

Espíritu del tiempo

Spirit of time

JORGE ARTURO DÍAZ REYES*

La noche del 5 de febrero, en el Crypto Arena de los Ángeles, durante la gala 65 de los premios Grammy, Madonna reapareció y su sola presencia impactó el auditorio y las redes. Dos días después, la escritora Jennifer Weiner publicó en el New York Times cosas como estas:

“Allí estaba el camaleón más grande de nuestra era, una mujer que siempre ha tenido la intención de reinventarse, haciendo cada vez algo más subversivo, al brindarnos una cara nueva, no necesariamente mejorada. Aparte de la crítica sobre el trabajo de la belleza, la inevitabilidad del envejecimiento y el difícil predicamento de las celebridades femeninas mayores... , su frente suave y reluciente como un cuenco de porcelana. Sus cejas, blanqueadas y depiladas hasta casi ser invisibles. Sus pómulos, con profundos huecos debajo de ellos... Los cirujanos plásticos “on line” competían tumultuosamente, por adivinar a qué procedimientos se había sometido...”

¿Madonna fue tan profundamente absorbida en el vórtice de la cultura de la belleza que se pasó? ¿La presión de parecer más joven la ha hecho querer verse como una especie de bebé ultra contorneado?

La gente hizo bromas con su foto junto a las cómicas del “Jigsaw” de los videojuegos y la “Janice” de los Muppets, y también alusiones a la urgente necesidad de buscarse otro cirujano... ¿Es posible que Madonna cegada por su fama y riqueza haya perdido la capacidad de verse a sí misma objetivamente, como le ocurrió a Michael Jackson...? Vivir en, por y para el show.

Somos la sociedad del espectáculo, de la representación, de la imagen. Como en la cavernaria fábula de Platón, nuestra cultura se nutre hoy más que de realidades, de apariencias. Apariencias que tocan los instintos, accionan el clic, crean las tendencias y mueven los comportamientos individuales y colectivos.

Reino del simulacro, la virtualidad, la hiperrealidad. Lo que no es, es más real de lo que es, pero no es. Esa pseudo realidad que reemplaza y supera la realidad. La

holografía, por ejemplo, que hace reales, autentica los billetes, las tarjetas de crédito, los documentos. Sus reproducciones de arte parecen más convincentes que los deteriorados originales de los museos. Y así, con monumentos, parques, edificaciones, ciudades, paisajes y viajes por el macro y el micro universo con más detalle y visión de conjunto que presencialmente.

La verdad es una convención, vino a justificar cínicamente Michel Foucault. Reeditando el “No hay hechos solo interpretaciones” de Nietzsche, y otra vez a Platón. Subjetividades, que gregariamente masificadas conforman la gran subjetividad; el “Zeitgeist”, el espíritu del tiempo, el estado de opinión, la verdad de la época, su clima cultural, versión moderna del *genius seculi* latino.

Tal es hoy el dominio de la publicidad. Tecnológica fábrica de ilusiones, que intermedia entre sujetos y objetos alterando colectivamente la percepción, estimulando el instinto, direccionando la acción. Creando emociones, impulsos, apetencias, valores, modelos, patrones... Paradigmas de lo cierto, lo falso, lo bueno, lo malo, lo bello, lo feo, lo deseable, lo indeseable...

Oferta instantánea de identidades. Al comprar los calzoncillos modelados por el galán veinteañero de la propaganda, el cliente adopta el personaje, lo interpreta. También, con el automóvil, el palo de golf, el arma, el gesto, el mentón, los músculos, las mamas, los glúteos, el talle, la juventud...

El mundo es un teatro y todos somos actores, decía Ivo Pitanguy. Señalando que la cirugía de la forma humana, como recurso para encontrar el papel deseado, es una vía de sobrevivencia, de felicidad. “Cirugía del alma”, había dicho alguien antes, porque opera en el epicentro mismo del proceso cultural. Y ella misma va y cambia con él, como el camuflaje biológico.

