y a la fragmentación de la vida familiar. De hecho, donde anida un nuevo tipo de temor es en el desplazamiento del contrato de trabajo tradicional (seguridad profesional a largo plazo, promoción escalonada, sueldo y pensión ligados a la longevidad) hacia el nuevo consenso laboral (contratos de corta duración, cambios de trabajo frecuentes y pago mediante acciones, asunción de riesgos elevados). Sostengo que el miedo a las incertidumbres del futuro (en el trabajo, las relaciones, la vida misma) es lo que impulsa a muchos miembros de las sociedades actuales a dar sentido a semejante desajuste social a través de la cultura de la cirugía estética. Como es lógico, la cantidad de reacciones de este tipo ante las actuales transformaciones generalizadas es todavía relativamente pequeña; y no quiero decir que esa nueva economía represente a la totalidad de la economía. Pero, como señala acertadamente Richard Sennett, «es cierto que ejerce una profunda influencia moral y normativa como modelo de avanzada para la evolución del conjunto de la economía»<sup>9</sup>. Ya solo

por este motivo debería apreciarse la presentación de la idea de la cultura de la cirugía estética en un contexto bastante más novedoso; un contexto que podría caracterizarse en términos generales como «creación y reacción» ante la economía electrónica global.

Llegados a este punto, debería indicar al lector algo acerca del tipo de investigación que he llevado a cabo al escribir este libro. A lo largo de toda la extensión de *Dar la talla*, para desarrollar mis argumentos he recurrido extensamente a periódicos, revistas y artículos de Internet, así como a debates sobre el asunto de la cirugía estética. Un lector escéptico podría cuestionar perfectamente el método, o preguntarse por qué presto tanta atención a las experiencias de personas corrientes tal como nos las presentan los medios de comunicación. La respuesta es sencilla. Algunos de los ejemplos más reveladores de la cultura de la cirugía estética y de sus profundas afinidades con la economía global pueden encontrarse en los medios de comunicación y, en este aspecto, no se puede negar que los relatos periodísticos de la cirugía estética son en su mayoría más demostrativos que muchos de los estudios académicos publicados hasta la fecha. Al utilizar los medios de comunicación como fuente documental he tratado de leer lo más posible, citando artículos, por una parte, de *The New York Times* y de la revista *Time* y, por otra, de prensa local como *The Adelaide Advertiser* o de revistas empresariales. Confío en que el resultado refleje el alcance de la cultura de la cirugía estética, así como la intensidad de su dinamismo local y global.

Pero lo que da forma a mi tesis y aporta el contenido de los episodios referidos en *Dar la talla* son las personas

a las que he entrevistado en los últimos años: los numerosos cirujanos y pacientes de la cirugía estética. En este sentido, el libro concede un privilegio especial a la investigación de lo personal o lo subjetivo como instrumento para reflejar mejor un fenómeno social complejo. Son particularmente las contradicciones emocionales, las tensiones psíquicas y las dificultades interpersonales que la gente experimenta en relación con sus identidades y sus cuerpos, tal como se reflejan a través de la cultura de la cirugía estética, lo que da forma a mi tesis sobre la enorme importancia de la nueva economía y la globalización. En ese sentido, al igual que en mi libro anterior, *The new individualism: The emotional costs of globalization*, escrito con Charles Lemert, me he tomado la libertad de redactar episodios ficticios para hablar por las personas a las que he entrevistado. Lo he hecho en parte para proteger u ocultar las identidades de los individuos. Pero, lo que es igualmente importante, los episodios ficticios que refiero sirven para condensar los detalles de las narraciones que he escuchado a lo largo de muchas horas de entrevistas. Así, conjugando varias voces en una sola, he tratado de reflejar con mayor precisión lo que sucede en la mente de las personas y de recoger parte de la experiencia concreta de la cultura de la cirugía estética.

Por último, el lector encontrará teorías sociales aplicadas o yuxtapuestas al análisis de cómo entiende un individuo la cultura de la cirugía estética. Dada mi condición de sociólogo profesional, no he dudado en hacerlo. Por una parte, mi opinión es que la imaginación sociológica, tanto práctica como profesional, se enriquece con la mezcla de datos procedentes de entrevistas, reportajes periodísticos, «libros publicados» en los medios de comunicación, enfo-

ques sociológicos y teorías sociales. Pero al adoptar dicho enfoque para escribir este libro mi propósito fundamental es establecer una relación entre, por una parte, los detractores de la cultura de la cirugía estética y, por otra, los especialistas en globalización y nueva economía. En su mayoría, ambos grupos han tenido muy poco que decirse mutuamente, si es que han llegado a dirigirse la palabra. Pero en la medida en que la tesis que expongo en *Dar la talla* sea correcta, las interrelaciones entre comercio y cosmética serán cada vez más esenciales para la nueva economía. Mi tesis es que este problemático conjunto de relaciones entre la cultura de la cirugía estética y la industria global de la remodelación personal exige un análisis riguroso.