



DIA INTERNACIONAL DE LES DONES

La rebel·lió de la dona aparador

S'alça la veu contra la cosificació de les dones, una lluita que no ha sortit mai de l'agenda feminista

LARA BONILLA
BARCELONA

Any 1885: es crea als Estats Units el primer anunci en què s'utilitza un nu femení per fer publicitat. D'un bar. Any 2016: una discoteca de Barcelona ofereix 100 euros i copes gratis a les noies que hi vagin sense calces. Han passat 130 anys i la dona aparador continua rebel·lant-se. Ho veiem a l'esport, on dues proves ciclistes ja han prescindit de les hostesses als podis i el mateix comença a fer el món del motor. "Ja era hora que es fes alguna cosa, perquè en el món de l'esport hi ha un abús del cos i la imatge femenina i s'exposa la dona com si fos mobiliari", reivindica Milagros Sáinz, directora del grup d'investigació sobre gènere i TIC de la UOC.

La societat està cada cop més sensibilitzada i tant es denuncien públicament actituds clarament masculistes -com les hostesses en proves esportives o les disfresses sexis per a nenes- com altres que fins ara es consideraven normals -com exigir a una dona que vagi amb talons o faldilla a la feina.

La lluita contra la cosificació de les dones ha sigut una

constant del moviment feminista des dels anys 60. "No ha sortit mai de l'agenda", constata Tània Verge, professora del departament de ciències polítiques i socials de la UPF. "La rebel·lió contra la dictadura estètica i la cosificació de les dones ja la vam fer la generació del 68 i el resultat és que hem aconseguit ser més mestresses del nostre cos. Quantes dones veus amb talons d'agulla pel carrer?", pregunta la sociòloga Cristina Brullet. La qüestió, sosté, és si hem tornat enrere. Per cada avenç, hi ha dos retrocessos: una aerolínia de Moscou ha vetat les hostesses que no siguin altes i primes i un bar de Mataró va programar un estriptis femení com a reclam per atraure clients. Segons Tània Verge, "l'exigència de la bellesa en les dones i que la seva presentació pública també sigui femenina és una constant". "Per què les presentadores van sempre vestides de festa o com si fos estiu i els presentadors amb jaqueta?", es pregunta.

Tot i que les dones s'han alliberat de cotilles i talons d'agulla, a la dona seli continua exigint una imatge i un

Desigualtat
L'exigència de la bellesa i de cànons estètics és més estricta en les dones

Gènere
La cosificació sexual de la dona és una manifestació de la cultura patriarcal

vestuari més estricte que als homes. Una treballadora britànica, Nicola Thorpe, ha aconseguit que demà es debati al Parlament britànic una petició de legislació sobre les obligacions en els codis de vestimenta de les dones després que ella fos suspesa sense sou per haver-se negat a portar talons en el seu lloc de treball. El president dels Estats Units, Donald Trump, també ha encès la xarxa en demanar a les treballadores de la Casa Blanca que "vesteixin com a dones". Amb l'etiqueta #dresslikeawoman, dones de totes les edats, ètnies i professions s'han fet una *selfie* ensenyant com vesteix una dona: amb uniforme de policia, bata de científica, amb vestit d'astronauta o amb roba esportiva. Així com no hi ha un tipus de dona -per això dimecres se celebra el Dia Internacional de les Dones (així, en plural)-, tampoc hi ha una vestimenta única per a totes. Per a Brullet, però, el problema no és tant que la dona estigui sotmesa a la dictadura de la imatge, sinó que "homes i dones som esclaus del consum". I del consum de roba. "I la roba és aparença. Hi ha una submissió brutal a la moda, que és qui mana si ara toca ensenyar el melic, el cul o tapar-ho tot", apunta aquesta sociòloga. La tirania estètica, a més, es pot traduir en problemes de salut. Gairebé un

5% de les dones de 12 a 21 anys a Espanya pateix alguna forma de trastorn de la conducta alimentària. I tot i que l'edat més comuna d'aparició és entre els 14 i els 24 anys, cada cop hi ha més casos d'anorèxia en edats inferiors. Tampoc és casualitat que l'operació estètica amb més demanda sigui l'augment de pit.

La cosificació de les dones és una manifestació més, com també ho és la desigualtat laboral, "de la cultura patriarcal", sosté Sergi Fàbregues, investigador en temes de gènere a la UOC i responsable de la unitat d'igualtat d'aquesta universitat. "És un mecanisme que té la societat per situar la dona en una posició inferior", afegeix. Un dels atributs socialment més valorats és la intel·ligència, però a la dona se la continua valorant més que a l'home per atributs purament superficials. "Qui té la responsabilitat d'oferir una millor imatge és la dona. I només cal veure la quantitat d'anuncis d'higiene en què, sense estar justificat, apareix un nu femení. I això amb els homes no passa", diu Fàbregues.

Hipersexualització de les dones

Les diferències de gènere comencen en la infància. Nenes princeses Disney, nens superherois. Nens de blau, nenes de rosa. "I la publicitat fa que



MARI FOUZ



33% Percentatge de dones que s'han sotmès a una operació estètica que diuen que ho fan perquè senten vergonya d'ensenyar la part del cos que s'operen. En el cas dels homes és un 7%, segons la Societat Catalana de Cirurgia Plàstica.

