



III Sección: Humanismo Contemporáneo

De Platón a Paltrow:

conocerse y cuidarse en el siglo XXI

Irene Guzmán Ferreto

Universidad de Costa Rica

irene.guzman@ucr.ac.cr

Susana Calvo Ballar

Universidad de Costa Rica

susanagabrielacalvo@gmail.com

Ángela Delgado Mora,

Universidad de Costa Rica

delgadamora.angela@gmail.com

Rafael Venegas Arias

Universidad de Costa Rica

raf1692@hotmail.com

Recibido: 29 de octubre de 2016

Aceptado: 14 de enero de 2017

Resumen

Los filósofos de la Antigüedad Clásica reflexionaron en múltiples ocasiones sobre el conocimiento y el cuidado de sí, como condiciones básicas para una buena vida. Este artículo cuestiona la validez de tales conceptos en la



La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.ucr.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/cr/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr.

actualidad, así como las características que definen una buena vida en el siglo XXI. Para esto, se analiza el papel de la celebridad, y el poder que estas personas tienen para influenciar comportamientos entre sus seguidores. Como caso paradigmático, se observa a Gwyneth Paltrow, y su sitio de estilo de vida, *Goop*. A partir de casos como el suyo, se describe una forma de cuidado de sí que se preocupa por las prácticas, pero no por el auto conocimiento.

Palabras clave: cuidado de sí; autoconocimiento; autocuidado, filosofía clásica; celebridad; gurús; estilo de vida.

From Plato to Paltrow:

knowledge and care of the self in the 21st century.

Abstract

Classical Era philosophers reflected on multiple times on the knowledge and care of the self, as basic conditions for leading a good life. This article questions the validity of such concepts in the present time, while pondering what defines a good life in the 21st century. To achieve this, the article analyzes the role of celebrities, and the power these people wield as influencers over their followers' behaviors. Gwyneth Paltrow and her lifestyle site *Goop* are observed as a paradigmatic case. Cases like this one allow us to depict a way of caring for oneself that is concerned about the practices, but not about the knowledge of the self.

Key Words: care of the self; self-knowledge; self-care; classical philosophy; celebrity; gurus; lifestyle.

Introducción

¿Existe alguna relación entre las enseñanzas de los filósofos clásicos y la vida cotidiana? ¿Para qué sirve conocer textos que se escribieron hace 2500 años? Estas fueron las preguntas que llevaron a la concepción de un artículo que cuestionara la validez de algunos conceptos propuestos por la filosofía antigua.

Se decidió enfocar el trabajo en un área muy específica, el cuidado de sí, y buscar su reflejo en la cultura de la salud y el bienestar físicos que demandan



prácticas conscientes de cuidado del cuerpo. Para esto se analizó el contenido original de las prácticas recomendadas y las condiciones que en la actualidad se imponen a quienes desean aplicar este tipo de cuidados conscientes a su propia vida.

El artículo se organiza en cuatro secciones: las primeras tres analizan el fenómeno desde la clasificación que del cuidado de sí propone el filósofo francés Michel Foucault, mientras que la última presenta un estudio de caso en el que la cultura de la celebridad ofrece a las personas comunes y corrientes un vehículo para orientar los esfuerzos de cuidado de sí.

Conocer y cuidar de sí

“Así, mi querido Alcibiades, sigue mis consejos, y obedece al precepto que está escrito en el frontispicio del templo de Delfos: concóctete a ti mismo” (Platón, *El primer Alcibiades o de la naturaleza humana* s.f., p. 53). Con estas palabras, Sócrates instaba a un joven Alcibiades a reflexionar sobre las cualidades necesarias para ser un líder, y a trabajarse a sí mismo, con el fin de convertirse en un gobernante digno.

Las nociones de conocerse y cuidarse eran muy importantes en el mundo antiguo. La necesidad de cuidar de sí puede trazarse hasta la sociedad lacedemonia, y era particularmente importante para las clases dominantes: una marca de la responsabilidad personal que implicaban los privilegios políticos y económicos (Santa Cruz, 2012, p. 86). Más allá de la responsabilidad en el puesto que la sociedad les asignaba, conocer y cuidar de sí ofrecía a estas personas una vía para crear una buena vida, y alcanzar la felicidad.

Cuidar de sí era una experiencia global, un estilo de vida que incluía moderación en las costumbres, construcción de relaciones interpersonales, una vivencia sana de la sexualidad, trabajo y una educación que formara la mente. En fin, significaba adoptar una serie de prácticas del cuerpo y el espíritu, que ofrecían “la posibilidad de autogobernarse y modelar la existencia propia” (De la Peña, 2008, p. 20).

Por otra parte, el concepto de conocerse a sí mismo, se refería a un ejercicio de introspección necesario para una vivencia integral de la persona. Michel Foucault, uno de los filósofos contemporáneos que más ha trabajado sobre las



prácticas de cuidado de sí, consideraba que el conocimiento de sí era una herramienta para poder llegar a un verdadero cuidado.

