

ARTS

"Curiositats iconogràfiques" La violència de gènere té una icona

Ana Fernández Álvarez

campanadas@telefonica.net



Fig.01

Des que Bernini, el 1623, amb *Apol·lo i Dafne*, (fig.1), plasmà una de les millors manifestacions sobre el desig i el rebuig, poques han estat les aportacions originals sobre aquest tema. Tot l'imaginari col·lectiu icònic modern no ha fet altra cosa que repetir la fórmula i oferir variants poc imaginatives sobre aquest concepte. Malauradament, això demostra que, malgrat l'evolució de les conductes humanes respecte les relacions home/dona, poc hem avançat en aquest sentit, cosa, d'altra banda, demostrada de sobres a través de les actuals estadístiques. Les estadístiques, però també l'art ho evidencien, mantenint la vigència d'aquesta lacra social a través de nombroses i diverses manifestacions plàstiques.

Apol·lo i Dafne, però també el mite de *La Bella i la Bèstia*¹ es basen en aquesta dramàtica forma de relació cultural entre sexes. Aquests són mites o faules que han donat origen a altres, mitjançant les arts més populars, els contes, el còmic i el cinema. Des d'aquests altaveus de l'imaginari, la dicotomia bellesa i lletjor, no ha fet altra cosa que emmascarar i legitimar la subjugació d'una vers l'altra, amb l'hipòcrita moralitat de: darrera la lletjor i la brutalitat palpita un cor. Que ningú oblidí quina és la dramàtica coartada de tota dona maltractada: *ell, en el fons, m'estima*.

Fixem-nos com aquest principi dual: civilitat/bestialitat s'ha mantingut plàsticament intacte al llarg de tota la modernitat, sent les imatges de la cultura de masses les que millor ho han demostrat, fonamentalment, a través de portades de revistes i de cartells cinematogràfics.

Observem el cartell publicitari de *Dràcula*, film de, realitzat el 1931 (fig.2), aquí ja es fixa un model de representa-



Fig.03



Fig.02



Fig.04



Fig.05



Fig.06



Fig.07



Fig.08



Fig.09



Fig.10



Fig.11

ció molt precis, emfatitzant la relació home/amença i dona/víctima. Perquè és en aquesta dècada dels anys trenta, quan veiem aparèixer la més efectiva de les representacions subliminars de la violència de gènere amb el cartell de *King Kong*, d'Ernest B. Schoedsack i Merian C. Cooper, el 1933 (fig.3), o en el de *Son of Kong*, del mateix any i del mateix Ernest B. Schoedsack (fig.4). Un gran hominoide que afeerra el delicat cos d'una dona. Setze anys després, el 1949, Schoedsack repetirà la imatge amb *Mighty Joe Young* (fig.5).

A finals d'aquesta dècada, el 1939, els publicistes del film *The Hunchback of Notre Dame*,² dirigit per William Dieterle, opten per explotar l'anterior formula (fig.6), tal hi com ja s'havia fet a l'adaptació de 1923, de Wallace Worsley. Aquí, torna a aparèixer l'aclaparadora presència de la lletjor i de la deformatat, davant la fràgil figura de la bella: La seducció de la força i la justificació de l'impacte brutal com a forma de galanteig.

I, si encara no ens queda clar, fem-li una ullada al cartell publicitari de *Gone with the wind*, de Victor Fleming, 1939 (fig.7), tan similar plàsticament parlant a la figura 3. L'Escarlata O'Hara no és una altra que la metàfora d'una dona que, en el període d'entreguerres, s'atreveix a penetrar al món de la masculinitat, prenent decisions i adoptant una actitud fins ara reservada al mascle, per tant, la forma de dulcificar aquesta moderna i alliberadora visió del món femení que Margaret Mitchell ens ofereix a la seva novel·la, es fa a través de la plàstica i de la posada en escena. El rude, brutal, però irresistible Rhett Butler es converteix en presència dominant al cartell, tal i com ja hem vist a les imatges anteriors. Al cap i a la fi, Rhett Butler és el príncep en el qual la Bèstia es converteix al final de la faula.

Un cas molt similar a l'anterior el tornem a trobar a Flash Gordon conquers the universe, de Ford Beebe i Ray Taylor, el 1940, en *I walked with a zombie*, de Jacques Tourneur, 1943 i en *Tarzan and the Amazons*, de Kurt Neumann, 1945 (figs. 8, 9 i 10). En aquest darrer cas, tenint en compte el rol que, des de la mitologia, caracteritza les amazones, no deixar de tenir certa ironia la imatge de feblesa i defalliment que la

figura femenina presenta al cartell. Cap gènere s'escapoleix d'aquesta tipificació de la submissió femenina i de l'evidència de la força masculina, observem ara la publicitat de *The day earth stood still*, de Robert Wise, el 1951 (fig.11), inscrita dins la ciència ficció, com també les portades de les novel·les de Philip Kendred Dick³, *Planet Stories*, de 1952 (fig.12).

