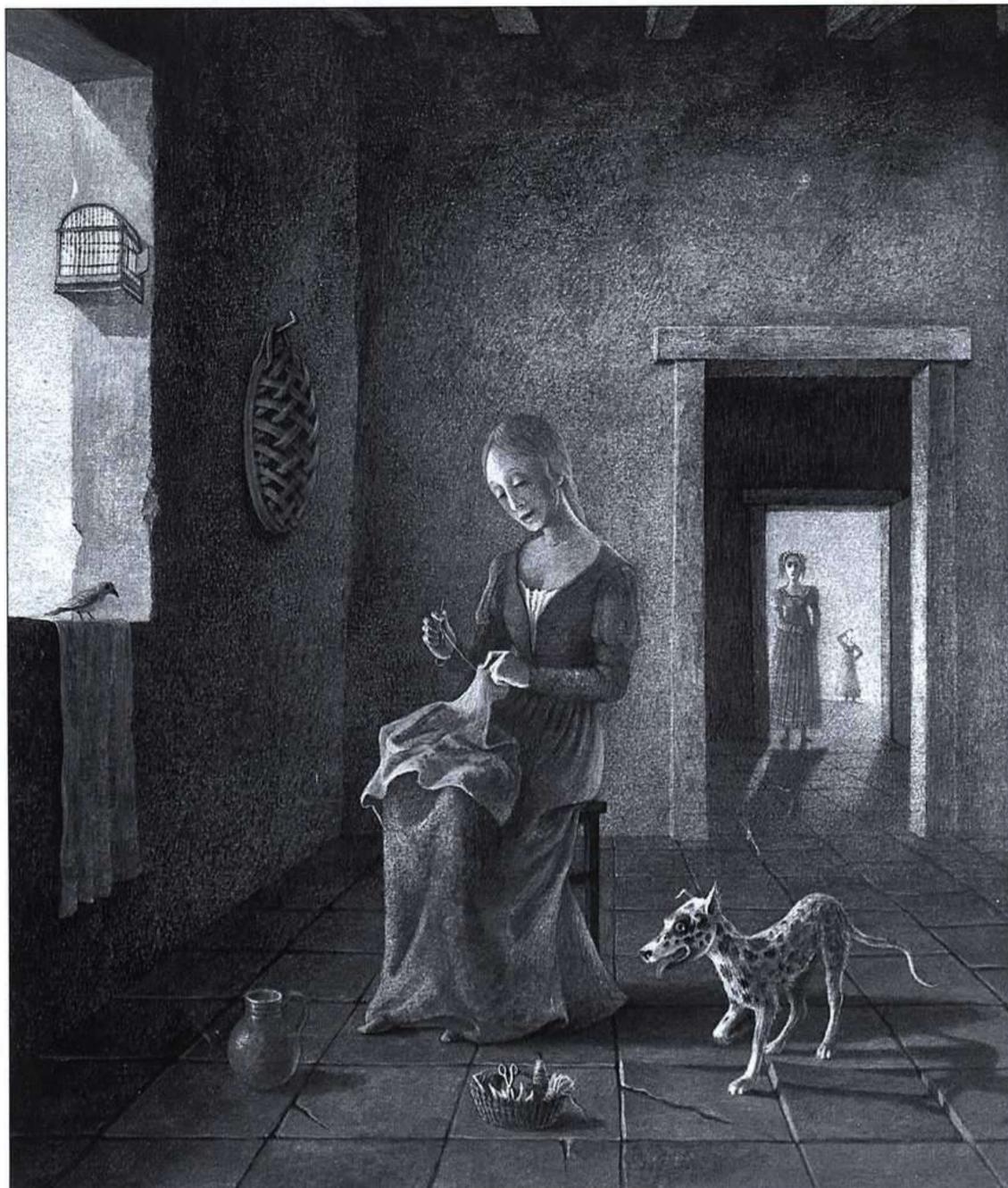


La Bella y la Bestia
Publicidad para una
sumisión

Blanca Álvarez*

El arte, desde sus más tempranas manifestaciones, ha creado «modelos de valor» para el hombre y «modelos de belleza» para la mujer. Ambos debían adaptarse en la medida de lo posible a esa «perfección» establecida para ser admitidos en su grupo social. Un cuento como La Bella y la Bestia es modélico en este sentido. Bella resume en sí misma el paradigma de aquello que ha de ser una mujer para triunfar: bella, dócil y honesta y con resignación a prueba de obstáculos.



