

## UN IDEAL MASCULINO: EL ATLETA OLÍMPICO

### A MASCULINE IDEAL: THE OLYMPIC ATHLETE

**Teresa González Aja**

*Universidad Politécnica de Madrid*

(teresa.glez.aja@upm.es)

#### **Resumen:**

En el presente texto se pretende una aproximación al ideal masculino vinculado al deporte durante la época contemporánea, momento en el que se consolidan los Juegos Olímpicos. Nuestro propósito es analizar ese modelo y tratar de definir en qué medida las ideas políticas imperantes lo han influido, ya que entendemos el deporte y sus manifestaciones como parte de un todo social que se interrelaciona y donde, en muchas ocasiones podemos afirmar que será el deporte y sus grandes manifestaciones, el lugar privilegiado para llevar a cabo la afirmación de los valores imperantes. Para ello nos centraremos de modo especial en la estética totalitaria ya que ésta ha sido la que ha utilizado la imagen de la fuerza de un modo rotundo, tanto en la escultura como en la pintura y la arquitectura.

**Palabras clave:** imagen, masculinidad, atleta.

#### **Abstract:**

This text tries to approach to masculine ideal linked to sport during the contemporary period, when Olympic Games are consolidated. Our purpose is to analyze this model and try to define to what extent the prevailing political ideas have influenced it, as we understand sport and its manifestations as part of a social whole that is interrelated and where, in many instances, we can point out that sport and its large demonstrations will be a privileged place to confirm the prevailing values. To do this we will focus particularly in the totalitarian aesthetic, as this has been the one that has used the image of strength in a categorical way in sculpture, painting and architecture.

**Keywords:** image, masculinity, athlete.

## **1. Introducción**

Los estudios antropológicos han venido a demostrar que en todas sociedades se ha configurado un tipo ideal de varón pero, como señala Hoooven, resulta sorprendente comprobar que para cada sociedad los puntos de partida fisiológicos son siempre los mismos y las modificaciones vienen a producirse de la misma manera: “Para cada una, el hombre ideal es más grande, tiene las espaldas más anchas, las caderas más estrechas y un cráneo más pequeño que en la realidad. Estas similitudes generales se extienden hasta los detalles. El hombre ideal tiene los pies combados, las manos están provistas de largos dedos, incluso en las sociedades donde los hombres tienen los pies más bien planos y los dedos anchos. A menudo las modificaciones conciernen también a los rasgos del rostro, los mentones son más vigorosos, las frentes más despejadas, los ojos más grandes y separados, en una cabeza menos voluminosas”.

Pero si esta búsqueda del ideal utópico ha sido siempre una aspiración, el mundo contemporáneo ha llegado más lejos y ha supuesto el triunfo de la apariencia física. Hoy estamos tan sumidos en la cultura de la imagen que olvidamos que hasta hace muy poco tiempo eso no era así, ya que para empezar, no existían los canales de distribución actuales.

Si hablamos del “siglo de la imagen”, no cabe duda de que estamos hablando del siglo XX. La palabra propaganda, que durante los siglos XVIII y XIX, había sido utilizada de un modo más o menos neutro referida ampliamente a “la difusión de las ideas políticas y también al evangelismo religioso y a los anuncios comerciales”<sup>1</sup> pierde su neutralidad durante la Primera Guerra Mundial, cuando los nuevos métodos bélicos como la utilización de la ametralladora y de la artillería pesada, aniquiló a los soldados a un ritmo mucho mayor que el de reclutamiento, por lo que se hizo necesario mandar un mensaje a la opinión pública para tratar de concienciarla, lo que tomaría unas connotaciones muy especiales en la Segunda Guerra Mundial, donde el mensaje se dirigiría también a las mujeres, debido al conflicto social provocado por el reclutamiento de éstas para la industria bélica y a los hombres de color, especialmente en Estados Unidos. Efectivamente, “las tensiones surgidas en las imágenes de reclutamiento entre la aparente unidad nacional y la desigualdad real se hicieron asimismo evidentes en las cuestiones de raza. El cartel de Joe Louis<sup>2</sup> realizado en Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial retrata al campeón mundial de boxeo de los pesos pesado, héroe nacional desde que en 1938 derrotase al campeón alemán Max Schemling. Su alistamiento poco después de bombardeo de Peral Harbour, y su difundida participación en las tareas de reclutamiento hicieron de él una figura clave en la campaña para animar a la comunidad negra a participar en el esfuerzo bélico. Sin embargo, esta campaña del gobierno se basaba en vagas llamadas a la colaboración racial en la guerra, que contrastaban con las demandas más comprometidas de igualdad. Las fuerzas armadas americanas estuvieron estrictamente segregadas, como otras muchas áreas de la vida social, y la propaganda de reclutamiento que insistía en la cooperación interracial tuvo que enfrentarse en ocasiones a reacciones hostiles de la población blanca y los políticos”<sup>3</sup>.