Una mirada a las vicisitudes de la especialidad en Colombia durante el último medio siglo, muestra que

además del propio desarrollo epistemológico, científico, técnico y logístico, sus relaciones internas y externas, su ejercicio, su organización, su metodología, sus certezas han sido marcadas por los avatares del entorno social.

Recordemos. Hace cincuenta años, entre el 14 y el 17 de octubre de 1973, tuvo lugar en el hotel Colinas de Manizales el XIV Congreso Nacional de la SCCP. Presidió el doctor Flavio Velásquez, y como conferencistas invitados asistieron los doctores Víctor Spina de Brasil, José C. Viñas de Argentina y Reed Dingman de los Estados Unidos. Tres maestros de la cirugía reconstructiva, que imprimieron su sello al programa científico. Era lo esencial.

Dos días antes, el profesor Guillermo Nieto Cano, también expositor, había clausurado el Congreso de Cirugía de la mano en el Club San Fernando de Cali con un discurso centrado en el papel evolutivo de esta sobre el desarrollo cerebral y el devenir de la cultura, el cual fue publicado completo días después por el diario El Espectador de Bogotá, uno de los pocos llamados de circulación nacional en Colombia (no teníamos revista). Su brillantez lo ameritaba. La reconstrucción era la cirugía plástica, y función y estética le eran inherentes.

El orador, alumno de Sir Harold Guillies, y piedra fundamental en la construcción de la especialidad en el país, asentaba su hacer quirúrgico y su magisterio sobre bases humanísticas; políglota, lector erudito y libre pensador, entendía la formación del médico especialista y su ejercicio igual. Más allá del talento artístico, de la actitud, la aptitud y el nivel socioeconómico; la curiosidad intelectual, el pensamiento crítico, la universalidad, la sensibilidad y la ética.

Con tales pretensiones enrumbo el naciente programa de posgrado que dirigió por largos años en la Universidad Nacional, así como la SCCP, de la cual fue fundador, primer presidente y orientador hasta su muerte.

Entonces, decíamos, la especialidad era una sola, y como tal rompía el cerco de los prejuicios y las preveniciones moralistas, abriendo espacio autónomo dentro de la práctica privada, las facultades de medicina, los hospitales universitarios y todo el frente asistencial.

Bajo el principio de que toda modelación quirúrgica de la forma (plástica) es por definición estética y reivindicando el derecho a la existencia por su indispensable necesidad médica. Anticipada por mucho a la definición promulgada por la OMS en Alma-Ata, septiembre de 1978. “*La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social...*”

Que vino a contestar institucionalmente los alegatos de veleidad, vanidad y suntuosidad, opuestos a su paso en los campos educativos, gremiales, presupuestales, políticos, jurídicos..., y de los cuales, aún quedan rezagos.

La medicina en su perpetua derrota frente a la muerte, logra solo diferir lo inexorable. Curando unas veces, aliviando otras, pero siempre con la obligación hipocrática de consolar. Si no poder perennizar la vida, sí hacerla vivible, paliando el sufrimiento. Ahí confluyen la cirugía plástica y la declaración de la OMS.

Ahora, Madonna subvirtiéndose en las pantallas, la reconstrucción y la estética, divorciándose por incompatibilidad de intereses, la competencia y el mercadeo fustigando la demanda, la técnica y la mecánica desplazando la reflexión, la seguridad del paciente y el miedo intimando a todos..., bullen las preguntas. Una: ¿Cuánto del humanismo Nieto Cano perdura en el Zeitgeist actual?

Nota: El 3 de mayo pasado, el historiador Yuval Harari, divagando sobre los alcances de la inteligencia no humana (inhumana), se preguntaba en la revista “The Economist”: ¿Qué pasará cuando la inteligencia artificial se apodere de la cultura? Y anticipaba la respuesta en el título de su artículo: Hablamos del posible fin de la historia humana.

Datos de contacto del autor

Jorge Arturo Díaz Reyes, MD
Correo electrónico: direccionrevista.sccp@cirugiaplastica.org.co; jadir45@gmail.com