



ELLEN ATLANTA

Insegura
estás más
guapa

Diva virtual

Cómo un mundo obsesionado
con la imagen ha distorsionado
el cuerpo de las mujeres
(y qué podemos hacer
para cambiarlo)

TRADUCCIÓN DE
NEREA GILABERT

DEUSTO

Diva virtual

Cómo un mundo obsesionado con la imagen
ha distorsionado el cuerpo de las mujeres
(y qué podemos hacer para cambiarlo)

ELLEN ATLANTA

Traducción de Nerea Gilabert Giménez



EDICIONES DEUSTO

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor. Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Queda expresamente prohibida la utilización o reproducción de este libro o de cualquiera de sus partes con el propósito de entrenar o alimentar sistemas o tecnologías de inteligencia artificial.

Título original: *Pixel Flesh: The distortion of the female body in a world obsessed by image – and how we can change it*

© Ellen Atlanta, 2024

Publicado originalmente en Reino Unido por HEADLINE PUBLISHING GROUP, 2024.

Todos los derechos reservados, incluidos los derechos de reproducción en cualquier formato de la totalidad o parte de la obra.

Publicado por acuerdo con Apple Tree Literary a través de Randle Editorial & Literary Consultancy.

© de la traducción, Nerea Gilabert, 2025

© Centro de Libros PAPF, SLU., 2025

Deusto es un sello editorial de Centro de Libros PAPF, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

Primera edición: septiembre de 2025

Depósito legal: B. 11.890-2025

ISBN: 978-84-234-3931-7

Composición: Realización Planeta

Impresión y encuadernación: EGEDSA

Printed in Spain - Impreso en España



Sumario

Confesionario	13
Prólogo.	17
1. El culto a Kylie Jenner	27
2. Venus y el voyeur.	49
3. Algoritmos del deseo.	71
4. Cultura colonizadora.	97
5. El poder de lo bonito.	120
6. Construir un cuerpo	146
7. Todo es contenido y la realidad es un mito.	172
8. Muerde la mano que no te da de comer.	201
9. La fetichización de la juventud	231
10. Maternidad y otredad.	253
11. Las brujas del ciberespacio	283
Conclusión.	309
Glosario	325
Bibliografía	329
Agradecimientos	331

El culto a Kylie Jenner

Reproduzco el vídeo una y otra vez. Rebobino, luego avanzo, paro a cada milisegundo para ver su cara congelada en todas las fases del movimiento, sus famosos labios rellenos formando las palabras: «Hoy vamos a hacer un look muy natural».

Kylie Jenner lleva años atrapada en mi móvil. Tengo ochenta y seis fotos suyas apiladas en orden, unas encima de las otras, como pequeños bloques de tetrís. Ochenta y seis versiones suyas que sólo yo puedo ver.

Kylie Jenner: la musa, la madre, la millonaria. Mercantilizada por su familia desde los nueve años y lanzada al mundo de los reality shows (en el primer episodio de *Keeping up with the Kardashians* se ve a una Kylie prepúber girando en una barra de striptease). Empezó con los retoques estéticos a los diecisiete años. A los veinte fundó su primera empresa, que vendía productos de belleza para replicar su aspecto (conseguido mediante intervenciones quirúrgicas) a las fans que tanto la adoraban, y a los veintiuno fue madre.

Pasé un día con Kylie en diciembre de 2018, diez meses después del nacimiento de su hija Stormi. Antes de entrar en el sector tecnológico, trabajé para revistas de belleza, y Kylie era nuestra modelo de portada por excelencia. Como editora de publicaciones para las redes sociales, mi trabajo consistía en recopilar tanto contenido entre bastidores como fuera posible y entrevistar a Kylie para después compartir las respuestas en los perfiles de la revista. Seis preguntas previamente

acordadas, seis respuestas en vídeo. La foto de portada salió adelante, pero el equipo de Kylie nunca autorizó la publicación del resto del contenido. Desde entonces lo guardo en la galería de mi teléfono.

Pocos meses después del encuentro, la revista *Forbes* la coronó como la persona más joven en convertirse en multimillonaria como fruto de su propio esfuerzo (un título que más tarde fue revocado por las acusaciones de que había falsificado las cifras, algo que Kylie niega). Es la más joven y la que más seguidores tiene del clan Kardashian. Con más de cuatrocientos millones en Instagram, es la segunda mujer más popular de toda la plataforma. Kylie Jenner es una persona tan poderosa que puede provocar pérdidas en bolsa de más de mil millones de euros con un solo tuit y de cambiar el concepto de belleza de toda una generación de chicas.

Era 2020 y llevábamos tres meses encerrados en casa. Ese día de junio hacía un calor inusual en el jardín de mi comunidad, a sólo quince minutos de la estación londinense de Notting Hill. Mi burbuja de apoyo y yo tomábamos el sol en ese santuario con orientación sur. Éramos cuerpos suaves sobre un césped artificial que nos pinchaba la piel mientras nos entregábamos al sol.

Hacía tiempo que no veía cuerpos de verdad, sólo carne hecha de píxeles. En ese momento, disfrutando del calorcito, rodeadas de vegetación, mis amigas parecían pinturas renacentistas: hermosas y regordetas, perezosas y bellísimas. Sus cuerpos estaban calientes y tenían un aspecto aterciopelado, con surcos por aquí y arrugas por allá. Había pelos incipientes, estrías, michelines y cortes de cuchillas de afeitar. En la frondosidad del jardín, brillábamos con un resplandor que no se puede reproducir en una pantalla. Durante unos breves instantes, volví a la realidad.

Nuestros nombres —Ellen, Sienna y Eliza— no son lo único homónimo que compartimos. Facialmente somos el equivalente a un «sí, puedes copiarme los deberes, pero cámbialo un poco para que no se note». Piel clara, ojos azules y pelo rubio. Nuestro cuerpo es lo que más varía. Sienna tiene poco pecho y es esbelta. Eliza es imponente y curvilínea, la más femenina de todas, un auténtico Botticelli. Yo estoy en un punto intermedio, pero siempre creo que debería parecerme más a las demás.

