

Margarita Rivière Periodista

■ Modelos de belleza, la violencia sutil de la imagen

Margarita Rivière pone de manifiesto la existencia de otro tipo de violencia, más sutil, más lenta, más «imperceptiblemente cotidiana». La imposición dictatorial de modelos éticos o estéticos únicos es una manera mal disimulada de violencia que incluso en algunos casos extremos desemboca en determinadas patologías, como la anorexia o la bulimia.

■ Models of beauty, the subtle violence of the image

Margarita Rivière reveals the existence of another, more subtle, slower, more «imperceptible from day to day», kind of violence. The dictatorial imposition of single, unique models of ethics or aesthetics makes for a poorly disguised violence that, after all, in some extreme cases, leads to pathologies like anorexia or bulimia.

■ Modèles de beauté, la violence subtile de l'image

Margarita Rivière fait remarquer l'existence d'un autre type de violence, plus subtile, plus lente, plus «imperceptiblement quotidienne». L'imposition dictatoriale de modèles éthiques ou esthétiques uniques implique une forme mal dissimulée de violence, qui au bout du compte débouche dans certains cas extrêmes sur des pathologies comme l'anorexie ou la boulimie.

Violència. Aquesta és la paraula, perquè la violència també pot ser subtil, callada, lenta, persistent, persuasiva i imperceptiblement quotidiana. Perquè existeixi violència no cal que flueixi un devessall de sang, cal només introduir al cervell la guspira del desig, l'atractiva llavor que germinarà poc a poc i desenvoluparà, gràcies a aquesta subtil pressió de l'entorn, un estil de vida i una forma de mirar.

Perquè hi hagi violència només cal la imposició pacient i insistent d'un model únic (ètic i estètic) i, per tant, excloent. La publicitat, la moda, la propaganda, persuasors ocults segons l'oblidada doctrina clàssica, saben molt bé com aconseguir grans triomfs sense fer córrer la sang: es tracta que l'ésser humà abraçi gustosament idees, corrents estètics i productes en una conversió «voluntària», acceptada i, per què no? «raonada».

Si ens posen davant dels ulls milers i milers de vegades la mateixa escena encantadora de Lauren Bacall i Humphrey Bogart seduïnt-se mútuament rere el fum d'una cigarreta, podem acabar fumant, tal com ha fet mitja humanitat gràcies a la irresistible persuasió, la màgia i el prestigi assolits per la cigarreta com a element d'elegància, seducció i afirmació social. Contràriament, avui el fumar s'ha convertit en vici, en droga dura i en un atemptat contra la salut, no obstant això la màgia d'aquelles (i de noves) escenes encantadores tenen encara el seu pes. El del tabac és un cas exemplar i polèmic que mostra com el pes d'una cultura, la nord-americana, imposa un hàbit innecessari, i alhora malsà, que ments tant brillants com Wiston Churchill van intentar justificar amb afirmacions tan enginyoses com que «fumar mata els microbis», que tots els fumadors hem tingut en els llavis alguna vegada. És molt senzill: l'ésser humà mira, veu, selecciona d'acord amb les normes de poder social i imita allò que l'apropa a allò que és «socialment correcte». I això ho fa vulgui o no, a vegades fins i tot per sobreviure, per la qual cosa no

dubta a violentar-se a si mateix.

Només els molt excèntrics o els artistes es rebel·len davant el que se sanciona com a valor social: és lògic quan el risc que es corre és el de l'exclusió. Així que la qüestió bàsica és saber qui decideix els valors que han de regir la nostra convivència i, per tant, posen els mitjans perquè aquests valors tinguin vigència. Tot i que, potser, ara mateix, i pel que fa a la televisió (i la publicitat) és paradigmàtic, sigui absurd parlar d'un 'qui' totpoderós i maquiavèl·lic ja que sembla que tot succeeix en un inconscient encadenament, un encadenament violentament embolcallador, que gira al voltant d'un sol déu omnipotent: el déu del benefici econòmic i la seva imbatible religió mercantil.

Tot això pot portar a pensar que el déu diner no és innocent i que imposa la seva llei a contrapèl i, evidentment, amb incontenible però dissimulada violència. I aquest és, sens dubte, un dels més controvertits temes de la nostra època.

Però, qui pot negar que competir és lluitar, lluitar amb la intel·ligència de la violència? Qui negarà que el sexe, l'escàndol, la fama, la venjança, la religió, els sentiments o la bellesa s'han convertit en productes de gran mercat com mostra la televisió? I, qui s'atrevirà a negar que en la presumptament «asèptica» competició econòmica s'ha anat imposant paulatinament el «tot val» i, fins i tot, aquella suau i atractiva violència que fa bells els triomfadors i forma part de la «nova» intel·ligència de l'èxit?

En el cas concret de l'estètica, dels models de bellesa, la novetat rau en el desenvolupament, al llarg de la segona meitat del segle xx, d'un veritable culte a la imatge i a l'aparença que han desembocat en un frenesi industrial de primer ordre: tal és el negoci de la imatge, la moda i el cos. Ningú, ni els més reticents, ni els homes que van estar alliberats aquests tipus d'obligacions, escapa a l'embolcalladora violència del que és estèticament correcte.

