

Imposicions estètiques vestides de salut

Quan es refereix a les dones, la publicitat construeix i popularitza un model de salut molt determinat, i ho fa mitjançant l'associació de la salut amb altres valors considerats desitjables, com per exemple el reconeixement social, l'èxit, estar prima o la joventut. A partir d'aquests conceptes s'ofereix una visió de la salut de les dones com a bé de consum i que, a força de repetició, acabem interioritzant en el nostre imaginari com una cosa *natural*.

Per tant, què vol dir salut quan ens referim a la de les dones? Què vol dir tenir un cos saludable? Segons el relat publicitari actual, un cos saludable és aquell que s'adapta als canons de bellesa imperants, on no són tolerats els ventres que no són plans, ni tampoc les arrugues o la cel·lulitis. Aquests ideals de salut imposen, directament o indirectament, models d'identitat, i emmotllar-s'hi representa per a les dones una renúncia a part dels seus desitjos, necessitats o potencialitats personals, però resulta també la forma de passar desapercebudes, normalitzades.

Una altra cosa que crida l'atenció és per què sempre són les dones i els seus cossos els vehicles ideals per representar la malaltia i el defecte. La publicitat representa les dones sempre cansades, estressades, insatisfetes o insegures corporalment. Només cal fer una mica de memòria i ens vindran al cap imatges de dones insegures a causa de les pèrdues d'orina, l'ús de dentadures postisses o la menstruació. La publicitat les representa insegures i imperfectes, però posa al servei de les dones tota una sèrie de productes que donin resposta a aquest malestar imposat que pateixen. I és que la publicitat crea problemes i patiments inesgotables, i les dones en són les destinatàries específiques. Es feminitza, d'aquesta manera, la malaltia i es naturalitza el fet que el cos de les dones emmalalteix.

A més a més, la publicitat representa processos naturals propis de les dones, com ara la menstruació, la menopausa, etc., com a patològics. Si prenem com a exemple la menstruació, aquesta és concebuda com un problema, la solució del qual consisteix a invisibilitzar la seva existència.

Mentre que el cos dels homes és viscut com a potencial d'acció, és a dir, és un cos per a si mateix, orientat a l'exterior, les dones són representades de manera que viuen el cos en funció dels altres, per als homes (seducció) o per a les filles i fills (maternitat). Com a resultat, esdevé un producte cultural sempre a punt de ser millorat.

En conclusió, el fet de restringir el model de representació de feminitat a determinats aspectes és una altra forma de mostrar control sobre les dones. Les representacions van adreçades a potenciar els aspectes de la feminitat que tenen a veure amb l'ordre social proposat pel patriarcat.