Sienna me pidió que le sacara fotos y, por supuesto, eso hice (tiene más de cinco mil seguidores en Instagram y publica sin falta cada dos días). Justo el día antes se había puesto ácido hialurónico en la cara; llevaba corrector para disimular los moratones. Había encontrado una oferta en Groupon: un hombre bajito ofrecía el mililitro a menos de ciento cincuenta euros y lo administraba en la trastienda de una peluquería, en algún lugar del norte de Londres. Estaba lejos, pero, a ese precio, merecía la pena. Envuelta por el verdor del jardín, parecía una anomalía, la hipérbole de sí misma. Sin embargo, en cuanto levanté la cámara e hice la foto, pasó a ser perfecta. La versión digital de una chica impecable, radiante de belleza natural.

Sienna lleva seis años poniéndose inyecciones en la cara. Tiene veinticinco.

Nos saltamos la hora del almuerzo porque estábamos haciendo fotos para Instagram. Nadie dijo nada, pero todas éramos muy conscientes de que era una decisión deliberada. Queríamos aprovechar el calor de la tarde; sin embargo, pronto nos retiramos y volvimos dentro. La actuación había terminado. Además, cuesta ver la pantalla bajo la luz del sol. Mientras me dirigía a la nevera a por agua, miré por encima del hombro de Sienna para ver lo que estaba haciendo. Tenía la foto abierta en Facetune. Las caderas un poquito más anchas, la cintura un poco más estrecha, la mandíbula algo más marcada... Observé por el rabillo del ojo cómo la perfección inicial que había captado momentos antes se retocaba aún más. Me dieron ganas de gritarle: «¡Pero no vale editarla!». De alguna manera, al ensanchar, estrechar y cortar, hizo que yo me sintiera mutilada.

Cuarenta y cinco minutos después, la foto por fin apareció publicada en sus historias de Instagram. Un post efímero que estuvo visible durante sólo veinticuatro horas.

Sabía que quedarme mirando a alguien era de mala educación, pero no podía evitarlo. Era una cara que reconocía, pero no del todo. Era como si Kylie Jenner llevase una máscara de Kylie Jenner, una cosa inquietante. Su cara en la vida real no terminaba de cuadrarme, pero supongo que no le hacía falta.

Cada época viene de la mano de un ideal de belleza —de Marilyn a Twiggy, de Kate Moss a Kylie— que sirve como referente para per-

petuar la necesidad de compararnos. En la era digital de la sobreestimulación, en la que nos bombardean constantemente con rostros atractivos, Kylie se convirtió en el modelo del estándar posmoderno, el que más se ha extendido de la historia. La proliferación masiva de imágenes en internet y la consiguiente vigilancia a la que nos sometemos a nosotras mismas han dado lugar a un ideal de belleza construido con base en extremos: rasgos exagerados, diseñados para atraer desde la pantalla, para adaptarse a la perfección al formato en píxeles, para destacar cuando se meten en una cuadrícula.

En 2019, Jia Tolentino bautizó esta imagen homogénea de la belleza femenina como *la cara Instagram*, y la definió como «una cara joven, por supuesto, sin poros en la piel y con unos pómulos marcados. Ojos felinos y pestañas largas y caricaturescas; una nariz recta y pequeña, y unos labios carnosos y exuberantes». Es el rostro de algunas de las mujeres hoy más populares del ámbito digital —de Kylie Jenner a Kim Kardashian, de Bella Hadid a Emily Ratajkowski—, y ha constituido un nuevo complejo industrial en el que una única estética facial se populariza e idealiza entre la población general —incluyéndome a mí, a Sienna y a Eliza—. El resultado es una cultura de la belleza homogénea, en la que las mujeres anhelan los rasgos de las demás y se esfuerzan por alcanzar ideales que sólo pueden lograrse mediante los procedimientos estéticos, lo cual normaliza el uso de las inyecciones cosméticas, la cirugía estética, la edición de fotos y los filtros para conseguir ese aspecto.

Tener éxito en la cultura de la belleza digital pasa por ajustarse a esta uniformidad genérica, por tener ese rostro. Las personas más seguidas en redes sociales tienen una apariencia peculiarmente similar y adoptan posturas casi idénticas. En un estudio cualitativo en el que se analizaron los rostros de cincuenta modelos e influencers con un gran alcance social (al menos según el número de seguidores en Instagram), se descubrió que el 64 % tenía los ojos rasgados, como los de los gatos, mientras que el 86 % tenía los labios carnosos. El cien por cien de ellas lucía una barbilla prominente, unos pómulos marcados y una mandíbula definida. Además, el 78 % tenía la nariz recta y respingona; el 84 %, las cejas altas, y el 98 %, los surcos lagrimales poco profundos. En cuanto a la textura de la piel, el 84 % de las influencers presentaban unos rostros con una ausencia total de arrugas o líneas de expresión, y el cien por cien estaba libre de acné. En total, casi la

mitad de las mujeres de la muestra reunía todas las características de «la cara Instagram».

Las tendencias de belleza de las dos últimas décadas no se han sustituido unas a otras, sino que se han acumulado a pesar de sus contradicciones, incluyéndose mutuamente mientras agravan nuestras inseguridades. Las mujeres no sólo tienen que ser delgadas o voluminosas, sino también esbeltas de brazos, pantorrillas y vientre, con curvas en las caderas, el trasero y los pechos, todo ello manteniendo una cintura estrecha, una piel sin imperfecciones, una melena espesa y un nivel adecuado de definición muscular.

A pesar de la aparición del movimiento body positive, las estadísticas de trastornos alimentarios son peores ahora que en los años noventa. Paralelamente, se ha producido un incremento de la demanda de retoques estéticos. Según el Banco Nacional de Datos sobre Cirugía Plástica Estética de Estados Unidos, el número de procedimientos con bótox se incrementó un 54 %, entre 2019 y 2020, y los rellenos faciales aumentaron un 75 %. Para 2022, la popularidad de estos procedimientos no quirúrgicos había crecido otro 23 %. Reino Unido es el mercado de crecimiento más rápido a nivel mundial en lo que se refiere a rellenos para el rostro, y los cirujanos plásticos británicos informaron de un aumento del 70 % en las solicitudes de consulta con respecto a 2020. Según un estudio reciente, el 28 % de las personas de entre dieciocho y veinticuatro años y el 31 % de las de entre veinticinco y treinta y cuatro se han sometido a algún tipo de tratamiento estético (frente a una media de tan sólo el 21 % para el total de la población británica). Más de la mitad de las mujeres de entre dieciséis y veintinueve años se plantean someterse a retoques estéticos ahora o en el futuro. A medida que el capitalismo vaya colonizando más ámbitos de la conciencia femenina, no cabe duda de que se irán añadiendo más tratamientos y procedimientos a los que las mujeres deberán recurrir para alcanzar el estándar de belleza.