En los países democráticos se trató de evitar la palabra propaganda, utilizándose eufemismos como “servicios de información” o “educación pública”, por lo que se fue asociando cada vez más a los emergentes regímenes totalitarios, como la Unión Soviética a partir de 1917 o la Alemania nazi a partir de 1933, regímenes en los que la estética nos aparece como un elemento esencial. “La seducción visual era (...) algo indispensable para amueblar la imaginación y no dejar sitio para el razonamiento. Se trataba de hacer no sólo tolerables, sino incluso agradables la violencia física y moral revistiéndola con una máscara halagadora de los sentidos”<sup>4</sup>.

Se envía por lo tanto un mensaje violento, pero un mensaje que se apoya en una estética, y es una estética que no duda en utilizar, en muchas ocasiones la imagen deportiva, entendiendo por deportiva, naturalmente, no sólo la actividad considerada como tal, sino que va más allá, utilizando el “cuerpo” deportivo. Es decir, se produce una identificación entre una determinada imagen corporal que se transmite con la ayuda del arte, y unos determinados valores que se pretenden inculcar.

No es extraño este hecho, también nosotros identificamos tanto la belleza, como la fuerza física con unos determinados valores. Es más, nos vinculamos de un modo natural a los

<sup>1</sup> Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid, p. 7.

<sup>2</sup> Lauren Rebecca Sklaroff, "Constructing G.I. Joe Louis: Cultural Solutions to the Negro Problem during World War II," *The Journal of American History*, December 2002.

<<http://www.historycooperative.org/cgi-bin/justtop.cgi?act=justtop&url=http://www.historycooperative.org/journals/jah/89.3/sklaroff.html>> (3 Sep. 2005).

<sup>3</sup> Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid, pp. 110-111.

<sup>4</sup> Cirici, A. (1977). *La estética del franquismo*. Barcelona, p. 11.

griegos y a sus valores haciendo hincapié en su cultura del cuerpo olvidando que entre ellos y nosotros han transcurrido siglos con todo lo que eso significa de cambios a todos los niveles.

Sin embargo, pese a sus enormes diferencias, es cierto que tanto una como otra época nos ofrecen una enorme riqueza de material en lo que a representación de las prácticas físicas se refiere. No obstante los historiadores del deporte han obviado, durante mucho tiempo, las cuestiones estéticas, afortunadamente eso está cambiando gracias a los estudios de Vivier, Bolz, Frasca y otros.

## **2. Apariencia e identidad: culturizados vs. masculinos**

Se nos puede argumentar que estamos hablando de apariencia, y que obviamente “las apariencias engañan”, frente a eso podemos contestar que “la cara es el espejo del alma”. Los proverbios nos dan tantos argumentos a favor como en contra: la sabiduría popular no se define, pero es evidente que se produce una identificación entre apariencia e identidad que escapa a nuestro control.

Obviamente si nos preguntamos si es posible juzgar por las apariencias, la respuesta es no. Sin embargo todos reconocemos que es algo que “se hace”, es decir que les ocurre “a los demás” habitualmente, un defecto que tienen en común con los mortales (excluidos nosotros, naturalmente).

La realidad es que, a nivel inconsciente, cuya característica esencial es según la Real Academia de la Lengua, “la falta de conciencia”, que se revela claramente en nuestra defensa de nuestra ecuanimidad, también según la Real Academia de la Lengua, “imparcialidad de juicio”, las apariencias nos afectan profundamente, aunque no queramos, o mejor dicho, no podamos reconocerlo. Así se ha configurado, a lo largo de la historia un modelo corporal masculino y un modelo corporal femenino, que transmite unos determinados valores.