A Europa i de la mà d'un dels grans intel·lectuals del moment, Jean Cocteau, la iconografia al servei de la submissió de la dona es dulcifica, em refereixo al seu film *La Belle et la Bête*, de



Fig.12



Fig.13



Fig.14



Fig.15



Fig.16



Fig.17



Fig.18



Fig.19

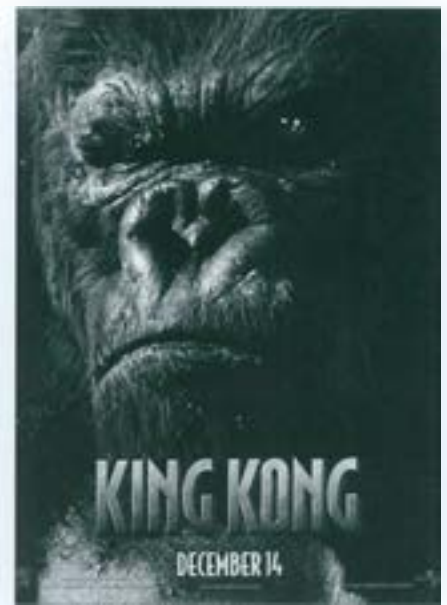


Fig.20

1946. Al seu cartell publicitari, si bé torna a aparèixer l'inevitable defalliment femení en braços de la Bèstia, el rostre de la protagonista en un primer pla domina la zona àuria de la imatge (fig.13), per tant, adquireix un protagonisme que l'allibera del prototip anterior. Es tracta d'una visió molt diferent a la que ofereixen les produccions angleses de la productora Hammer, que segueix optant pels models imposats anteriorment, ho podem veure a quasi tots els seus films dedicats al personatge de Dràcula (fig.14), dirigits per **Terence Fisher**, o als films de Roger Corman (fig.15).

A la dècada dels anys setanta es dona una inflexió publicitària, una prova és el *remake* de *King Kong*, de John Guillermin, el 1976. La productora no utilitzarà aquesta dicotomia entre la força agressiva i la bellesa fràgil per a la seva promoció, però, curiosament, els medis de comunicació sí que ho faran, un exemple és la portada que la revista *Time* li dedicarà al film (fig. 16). Aquesta tònica de dulcificació de la violència, a l'hora d'oferir aquesta classe de mites, es mantindrà fins els nostres dies, com a mínim pel que respecta a les grans produccions. És el cas de *Nosferatu*, de Werner Herzog, el 1979, que si bé manté la repetitiva icona de sempre, ho fa a través d'una estilització plàstica tan evident, que l'agressivitat queda atenuada per la força emprada amb l'estètica de l'Art Nouveau (fig.17). També ho veiem a *The Silence of the Lambs*, de Thomas Harris, el 1987, on, malgrat l'argument es presta a activar el morbós d'una relació entre una bèstia humana i una dona, la publicitat defuig els paràmetres de subjugació dels anterior exemples.

A la dècada dels noranta, amb l'ensucrada versió Disney, *Beauty and the Beast*, de Gary Trousdale i Kirk Wise, el 1991, el canvi encara es va fer més evident (fig. 18) i així fins el segon mil·lenni, amb títols com *The Phantom of the Opera*, de Joel Shumacher, 2004 (fig.19) o amb la darrera versió de *King Kong*, de Peter Jackson, 2005 (fig.20), que juga a metamorfosar-se en *Gorillas in the Mist*, de Michael Apted, 1988. Curiosament, aquest darrer film converteix la seva imatge publicitària en la negació de tot l'estereotip de submissió del qual hem estat parlat, si no, observin la figura 21.

Aquest canvi ve determinat per la gradual sensibilització social que sobre temes com el dels maltractaments o el de la presa de consciència ecològica s'està vivint, però, com sempre, es tracta d'un canvi de formes, per tant, aparent, ja que, més enllà dels cartells publicitaris, argumentalment parlant, els tòpics es mantenen, les històries continuen explicant-se de la mateixa manera, des de la dualitat, no des de la igualtat. Quan començaran doncs a aparèixer els veritables mites de la contemporaneïtat? Perquè, jo em pregunto: els mites de la modernitat són *El senyor dels anells* o *Harry Potter*? Si? Aleshores, estem ben arreglats!



Fig.21

1 El 1550 apareix la primera versió coneguda de la mà de l'italià Giovanni Straparolo. Aquesta primera història es popularitzarà el 1748 amb la versió de Madame de Beaumont, inspirada en els *Contes de ma mère l'Oie*, de Charles Perrault, publicats el 1697. Històries com la *Ventafocs*, *Blanca-neus* o *La Bella dorment* tenen molt a veure amb aquesta faula.

2 Adaptació d'un dels grans clàssics de la novel·la romàntica, *El geperut de Notre Dame*, de Victor Hugo

3 Molt conegut per la seva novel·la *Do androids dream of electric sheep?* (1968), adaptada al cine per Ridley Scott, amb el títol de *Blade Runner*