En una entrevista con Kathleen Hale para *Harper's Bazaar*, Simon Ourian, el cirujano estético que le puso los labios a Kylie, dijo que, según sus cálculos, hace diez años alrededor del 1 % de sus pacientes pertenecían a «la categoría más joven» (dieciocho y diecinueve años), mientras que ahora ese grupo ha aumentado hasta abarcar alrededor del 10 %. A pesar de que niega tratar a clientes menores de edad, Kylie Jenner tenía diecisiete cuando empezó a acudir a él para

ponerse las primeras inyecciones. «Conozco a la familia —se excusó— y me consta que es una persona muy madura.»

En el episodio final de la vigésima temporada de *Keeping up with the Kardashians*, Jenner habló abiertamente sobre lo que había desencadenado sus inseguridades: «Tenía quince años y mis labios me hacían sentir insegura. Los tengo muy finos. Después del que creo que fue uno de mis primeros besos, un chico me dijo: “No pensaba que fueras a besar tan bien porque tienes los labios muy finos”. Me lo tomé muy a pecho. Cuando un chico que te gusta te dice eso... Empecé a sentir que no era guapa ni deseable».

Todo empezó por culpa de un chico. Los comentarios de un adolescente —actuando como portavoz de la misoginia— desencadenaron un efecto dominó que empezó con Kylie y se extendió por todo el mundo, arrollando a millones de mujeres jóvenes, incluidas Sienna y yo. Kylie, que en su día fue víctima del estándar de belleza, ahora se ha convertido en él. Ha ganado millones gracias a las ansiedades que mujeres jóvenes de todo el mundo sufren consciente e inconscientemente; ansiedades como las que ella experimentó a los quince años. Durante bastante tiempo, Kylie se negó a admitir que se había hecho retoques estéticos, e insistía en que, si sus labios parecían más grandes, era por cómo se maquillaba. En agosto de 2017, lanzó tres *kits labiales*, cada uno compuesto por un perfilador y un pintalabios líquido, diseñados para replicar los suyos. Se agotaron en menos de un minuto. Mientras, cientos —si no miles— de chicas se partían el labio, se reventaban los vasos sanguíneos y se causaban daños irreparables en la cara por culpa del *reto de los labios de Kylie Jenner*, que consistía en meter la boca en vasos de chupito y succionar para conseguir que se hincharan de forma temporal y sin gastar ni un céntimo.

El doctor Norman Rowe, un cirujano plástico de alto nivel de Nueva York, dijo en una entrevista a *Harper's Bazaar* que recuerda a unas cincuenta chicas menores de edad que acudieron a su consulta pidiendo inyectarse los labios, y a una docena más que se presentó porque «necesitaban someterse a un tratamiento láser para contrarrestar los efectos [del reto de los vasos de chupito]: rotura de capilares y ese tipo de cosas».

Cuando Kylie acabó confesando que se había puesto relleno en los labios, las búsquedas del término en internet aumentaron un 3.233 %, y las clínicas informaron de que, de la noche a la mañana, había teni-

do lugar un incremento del 700 % en las consultas sobre el procedimiento.

Una visión positiva de la cultura digital actual nos puede hacer creer que cada una tiene la capacidad de elegir cómo presentarse en las redes sociales, que lejos de las ataduras de los medios de comunicación tradicionales podemos crear una utopía en la que la inclusión, la diversidad y la individualidad son primordiales. Sin embargo, los datos sugieren lo contrario. Nuestros mundos digitales están creando un régimen de ideales de belleza cada vez más restrictivo, basado en un conjunto limitado de rasgos y características faciales que sólo las mujeres que tomen las decisiones de consumo *correctas* podrán alcanzar.

En mis intentos por hablar del tema con Sienna, había adoptado el papel de admiradora para preguntarle por el coste y la cantidad de cosas que se había hecho, como si estuviera tomando notas para mi futura incursión en el mundo de los retoques faciales. Ella me respondió con franqueza: «Nunca había sido insegura, pero vi las fotos de Kylie Jenner y me entraron muchas ganas de parecerme a ella».

Si Kylie es Afrodita, nosotras somos las Gracias, fieles sirvientas que atienden desde la distancia, discípulas entregadas a la labor de la vanidad, que se alimentan de una dosis artificial de autenticidad y perfección anatómica. En lugar de trenzarle el pelo y besarle los pies, compramos sus paletas de sombras y le damos «me gusta» a sus publicaciones, practicamos sus enseñanzas y difundimos su palabra. A veces nos ofrecemos voluntarias para el papel y otras somos coaccionadas en contra de nuestra voluntad.

Las investigaciones demuestran que, a medida que aumenta el culto a las famosas, disminuyen los niveles de autoestima. Hay estudios que constatan la correlación entre ver imágenes idealizadas en internet, sentirse insegura sobre tu apariencia y fantasear con cambiar de aspecto. El antropólogo Robin Dunbar sostiene que sólo estamos programados para mantener redes de ciento cincuenta conexiones. La realidad actual, saturada de contenido, ofrece más oportunidades que nunca para compararnos: en tan sólo unas horas en las redes sociales podemos ver más de ciento cincuenta imágenes de otras personas. Nuestros cerebros no están hechos para ver a tanta gente guapa,

y mucho menos a través de un algoritmo que favorece a aquellas personas que más se ajustan a la norma, difundiendo su contenido para aumentar la visibilidad.

Por descontado, el fenómeno de someternos a un escrutinio salvaje frente al canon de belleza no es una novedad; ya existía antes de tener acceso a internet y a las redes sociales. No es culpa de Kylie ni tampoco de Instagram que exista este problema, pero ambos factores juegan un papel en su perpetuación y difusión, al igual que nosotras individualmente. Hay quienes sostienen que algunas influencers han aprovechado las trampas tradicionales de la cultura de la belleza para crear espacios feministas empoderadores, alejados del control del ideal. Que la belleza, como industria y como concepto, es ahora mucho más diversa, interseccional y tolerante. No obstante, la mayoría se olvida de cuestionar la estructura social que dificulta que las mujeres puedan desvincularse de la cultura de la belleza si así lo desean.