Quisiera hacer algunas reflexiones que nos ayuden a entender cómo se llegó a una situación en la que el deporte y, concretamente los JJOO, jugaron un importante papel en la creación de este modelo social, donde se produce una identificación entre la apariencia y los valores que se quieren resaltar.

Retrocedamos un poco en la historia para ver en qué momento se dio el cambio en la época contemporánea, en qué momento el cuerpo deportivo empezó a ser el reflejo de una serie de valores, como en el caso de “Los atletas” colocados en la entrada al Polideportivo Magariños anexo al Instituto Ramiro de Maeztu, lugar emblemático en lo que a educación se refiere en el Madrid de la época franquista, por lo que a diario pasaban por delante de él los niños.

Se me permitirá hacer un inciso: Naturalmente vamos a hablar de “hombres”, el olimpismo se ha vinculado, tradicionalmente al hombre, de sobra es conocido el hecho de que en las Olimpiadas helenas sólo éstos participaban y, en la época contemporánea, las mujeres tampoco constituyen en el imaginario colectivo, el ideal del olimpismo.

Hablaremos por lo tanto de la imagen de la masculinidad, que en definitiva es el modo en el que los hombres afirman aquello que consideran la propia virilidad, y que impregna por completo la cultura occidental. El ideal de la masculinidad ha sido invocado por todas partes como símbolo de la regeneración personal y nacional, pero también como elemento

fundamental de la definición que da de sí misma la sociedad moderna. La virilidad debía proteger el orden existente de los peligros de la modernidad, pero también fue considerada como un atributo indispensable para los que deseaban un cambio. La exhortación a “ser un hombre” deviene un lugar común del siglo XIX hasta mediados del siglo XX. La palabra “hombre” tiene connotaciones de género, nunca se refiere al conjunto de la humanidad. Se da un modelo masculino normalmente contrapuesto al femenino con el que se intenta transmitir unos determinados valores. En este sentido resulta emblemático el caso de la Revista Crónica, donde podemos ver una clara separación entre el tratamiento que se da al cuerpo según el sexo y como se manifiesta esto en la publicidad. Como ejemplo podemos ver el número extraordinario de 1934 dedicado a la mujer donde, en páginas enfrentadas, se propone la imagen de extrema modernidad para unos y otras. Ellos necesitan sombreros, cigarrillos, pistolas, corbatas, etc., mientras que ellas no necesitan nada más que los zapatos y un cocktail, eso sí preparado por el mismísimo Chicote, lo único en lo que parecen estar de acuerdo ambos sexos.

En este texto nos interesa la evolución de un estereotipo convertido en norma, no las miles de definiciones personales de la virilidad, ni un ideal como aquel de “hombre sensible” que configuró el romanticismo y otros muchos que iban abriéndose camino en la construcción del los diversos modelos. La historia de la masculinidad moderna puede ser explorada y observada desde muchos ángulos: es posible concentrarse, por ejemplo, sobre la fuerza de voluntad o sobre el autocontrol (los hombres no lloran), pero para entender la idea de la virilidad en el siglo pasado es necesario observarla en su conjunto.

¿Cuál era por lo tanto el significado de un concepto tan omnipresente como para inducir a los historiadores y al público en general a darlo por sabido, por descontado? La idea moderna de la masculinidad propugnaba una visión bien definida de la naturaleza y de las acciones humanas capaces de servir a las causas más diversas y que dejó rastros de sí en todas o casi todas las ideologías modernas. En términos generales podemos afirmar que las virtudes viriles inmutables eran la fuerza de voluntad, el honor y el coraje (tales virtudes constituyen todavía el centro de nuestro lenguaje, aunque en el cambio de siglo se ha producido una aceleración en el cambio).

### **3. Nacimiento del modelo**

La construcción de la masculinidad moderna se vincula de un modo muy estrecho a la nueva sociedad burguesa que aparece a fines del siglo XVIII; fue entonces cuando se afirmó el estereotipo de la virilidad que todavía hoy reconocemos. La fortaleza muscular ha estado asociado a valores de carácter espiritual (hasta mediados del siglo XIX) encarnados en antiguos héroes. No podemos olvidar la contribución que debe a las ideas del pasado el estereotipo moderno.