Este autor, adicionalmente, identificó tres grandes líneas de trabajo de sí en la noción antigua de cuidarse:

la dietética (relación entre el cuidado y el régimen general de la noción del cuerpo y el alma), la economía (relación entre el cuidado de uno mismo y la actividad social) y la erótica (relación entre el cuidado de uno mismo y la relación amorosa) (Foucault, 1987, p. 49).

A partir de las categorías propuestas por Foucault, este trabajo pretende analizar las nociones de cuidado de sí que rigen la vida cotidiana en la actualidad, con el fin de identificar posibles puntos de coincidencia, o divergencia, entre las enseñanzas de los filósofos antiguos y las prácticas que construyen una “buena vida” en 2016.

Para ello se revisa el papel de las celebridades que se configuran como gurús modernos, capaces de guiar a sus fanáticos hacia actitudes o comportamientos específicos. Frank Furedi, sociólogo y profesor emérito de la Universidad de Kent, ha afirmado que una característica fundamental de la cultura de la celebridad en el siglo XXI es la cercanía que se percibe entre las personas afamadas y sus seguidores:

se promueven al mismo tiempo como especiales y terriblemente ordinarios. (...) se les llama por su nombre de pila. Son personas que todo el mundo conoce, o debería conocer. Esta afectación de familiaridad transmite la implicación de una remoción de las barreras sociales y culturales entre la celebridad y el consumidor de cultura popular, y ofrece la promesa de una relación íntima (Furedi, 2010, 493-494).

A partir de esta idea, y dado que son personas con problemas similares a los de las personas que leen revistas o navegan en internet, se valida la posición de las celebridades para ofrecer consejos de vida en muy distintas áreas. Martha Stewart es un bastión de la cocina y el cuidado del hogar, mientras que Oprah Winfrey ha guiado a su audiencia en los pasos de la espiritualidad y la autoayuda. El Dr. Oz se ha valido de su título médico para recomendar dietas, patrones de sueño y suplementos vitamínicos, las hermanas Kardashian



patrocinan productos cosméticos y figuras como Tracy Anderson congregan a su alrededor a actrices y modelos que consumen y reproducen sus consejos de *fitness*.

Hay una figura, sin embargo, que en años recientes ha cristalizado gran parte del trabajo de estas celebridades y ha construido una marca de estilo de vida que lo combina todo: consejos de cocina, ejercicio, meditación, productos de belleza, crianza, cuidado del hogar, decoración y salud sexual. Se trata de Gwyneth Paltrow, celebridad que, utilizando como base su carrera en el cine, ha lanzado el sitio web *Goop*, en el que dicta a sus lectores todos los pasos necesarios para cuidar de sí.

Si bien no es un modelo único—ya otras celebridades como Blake Lively y Reese Witherspoon han lanzado sus propios proyectos del mismo corte—, Paltrow puede considerarse la primera en ofrecer a sus seguidores una guía tan completa para el buen vivir. Por esta razón, se la selecciona como modelo paradigmático para describir las prácticas de conocimiento y cuidado de sí según sus usos y funciones en el siglo XXI.

CAPÍTULO 1.

Dietética: de la medida y la moderación de los placeres.

Uno de los aspectos importantes del cuidado de sí mismo es la dietética, la cual encierra una serie de valores en torno al cuerpo, los placeres y la medida de los mismos. Lo anterior lo destaca Mercadé en una reflexión que hace sobre Foucault y Platón.

El sentido fundamental del régimen estaba en el arte de vivir y determinaba estrictos calendarios. De esta manera, el cuidado del cuerpo tiene relación con la virtud, con el término medio. Además, el cuidado del alma (...) está estrechamente relacionada con la salud corporal (2012, parr. 7).

Desde la Antigüedad, fue establecida la necesidad de controlar algunas actividades cotidianas para mantener un cuerpo y una mente sana, a través de elementos que variaban desde la forma de alimentarse hasta el ejercicio. Cabe destacar el papel importante que tiene el cuidado del cuerpo: la manera en que se



alimenta, la abstinencia de los manjares (tomando en cambio pan) y la actividad del baño.

Foucault define los 5 grandes ámbitos de los que la dietética abarca: "los ejercicios (*ponoi*), los alimentos (*sitia*), las bebidas (*pota*), los sueños (*hypnoi*), las relaciones sexuales (*aphrodisia*)", todas cosas que deben ser "medidas". (Foucault, 1984, p. 95). A partir de lo anterior se puede observar que todas estas actividades y consumos son esperados, y son importantes, pero deben partir del autoconocimiento las mediciones y límites que se autoimpone una persona que busca cuidar de sí.

En relación con la actualidad, estos límites ya no vienen del conocerse; aparecen como reglas generales que debemos aplicar, estándares lejos de la individualidad. Son en la actualidad los medios de comunicación los que posicionan estos conocimientos y los imponen como fórmulas que cualquiera puede seguir.

Para ejemplificar lo anterior, se puede ver el papel del gimnasio dentro de la sociedad griega y la actual. En la Antigüedad, estas estancias públicas (entendidas como lugares a los que tenía acceso todo ciudadano con derechos, y no como propiedad y servicio colectivo) eran un espacio para el uso diario, pero cada persona debía enfrentarse a su propio entrenamiento; actualmente los gimnasios cuentan con un equipo de personas que dictan qué hacer, en qué medida y cómo. Ya no es necesario nada más que el esfuerzo físico de ir y seguir una rutina establecida.