«Si puedo permitírmelo, ¿por qué no iba mejorar al máximo mi físico?», Sienna se encoge de hombros y se gira para mirarme.

La mayoría de nosotras no podemos permitirnos vivir como Kylie Jenner; pero, dado que cada vez es más fácil acceder a estos tratamientos, intentamos parecernos a ella. Los rellenos faciales —que, según el procedimiento, cuestan entre trescientos y setecientos euros por sesión y se administran en pocos minutos— se han convertido en una actividad habitual para las personas a quienes les sobra algo de dinero, y en una especie de símbolo de prestigio equivalente a cuando una mujer que aspira a subir de clase social se compra un bolso de marca. Es una tendencia liderada en gran medida por las famosas: muchas mujeres y chicas muestran su galería de fotos con caras modificadas a profesionales y no tan profesionales, a personas formadas y sin formar, y piden que les hagan lo mismo. Es una forma más de consumir pedazos de sus ídolos.

Sienna me dice que se siente empoderada. Gana mucho dinero, ¿por qué no va a invertir en su imagen? ¿Por qué no iba a hacer cosas que ayuden a mejorar la confianza en sí misma? Sin embargo, también me dice que no puede dejar de examinarse la cara en busca del próximo arreglo que se hará. Funciona como el parche perfecto para

dejar a un lado el dolor; goza de una autonomía que le permite tomar las riendas de la situación y *mejorarse* a sí misma.

Con la campaña «Porque yo lo valgo», diseñada en los setenta para vender más productos capilares y de belleza que su competidor Clairol, L'Oréal se apropió del lenguaje del empoderamiento. La situación del feminismo y el mundo de la belleza actual no es más que la consecuencia lógica de esta colonización capitalista de la conciencia femenina. El gigante farmacéutico Allergan incluso ha empezado a adaptar sus anuncios de Juvéderm, una de las marcas más populares de relleno dérmico, a las mujeres milenial. Su anuncio de 2018 enumera los posibles efectos secundarios del tratamiento (hinchazón, dolor, bultos, hematomas, problemas visuales, derrame cerebral y ceguera) y después muestra un eslogan en letras grandes y de color rosa y morado: «Vívelo, lúcelo, exígelo, presúmelo». Ahora se pueden mejorar, retocar y cambiar todas las partes del físico para que encajen en el canon, y hasta se ha convertido en nuestro deber hacerlo. Independientemente del sistema que te empuja a detestar tus rasgos, la responsabilidad de *tener éxito* recae sobre ti individualmente.

Una palabra que no dejaba de aparecer durante mi investigación para este libro fue *empoderador*. Todo, desde los inyectables faciales a la cirugía estética, pasando por las aplicaciones para editar fotos y los selfis, se describía con esta expresión. Yo antes también la usaba, pero empezó a perder el sentido; se volvió un término genérico para decir «esto me hace sentir mejor durante un rato», mientras sigue habiendo un trasfondo de ansiedad y carencias pululando cerca. Con el paso del tiempo, el concepto empezó a parecerme más siniestro. Era una especie de maniobra de evasión, una forma de encubrir algo y de poner punto final a los debates sobre el canon de belleza.

A pesar de que todas tendemos a decantarnos hacia esa estética idealizada, parece que nos cuesta admitir que lo hacemos más por los demás que por nosotras. Y a la mayoría incluso nos cuesta aceptar, simplemente, que lo hacemos. Paralela al discurso del empoderamiento se esconde la vergüenza. Afirmar que nunca te has sometido a una cirugía, que un día te despertaste siendo más atractiva y ya está, alimenta el trasfondo malicioso presente en la cultura de la belleza actual. Kylie, por ejemplo, nunca ha confesado haberse sometido a ningún aumento más allá del de los labios y a uno de pecho en 2023, a pesar de que hay quien asegura que se gastó cientos de miles de eu-

ros en cirugías antes de cumplir los veinticinco. La mejor cirugía plástica es aquella que pasa desapercibida y, a pesar del incremento en las estadísticas sobre tratamientos, sigue prevaleciendo la ilusión de tener una belleza natural y sin esfuerzo. Paradójicamente, ninguna de nosotras quiere asumir la responsabilidad de sus elecciones, pese a que todas reivindicamos que nos empoderan. Pero, si realmente tomamos esas decisiones por nosotras y no por los demás, y las usamos como una herramienta de autoexpresión y empoderamiento para alejarnos del control patriarcal, ¿por qué prevalece tanto un tipo de belleza (y feminidad) concreto como el de *la cara Instagram*?

Una estética homogénea, para mí, es una táctica reduccionista. No sólo funciona como una herramienta de marketing brillante, sino que, al ser un estándar de belleza globalizado que crea un conjunto de ideales increíblemente exclusivos y que todo el mundo debe esforzarse por alcanzar, también es una herramienta que favorece la opresión colectiva, una manera de mantenernos a raya. Históricamente, la uniformidad se ha utilizado como forma de control y subordinación: al ajustarnos a versiones copiadas y pegadas unas de otras, al asimilar-nos a una cadena de montaje de rostros idénticos, perdemos el sentido de individualidad y de humanidad. Y esto va más allá de la estética; es un acto político que nos dificulta la autodefinición y, en última instancia, nos priva de voluntad propia.

Las conversaciones en torno a la autonomía corporal y nuestro derecho a decidir se han centrado en el embellecimiento y los procedimientos cosméticos, mientras que los derechos de las mujeres relativos al aborto, la seguridad frente a la violencia que sufren y el acceso a los anticonceptivos están siendo revocados en todo el mundo. Nos *empodera* preocuparnos por la perfección física mientras los gobiernos toman el control de nuestros cuerpos. Nos tragamos los mensajes en tonos pastel que hablan del *poder femenino* al mismo tiempo que se nos arrebatán nuestros derechos.

