

Sota control

És sabut que, al llarg de la història, la construcció social dels cossos dels homes i les dones ha estat molt vinculada al grau de progrés o desenvolupament de la societat. En els inicis fundacionals de la nostra civilització europea, l'adveniment de la cultura va ser cabdal per a la construcció social dels cossos de les persones. La possibilitat de construir artefactes per optimitzar l'efectivitat dels actes, o d'inventar estris per facilitar la confortabilitat de la quotidianitat, i fins i tot la possibilitat de crear diferents tècniques o objectes en els quals expiar tota inquietud artística o transcendent, han estat sempre experiències que han contribuït a un desenvolupament de l'anatomia humana, i dotar-nos d'autonomia, independència i (auto)control.

Malgrat que d'alguna manera o altra els cossos de les persones sempre han estat constrets a certes diatribes dissenyades per algunes de les ideologies dominants, o, el que és el mateix, segons les normes de pudor o moral d'una societat o context en concret, és cert que els cossos de les dones, d'una manera especial, han estat cenyits segons unes pràctiques abusives, quan no virulentes, per part de la mirada dominant i controladora que esdevé el patriarcat. Però mentre que la societat actualitza, reinventa o supera alguna de les formes de control sobre la construcció social dels cossos, fixem-nos que, quan ens referim a les dones, les velles fórmules quasi mai no canvien: la construcció social de les dones sembla que, més que passar per la relació que les persones mantenim amb la cultura o la tecnologia, passi per uns sistemes de promoció enclavats en una dinàmica sexista, que insisteix a actualitzar antics sistemes d'organització que, de vegades, es transmeten i es legitimen de la manera més perversa possible.

En un temps com el nostre, en què la cultura gaudeix d'un fons d'armari extens, l'estoc de la cultura patriarcal, empolegat i ple de teranyines, insisteix a treure el cap com pot. Concretament, en aquells exercicis que procuren la representació social dels cossos de les dones, i que donen com a resultat productes d'allò més inquietants. Avui que la cultura té la capacitat de reinventar-se contínuament, que disposa d'un ampli bagatge històric i referencial, en què les noves tecnologies li permeten unes possibilitats creatives inèdites, en què la capacitat híbrida de les

imatges pot proporcionar més de deu significats alhora, i cada cop es distribueix segons unes estructures mediàtiques i tecnològiques multidireccionals que fan que la seva circulació sigui tan global com creativa..., què passa amb la representació social dels cossos de les dones? Com pot ser que els cossos de les dones els costi tant gaudir de la creativitat en la seva representació? Com és que la construcció i promoció social dels cossos de les dones passa encara per la seva associació 'imposada' històricament a certs productes o comportaments?

I és que no podem oblidar un fet importantíssim que es repeteix com una condemna: la promoció social de les dones passa per l'exhibició i el gaudi dels seus cossos en societat. O el que és el mateix: la construcció social de les dones és directament proporcional a l'estatus del qual gaudeixen els objectes, siguin aquests manufacturats o productes de les noves tecnologies. O encara el que és més el mateix: les dones encara no som promocionades com a subjectes creadors i actius de la nostra societat, sinó com a objectes creats a partir del domini i les extensions del creador.

Així doncs, la traducció d'aquest control respecte a la nostra representació es tradueix de la manera següent: l'exhibició de les dones en societat confon el que és l'aspecte saludable de les dones, que no és més que una vivència còmoda i pròpia de les dones amb els seus cossos, amb la perfecció i emmotllament dels cossos de les dones segons uns canons estètics que els són imposats i que problematitzen la seva identitat social i cultural.

Cap a finals dels anys vuitanta del segle passat, l'artista Barbara Kruger va fer emblema de les lluites feministes una frase tan senzilla com contundent: "*Your body is a battleground*" ("El teu cos és un camp de batalla"). La contundència, però, de la frase de l'artista ha superlativitzat el seu valor ja que, encara avui, el cinisme del missatge gaudeix de plena vigència, com si els discursos publicitaris haguessin conspirat entre ells per reassignar-lo contínuament.

Fixem-nos, si no, en quina mena de contradiccions i confusions ens trobem a l'hora d'analitzar les campanyes publicitàries de Dove, ara que han descobert que mostrar dones 'reals' és més rendible que no pas insistir en representar-nos a totes segons

unes mesures estandarditzades. La marca, a la recerca d'una imatge moderna i sensibilitzada amb l'emergència de 'les noves feminitats', busca les seves models 'reals' a través d'una crida internauta d'abast nacional, que ens fa pensar que l'interès de l'empresa per representar la 'realitat' és màxim. Davant de tal voluntat publicitària i desplegament empresarial, l'astorament i la confusió són totals. D'una banda és com si ens veiéssim en l'obligació d'estar agraïdes davant una iniciativa que busca models reals que s'allunyen del que fins avui ha estat catalogat com les mesures de la perfecció. Malgrat la bona voluntat, però, una ombra: ja que les dones 'reals' són les dones que s'allunyen de la perfecció, no és com si el deure de millorar l'estètica dels nostres cossos ens perseguís contínuament? No oblidem que, pel que sembla, només la feminitat té la necessitat de mostrar-se com a real! I, davant l'astorament i la complexitat de l'agraïment, no perdem el nord: l'acceptació i promoció de la feminitat 'real' i dels cossos 'reals' de les dones passa per socialitzar les seves 'diferències positives' o particularitats a través de l'exhibició i no de la legitimitat.

Ho dèiem al principi: la socialització dels cossos de les persones va estretament vinculat a la temperatura social que li és contemporània. I ara mateix sembla que, per a les dones, la confortabilitat o la vivència saludable del propi cos sigui encara una assignatura pendent, un misteri per resoldre, ja que encara no tenim prou estratègies comunicatives que sàpiguen parlar-nos d'una manera que abasti les nostres competències. Com trencar una dinàmica tan sòlida com la d'associar les dones a objectes per ser gaudits i ser mirats? Com superar el fet que la bellesa de les dones no és un cànon estètic sinó un dret i una vivència pròpia possible? Com qüestionar la suposició que el fet que una dona s'agradi la faci incompetent a una vida personal creativa, o laboralment i intel·lectualment activa? Per quin motiu la vivència saludable de les dones ha de passar per la medicalització, el control de les irregularitats físiques, o ha de ser fruit dels beneficis de l'amputació o pròtesi i altres miracles del quiròfan? Només són possibles aquestes fórmules?