



## Construyendo identidades falsas

Ciudadanía, 08/03/2011

“Las arrugas de la piel son ese algo

indescriptible que procede del alma”

Simone de Beauvoir

Por: Leticia del Rocío Hernández

[dignidadparallevar@gmail.com](mailto:dignidadparallevar@gmail.com)

twitter: @LeticiaDelRocio

Un día como cualquier otro, realizaba mis actividades cotidianas acompañada de esa amiga fiel en que se ha convertido la radio. La actividad del momento me impidió realizar mi faena favorita: cambiar la estación en cuanto inician los anuncios. Y fue como escuché lo que para mí fue el más aterrador de todos. Se trata de la publicidad de un colchón: una mujer que descansó en el colchón de la marca anunciada, dice haberse soñado ‘guapa, joven y rica’; sin haber dormido en el referido colchón, se sueña ‘casada y con cuatro hijos’. Lo primero, un sueño reparador; lo segundo, una pesadilla.

Este anuncio lo considero como un atentado al *ser mujer* y a nuestra libertad de elección.

Atentado a la libertad de elección, porque si bien es cierto que existen muchas mujeres que son madres no porque hayan optado serlo, hay muchas mujeres que así lo han decidido. En uno y en otro caso, esas mujeres merecen nuestro respeto, admiración y solidaridad. Respeto por el simple hecho de ser personas; admiración porque es una de las tareas más nobles; solidaridad porque, si bien es noble, tampoco es una tarea sencilla. Así las cosas, ¿por qué debiera traducirse como pesadilla el que una mujer se sueñe casada y con cuatro hijos? ¿Cuál es la intención al estigmatizar la condición de ser madre?

Atentado al *ser mujer*, porque cada mujer es única, cada mujer es una versión irrepetible del género femenino; sin embargo, ignorando esa unicidad que a cada persona identifica, se propone una versión deseable, ‘la buena’: guapa, joven y rica. Fue inevitable que recordara el análisis que Lorella Zanardo, empresaria milanesa, hiciera en su documental *Il corpo delle donne*: “...La mujer propuesta parece contentar y secundar cada presunto deseo masculino, ...Está reducida y se reduce a ser un

objeto sexual ocupada en una lucha contra el tiempo que la obliga a deformaciones monstruosas... Estoy segura de que, sin esta presión del 'tener qué ser guapas' siguiendo cánones que no hemos elegido, nos aceptaríamos más tal y como somos".

Citar aquí los programas, noticieros y publicidad donde las palabras de Zanardo se palpan como una realidad lacerante, sería tarea casi interminable: la cosificación de la mujer es dramáticamente palpable casi en cualquier punto donde se dirija nuestra vista. Y parte fundamental de esa cosificación, es ese prototipo de mujer impuesto... y detrás del cual muchas congéneres femeninas asaltan no sólo sus bolsillos, sino su integridad. Respetable que toda persona desee verse bien y sentirse mejor, cuestionable cuando esa acción no es voluntaria, sino fomentada por una presión social de verse siempre 'jóvenes y guapas'.

Próxima está la fecha en que se celebra el Día Internacional de la Mujer. Comienzan a organizarse eventos, circular mensajes, escritos y ventas a propósito de este día, la mayoría enfocados a 'festejar' a la mujer. Particularmente, no creo que se trate de una fecha para festejar, pero sí es propicia para reflexionar sobre los avances que se han logrado para acortar la brecha de género que persiste en el acceso a la salud, educación y trabajo; y tal vez, por qué no, para preguntarnos: ¿con qué ojos nos vemos las mujeres? ¿cómo nos escuchamos las mujeres? ¿Somos capaces de vernos conforme a lo que somos, como mujeres, con respeto a nuestra integridad y femineidad? O bien, parafraseando a Zanardo, ¿sólo nos vemos unas a otras con ojos masculinos?

Anna Magnani, mujer, madre, actriz italiana de cine y teatro, y galardonada por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas por su actuación *La rosa tatuada*, cuando su maquillista intentaba hacer parte de su trabajo, esto es, difuminar las huellas (arrugas) de su rostro, pedía: 'Déjamelas todas, no me quites ni una, he tardado una vida para procurármelas'... Cierto: toma una vida, segundo a segundo, *ser mujer*.