La escritora feminista Andrea Dworkin afirmó que los cánones de belleza «definen con precisión las dimensiones de la libertad física [de las mujeres]»; sus rigurosas restricciones sobre nuestros cuerpos crean camisas de fuerza que inhiben la capacidad de movernos por el mundo con tranquilidad. Estamos atrapadas física, psicológica y económicamente. Ni siquiera las mujeres multimillonarias se libran. La retórica del empoderamiento y la libre elección no hace más que en-

cubrir la continua cosificación y subyugación de la mujer por culpa de la cultura de la belleza actual. Puede que nos quieran vender los retoques estéticos como herramientas de empoderamiento, pero estos estándares de belleza cada vez más estrictos siguen reforzando la desigualdad de género. Y lo que es peor: nos han hecho creer que salimos ganando. Dejamos que nos corten con un bisturí, nos clavamos agujas en la cara, invertimos nuestro valioso tiempo, pagamos con el dinero que tanto nos ha costado ganar e incluso ponemos nuestra vida en peligro a cambio de una supuesta liberación. Cuando este grado de escrutinio se convierte en un indicador de nuestra recién descubierta libertad, el hecho de analizar aún más nuestro cuerpo se redefine como una herramienta para mejorarnos la vida, en lugar de como lo que es: un efecto secundario de esta cultura de la belleza tan nociva.

Por supuesto, muchas personas alrededor del mundo utilizan las intervenciones estéticas con el único afán de expresar su creatividad y pasiones. Si hay una constante a lo largo de toda la historia de la humanidad es que siempre hemos querido embellecer nuestro cuerpo: véanse las escarificaciones o el kohl. La expresión personal es un arte con mucho poder, pero gran parte de este trabajo estético es la antítesis de la libertad creativa. El mundo digital ha facilitado que podamos competir y compararnos a una escala nunca vista. Eso, combinado con los avances tecnológicos en la industria de la belleza, nos lleva a enfrentarnos a una sociedad en la que está bien visto deshacerse de las pequeñas *imperfecciones* que nos hacen únicas, *corregirse* y sustituir las piezas *defectuosas* por otras elegidas según el catálogo de moda. La quimera de la belleza como forma de autocuidado nos permite, por un instante, creer que tenemos cierta libertad a la hora de crear nuestra propia estética. Mientras tanto, una bestia onnipotente sigue controlándonos y decidiendo por nosotras.

Eliza estaba harta. Unos meses después de esa tarde tumbadas al sol, Sienna, Eliza, unas cuantas amigas más y yo nos fuimos de excursión. Nadie más del grupo le había notado nada raro, pero ella y yo somos amigas desde hace muchos años y sus cambios de humor me resultan más familiares que los míos propios. Ambas somos nortañas, forasteras en la capital, y eso nos une. A menudo cruzamos miradas mientras

los demás hablan para darnos a entender que, por muy ridículo que sea todo, estamos juntas en esto. Que nosotras no somos como ellos. Nosotras somos diferentes. Ese día estaba demasiado callada, como ensimismada. Sienna y las demás caminaban un poco por detrás de nosotras. Eliza y yo nos habíamos adelantado aposta para tener un momentito a solas. Yo sabía que estaba frente a un volcán a punto de erupcionar y pensé que, si conseguía hablar con ella en privado, a lo mejor minimizaría los daños.

«No puedo más», me dijo. La lava empezó a brotar. «No soporto ya más la turra de que si las operaciones de nariz y que si las modelos de Instagram. Estoy harta de hablar del físico, no puedo más. Que sí, que he engordado un poco, pero es que me da igual. Nunca voy a parecerme a esas chicas y no pasa nada, lo he aceptado. Sólo quiero pasar un día sin tener que pensar en mi aspecto ni en si voy a salir bien en una foto, si puedo desayunar un cruasán o si los pantalones me hacen o no buen culo. Me la suda. ¡Hay cosas más importantes en la vida! Siempre tenemos que hablar de Kylie Jenner o de Bella Hadid o de Hailey Bieber, o de lo que lleva puesto fulanita o de lo que se ha hecho menganita. Me cansa, Ellen. No todo el mundo quiere parecerse a la puta Kylie Jenner. Intento tener una buena autoestima, pero me es imposible si no dejo de hablar de mi cara y de mi cuerpo como si fuera una manualidad a medio terminar.»

La generación que pasamos por la infancia a principios de los 2000 crecimos con el cambio de imagen como piedra angular de la cultura pop; desde la icónica escena de *Princesa por sorpresa* hasta los innumerables episodios de programas como *Extreme makeover: Cambio radical* que veíamos en esa época. La expresión *glow up* se ha ido arraigando en nuestro vocabulario cotidiano y anhelamos, en secreto, que algún día llegue nuestra transformación.

Al hecho de entender el cuerpo como un objeto a la espera de ser mejorado se lo ha denominado *mirada cosmética*. El cuerpo con el que nacemos se convierte en un prototipo básico que necesita ajustes y retoques como respuesta a las opiniones de los demás. El cuerpo ideal se concibe entonces como la imagen del *después* o de un producto final perfeccionado por expertos —en este caso, esteticistas, cirujanos plásticos, maquilladores, influencers y entrenadores personales—. Interiorizamos esa mirada cosmética porque nos han animado a vernos como una imagen del *antes* a la espera de ser transformada.

Queremos que perciban que vamos mejorando, que estamos en una optimización constante.

Al percatarse de que la cara Instagram estaba en tendencia, los esteticistas empezaron a vender paquetes de rellenos faciales bajo el nombre de Kylie Jenner, consagrándola como el arquetipo de la cara de moda. A cambio de tu sueldo mensual, te prometían una transformación instantánea según los ideales de internet. Podías comprarte la cara de Kylie Jenner y moldearla a tu gusto. En 2019, la organización que regula los estándares publicitarios en Reino Unido prohibió una serie de anuncios en Instagram del llamado *Paquete Kylie* por ser engañosos, aunque, por supuesto, las combinaciones de tratamientos siguen existiendo. Las mujeres son incentivadas financiera y estéticamente para recomendar estos procedimientos a otras —las influencers reciben tratamientos gratuitos o con descuento a cambio de promocionarlos—, lo cual alimenta la preocupación sobre defectos que quizá ni siquiera nos habíamos dado cuenta de que teníamos, convirtiéndonos a todas en la viva imagen de las demás.