BINETTE SCHROEDER, LA BELLA Y LA BESTIA, LUMEN, 1990.

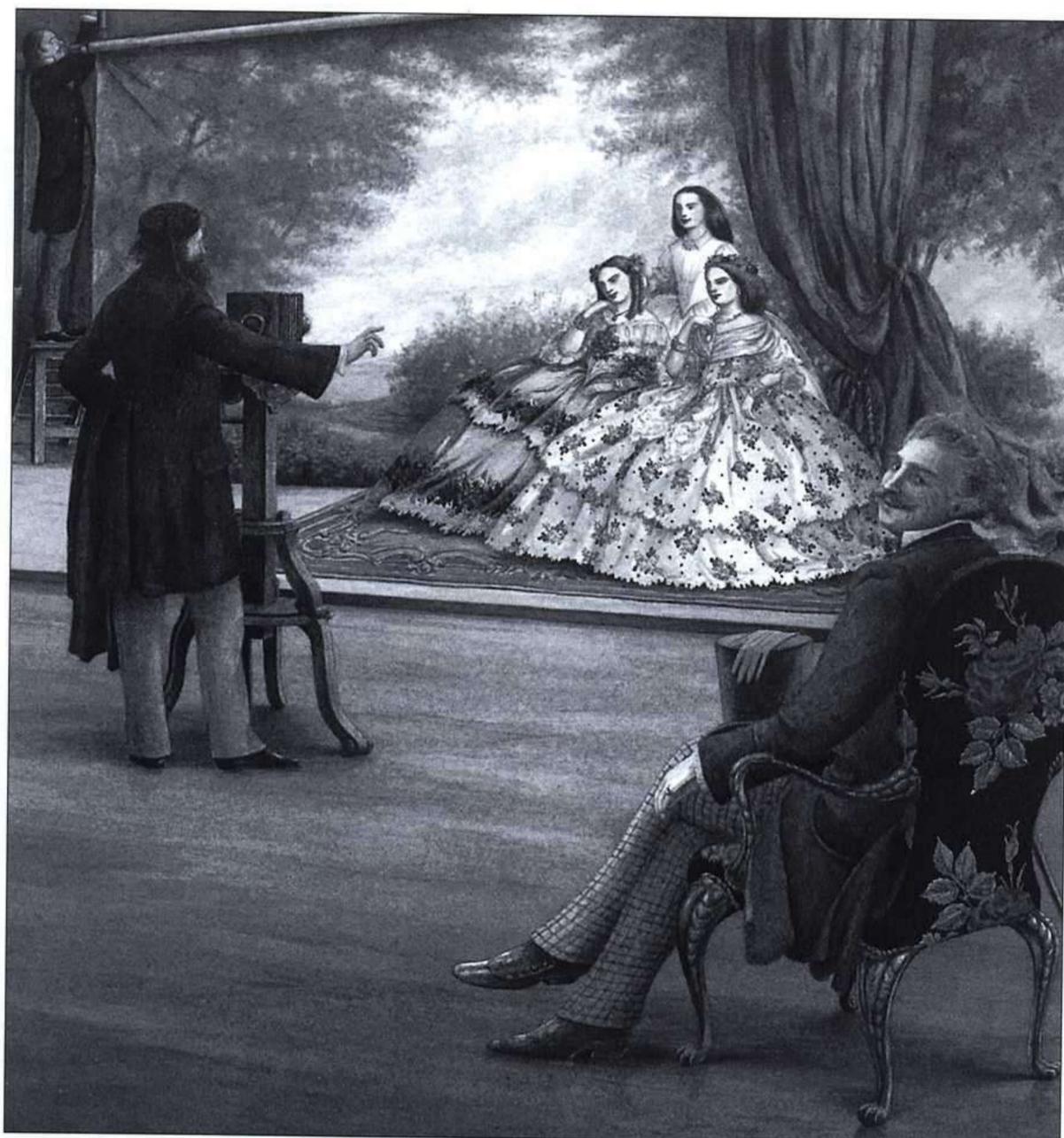
El primer método publicitario registrado, es decir, aquel que sirve para que el poder transmita sus mensajes sobre la conducta que espera de sus vasallos, lo encontramos en las más primitivas formas del arte (rudimentarios dibujos, orondas diosas) y más tarde en la tradición oral de los pueblos convertida finalmente en escritura. El cuento, la tragedia, la lírica y la novela, han sido quienes han creado los patrones o, cuando menos, quienes los han reproducido con tanto acierto que cualquier lector desearía aspirar a ser el calco de alguno de sus héroes, los «buenos», es decir, aquellos que triunfan porque representan la esencia misma del canon deseado.