Una actividad deportiva que ocupó un lugar prominente en relación con esos valores masculinos que se debían defender era el duelo, el combate en defensa del honor masculino, y el concepto del honor, asociado al coraje y a la sangre fría necesaria para defenderlo. El honor aristocrático estaba vinculado a la fuerza de la sangre, al linaje y a la descendencia nobiliaria; la falta de respeto debida al rango estaba entre las causas más frecuentes de los duelos. En la tradición caballeresca el honor era un atributo individual, establecido por la reputación, a la posición y a la dignidad individual. Pero el concepto llevaba consigo también un ideal de virilidad: ser llamado cobarde era el peor insulto. La contribución de la idea aristocrática de la virilidad fue no poco importante, a pesar de los cambios que se le superpusieron. El duelo

reforzaba el sentido de la autonomía, de la personalidad, pero también aquel de la pertenencia a una clase, a una casta...

La adaptación de este ideal aristocrático a la sensibilidad burguesa, a partir al menos del siglo XVIII, fue un importante paso adelante en la construcción de la masculinidad moderna...

Más significativa fue la importancia sin precedentes atribuida al aspecto físico: no importaba solo el comportamiento, también la apariencia. Se propone un modelo bien definido de aspecto, apariencia y comportamiento. La caballerosidad y el honor viril requerían fuerza moral, pero también presencia física. La destreza y la fuerza habían sido de siempre atributos necesarios en la defensa del honor, pero la nueva sociedad emergente miraba ahora al cuerpo masculino completo como expresión de la virilidad, de la potencia y del coraje, manifestados en el comportamiento y en el aspecto. Anteriormente se había hablado mucho de la conducta caballeresca, pero muy poco del aspecto físico, y nunca del cuerpo humano como criterio de juicio. Ciertamente, el aspecto tenía de siempre su importancia; en el medioevo y en los inicios de la era moderna, por ejemplo, la ropa era un signo de rango, a menudo formalizado por los edictos del rey. Incluso la actitud, la pose viril y cortés, tenía su peso (recordemos los consejos de Castiglioni), pero se trataba de una presencia fragmentaria, ahora todo pasaba a estar sistematizado en un conjunto que reclamaba la atención no solo sobre el traje y la forma de llevarlo sino sobre el cuerpo masculino mismo, juzgado sobre el patrón de un modelo de belleza preconcebido. Nació un estereotipo que condicionaba la percepción de la virilidad, un método de clasificación completamente ausente en el pasado, supuso un énfasis sin precedentes sobre la percepción visible. Nación y sociedad se representaban recurriendo a símbolos transparentes y de inmediata comprensión. El ideal masculino, con su fuerza y su belleza, se convierte en un símbolo de la sociedad y de la nación. La simbología laica asume una nueva importancia.

### **3.1. Se define el modelo de la belleza masculina pero ¿cómo conseguirlo?**

La difusión de la gimnasia como instrumento para fortalecer el cuerpo fue un paso adelante fundamental en la puesta a punto del estereotipo masculino. Un cuerpo bien formado, esculpido, debía ser el contrapunto al intelecto, en un equilibrio que era considerado un requisito indispensable para el correcto comportamiento moral y físico. La gimnasia, durante buena parte del siglo XVIII, constituyó un componente importante de la higiene personal. Se consideraba la gimnasia como la rama de la medicina que enseñaba conservar o recuperar la salud a través del ejercicio (Tissot 1780). La gimnasia debía mantener bajo control las pasiones ilícitas, el imperativo moral fue adquiriendo un relieve cada vez mayor en el debate sobre el ejercicio físico. La identidad entre cuerpo y alma fue el aspecto central de la actividad atlética como factor para la construcción del modelo de la masculinidad moderna.

La belleza masculina para ser un criterio de virilidad, un símbolo de la fuerza y del espíritu. Naturalmente una belleza consensuada. Los ejemplos que se citan para sostener este ideal son el Apolo Belvedere y los indios, una extraña mezcla de los ideales griegos con aquellos de los iluministas del buen salvaje (Rousseau). Esto no constituía una llamada a la fuerza, el nuevo estereotipo masculino debía encontrar la vía intermedia entre temeridad y cobardía; en su definición juega un papel fundamental el concepto de caballería. Se veía la virilidad moderna como una continuación, en parte, de la tradición caballeresca, de hecho la mencionada esgrima entró a formar parte de la gimnástica.



