



# El yo y los otros

Una relación tóxica con la virtualidad

**BBAA**  
FACULTAD DE BELLAS ARTES  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

THE SELF AND THE OTHERS. A toxic relationship with virtuality  
TRABAJO DE FIN DE GRADO

María del Mar Ocaña Arias

Universidad de Málaga. Facultad de Bellas Artes

Curso 2021-22

Tutor: Juan J. del Junco González

**EL YO Y LOS OTROS**

**Una relación tóxica con la virtualidad**

*THE SELF AND THE OTHERS/ A toxic relationship with virtuality*

**Alumna: María del Mar Ocaña Arias**



**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**

**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA / FACULTAD DE BELLAS ARTES**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**Tutor: Juan J. del Junco González**

**Curso 2021-2022**

Yo estoy aquí, pero lo que está viendo son un millón de cosas que he ido cogiendo prestadas de otras personas<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> LEVINSON, S. (2021). *Euphoria: Fuck Anyone Who's Not a Sea Blob (Part 2: Jules)*. [int.] Hunter Schafer.

## ÍNDICE

Declaración de originalidad.

Resumen / *Abstract*. Palabras clave/ *Keywords*.

1. Descripción de la idea del trabajo. [p. 6]
2. Trabajos previos. [p. 7]
  - 2.1. *Perfect Girl* (2021) [p. 7]
  - 2.2. *Hasta el Final* (2021) [p. 9]
  - 2.3. *Where am I?* (2022) [p. 10]
  - 2.4. *Máscaras II* (2022) [p. 11]
3. Descripción del proceso de investigación plástica. [p. 12]
4. Descripción del proceso de investigación teórico conceptual. [p. 21]
  - 4.1. Sobre los cánones de belleza y la sociedad. [p. 22]
  - 4.2. Sobre la mirada masculina y el feminismo capitalizado. [p. 23]
  - 4.3. Sobre los dispositivos móviles, las no-cosas y las redes sociales. [p. 26]
  - 4.4. Sobre el autorretrato. [p. 28]
5. Cronograma. [p. 30]
6. Presupuesto. [p. 30]
7. Bibliografía. [p. 31]
8. Anexo. [p. 34]



**RESUMEN.**

Esta memoria es parte del resultado de un proceso de investigación teórica plástica donde exploramos la relación que mantenemos con las redes sociales y las consecuencias de esta a través de nuestra experiencia personal, contraponiendo así a dos personalidades: el yo y el avatar. Lo realizaremos a través de la experimentación conceptual y formal recurriendo al uso del dispositivo móvil tanto como medio fotográfico, como herramienta de creación artística así como el archivo, el video e incluso la performance.

El discurso además estará apoyado por diferentes autores, los cuales reflexionan desde cómo la publicidad marca cánones de belleza totalmente irreales, el engaño del feminismo mainstream, el fetichismo hacia el mundo digital y la información, hasta cómo el uso del selfie llega a determinar nuestra identidad.

Del mismo modo, aportaremos la búsqueda y exploración de los diferentes artistas que han logrado contribuir tanto a la consecución de la obra como a esta memoria. Para concluir veremos cómo se materializa esta investigación en el medio instalativo.

**PALABRAS CLAVE.**

Arte - fotografía - sexualización - *selfie* - disociación - virtualidad - avatar

**ABSTRACT.**

This essay is the result of a process of theoretical plastic research where we explore the relationship we have with social networks and the consequences of this through our personal experience, thus opposing two personalities: the self and the avatar. We will do this through conceptual and formal experimentation using the mobile device both as a photographic medium and as a tool for artistic creation, the archive, video and even performance.

The discourse will also be supported by different authors, who reflect on how advertising sets unrealistic beauty standards, the deception of mainstream feminism, fetishism towards the digital world and information, even how the use of the selfie comes to determine our identity.

In the same way, we will bring the search and exploration of the different artists who have contributed to the work as well as to this essay. To conclude, we will see how this research culminates and materializes in the installation space.

**KEYWORDS.**

Art - photography - sexualization - selfie - dissociation - virtuality - avatar

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.

Este trabajo nace de la necesidad de contar nuestra realidad y nuestra conexión con el mundo de las redes sociales. Una experiencia que se sigue viviendo hoy en día, una lucha constante por el control de nuestra persona e identidad: cómo la batalla en la que realidad y ficción se entremezclan y no permiten vivir con tranquilidad, la forma en la que sufrimos una disociación del entorno e incomunicación con la realidad que nos rodea. Para poder contar esta experiencia, mostramos las dos caras de la misma moneda: por un lado, el avatar —un ser creado expresamente para el mundo virtual—, sexualizado, cambiante, carente de sentimientos, artificial, y que solo existe para complacer al usuario que la observa. Por otro, el yo, el cual plantea la problemática de la que se hablará durante todo el proyecto: ¿Sigue existiendo el yo? ¿Sigue manteniéndose una clara separación entre ambos? O, por el contrario, ¿se ha diluido tanto la realidad que el avatar ha absorbido por completo al usuario primigenio?

Con el tiempo acabamos perdiendo el control de ese avatar y, consecuentemente, el control sobre nosotros mismos, debido a que el avatar se convierte en una entidad independiente que comienza a moldearnos a su placer. De esta manera, se transforma en una voz dictatorial —podríamos incluso aludir a una cierta esquizofrenia ya que escuchamos al otro hablándonos, todo desde un plano metafórico puesto que somos nosotros mismos—, instándonos a comportarnos y vivir a su estilo.