Es en este punto donde el cuidado de sí mismo desde la dietética se ha tornado cada vez más lejos de las verdaderas necesidades del cuerpo. Hasta hace unos años la población recurría a profesionales que podían aconsejar e instruir en áreas como a alimentación y el ejercicio. Hoy en día las celebridades tienen un gran poder en los medios de comunicación, y debido a su fama, muchas dictan parámetros siguiendo modas, imagen y tendencias.

Algunos ejemplos de lo anterior están las modas en torno a ciertos alimentos que alguna celebridad recomienda y rápidamente se vuelven parte de la dieta de muchas personas: chía, aguacate, batidos verdes y *kale* han sido parte de las tendencias recientes. Alimentos en teoría saludables que se agotan en los



anaqueles de los supermercados en las semanas posteriores a ser revelados como deseables las redes sociales de alguna celebridad. Están sujetos como cualquier producto a un ciclo de popularización, consumo creciente y finalmente presencia masiva, antes de declinar y ser condenados al olvido.

Para lo anterior, el caso de Paltrow es un ejemplo ideal para establecer como alguien dicta moda. Esta artista, junto a otras como Julia Roberts y Madonna podrían catalogarse dentro de un grupo celebridades que afirma seguir dietas macrobióticas o vegetarianas. Dentro del proyecto *Goop* de esta celebridad aparece un apartado que tiene una clara relación con dietética: el *do* o hacer, relacionado con nutrición y ejercicio. Esto evidencia la importancia de la dietética como parte de un “modelo de vida” vigente hasta la actualidad.

Las razones para el comer son otro aspecto importante a considerar dentro de la dietética. En la Antigüedad se recomendaba una alimentación moderada, ya fuera esto por salud o por dificultad de acceso a ciertos productos. Los alimentos cumplían un rol dentro de las actividades diarias, y estos eran seleccionados para mantener la salud: no por nada, si esta se veía afectada era sabido que debía variarse la dieta.

Sin embargo, hoy los alimentos escogidos vienen pre-seleccionados, agrupados bajo nuevos estándares orientados hacia una línea comercial que apela a los gustos de moda. Libres de gluten, ecológicos, orgánicos, “*in-line*” y “*light*” son algunas opciones en las compras de los que pretenden tener el control sobre su alimentación. En la mayoría de los casos, qué se debe consumir y qué no, no va más allá de los gustos. Ya no se considera qué es recomendable para el cuerpo a partir de necesidades particulares, ni es una decisión formulada en respuesta al conocimiento que cada uno tenga de sí mismo.

Hoy en día, en temas de alimentación, la moderación casi no existe. Lo que se usa son tablas de calorías y consejos de “dieta” para objetivos rápidos y estandarizados. Bajo este principio, las nociones de lo saludable se han vuelto borrosas. Ahora se puede comer cuanto se quiera y se calman las culpas aferrándose a las etiquetas: *es light, no engorda*.

A manera de conclusión, la sociedad y el mercado son los que instigan el conocimiento de sí mismo, pero es un conocimiento superficial, vano. Al



encontrarse con patrones y generalidades, las personas recurren a estas “modas” de lo que se cree es conocerse a sí mismo, donde lo importante no es realmente cuidarse con ejercicio y alimentación, sino cumplir con la actividad saludable que esté en boga para alivianar la presión de un mundo “saludable”, o al menos aparentar que lo hacen.

CAPÍTULO 2.

Economía: del gobierno del hogar y las relaciones familiares.

Foucault demarca la línea entre dietética y economía en la relación que se establece con los alimentos (1987, p. 50). En respuesta a una preocupación por la dietética, se desarrolla el régimen de la producción agrícola, y muy ligado a esto, el mundo del trabajo: la necesidad de darse a una ocupación útil.

Una fuente antigua que nos acerca a la vivencia consciente del cuidado de sí es una carta escrita por un joven Marco Aurelio a quien fuera su maestro, Marco Cornelio Frontón. En esta, el joven que algún día sería emperador, relata a su amigo sobre las actividades del día, en un intento por demostrar haber hecho las cosas de manera correcta.

Entre ellas, se refiere a la convivencia con sus padres, a la participación en el culto y a la moderación durante las comidas. El día de provecho incluye estudio, y también hace referencia a haber trabajado duramente en la vendimia. “Sudamos y estuvimos alegres”, afirma (1919, p. 183).

Marco Aurelio pertenecía a una familia de alcurnia, y se preparaba para ser gobernante. Debido a los requerimientos de tiempo y recursos que exigía, el cuidar de sí era un privilegio que se podían dar únicamente las clases acomodadas. Por lo tanto, puede deducirse que, en el caso del futuro emperador, la producción agrícola no era una necesidad del orden de la supervivencia, sino que venía a ayudar a demarcar una vida significativa.