El verdadero hombre debía estar al servicio de un ideal superior, en la formación del cuerpo se introdujo un elemento mesiánico que llevó a una identificación con la Patria, lo que condujo a la militarización de la masculinidad.

En este contexto parece lógica la inclusión de la gimnástica en el adiestramiento militar y el nexo entre virilidad y guerra se establecerá de modo natural. Y en Francia, Italia, Alemania, España encontraremos que un cuerpo bello y en forma es considerado como indicativo de un alma noble. La gimnasia previene de la feminización y crea hombres viriles, disciplinados, industriosos, modestos y tenaces.

Sin embargo Inglaterra fue la excepción: aquí la educación viril se conseguía por medio de los juegos de equipo. Con la reforma de las Public Schools en el primer cuarto del siglo XIX, se quiere dar prioridad a la “religión y el estudio”, pero entre 1850 y 1880 el deporte organizado va tomando pleno poder en la educación encaminada hacia la virilidad: “Un jugador de fútbol de verdad caballeresco [...] no se mancha nunca con la mentira, la indignidad o la mezquindad, ni en la palabra ni en la acción”. La corrección, la caballería que se convierte en parte de la definición del gentilhomme inglés, se aprendía en el campo de juego. Juegos de equipo como el cricket servían como adiestramiento de virilidad, el enfrentamiento era una imaginaria batalla caballeresca, y esta percepción distinguía a Inglaterra del resto de Europa. Las virtudes propugnadas por del juego no parecían tan diversas de las de la gimnástica, pero se diferenciaban en algo muy importante: el fair-play.

El cuerpo masculino debía, por lo tanto, fortalecerse tanto por motivos de salud como de higiene, o por la adquisición de la fuerza y de la agilidad: de esto nacía la belleza y el carácter viril, en esto se basaba el estereotipo.

La dimensión estética constituirá un elemento fundamental (a veces consciente, a veces inconsciente) de llamada a las masas. Esto resultará especialmente significativo en el caso de la Alemania nazi y en el de la Italia fascista. Nada podría deberse al azar: el simbolismo de la arquitectura, las perspectivas y las fachadas, la configuración del espacio - todo fue conscientemente diseñada para encerrar a las masas en un imaginario unificador. Es aquí donde la estética - esta estética del simbolismo de la Unidad, la belleza armónica del conjunto ordenado, la unidad de pensamientos y emociones - estaba realmente al servicio de la propaganda política.

Mosse lo ha expresado magníficamente cuando afirma que el fascismo creó unos estereotipos humanos utilizados para servir como símbolos del movimiento, siendo la puesta en escena algo fundamental para la auto-representación del fascismo<sup>5</sup>

En ambos casos, Italia y Alemania, se habla del “Hombre Nuevo” que debía formarse y ensalzarse en los gimnasios, pero si hubo un momento y un lugar emblemático para ensalzar ese Hombre Nuevo, no hay duda que fue la celebración de los JJOO en Berlín en 1936. Los JJOO constituirán un escaparate perfecto para demostrar la virilidad, la fuerza de una Nación. Fueron la ocasión idónea para exhibir los mejores ejemplares “arios” del deporte de la “Nueva Alemania”. La educación física y la educación política pasan a ser indisolubles. En efecto, con la llegada del III Reich, los programas deportivos se vieron reforzados en las escuelas y los niños alemanes se inscribieron en las Juventudes Hitlerianas y las Bund Deutscher Mädels

<sup>5</sup> Mosse, *La Révolution fasciste*, op. cit., p. 8-9.

George MOSSE, *The Nationalization of the Masses. Political Symbolism and Mass Movements in Germany from the Napoleonic Wars through the Third Reich*, New York, Howard Fertig, 1974.

(para las niñas). Para Hitler, sólo los niños que no habían sido “corrompidos” por los sistemas políticos anteriores al III Reich y que se beneficiaban de una “educación total” nazi, podían pretender encarnar al “Hombre Nuevo”. Se consideraba que el deporte era ideal para el modelado de la juventud y para lograr ese hombre Nuevo.