Necesidad de imponer modelos

El arte, desde sus más tempranas manifestaciones, ha creado «modelos de valor» para el hombre y «modelos de belleza» para la mujer. Ambos debían adaptarse en la mayor medida posible a esa «perfección» establecida, para ser admitidos con propiedad en su grupo social. En ambos casos, la mayor adecuación al modelo podía significar incluso la supervivencia y, en los mejores casos, la medra de rango y consideración.

El concepto de la belleza femenina siempre conlleva un añadido ideológico, es decir, el modelo establecido comportaba, necesariamente, una completa batería de valores añadidos. No es casual que las mujeres chinas fueran torturadas desde niñas para deformarles los pies, en función de cuyo tamaño serían consideradas bellas; eso suponía la práctica incapacidad para valerse por sí mismas; en el caso de las mujeres jirafa, el collar que alarga sus cuellos hasta la deformación y la dificultad para moverse, podía ser arrancado en caso de adulterio causando la muerte de la mujer. Cierto que son casos extremos y en otros momentos históricos se plantea mucho más refinadamente, pero la belleza ha sido siempre un modo de sumisión, una virtud consistente en la disposición a la obediencia y la esclavitud.

Decía Madame Le Prince de Beaumont, autora del inmortal e inhumano cuento *La Bella y la Bestia*, «mis cuen-



ANGELA BARRETT, LA BELLA Y LA BESTIA, KÓKINOS, 2006.

tos siempre tienden a un mismo fin, todos ellos atraen a los niños a su deber, y confío que, a fuerza de repetirles continuamente las mismas verdades, propuestas bajo diferentes aspectos, se irán imprimiendo en ellos de tal suerte, que jamás se borren». Como se verá, nada más parecido a un mensaje publicitario, a una bien organizada campaña de propaganda basada en la «repetición de verdades», pocas pero bien definidas, hasta que se fijen en la mente del lector no como una propuesta ajena, sino como un modo propio de entender el mundo y entenderse.

Bella, heroína sin nombre en quien el adjetivo calificativo de su mejor cualidad femenina se convierte en sustantivo, resume en sí misma el paradigma de aquello que ha de ser una mujer para

triunfar: bella, dócil y honesta, como se dice textualmente en el cuento; con resignación a prueba de obstáculos y con una infinita paciencia, esa que le dará tener la certeza «contada» de que la bondad se recompensa y que si a ésta se añade, como en su caso, la belleza, tal recompensa podrá llegar incluso a suponer la posibilidad de modificar considerablemente su posición social.

Este anunciado y prometido cambio de estrato social vendido en los cuentos se basa en el criterio incuestionable de que las mujeres deben aspirar a personificar la belleza, una determinada belleza cuajada de bondad, virtud y sumisión, mientras los hombres deben aspirar a poseer a las mujeres que la personifiquen. En tal juego queda borrado cualquier atisbo de libertad por el obsesivo

deseo de «ser bella» para que otro desee poseer su belleza.