Como se ha discutido en el capítulo anterior, la dietética está condicionada en la actualidad por el mercado, y las personas del mundo (urbano occidental) en el que vivimos, tampoco necesitan cultivar sus alimentos para subsistir, pues pueden comprarse fácilmente. Los rituales de preparación de estos, sin embargo, son un espacio de convivencia familiar que se mantiene.



Y es que otra de las actividades importantes en el aspecto económico del cuidado de sí es el gobierno de la casa, que incluye las relaciones familiares y el buen llevar de los asuntos del hogar. Los espacios de convivencia, sin embargo, se ven actualmente simplificados por la creciente tecnificación de la vida cotidiana. La variedad de dispositivos tecnológicos que se ofrecen para resolver problemas simples del hogar elimina la necesidad de colaboración, y la vida cotidiana se desarrolla cada vez más en interacción humano-máquina.

Ahora bien, debe comprenderse que, en la antigüedad, las relaciones familiares no eran enteramente homologables a las que se viven en la actualidad. Los niños [de clase acomodada] eran confiados desde pequeños a la nodriza y el pedagogo, figuras que se encargaban de formarlos. En el proceso, se convertían en una segunda familia, pues el tiempo que compartían era muy extenso (Ariès y DUBY, 2009, p. 20).

Desde este punto de vista, se comprende la aseveración de Foucault de que el cuidar de otros no equivalía a cuidar de sí (aunque sí era una de las posibles tareas del hombre que se reconocía libre) (1987, p. 116), y se comprende que la relación que establece Marco Aurelio con sus padres no está en el orden de la dependencia (quienes le proveen sus medios de vida), sino de una que promueve construir un vínculo a partir de intereses compartidos. Con su padre, asistía al culto, y trabajaba en el campo; con su madre, conversaba sobre sus amigos; con ambos, compartía la mesa (1919, p. 183).

No cabe duda de que este tipo de relación no funcionaría de la misma manera en la actualidad, en una época en que la relación de cuidado de padres a hijos es constante desde el momento del nacimiento, y en que cada miembro de la familia se enfrenta a una plétora de actividades a las que dedicar su tiempo. El tiempo de ocio vespertino no es consumido en forma grupal, sino que hay opciones de entretenimiento segmentado, y la comunicación con familia extendida y amistades se realiza principalmente a distancia, a través de medios electrónicos.

El gobierno mismo de la casa se dificulta cuando esta, y su contenido, no pertenecen enteramente a su amo. Las deudas por tarjetas de crédito y préstamos aportan al cuidado de sí una dimensión económica que Platón y



Frontón no podrían haber previsto, pues nos enfrentamos a un panorama en el que se pueden comprar mil artilugios para “alcanzar la felicidad” o “llevar una vida más simple”, al precio de la intranquilidad mental que dejan las deudas.

Por otra parte, los desarrollos urbanos encerrados entre muros ofrecen una fantasía idílica de comunidad, en la que todo está reglamentado: desde las horas de recreo hasta los colores de las viviendas. ¿Pueden ser el hombre y la mujer libres y dueños de su espacio cuando se les dicta cómo debe verse este? ¿Quién puede indicarles cómo actuar? ¿Es beneficiosa la guía de un líder “experto” para simplificar la vida? O más bien, vale la pena cuestionarse... ¿se simplifica la vida? ¿Se puede llegar por estas vías a alcanzar una vida plena?

CAPÍTULO 3.

Erótica: del cuidado de sí y las relaciones amorosas.

El tema de la austeridad sexual, que tanto impacto ha tenido en la sociedad occidental, se forma y desarrolla desde el siglo IV AEC. Las prácticas sexuales formaban parte de una serie de prácticas mediante las cuales los hombres buscaban dar forma a su conducta.

Foucault encuentra cuatro principales tipos de estilización de la conducta sexual del sujeto griego, desarrollados en la dietética (tema del cuerpo), en la económica (tema del matrimonio), en la erótica (tema de los jóvenes), y en la filosofía (tema de la verdad). La idea detrás de las normas que regían estas prácticas no era codificar la conducta sexual, sino más bien "estilizarla" (Foucault, 2007, p. 91).

La austeridad griega está enfocada en la relación consigo mismo (contrario al cristianismo donde es un código). Se trata de estilizar la existencia, dominar las pasiones y convertirse en soberano de sí.

En la época clásica la cuestión de la “epiméléia” estuvo signada bajo la interpretación socrática del Oráculo de Delfos: conócete a ti mismo, (Foucault, 1987, p. 33). El término “epimeleia” (ἐπιμέλεια) significa, según el diccionario de griego-español, cuidado, gobierno, dirección, práctica o estudio y “heautou” (ἑαυτοῦ) significa de sí mismo. “Epimeleia heautou” (ἐπιμέλεια ἑαυτοῦ) sería



cuidado de sí mismo, pero también gobierno de sí, o práctica o estudio de sí mismo” (Cañal, 2011, p. 56).

La “epimélía” como principio filosófico indica que el individuo tiene la responsabilidad de convertirse en sujeto libre y soberano. Es por esto que la cuestión de los placeres sexuales se aborda en torno a cómo afecta la soberanía y el dominio de sí.