La competición, inherente al deporte moderno, se adaptaba perfectamente al modelo de la lucha de “razas” que constituía la base ideológica del nazismo. Podemos entender porqué los Juegos Olímpicos de 1936 constituyeron una oportunidad para ilustrar, a través del deporte, todos los supuestos méritos de la doctrina nazi. Y si se pretendía que la victoria deportiva fuese un indicativo de la superioridad aria, el objetivo se logró, ya que (gracias a la enorme inversión estatal que se llevó a cabo para la formación de sus atletas) Alemania consiguió el mayor número de medallas de oro. Pero nada de esto hubiese tenido sentido a no ser porque constituyó un inmenso escaparate cuyo objetivo eran tanto los propios alemanes como el resto del mundo. La puesta en escena fue excepcional, es en esas puestas en escena donde la estética nazi encuentra su culminación y a su servicio se colocaban todas las artes en relación de interdependencia, siendo la arquitectura el centro de los esfuerzos y de las cualidades estéticas del nazismo. Se renuevan las ciudades alemanas, pero no en lo que a infraestructura se refiere, sino que se aspiraba a conferirles una nueva dimensión estética. Se construyen edificios de carácter colectivo, que sirvan a las solemnidades y a las celebraciones en el sentido religioso alemán, como en el caso del Estadio Olímpico de Berlín. La manifestaciones adquieren un carácter ritual, donde todo está planificado, organizado para conferir a la gente un sentimiento de identidad como grupo. Esta “teatralidad fascista dependía de las tecnologías de los medios de comunicación de masa. En Alemania, las grandes concentraciones dependían de los sistemas públicos y se retransmitían por radio o se proyectaban en los cines. Los enormes espacios arquitectónicos estaban construidos a propósito, derivando su diseño de una combinación de los estadios deportivos y escenarios de los musicales de Hollywood”<sup>6</sup>. Un ejemplo paradigmático lo constituye la celebración de la Olimpiada en Berlín en 1936, con la construcción del estadio, la puesta en escena y el documental realizado por Leni Riefenstahl, quien ya en 1934 había realizado “El triunfo de la voluntad”<sup>7</sup>, considerado por los expertos como la más perfecta película de propaganda realizada jamás. Las imágenes son tan poderosas que ni siquiera necesitan una voz en off, algo bastante insólito para un filme de este tipo.

En el rodaje de la película de los Juegos dirigió 45 cámaras y grabó 800.000 metros de celuloide, suficiente para una película de 500 horas. Una vez filmados los esculturales atletas, la directora tardó 18 meses en producir *Fiesta de los pueblos* y *Fiesta de la belleza*. Conocidas ambas bajo el rótulo de *Olympia*, fueron estrenadas en una proyección privada para el Führer el día de su cumpleaños, en 1938. (Por cierto, Hitler no practicaba deporte).

La cuidadosa composición de las imágenes, el juego de luz y sombra y la técnica de montaje empleados por Riefenstahl marcan un punto de referencia en la historia cinematográfica. Pero también crea un himno a la belleza del cuerpo humano y a la gloria de la fuerza física.

#### **4. Soldados/atletas**

---

<sup>6</sup> Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid, p. 49.

<sup>7</sup> Sumamente interesante es el análisis que de esta película realiza Marías, J. (1998). "El triunfo de la seriedad." *El País*.

Símbolo de la nación, esperanza del futuro, modelo de virilidad, esto, y mucho más era el hombre nazi. La exaltación de la Primera Guerra Mundial jugó un papel determinante, los veteranos se colocaron a la cabeza de los hombres del futuro. Eran hombres que habían visto a la muerte de frente, auténticos modelos de virilidad. Como escuela de masculinidad, la guerra es mucho más dura que el gimnasio, se madura más rápidamente. Y así se genera el mito de una imagen viril producto de las trincheras, y cuyo aspecto exterior es fundamental: cuerpos robustos que encuentran su eco en las imágenes de guerra plasmadas por los artistas. De nuevo nos encontramos enfrentados a la disyuntiva entre “realidad y apariencia”. La visión artística del Tercer Reich es fielmente respetada en la obra de Arno Broker. Culto al cuerpo, unidad racial y fuerza militar constituían el nacionalsocialismo.