El mito de la belleza, siempre prescribe, en el fondo, una conducta y no sólo una apariencia. De nada le servirá a una mujer ser hermosa según el canon de su época, ser valerosa e inteligente, haber conseguido duramente su triunfo profesional, si mantiene la diferencia de conducta, es decir, si no respeta la «superioridad» masculina, si no se atiene a un «mito femenino» de dulzura y resignación, de sacrificio y silencio. De no cumplir esta segunda parte de su condición de bella, se señalará su fealdad en los atributos que no la rodean como un aura que magnifique sus atributos físicos: maldice como un carretero, camina como un guerrero, fuma puros como un banquero... Ya no podrá ser Bella, la heroína del cuento.

Hermosa o inteligente/buena o perversa

No basta ser hermosa, la beldad sin sumisión bondadosa genera rebeldes a quienes los hombres tildan de vampiresas; una mujer bella y rebelde es un súcubo maligno que «roba el alma y la masculinidad» del varón, que utiliza su lindura de modo antinatural y por tanto deberá ser duramente castigada. Tal como sucede con todas las bellas malvadas de los cuentos.

Para que Bella sea deseada por la Bestia —es decir, el poder sin disfraces, repelente incluso— ha de ser, además, ingenua e inocente. La literatura hace un recorrido dual por los prototipos femeninos enfrentando las dos únicas posibilidades: o bella o inteligente, o lo que es igual, buena o perversa: Lea y Raquel en el Antiguo Testamento; Marta y María en el Nuevo Testamento; Helena y Herminia en *El sueño de una noche de verano...* Y así cientos de ejemplos que magnifican la dualidad haciendo imposible la fusión o el respeto por la diferencia. Llega a tal punto la dualidad que incluso la bella perversa que actúa de manera cerebral para conseguir sus objetivos —y por tanto actuación malvada intrínsecamente al no serle propia—, llega a tener dudas de su belleza, teme perder ese atributo como si fuera —y lo

es— mucho más importante que su inteligencia y voluntad. «Espejo, espejito mágico, ¿hay en el mundo otra más hermosa que yo?», pregunta incansable la madrastra de Blancanieves, pese a ser descrita como una mujer muy hermosa.

Las historias, es decir, las aventuras vitales, eso nos ha enseñado la literatura, suceden a las hermosas, aun cuando sea para sufrir auténticos calvarios. Sólo la belleza salva de la rutina y se convierte en un bien comercial. Las demás han cometido pecado original de fealdad,

pese a los enormes sacrificios que hacen para responder al modelo de belleza (como esas hermanastras de Cenicienta que intentan someter el tamaño de sus enormes pies al zapatito de cristal). De las feas todos los cuentos se burlan y son esos personajes secundarios que acaban, inexcusablemente, mal paradas y castigadas, como si la fealdad fuera imperdonable y conllevara, en sí misma, la maldad de un pecado.

La belleza solicitada por el criterio estético de la época, es, en gran medida,



BINETTE SCHROEDER, LA BELLA Y LA BESTIA, LUMEN, 1990.

un método para la mutilación que la convierte en un eunuco tortuoso que llegará a dominar al amo desde la esclavitud aunque esto le cueste la renuncia definitiva a crecer en otra dirección diseñada por ella. Por ello, Bella es la heroína, por responder a los moldes, pero se trata de una heroína tramposa, como descubre Cocteau en su magnífica película homónima. Cuando Bestia se transforma en un hermoso joven, idéntico al leñador sin recursos que la pretendía, ante la sorpresa de Bella, le pregunta:

«—Amabais al cazador?
—Sí, lo amaba.
—Pero también amabais a la Bestia.
—También.»