Para los griegos, estos dos conceptos no se oponían como elecciones exclusivas, el amor al propio sexo o al otro. Mucho más importante resultaba la división entre el hombre temperante, dueño de sí mismo y aquel que se consagraba a los placeres.

Pero las relaciones con muchachos sí presentaban una serie de preceptos. Según Foucault (2007, pp. 219-221) se fija el papel del “erasta” y el “erómeno” que vienen acompañados de derechos y obligaciones, donde uno debe mostrar ardor, pero también moderarlo, y el amado debe guardarse de ceder, y evitar aceptar demasiados homenajes, pero igualmente manifestar reconocimiento al amante.

Al respecto habla Pausanías en *El Banquete*, cuando dice:

así, justo por esta causa se considera vergonzoso, en primer lugar, dejarse conquistar rápidamente, con el fin de que trascurra el tiempo, que parece poner a prueba perfectamente a la mayoría de las cosas; en segundo lugar, el ser conquistado por dinero y por poderes políticos, bien porque se asuste uno por malos tratos, y no pueda resistir, bien porque se le ofrezcan favores en dinero o acciones políticas y no las desprecie (Platón, s.f., p. 14).

A los jóvenes se les condenaba por ser demasiado fáciles o demasiado interesados y se descalificaba también a los hombres afeminados.

El amor griego se ve vinculado a la educación y la enseñanza filosófica. La reflexión se daba en torno a la dominación tanto de uno mismo como del otro, así como también la del tiempo correcto.



Foucault, menciona que en la Economía y en la Dietética, la moderación del hombre se fundaba en su relación consigo mismo, pues se trata de elecciones que pueden realizarse individualmente, y cuyo beneficio o perjuicio recaerán directamente sobre sí. En la Erótica, “el juego es más complejo; implica el dominio de sí del amante; implica que el amado permita una relación de dominación sobre sí mismo, e implica, finalmente, la elección sensata que hacen el uno del otro” (2007, p. 187).

Propone asimismo, que la relación en el plano de la Económica se basaba en una estructura espacial binaria: el exterior para el marido, el interior para la esposa. Con el muchacho, el juego se despliega en el espacio común. Se menciona que el muchacho es libre de decidir; no obstante, no escapa de ser el objeto de dominación. Esta relación entre actividad y pasividad, es percibida como relación entre superior e inferior, entre el que domina y el que es dominado.

Igualmente importante es el tiempo. Se menciona que la virilidad como marca física debe estar ausente en el cuerpo del muchacho. Para que una relación continúe pasado este momento en el desarrollo, debe basarse en la “*philia*”: la semejanza del carácter, compartir pensamientos y existencias y buscar el bienestar mutuo. Esto es contrario al matrimonio donde la preocupación va orientada a la conservación de la descendencia. Tales prácticas estaban atravesadas por un juego de valoraciones y desvaloraciones muy complejo como para hacer descifrable la moral que lo gobernaba (Foucault, 2007, pp. 184-187).

Es de igual modo en un complejo juego de valoraciones y desvaloraciones que estas prácticas se dan en la sociedad moderna: “Las posibilidades eróticas del animal humano, su capacidad de ternura, intimidad y placer nunca pueden ser expresadas espontáneamente, sin transformaciones muy complejas: se organizan en una intrincada red de creencias, conceptos y actividades sociales, en una historia compleja y cambiante” (Weeks, citado por Moncrieff, 2007, pp. 1-2).

En su estudio sobre sexualidad y sociedad moderna, Moncrieff (2007) explica cómo la mirada de prohibición y el lenguaje moralizado impuesto a la sexualidad durante el siglo XVII ha ido cambiando, muchos tabúes se han



desgastado gracias a las nuevas tecnologías sexuales. Menciona que se ha desmantelado el poder de la religión sobre lo sexual, y ahora la institución de control es la moral. Castells, citado por Moncrieff, afirma que se vive un distanciamiento entre “el deseo de las personas y sus vidas familiares” (2007, p. 10).

Afirma también Moncrieff que “la sexualidad de esta época es para el cuerpo” (2007, p. 10), entendido como órgano para el goce, arquetipo de belleza, y catalizador de nuestras relaciones sociales y sexuales.

Esta sociedad sexualmente “liberada” presenta sus propios desafíos, ya que como apunta Castells, puede parecer “un supermercado de fantasías personales, en los que los deseos de los individuos se consumen mutuamente en lugar de producirse” (Castells, citado por Moncrieff, 2007, p. 11).

En este sentido, contrario a la sociedad griega donde la sexualidad se producía en un marco de prácticas de cuidado de sí mismo para los hombres libres, la sociedad moderna ve la sexualidad como una exaltación de los placeres pregonada por la sociedad de consumo.

Se evidencia así la manera en que el consumismo domina todos los ámbitos sociales, incluido la sexualidad, el consumismo se construye a partir del deseo. Es decir, en cierta forma la economía se ha sexualizado.

Es en este paradigma donde podemos introducir a Gwyneth Paltrow, que por medio de su página web sobre el cuidado de sí, *Goop*, brinda una serie de recomendaciones que tienen todo el peso de la idealización de su vida de millonaria neoyorkina.