Què s'ha d'entendre per «estèticament correcte»? Està claríssim que el mercat ofereix, mitjançant la publicitat i els mitjans de comunicació en general, prototips relativament variats femenins i masculins. Cal dir, però que tots ells reuneixen certes característiques comunes: joventut, aspecte saludable, energia i dinamisme, i perfecció aparent. Les dones, per exemple, han tingut la nina Barbie com a referent

principal encarnada per un grapat de models d'èxit com Claudia Schiffer al llarg de diversos lustres.

Còpies d'un model ideal

Els homes han après que allò estèticament recomanable rau en el que es coneix com un «cos Danone». Cremes de bellesa, tractaments per aprimarse, dietes, exercici físic, alimentació light, però també medicació o cirurgia han sorgit al voltant d'aquesta veritable mania per «programar el cos». El vestit, el pentinat, l'«estil» aparent han ajudat a aconseguir que, per primer cop en la història s'hagi posat a l'abast de qualsevol la possibilitat de «transformar-se a si mateix en una còpia del model ideal».

Fins aquí res és especialment anormal o excessivament diferent al que ha estat la història humana, la qual ha ofert en les seves diverses èpoques models estètics determinats. El que realment és diferent, certament, es basa en el caràcter massiu del fenomen i en la violència insistent del missatge d'ortodòxia de l'estètica. Els americans han encunyat l'expressió *fashion victims*, una versió moderna i més dramàtica que la clàssica «esclaus de la moda», per a designar als qui sucumbeixen a aquesta pressió ambiental transmesa pels mitjans, entre els quals destaca el paper de la televisió. L'existència de «víctimes» és reveladora de la violència de certs missatges.

La sèrie Dallas, per exemple, va introduir nous models estètics femenins, però la premsa del cor va divulgar tota la mitologia de Diana de Gal·les, un altre prototipus de la dona contemporània. La magresa, per exemple, no només s'ha convertit en sinònim de bellesa o salut sinó que, com una veritable dictadura, ha provocat per primer cop a la història, l'extensió de patologies com l'anorèxia i la bulímia. Les dades són esfereïdores: segons el psiquiatre Josep Toro, cap de Psiquiatria Infantil i Juvenil de l'Hospital Clínic de Barcelona, la mortalitat entre els anorèctics i els bulímics va arribar a ser d'un 18 per cent a Espanya el 1995; la malaltia afecta entre el mig i l'u per cent de la població de risc a Occident (que són sobretot noies entre els dotze i els vint-i-quatre anys) però fa vint anys la proporció era de l'u per mil i els metges diuen que l'edat de risc es rebaixa constantment: ara pot començar, tranquil·lament, als nou anys, sense

distinció de sexes. «Els nous herois no només són primers sinó que pateixen i moren per ser-ho», deia el psiquiatre barceloní.

Darrere d'aquesta ànsia de perfecció estètica bateja l'assumpte profund de la identitat: de fet el control del cos i de la pròpia imatge es basa en la conformació de la pròpia identitat, la qual s'ha convertit també en producte i un pot escollir-la, a voluntat, en el supermercat del qual els mitjans en són l'aparador. Ja que la qüestió és aquesta: els mitjans de comunicació són els divulgadors, els transmissors, els

aparadors i els testimonis actius d'aquesta violència larvada i persistent que per primer cop, en el seu aparell estètic, causa morts reals i deixa un reguitzell d'incomptables víctimes començant pels més joves.

No vull acabar aquesta lleugera descripció d'un fenomen tant complex sense apuntar que, al meu parer, només el compromís radical com la pluralitat, també estètica i pluricultural, pot aturar els efectes perversos d'aquest joc diabòlic que ha convertit, amb violència mal dissimulada, la identitat humana en un negoci rendible a través de la imatge. **M.R.**

Notícies

Participació en la commemoració del 50è aniversari de la Declaració Universal de Drets Humans.

El 10 de desembre de 1948, l'Assemblea General de les Nacions Unides va aprovar la Declaració Universal de Drets Humans, després d'un intens treball de preparació, i de negociacions que va portar a celebrar fins a 1400 votacions sobre la majoria de paraula i de clàusules. Els 30 articles de la Declaració proclamen el principi essencial de la igualtat i la no discriminació, el dret a la vida, a la llibertat i a

la seguretat, i els drets econòmics, socials i culturals. La Declaració va ser aprovada, en el seu moment, per 48 Estats membres de les Nacions Unides. Avui el nombre d'Estats que l'han acceptada és de 185. Per remarcar la vigència d'aquesta Declaració, la Generalitat de Catalunya ha constituït una comissió encarregada de coordinar les iniciatives que sorgeixin i els actes que se celebren. D'aquesta Comissió el CAC en forma part, a nivell de màxima representació.

Consens pel que fa a la senyalització de programes.

A la trobada del Fòrum d'Instàncies de regulació dels mitjans audiovisuals dels països mediterranis, celebrada a Atenes el juny del 1998, els experts dels països representats van debatre àmpliament la situació de la protecció de la infància i de l'adolescència en els programes de televisió. Els reunits es van mostrar molt favorables a la senyalització de determinats programes, com un punt d'equilibri que permet la responsabilitat

de pares i difusors sense condicionar el dret a la llibertat d'expressió. En aquesta reunió, la segona que es fa d'ençà la Declaració de Barcelona de novembre del 1977, hi van participar representants de Grècia, Itàlia, Portugal, França i Catalunya. Per a la propera reunió, a celebrar l'any vinent a Lisboa, els reunits van acordar per unanimitat convidar els representants de les instàncies reguladores d'Israel, Malta, Tunísia, Turquia i Xipre.