Cualquier rasgo que no se ajuste al ideal se convierte en un problema que espera ser *resuelto* por la industria estética. En internet, imágenes de rostros femeninos marcados con flechas y líneas de puntos muestran cómo se pueden rectificar y mejorar narices, barbillas, labios, pómulos y mandíbulas para embellecerlos, para maximizar el potencial de una mujer. Como afirma Tolentino, se nos incita a analizar nuestros rostros «del mismo modo que un consultor analizaría una empresa: identificando las áreas de bajo rendimiento para rediseñarlas, descartando lo que no aporte beneficios y reorientando el negocio hacia cosas que sí lo hagan». Esos beneficios son la moneda de cambio de la belleza. A través de los «me gusta» y los seguidores, se nos ofrece una aproximación diaria de cuál es la eficiencia de nuestros rostros y cuerpos. La validación o la condena al ostracismo son instantáneos. En un estudio para el que se entrevistó a mujeres jóvenes, muchas afirmaron que borran las fotos si no reciben una cantidad que consideran aceptable de interacciones, algo que Kylie también admite. El 81 % de las encuestadas respondió que se marcaban una cantidad de «me gusta» que debían recibir para considerar que estaban teniendo un buen rendimiento. Si no llegaban a ese mínimo, se veían a sí mismas de forma negativa en comparación con las demás.

La autovigilancia actúa como una extensión de la noción del filósofo francés Michel Foucault sobre el efecto panóptico: en una estructura carcelaria abierta y circular, los prisioneros tienen más autocontrol, dado que viven asumiendo que siempre los están observando. El modo en que las mujeres hemos interiorizado los ideales de belleza y nos monitorizamos a nosotras mismas es una trampa similar. La omnipresente cultura de la belleza y la mercantilización de las redes sociales han llevado a las mujeres a observarse y cosificarse continuamente, ya que hemos interiorizado esta mirada panóptica y analizamos nuestros rostros y cuerpos en busca de cualquier desviación del canon.

Hay millones de fotos del antes y el después de Kylie y cuentas enteras dedicadas a comparar imágenes de famosas antes y después de sus tratamientos de belleza. Aunque hay que alabar estos intentos de fomentar la transparencia en torno a los retoques estéticos, también acaban teniendo el mismo impacto que los análisis de cuerpos en bikini que se hacían en las revistas del corazón en los años noventa y dos mil. Con su lista inacabable de críticas tanto hacia la imagen del antes, libre de alteraciones, como hacia la del después, editada, retocada o mejorada quirúrgicamente, este tipo de cuentas sirven para recordar que las mujeres siempre tienen las de perder en un mundo diseñado para escudriñar su aspecto físico con fines lucrativos.

En la cultura de la belleza digital, nuestros cuerpos se analizan y diseccionan de formas cada vez más intensas y extensas. Cuanto más me sumergía en ese mundo, más sentía la presión. De repente, aprendía términos como *grasa bucal*, *hip dips* y *pliegues nasolabiales*, nombres de cosas que antes ni siquiera sabía que existían. Si no sabes lo que significan, no te preocupes, es mejor así. Me dediqué a inspeccionar mi rostro en busca de fallos, a detectar todos los aspectos en los que podía optimizarlo. Cada vez que creía saber a qué atenerme, me daban algo más en lo que fijarme.

Todo esto no es sino un indicativo del grado de autovigilancia que exigen estas plataformas basadas en un enfoque tan visual, de la monitorización a la que nos abocan y de lo interiorizado que tenemos que, ante el público, siempre hay que presentar un yo idealizado. Todas las chicas tienen acceso a internet y participan en discursos que refuerzan los cánones de belleza. Gracias a la posibilidad de dar «me gusta», comentar y seguir, se nos otorga también el poder de juzgar el

físico de los demás. En la era digital, el juicio que recibe cada mujer es público y permanente, y se convierte en un indicador del estatus social.

La presión para conseguir y mantener el rostro y el cuerpo perfectos se ve agravada por la necesidad de presentar esa imagen a través de múltiples canales de comunicación y de estar siempre comparando tu vida real con la versión que muestras en internet.

Kylie tardó casi dos horas en peinarse y maquillarse. Ella, vestida con una bata blanca, era el centro de gravedad de la sala. Yo me había imaginado que Kylie Jenner iba a ser la personificación de la abundancia; pero, delante de mí, en el plató, se la veía angustiada. Me pareció más pequeña en la vida real, más frágil. Sus ojos, grandes y marrones, recorrían la habitación con mirada de Bambi. Estaba nerviosa y asustada, buscaba seguridad en los miembros de su equipo constantemente y se consolaba mirando la pantalla del móvil. Sentada en una silla plegable de tela, rodeada de espejos, Kylie esperaba a que la fotografiaran.

Yo me movía con discreción a su alrededor, haciendo fotos con mi teléfono, documentando el proceso. Me sentí mal. Para ser alguien cuya vida gira en torno a ser observada, no parecía gustarle que la miraran, que la capturara alguien que no fuera ella misma.

Me quedé contemplándola en la pantalla, luego en la vida real y de nuevo en la pantalla. Me pregunté cómo debe ser tener a toda una habitación actuando según tus indicaciones. Ser el centro de todas las miradas la mayor parte de tu vida. Saber que cualquiera de los presentes se doblegaría ante tus órdenes. Tener a dos guardaespaldas vigilándote en todo momento. Saltarte la comida y pasarte el descanso sola. Dar un respingo cada vez que alguien se asoma por la ventana. Correr a esconderte cuando alguien abre la puerta. Que todo lo que tiene que ver con tu familia sea un negocio. Planificar cómo salir de un edificio con cuatro horas de antelación para garantizar tu seguridad. Tener que mantener un embarazo en secreto para proteger a tu hijo nonato de los medios de comunicación. Que tu madre se quede con el 10 % de tus ingresos. Tener el dinero y la influencia necesarios para generar un impacto real en el mundo y, en vez de eso, dedicarte a vender productos de belleza.

En una entrevista concedida en 2017 a la revista *Glamour*, Kylie se describió a sí misma como feminista: «Para empezar, soy una mujer joven que no depende de ningún hombre ni de nadie. Gano mi dinero y tengo mis negocios, y siento que soy una inspiración para muchas chicas jóvenes que quieren valerse por sí mismas».