La revista People, menciona que Paltrow es notablemente cándida sobre su vida sexual, y dice que la felicidad puede ser alcanzada a través del ejercicio, una alimentación saludable, consumo de altas cantidades de agua, práctica constante del sexo, sueño y la compañía de gente agradable que haga a la persona sentir bien (Kimble, 2016, parr. 11).

Esta recomendación de Paltrow, bien podría venir de un maestro griego a su pupilo para alcanzar una vida digna y bella. La diferencia fundamental radica



en que para alcanzar su objetivo, ella recomienda a sus seguidores una serie de prácticas que incluyen evitar lubricantes “super tóxicos”, cuidar los tejidos vaginales utilizando aceite de oliva y vitamina E, comprar condones veganos y usar juguetes sexuales cuyo costo va de los \$535 (por un látigo peludo) a los \$15000 (por un consolador de oro).

Flic Everett para The Guardian, define a la chica *Goop*, como

una mujer rica, sin sentido del humor, vegana neurótica, cuya idea de sexo consensuado consiste en un aro más que saltar en su camino al “bienestar completo”. Donde no hay placer sin una etiqueta de advertencia y no hay intimidad sin una oportunidad de compras (Everett, 2016, parr. 8).

Es posible que el común de la población no disfrute jamás del sexo como garante de bienestar que nos ofrece Gwyneth Paltrow. Sin embargo, con sus más de un millón de seguidores en redes sociales, es claro que su plataforma le ofrece un alcance que no tuvo jamás ningún maestro griego del cuidado de sí.

CAPÍTULO 4.

Gwyneth Paltrow: el cuidado de sí en los medios de masas hoy.

Para traer el cuidado de sí al presente, se decidió estudiar un caso concreto. Se eligió a Gwyneth Paltrow, actriz estadounidense que en el 2008 creó una plataforma digital llamada *Goop* para compartir con el mundo la forma en que come, duerme y compra. Básicamente, un diario/guía de cómo ser Gwyneth Paltrow, que actualmente alcanza el millón de seguidores. (Lieber, 2015)

Goop es el mejor ejemplo de como el cuidado de sí, encontrado en Marco Aurelio, Sócrates, Platón, y muchos otros, evolucionó, de un conjunto de conductas para alcanzar la virtud, a un conjunto de conductas diseñadas para vender productos.

En un movimiento que enorgullecería a Sócrates, Paltrow ha buscado a los mejores (o por lo menos los que son percibidos como los mejores) para que la guíen en su camino a convertirse en la mentora de la dietética, erótica y economía del siglo XXI. Druh Purohit (CEO de la compañía Clean Cleanse, proveedora de los planes nutricionales de *Goop*) y Lisa Gersh (antigua CEO



para la página de estilo de vida de Martha Stewart), entre otros, han acompañado a la actriz en su aprendizaje, y ahora ella enseña a otros las lecciones aprendidas.

Gwyneth impulsa a sus seguidores a alcanzar la virtud y la libertad de la misma forma que los griegos antiguos: mediante la moderación y sumisión de todos los placeres. Al igual que en los tiempos de Marco Aurelio, sin embargo, la meta solo es posible si se tienen los recursos económicos.

Como lo pone Wellausen, “los temas de la austeridad se deben entender no como prohibiciones, sino como elaboración y estilización de una actividad”, y no se puede encontrar un manual de cómo vivir que coincida más con esta descripción que *Goop* (2008, p. 43).

En la parte de la dietética, tanto Gwyneth como Marco Frontón y Sócrates, esperan lo mismo de sus atentos pupilos: restricción total. Parte del reto es consumir solo lo necesario para mantener el cuerpo en funcionamiento; otra parte, vencer cualquier tentación que impulse a la persona a ser débil como los demás.

La última parte consiste en jactarse de lo logrado: en el caso de la antigüedad, esto se puede ver en la carta de Marco Aurelio a Frontón y en la forma en que Sócrates se dirige a las personas comunes y corrientes (particularmente en la *Apología*, de Platón). En la época de Gwyneth Paltrow, esto se hace a través de las redes sociales. Todos los discípulos han vencido los impulsos de la carne, y todos, de una forma u otra, se lo han hecho saber a sus maestros.

Paltrow relaciona con frecuencia el componente erótico con el conocimiento de uno mismo. Sin embargo, esa relación está contaminada (como se mencionó en capítulos anteriores) por condicionamientos sobre la calidad y precio de los productos que se deben de utilizar, y toda una serie de rituales que, al fin, obstruyen el placer que se pueda derivar de la sexualidad.

La actriz toma todos los elementos que Foucault identifica como los esenciales para el cuidado de sí y los entrelaza en su página de estilo de vida: ir, ser, hacer, ver. Así, proporciona un paralelo a las enseñanzas de Frontón, tocadas por el mercadeo del 2016. Si bien *Goop* busca crear bienestar, es imposible obviar el



hecho de que lo que hacen es vender productos, elegidos por un equipo de 24 personas, cuidadosamente empacados, fotografiados y promocionados por el nombre de Gwyneth Paltrow al mundo.