La belleza y el poder

La paciencia de Bella, convencida de que por su belleza y cualidades podría conseguirlo todo, hizo que a la posición y la riqueza de Bestia, se uniera la belleza del hermoso joven, aunque pobre, que la pretendiera. Ella sabe que su atributo es lo único que le dará poder y ha de utilizarlo con astucia. No puede cometer errores, ni dejarse llevar por sus propios sentimientos, ha de ser fría para mantener la apariencia de bondadosa, calculadora y convencida de que, si ella responde a lo que se espera, habrá de ser recompensada.

Esta mujer obsesionada por su físico, se ha convertido en palabras de John K. Galbraith en elemento imprescindible de la economía: «La mujer en su papel de consumidora ha sido esencial en el desarrollo de nuestra sociedad industrial». Es decir, se ha adueñado de la fortuna de otro y ha de ostentarla, de lucirla porque ella será el exponente del triunfo masculino colocado sobre su cuello en forma de diamantes. Ella ostentará su nueva clase, el premio por responder al modelo, en ese consumo de productos que la adornen y la distraigan de la renuncia a «ser»: todo será apariencia, la que ella ofrezca y la que el hombre pague por poseerla.

En el siglo XIX, siglo misógino por excelencia, los hombres parecen descubrir que las mujeres han aprendido la lección y los han convertido en esclavos de sus



BINETTE SCHROEDER, LA BELLA Y LA BESTIA, LUMEN, 1990.

antiguas esclavas, que son utilizados, en definitiva, por la bellas, bondadosas y tramposas mujeres que su literatura o su pintura o su filosofía, habrá creado a lo largo de la historia. El pesimista Schopenhauer, afirmaba que «en sus corazones, las mujeres, creen que el deber de los hombres es ganar dinero y el suyo, gastarlo». Con lo cual sólo se afirmaba que ellas habían introyectado, de manera perfecta, el mensaje publicitario machaconamente recibido y comenzaban a ser las «consumidoras imprescindibles» de la sociedad capitalista que nacía.

Como reacción, inventaron la mujer «perversa», la vampiresa. Ésta era hermosa, muy hermosa, pero inteligente y astuta —véase que la inteligencia en manos de las mujeres nunca es utilizada de forma inocente o bondadosa—, una vampira del alma masculina y una ladrona de sus bolsillos. Salomé y Judith se convirtieron en símbolos repetidos de esa belleza que decapita al hombre, torpe y vulnerable, tras haber caído en la red de sus encantos.

Resulta interesante descubrir que ciertas novelas y películas de actualidad ba-

san su gran éxito en la importancia protagonista de esas nuevas vampiresas modernas, triunfadoras y de tersos muslos que utilizan su belleza y su inteligencia para «devorar» a un apocado varón que no sabe defenderse de tales malas artes. Finalmente resulta «salvado» por otra mujer, bella pero bondadosa, (volvemos a la dualidad femenina) que lo reconduce a los términos de la normalidad establecida.

Guerra en el harén

El cuento de Madame de Beaumont llega al final con su moralina intacta: Bella entra en el palacio de Bestia que, transformado por las cualidades de aquella —otro papel vendido a las bellas como hadas cuya varita transmuta la brutalidad del macho en ternura casera—, representa todo lo que ella pueda desear. A partir del final feliz donde ponen la conclusión todos los autores, a la lectora le quedan pendientes cuestiones tan importantes como:

—La belleza, como ideal, «ocupa» a las mujeres en una ardua tarea que concluye robándoles tiempo y energía para otras actividades. Se ha llegado a conseguir lo que Naomi Wolf define como «el tercer trabajo» para tenerlas ocupadas y limitadas. Esa búsqueda del perfecto ideal (diseñado por otros) puede llegar a ser tan angustiada que coarte cualquier otra ambición o haga perder en el camino cualquier otro deseo.

La búsqueda inquietante de la belleza resulta tan mutiladora ahora como aquellas vendas que destrozaban los pies de las niñas chinas. Las vendas fueron sustituidas por corsés paralizantes, deformantes fajas y, en última instancia, por los riesgos de la cirugía y los añadidos químicos al cuerpo.