Tal y como ha señalado Clark “Las interpretaciones fascistas del cuerpo humano apoyaban la metáfora apologética que veía el cuerpo como un modelo del Estado. Como las del cuerpo, cada parte del Estado debía actuar en armonía, pero no en igualdad: lo mismo que la cabeza tiene poder sobre los miembros, el gobierno tiene poder sobre las personas. Pero gobierno y personas están vinculados y, por lo tanto, el Estado está fundido con la nación. El cuerpo del Estado es puro, libre de enfermedades internas e inmune a las contaminaciones externas”<sup>8</sup>.

El protagonismo de esta metáfora es relevante en casi todas las representaciones del cuerpo humano en el arte fascista. Las imágenes de fuerza corporal, vigor, agresión y vigilancia, como las de Albert Janesch, Deporte acuático y Adolf Wamper, el genio de la Victoria, reflejan las pretendidas cualidades del Estado fascista. El ejercicio físico tenía un papel central en la formación del hombre fascista; el fascismo aceptaba la idea tradicional de que un cuerpo en forma era indicativo de un espíritu viril<sup>9</sup>.

El nuevo modelo de hombre debía corresponder al ideal racista y se convertirá en el sujeto característico y dominante del arte nacionalsocialista.

Si se mantiene la concepción según la cual el arte es siempre la expresión de una época, a la que plasma inconfundiblemente, la estética nazi es modelo, arquetipo y estructura de la ideología del nazismo.

El nazismo quería hacer creer que había eliminado los presupuestos sociales del arte moderno con la eliminación del arte mismo: liquidación del arte moderno para enmascarar y cubrir la situación real.

Es imposible dar una respuesta unívoca a la cuestión del objetivo primario de la lucha nazi contra el arte moderno: para los nazis se trataba sobre todo del momento de la negación, a través de la cual era posible integrar a las masas.

Se recurre a multiplicidad de unidades artísticas ya caducas, pero que siguen estando aureoladas de un prestigio mayoritariamente respetado, y que fueron creadas en su momento por y para una clase, estamento o grupo de presión, cuyo papel político-económico ha venido a menos hasta casi desaparecer, si bien, en cambio, mantiene todavía una relativa primacía cultural.

<sup>8</sup> Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid, p. 71.

<sup>9</sup> Cf. Mosse, G. L. (1997). *L'immagine dell'uomo*. Turín, p. 213.



Se produce un eclecticismo que suma y no combina los mil datos que acaba manejando, a la par que, por otro lado, en seguida impone la dictadura de eso que denomina el gusto, por antonomasia siempre el suyo, es decir, el bueno.

A su vez, el pastiche y el culto a lo sano son dos de sus primeros hechos distintivos: uno revela la ausencia en él de un auténtico rasero de selección, de algo que hiciese las funciones de esqueleto intelectual; el segundo impulsa al pensamiento por la vía falsamente ética de lucubrar alrededor de pivotes como lo degenerado, lo insano y lo deforme.

Pastiche que aparece incoherente, más aún, internamente contradictorio, en tanto resultado de la simple operación cultural de yuxtaponer expolios diversos: las obras obtenidas, cada una en sí misma y con respecto a las demás, son un caos de antagonismos irreductibles, como también viene a serlo su común denominador, o sea, la ideología hecha imágenes visibles, audibles o vivibles que promociona el poder establecido.

### **Bibliografía**

- Cirici, A. (1977). *La estética del franquismo*. Barcelona.
- Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX*. Madrid.
- Mosse, G., *La Révolution fasciste*. Paris, Seuil.
- Mosse, G., *The Nationalization of the Masses. Political Symbolism and Mass Movements in Germany from the Napoleonic Wars through the Third Reich*, New York, Howard Fertig, 1974.
- Mosse, G. (1997). *L'immagine dell'uomo*. Turín.
- Sklaroff, L.R., "Constructing G.I. Joe Louis: Cultural Solutions to the 'Negro Problem' during World War II," *The Journal of American History*, Vol. 89, No. 3 (Dec., 2002), pp. 958-983.