Se puede crear a partir de lo recomendado en *Goop* una carta similar (sin los sentimientos hacia el maestro) a la que Marco Aurelio le dedicó a su maestro, según las experiencias de la periodista Chelsea Marshall, quien intentó seguir estos consejos por un día (2016). Esa carta sería algo así

Querida Gwyneth: Esta mañana me desperté junto a los rayos del sol, iniciando el día con energía me dirigí hacia el centro de entrenamiento de Tracy Anderson. Aunque el entrenamiento fue difícil, el sudor me dejó con un sentimiento alegre en el corazón. Cuando regresé a casa me dediqué a atender a mi familia, darles aceite de linaza—les hace bien, y yo cumplo con mi deber, y el deber para conmigo también, de darles ese elixir oleoso.

En vez de los desayunos abominablemente deliciosos que otros puedan comer, yo me contenté con un batido (cuesta \$200, pero es parte vital de mi dieta). Me encargué de que todo se manejara de la forma correcta en el hogar, después de lo cual procedí a ir al centro de masajes, donde probé la técnica de las copas; las marcas son dolorosas, pero el resultado es inmejorable.

A pesar de toda esta actividad, encontré fuerzas para hacer trabajos mundanos en lo que quedaba de la tarde. Limpié mi cuerpo y alma con un baño agradable, y mi garganta con un agradable trago. Después de la cena, me aseguré de que te dieras cuenta de mis avances con un par de fotografías en Instagram (#nofilter). Y ahora, maestra, voy a leer una páginas de tu maravilloso libro "It's all Easy", para luego dormir.

Resonando con el capítulo dedicado a la dietética, *Goop* es ese grupo que dice qué hacer, cómo hacerlo y por qué. Le quita la responsabilidad a sus suscriptores de conocerse y cuidarse de sí mismos. Como Brittany Weinstein, la directora de colaboraciones de *Goop* lo expuso para una entrevista con Racked, su audiencia no tiene que buscar la mercadería por sí mismos: afirma que la razón por la que las personas van a *Goop* es porque "simplifican las



transacciones y limitan las opciones” (Lieber, 2015, parr. 28). Conocerse no es necesario. El aseo, la alimentación (propia y de otros), cuándo ejercitarse, qué leer: todo está dado.

Es inevitable hacer comparaciones directas entre la personalidad de Paltrow y de Sócrates, aunque ambos pregonan por una vida equilibrada, libre de excesos y que conduzca a la virtud. Es interesante ver cómo su forma de hacer llegar esos conocimientos a sus alumnos es mediante un despliegue de pompa que contrasta con sus prédicas. Ya sea en el caso de Sócrates (con su forma de demostrar que era mejor que todos por medio de su retórica) o Gwyneth (a través de los precios de los elixires que promueve), los excesos personales se convierten en la forma en que estos personajes hacen llegar su mensaje a tantas personas; y es tal vez por eso que ambos desatan amor u odio, pero nada en el medio.

Conclusiones

No puede obviarse que existe todo un bagaje de conocimiento sobre el cuidado de sí que se ha trabajado entre los tiempos de Platón y la época en que Foucault rescató los mandatos de cuidados de sí pregonados por este filósofo y sus contemporáneos. En este trabajo se ha seleccionado un pequeño fragmento de lo escrito respecto al tema con el fin de desarrollar una comparación entre dos momentos temporales muy específicos. Sin embargo, tampoco podría olvidarse que la tradición judeocristiana posterior construye conceptos a partir de las enseñanzas de la antigüedad, por lo que hay una línea argumentativa que ha permanecido intacta a lo largo de los tiempos.

La investigación realizada permite identificar que las prácticas de cuidado de sí que se recomendaban en la antigüedad pueden verse reflejadas aún en el siglo XXI. La preocupación por construir una buena vida existe, aunque las consideraciones que definen qué es una buena vida ya no se transmiten como un dogma, sino que están asociadas a modas pasajeras.

Lo bueno está estrechamente ligado a nociones contemporáneas de belleza y juventud, y los procesos para perfeccionar y mantener estas cualidades varían con frecuencia. En este sentido, es muy relevante identificar el rol de los gurús modernos del estilo de vida. Las celebridades ofrecen modelos de conducta, pasos a seguir y recetas simples para quien desea cuidar de sí. Al igual que en



la antigüedad, se requiere un guía en el proceso de cuidado, pero este es efímero, igual que su consejo. La dieta Atkins pasó de moda, y quizá nadie recuerde por qué eran famosos los ejercicios de Jane Fonda, populares en la década de 1980.

Todas estas fueron prácticas de cuidado de sí en una sociedad preocupada por el bienestar, pero que exige a sus habitantes un aprovechamiento casi mágico del tiempo, en el que conocerse a sí mismo no tiene cabida. Así, el gurú ofrece una receta que debería servir para todos, y elimina la necesidad de conocer qué funciona para cada quién.