Para mí, ella encarna la mayor contradicción del feminismo moderno. Si el objetivo era el empoderamiento económico y librarse del matrimonio, lo ha conseguido. En internet ha surgido un nuevo arquetipo femenino como respuesta a los roles tradicionales que históricamente se les han asignado a las mujeres. La *jefaza* o *girlboss*, como suele acuñarse en los espacios digitales, es ambiciosa y está centrada en su carrera, pero se le sigue exigiendo que sea atractiva y que se ajuste a los estándares convencionales de feminidad. Kylie es el arquetipo de cómo ser madre y empresaria: sexy y exitosa, autosuficiente y siempre rodeada de otras mujeres. En teoría, ha conseguido liberarse de las estructuras contra las que todas luchamos a diario. Sin embargo, no me hace sentir que sea una victoria. El feminismo de Kylie no cuestiona ni critica el patriarcado, sino que aspira a tenerlo todo.

Si el feminismo se trata, en última instancia, de la liberación de las mujeres, lo que ella ha conseguido es la liberación de sí misma. Su éxito ha tenido un coste para la causa, ya que mantiene y se viene beneficiando de un estándar que nos perjudica a todas, y ha alcanzado un nivel de belleza tan elevado que nos ha convertido a las demás en rehenes. Esta forma de feminismo parece, más bien, una distracción para mantenernos a raya mientras nos venden que podemos elegir y alcanzar el éxito. La belleza, cuando se define de una forma tan privativa, se convierte en un arma y refuerza el sistema del que intentamos escapar. A medida que las jóvenes se vuelven cada vez más autónomas, económicamente independientes y reacias a ser amas de casa, el canon funciona como una forma alternativa de control. Tanto mi amiga Sienna como Kylie ganan más que las chicas de su edad (y que todas las generaciones de mujeres anteriores a ellas); pero, cuanto más ganan, más aumenta ese impuesto a la belleza que se *autoimponen* y a mayor escrutinio se someten. Si ni echando mano de las herramientas del amo conseguimos romper las cadenas con las que nos somete, entonces este feminismo no es más que una falsa promesa: una que te hace sentir que controlas lo mucho o poco que te oprimen mientras sigue lucrándose con tu sufrimiento.

El patriarcado se aprovechó de Kylie, de su odio hacia sí misma y de su obsesión por el físico, y nos hizo entrar a todas al trapo. Pero ahora está surgiendo una nueva forma de colonizar la conciencia femenina, esta vez más sigilosa, que sigue ganándole terreno a la competencia y aislando a sus víctimas. Nos convierte tanto en opresoras como en oprimidas, y nos mantiene atrapadas en una espiral de auto-flagelación que viene erosionando el terreno que hemos ido ganado a lo largo de las últimas décadas. La cara Instagram (y el estándar de belleza cada vez más estricto del que deriva) refuerza un poder patriarcal que se disfraza de empoderamiento femenino. Por primera vez en la historia, nosotras, como consumidoras y cautivas, también perpetramos la estrategia que nos perjudica, y lo hacemos mediante las imágenes que compartimos.

Mientras miraba a Kylie, sentí odio. Estaba resentida con ella. Quería arrebatarle el móvil y obligarla a arreglar las cosas, tanto por ella como por Sienna, por Eliza y por mí. Al día siguiente de aquel encuentro, Kylie publicó un selfi. Estaba sentada en otra silla plegable, con otro albornoz blanco, pero esta vez con una peluca rubia platino y los labios pintados de rojo. En el pie de foto ponía: «Hoy también se trabaja».

Tras unas semanas sin vernos, Eliza vino a trabajar a mi casa. Nos abrazamos y sentí que mi cuerpo se relajaba. De todas las amistades que tengo en la ciudad, ella es mi lugar seguro. Se había hecho tres tatuajes nuevos, el primer retoque de la temporada para embellecer su cuerpo. Ahora tenía una serpiente enroscándose alrededor de una rosa en el hombro izquierdo y una daga atravesando la fauna que había debajo.

Charlábamos sin parar, con el chasquido de las teclas del portátil como sonido de fondo. Escribíamos. Charlábamos. Escribíamos. Los silencios que había entremedias no se nos hacían incómodos. Le hablé del chico con el que había empezado a salir, del chico con el que había salido hacía seis meses y que aún no me dejaba en paz, de la nueva idea de negocio que había tenido y del conjunto que quería ponerme el sábado por la noche. Le conté que estaba pasando por una época complicada, que últimamente comía tres veces al día y había engordado. Nunca había pesado tanto como en ese momento, mi cuerpo nun-

ca había ocupado tanto espacio. Le expliqué que estaba luchando contra las ganas de ponerme restricciones, de empezar a contar calorías o de saltarme comidas, pero que se me estaba haciendo un poco cuesta arriba. Le dije que estaba harta de oír a compañeras de trabajo, amigas y mentoras hablar de los grupos de alimentos que querían dejar de comer, de la dieta que estaba de moda o del régimen détox que habían empezado. Le conté que en su día me sentía orgullosa al verme en las fotos que subía a las redes sociales, pero que ahora no me reconocía. Ella me habló de su carrera como autónoma, de las facturas que tenía atrasadas y de la cita para ponerse relleno en los labios que había reservado para la semana siguiente. «Bueno, sólo me voy a poner una pizca en el labio superior para igualarlo un poco todo. Y me sale tirado de precio porque me lo va a hacer una persona que está empezando. La instructora va a estar ahí para supervisar, así que es seguro, pero igualmente te lo hacen con un megadescuento. Puede que también me ponga un poco en la nariz, ya de paso. Siempre he pensado que me gustaría operármela, pero es muy caro. Quizá con un poco de relleno me la puedan arreglar.»

En un instante, el silencio se apoderó de la habitación. Sentí que me había quedado sin aliento. Miré esa cara que amaba con todo mi corazón y me sentí traicionada. Sentí resentimiento. Sentí celos.

Lo más cruel de la cultura de la belleza actual es que, aunque seamos plenamente conscientes del hechizo que nos rodea, nadie sabe cuál es la forma de romperlo. En lugar de eso, fingimos ser de las afortunadas que han logrado escapar del maleficio mientras sufrimos en silencio.

No puedo enfadarme con Eliza porque Eliza es una mujer y yo también. Criticar sus elecciones sería como mandar a la mierda todo lo que dicen del empoderamiento femenino. Ya puestos, podría pegarle también un tiro a una de las Spice Girls. Gran parte del feminismo actual insiste en que las elecciones que toman las mujeres constituyen actos de empoderamiento en sí mismos, independientemente de las consecuencias que acarreen. El poder femenino ha pasado a significar «el poder de consumo que tienen las mujeres». Lo que le importa al capitalismo es el valor que tenemos como clientas en este mundo en el que abundan las tendencias de belleza diseñadas para mantenernos comprometidas con la idea de la superación personal.