—La belleza es el obstáculo, el dedo acusador para que nunca pueda jugar de igual a igual: si eres bella y triunfas, lo haces por serlo, por utilizar la hermosura como arma seductora frente al poder; si no lo eres y triunfas, en realidad, es una consolación a lo que pierdes, por no ser lo que se esperaba de ti, por renunciar a tu «esencia femenina»; triunfas con atributos «ajenos a tu ser auténtico».

—La búsqueda de la belleza hace a la

mujer consumista indispensable y, por tanto, mucho más esclava. La idea de mujer se convierte para cualquier hembra en una doncella de hierro que la encierra, la aísla y la enferma hasta matarla. Y si no la mata, la deja gravemente incapacitada para disfrutar plenamente de la vida. Consumidora de comidas sin calorías, podrá llegar a la anorexia. Su relación con el mundo se mide en: «esto engorda, esto envejece» y de este modo, toda naturalidad inicial de gusto o placer queda neurotizada por medio de estas dos premisas.

—El canon reinante crea una profunda inseguridad permanente. En realidad, el triunfo es relativo y tiene que ver con la conservación de un determinado aspecto. El éxito profesional y personal se consigue respondiendo al prototipo

(de belleza, comportamiento, juventud, agresividad controlada, ambición, etc.) cuyos máximos valores son temporales, razón por la cual la mujer vivirá su «reinado» pendiente de que otras más jóvenes y más bellas la destronen (como la madrastra de Blancanieves).

—Esa inseguridad crea insolidaridad: las jóvenes se convierten en rivales de las maduras porque aspiran a desbancarlas y no a aprender de su sabiduría y experiencia.

Decía Sciascia que «la peor rival de una mujer es otra mujer» y lo decía pensando en esa rivalidad por conservar el puesto, es decir, la preferencia frente al varón. En este juego, la palabra *suegra* se ha convertido en un insulto y las relaciones de las mujeres entre sí en algo muy similar a una guerra de harén.



ANGELA BARRETT, LA BELLA Y LA BESTIA, KÓKINOS, 2006.



ANGELA BARRETT, LA BELLA Y LA BESTIA, KÓKINOS, 2006.

Bella, en el cuento, desempeña frente a sus hermanas el horroroso papel de víctima silenciosa que las humilla aún más con su silencio y su bondad mientras no mueve un dedo cuando son castigadas a ser estatuas de piedra que contemplan su felicidad permanente.

Decía John Berger: «Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. Esto determina no sólo las relaciones entre hombres y mujeres, sino también las de la mujer consigo misma». Ellas se miran

como rivales y ellos las miran como posibles candidatas que han de merecer tal honor. Bestia mira a Bella y la salva de un probable destino de miseria. Bella se mira y conoce bien sus armas, mira a sus hermanas, compara y calcula si pueden convertirse en rivales y las neutraliza con una falsa bondad bien protegida por su belleza.

Nada inocente resulta, por tanto, ni la literatura ni todas esas historias, devoradas por miles de adolescentes en las que la más bella, la de muslos más tersos y

cintura más fina, es la única y real triunfadora. No se piense que sólo esta literatura ancilar o rosa, escrita para que ellas «aprendan» bien el modelo y el papel (tal como confesaba la autora de *La Bella y la Bestia*), participa del mito; las más sesudas y pretenciosas novelas continúan diseñando heroínas hermosas porque lo feo no puede ser modelo que se deba seguir, no está destinado al triunfo. ■

*Blanca Álvarez es escritora y periodista.

VISITE NUESTRA PÁGINA WEB

- ▶ Consulte los sumarios de cada mes.
- ▶ Las ofertas de monográficos y números atrasados.
- ▶ El Índice 17 años de **CLIJ** en CD (con una *demo* de prueba).
- ▶ Las tarifas de publicidad.
- ▶ Las condiciones de suscripción.