Lo que sí se mantiene como una constante entre la antigüedad y el siglo XXI es que el cuidado de sí es una prioridad únicamente para las personas de clase alta. Cuidarse es un *commodity*, una mercancía que puede conseguirse una vez que las necesidades básicas han sido satisfechas. Comprar alimentos orgánicos, inscribirse a un gimnasio, practicar la sexualidad equipada tecnológicamente que pregona Gwyneth Paltrow... son lujos. Los pobres, mientras tanto, podrán soñar con esa “buena vida”, una en la que puedan acceder a las herramientas —porque no se trata sólo de prácticas, conlleva siempre la necesidad de comprar algo más— para ser más felices.

Referencias

- Ariès, P. y Duby, G. (2009). *Historia da vida privada*. [Historia de la vida privada], tomo 1. Sao Paulo: Editora Schwarcz.
- Cañal, J. (2011). El valor en psicoterapia del término grecolatino “Epimeleia Heautou”. *Docta Ignorancia Digital*, 2(2), 56-64. Disponible en Dialnet.unirioja.es.
- De la Peña, F. (2008). El psicoanálisis, la hermenéutica del sujeto y el giro hacia la ética en la obra tardía de Michel Foucault. *Sociológica*, 23(66), 11-25.
- Everett, F. (11 de mayo, 2016). The joylessness of Goop sex. *The Guardian*. Recuperado de: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2016/may/11/joylessness-goop-sex-gwyneth-paltrow-sex-issue>
- Foucault, M. (1987). *Hermenéutica del Sujeto*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.



- Foucault, M. (2007). *Historia de la sexualidad 2: el uso de los placeres*. México: Siglo XXI Editores.
- Furedi, F. (2010). Celebrity Culture. [Cultura de la Celebridad]. *Society*, 47(6), pp. 493-497. Recuperado de Ebsco.com.
- Haines, C. (ed). (1919). *The Correspondence of Marcus Cornelius Fronto*. [La correspondencia de Marco Cornelio Frontón.] Londres: William Heinemann.
- Kimble, L. (10 de mayo, 2016). Yes, Gwyneth Paltrow's Goop Recommends a \$15,000 Gold-Plated Sex Toy. *People*. Recuperado de <http://www.people.com/article/gwyneth-paltrow-goop-sex-toys>
- Lieber, C. (21 de junio de 2015). Inside Goop, Gwyneth Paltrow's Growing Empire. *Racked*. Recuperado de <http://www.racked.com/2015/7/21/9006055/goop-gwyneth-paltrow>
- Lo Duca, J.M. (1965). *Historia del Erotismo*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- Marshall, C. (24 de mayo de 2016). I Lived Like Gwyneth Paltrow For An Entire Day. [Video del usuario BuzzFeed Video, en YouTube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=wE6QqrUU2ml>.
- Marshall, C. (8 de junio de 2016) I Copied Gwyneth Paltrow's Privileged Lifestyle For A Day And Kind Of Hated It. *Buzzfeed Celeb*. Recuperado de: https://www.buzzfeed.com/chelseamarshall/i-lived-like-gwyneth-paltrow-for-a-day-and-i-kind-of-hated-i?utm_term=.qf3XkzJBm#.ix4zbnAj8
- Martínez, Alejandro. (2015) Dietas de famosos: Un peligro de moda. *Revista Eroski Consumer*, 193, pp.32-33.
- Mercadé, A. (2012). *Historia de la sexualidad según Michel Foucault* [entrada de blog]. Recuperado de: <https://transformandoelinfierno.com/2012/09/03/la-historia-de-la-sexualidad-segun-michel-foucault/>
- Moncrieff, H. (2007). Sexualidad y sociedad moderna: el saber de que aún no somos del todo "libres". *A Parte Rei, Revista de Filosofía*, 50. Recuperado de <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/moncrieff50.pdf>
- Mullany, A. (2015). *Advice On Building An Authentic Brand From Gwyneth Paltrow's Goop*. Recuperado de: <http://www.fastcompany.com/3053460/behind-the-brand/advice-on-building-an-authentic-celebrity-brand-from-gwyneth-paltrows-goop>
- Platón. (s.f.) *El Banquete*. Recuperado de: http://www.edu.mec.gub.uy/biblioteca_digital/libros/P/Platon%20-%20El%20Banquete.pdf



- Platón. (s.f.) *El primer Alcibiades o de la naturaleza humana*. Recuperado de http://www.up.edu.mx/sites/default/files/antologia_persona_y_sociedad_14.pdf
- Santa Cruz, M. (2012). El “cuidado de sí”: Plotino, lector del *Alcibiades I* de Platón. *Cuadernos de Filosofía*, 59. 85-100.
- Wellausen, S. (2008). Michel Foucault y la historia de la sexualidad. *Laguna, Revista de Filosofía*, 17(23), pp. 39-50. Recuperado de [http://publica.webs.ull.es/upload/REV%20LAGUNA/23%20-%202008/04%20\(Saly%20Da%20Silva%20Wellausen\).pdf](http://publica.webs.ull.es/upload/REV%20LAGUNA/23%20-%202008/04%20(Saly%20Da%20Silva%20Wellausen).pdf)