50 A finals de la dècada dels 50, coincidint amb la producció massiva del prêt-à-porter, s'estandarditzen les talles de roba i es passa de la roba feta a la mida del cos, al cos fet a la mida de la roba, invertint-se així l'ordre dels factors.

les nenes estiguin més interessades a anar sexis. La hipersexualització de les nenes és un fenomen que no s'havia produït abans", denuncia la sociòloga Marina Subirats. Un cop d'ull a les disfresses de Carnaval ho corrobora. La disfressa d'home metge és realista -una bata blanca-, mentre que la de noia (i fins i tot la de nena) és d'infermera sexi, amb faldilla curta. "Les grans marques de roba estan vestint igual les nenes que les dones", apunta Tània Verge. La cosificació de la dona transcendeix totes les edats però, segons Subirats, les famílies no s'adonen de les conseqüències que això té, ja que "les nenes accepten aquest paper d'objecte sexual". Si es percep la dona com a objecte, deixa de ser una persona amb entitat i agenda pròpia. "Els estem transmetent que el més important és que lliguin o siguin maques per tenir èxit", apunta Subirats. Les pel·lícules, els dibuixos, les cançons i alguns programes televisius reproduïxen relacions desiguals entre un home i una dona en què es potencia la imatge de donase-

etat en què els nens estan cada cop més exposats a la tecnologia, contribueix a fer que interioritzin valors equívocats. "A través de les noves tecnologies s'estan expandint models de submissió entre les noies joves i patrons sexistes i misògins", alerta Brullet. Els nens, diu Sainz, estan confosos. "Des de l'educació formal se'ls diu que són iguals però això no es plasma en el que veuen a la televisió, on es reforcen estereotips". Fàbregas troba "xocant" que malgrat la "sensibilització" social que hi ha respecte a la violència masclista, a la televisió "es continuen veient imatges molt retrògrades".

El canvi ha de venir de l'educació. I ha de començar per la família. "S'ha de normalitzar la cura com a tasca de tota la societat. De nens i de nenes", apunta Verge.

Llibertat i sororitat
La sociòloga Marina Subirats reflexiona a les pàgines de Debat (pàg. 48) sobre el moviment feminista i la igualtat

Avenços i retrocessos conviuen amb naturalitat perquè la societat, opinen tots els experts consultats, està molt polaritzada. D'una banda, Trump, de l'altra, moviments d'esquerres que han posat el feminisme en l'agenda política. "A Barcelona, per exemple -diu Fàbregues-, s'han començat a visibilitzar temes que des

Causas
En l'origen del masclisme hi ha la distribució desigual de la feina

Argument
La societat està molt polaritzada i s'utilitza el sexismes per dividir

del feminisme s'han debatut molt". Des de la campanya recent per promoure el dret a l'avortament entre els joves fins a la campanya contra la violència masclista *No en deixem passar ni mitja*.

Feminisme: lluita sense aturador
"Hem avançat cap a la igualtat d'oportunitats a molts nivells però s'estan utilitzant actituds sexistes per polaritzar, enfrontar la gent i qüestionar els avenços que s'han aconseguit", indica Milagros Sáinz. I el president dels Estats Units, Donald Trump, amb les seves declaracions i actituds misògines i sexistes, n'és un exemple. És per això que les dones han liderat les protestes contra el president nord-americà. Primer, el moviment *Pussy Hat*, que va omplir els carrers de Washington l'endemà de la presa de possessió, i aquesta setmana congressistes nord-americanes, que es van vestir de blanc en homenatge a les sufragistes i en defensa dels drets de les dones. "Trump s'està posant tothom en contra però les dones van ser les primeres a mobilitzar-se, ja que no volen una tornada enrere", assegura Subirats.

Trump, però, no ha sigut un revulsiu per al feminisme. "Més que un ressorgiment del feminisme, la sensació que tinc és de lluita continuada, ens hem d'estar reinventant constantment. No podem abaixar la guàrdia", raona Sáinz. I posa l'exemple dels micromasclismes en la vida quo-

tidiana: que pel fet de ser dona el seu sigui inferior, que et preguntin amb qui has deixat els fills si surts a sopar, que se'ns jutgi per l'aspecte físic o que li entreguin a ell el compte en un restaurant. En l'origen dels micromasclismes hi ha la distribució desigual de les feines. La remuneració continua sent responsabilitat principal de l'home, i les tasques domèstiques i de cura, de la dona. El naixement d'un fill afecta més la situació laboral de les dones, ja que són les que agafen més reduccions de jornada. I darrere de moltes renúncies -com ara ocupar càrrecs de responsabilitat- hi ha l'absència de polítiques reals (i satisfactòries) de conciliació.

Però no és l'única font de discriminació. "¿La dona cobra menys per ser dona o per ser mare? És per ser dona", denuncia Verge. A més, com més prestigi té un càrrec, més fàcil és trobar-hi homes, perquè "a ells se'ls atribueixen trets com el lideratge i l'autoritat". I la solució també ha de venir de la mà dels homes, opina Sergi Fàbregues. "Intentar corregir aquest problema únicament des de la meitat de la població és exclouent i poc efectiu", diu. "En les manifestacions contra la violència masclista hi ha d'haver homes, en les protestes feministes hi ha d'haver homes i en les discussions dels problemes que tenen les dones hi ha d'haver homes. La desigualtat és un problema que transcendeix les dones", conclou Fàbregues. ■