Es difícil, casi imposible, diferenciar los puntos de vista que una

tiene de forma genuina de los que le han sido impuestos por el sistema. No obstante, debemos ser capaces de recordar dos hechos clave: que las mujeres pueden tener voluntad propia, autonomía y habilidades, pero también, al mismo tiempo, estar sometidas al omnipresente programa patriarcal que se beneficia del autodesprecio, de la autovigilancia y del posterior autosabotaje. Admitir que no estamos exentas del condicionamiento cultural no implica reconocer un defecto inherente en nuestra feminidad, sino que es un paso necesario para asignar la responsabilidad que le corresponde al sistema. Fingir que no somos conscientes de las fuerzas que nos oprimen, cargar con el deber de *arreglar* los *defectos* que ponen de manifiesto y conformarnos con ese condicionamiento sólo es seguirle el juego al patriarcado. Nuestro poder como consumidoras y nuestra recién descubierta emancipación económica no invalida la opresión a la que nos somete el capitalismo.

No creo que la decisión de alterar tu aspecto para satisfacer los cánones de belleza pueda hacerse desde una posición de empoderamiento. Tampoco creo que sea una elección inherentemente feminista, aunque se englobe en una narrativa de libertad y progreso. Me atrevería a decir que, al asumir este trabajo estético, estamos contribuyendo a la opresión de otras mujeres, especialmente de las que más se alejan del ideal por motivos de etnia, clase, capacidades o proximidad a los rasgos deseados. El ideal de belleza es más alcanzable para las mujeres que ya se acercan a él. Por ello, cuanto más guapa eres, más guapa debes llegar a ser y, por lo tanto, más se intensifica la carga.

Existe un conflicto entre la experiencia individual y la experiencia colectiva de la feminidad. El individualismo propio de las celebridades contemporáneas y la hiperindividualización del feminismo neoliberal vienen a significar que el concepto de *feminismo* hoy en día se traduce en «apoyar a mis hermanas a toda costa, independientemente del impacto que sus acciones vayan a tener en el resto de las mujeres como conjunto». Las redes sociales, las aplicaciones de edición de fotos y los procedimientos estéticos se han convertido en herramientas que fomentan este aislamiento. En una red en teoría social como es Instagram, el *yo* ha ocupado el espacio en detrimento de todo lo demás. Podemos elegir centrarnos en nosotras para cuidarnos, compartir esas fotos perfectas, censurar nuestras verdaderas caras y crear un mundo de cartón piedra. Podemos hacer las cosas que nos hacen

sentir mejor a pesar de que eso nos perjudique socialmente como mujeres. Ahora bien, en última instancia, el feminismo no va de cuáles son nuestras elecciones individuales, sino de liberarnos de la opresión patriarcal que todas sufrimos.

No puedo evitar sentir que la premonición de Naomi Wolf se está haciendo realidad: «A medida que las mujeres vayan cediendo a la presión, ésta se volverá tan intensa que se convertirá en una obligación, hasta llegar a tal punto que ninguna mujer que se precie se atreva a salir a la calle con un rostro que no esté alterado quirúrgicamente». Lo que no podía adivinar era que ninguna mujer que se preciara publicaría un selfi sin retocarlo antes. Que no sería tan sencillo como salir a la calle o quedarse en casa, sino que los límites entre lo privado y lo público, entre lo real y lo digital, harían que la representación de un yo perfecto fuera interminable.

Cuando el discurso popular alaba que las mujeres gozan de una cantidad de oportunidades sin precedentes, existe la implicación, definida como *posfeminismo*, de que las mujeres jóvenes no se ven afectadas por las limitaciones de género. El posfeminismo defiende la creencia de que la desigualdad de género se ha resuelto y que las mujeres están ahora en igualdad de condiciones con los hombres. Esto, combinado con la presión para embellecernos y el maravilloso espíritu emprendedor que pone de relieve la cultura girlboss, crea una atmósfera embriagadora, llena de mensajes irresistibles sobre la liberación, la independencia y las muchas posibilidades a nuestro alcance, que da por sentado que todas estamos pasándolo en grande. Sin embargo, como hemos visto, los datos demuestran lo contrario. El resultado es una forma de violencia simbólica, en la que nuestro sufrimiento se niega en gran medida y únicamente se reconoce durante un breve instante en el que aprovechan para decirnos qué trabajo debemos llevar a cabo en nosotras mismas para superarlo. El feminismo contemporáneo no cuestiona las desigualdades más arraigadas, sino que se centra en el beneficio individual y comercial.

No obstante, lo más cruel de todo es que la belleza, a fin de cuentas, se define por la singularidad. En cualquier época, el ideal siempre ha sido aquello más difícil de alcanzar, el reservado a los privilegiados. Si, llegados a cierto punto, hay demasiadas mujeres que logran alcanzar el estándar de belleza, éste inevitablemente cambiará para mantener su carácter excepcional. En cuanto nos hayamos puesto al

día y todas nos parezcamos, moverán la portería de sitio y la dificultad aumentará. Quienes puedan permitírselo seguirán el ritmo; a quienes no, se las dejará atrás. Para muchas de nosotras, el fracaso y la decepción son inevitables.

Cuando volví a ver a Eliza, tenía los labios hinchados y la cara tersa. En la consulta le habían aconsejado que se pusiera también bótox. Es mejor empezar joven, le dijeron.

En la tercera temporada de *The Kardashians*, que se emitió en 2023, Kylie expresó su arrepentimiento por los retoques que se había hecho en la cara y el cuerpo, y añadió que «le rompería el corazón» que su hija quisiera hacerse lo mismo. «Ojalá pudiera ser ella y hacerlo todo de otra manera, porque no me tocaría nada», confesó.

El tráiler de la temporada terminaba con Kylie diciéndoles a sus hermanas: «Necesitamos sentarnos y hablar largo y tendido sobre los estándares de belleza que estamos forjando». Esperamos con impaciencia que tuviera lugar esa conversación, que las cosas cambiaran, que la magnate de la belleza hiciera algo distinto, que desafiara los estándares que había ayudado a cimentar en nuestras mentes. Pero nunca ocurrió. Una vez más, caímos en la trampa. Captaron nuestra atención y nos dejaron con las ganas.