Como consecuencia, lo que eran antes dos “personas” individuales —el yo, viviendo la realidad y el avatar relegado al medio digital—, ahora es una que intenta dominar a la otra, terminando por crear una confusión entre quién es quién.

Esta obsesión por la creación del avatar ha derivado en la que esto escribe, en la aparición de problemas mentales, tales como el TCA (Trastorno de Conducta Alimentaria), depresión y despersonalización. De hecho, algunos psicólogos ya han apuntado que la obsesión por mostrarnos en redes puede llegar a ser peligroso. Como el caso de Danny Bowman, un joven de 19 años que fue tratado por un hospital psiquiátrico, pues le diagnosticaron trastorno dismórfico corporal y trastorno obsesivo compulsivo debido a una ansiedad producida por su aspecto<sup>2</sup>.

Esta fijación por el aspecto físico ha sido provocada por el consumo de las imágenes que nos avasallan durante toda nuestra vida —especialmente en internet— donde predominan los cuerpos irreales, las poses forzadas y, obviamente, una sexualización de la mujer a edades muy tempranas; imágenes creadas por el capitalismo para hacernos consumir cada vez más productos e intentar llegar a estas.

Aún más, hay que tener en cuenta de que la obsesión por cómo nos mostramos en las redes sociales también acaba afectando en nuestra comunicación con los que nos rodean.

---

2 Selfie addiction is no laughing matter, psychiatrists say. [En línea] *The Huffington Post*: 25 de marzo de 2015 [Consultado el: 9 de septiembre de 2022.] Disponible en: [http://www.huffingtonpost.com/2014/03/25/selfie-addiction-mental-illness\\_n\\_5022090.html](http://www.huffingtonpost.com/2014/03/25/selfie-addiction-mental-illness_n_5022090.html).

Vivimos en un tiempo en los que el diálogo cada vez es más virtual y perdemos la interacción con las personas en el mundo real. Nos cuesta hablar, mantener conversaciones, expresarnos. Nos aislamos detrás de una pantalla y nos atamos a ella como si, al estar tanto tiempo conectado a ella, fuese la única que nos comprende. Así, no nos comunicamos entre individuos, sino entre dispositivos electrónicos.

Para hacer este proyecto, nos marcamos como objetivo producir una obra de carácter interdisciplinar sobre el mal uso de los medios digitales y sus consecuencias. Y, de manera más específica, investigar sobre el uso del móvil como medio fotográfico; trabajar el autorretrato y el uso de las luces en el estudio, generar una reflexión en el espectador sobre el uso de las redes sociales, exponiendo nuestra experiencia personal y ayudar a que otros se identifiquen. De manera colateral, exhibir cómo el feminismo actual capitalizado influencia en la sexualización de la mujer y lo convierte en un acto empoderante y, por último, tratar la creación de la identidad en torno al mundo virtual.

## 2. OBRAS PREVIAS REALIZADAS EN OTRAS ASIGNATURAS.

Antes de entrar a analizar el trabajo propuesto, creemos necesario remontarnos al punto inicial donde comenzamos a investigar sobre los diferentes temas que nos ocupan y a desarrollar una línea formal específica. Para ello, explicaremos los proyectos realizados anteriormente durante el Grado en Bellas Artes.

### 2.1. *Perfect Girl* (2021)

Es en la asignatura de Proyectos Artísticos II —tercer curso— impartida por el profesor Carlos Miranda, donde empezamos a definir nuestras inquietudes tanto estéticas como conceptuales. Esto fue posible gracias a la investigación sobre nuevos artistas y formas de trabajo, además de comprender y asimilar el buen desarrollo de un proyecto artístico.

En el trabajo realizado entonces, empezamos a cuestionar la manera en la que se construye la identidad femenina, influenciada esta por los cánones de belleza y por los medios de comunicación de masas. Así, hicimos hincapié en el problema de la gordofobia en mujeres. Según cómo la imagen de la mujer gorda está totalmente tergiversada y demonizada por la sociedad, así como la presión de esta y del entorno a nuestro alrededor para bajar de peso. Además, integramos al tirano *doppelgänger*<sup>3</sup> que controla y ataca con sus palabras al yo real — es la primera vez que se muestra en mi producción artística la dualidad entre el yo y el avatar—.

---

<sup>3</sup> *Doppelgänger* es el vocablo alemán para definir el doble fantasmagórico malvado de una persona viva. La palabra proviene de *doppel*, que significa ‘doble’ y *gänger*: ‘andante’. El término se utiliza para designar a cualquier doble de una persona, comúnmente en referencia al “gemelo malvado”.

*Perfect Girl*<sup>4</sup> (fig. 4) es el nombre de un fotolibro digital en el que se ilustra la situación de muchas adolescentes que se ven obligadas a bajar de peso debido a las imposiciones de una sociedad machista.

Esta violencia es la violencia estética, la cual es de orden psicológico pero que tendrá efecto en el aspecto físico de las mujeres, es decir, impacta su subjetividad pero también sus cuerpos, en una sociedad que establece la belleza como elemento constitutivo de la identidad y valoración femenina. [...] Consiste en la promoción por parte de los medios de comunicación y difusión masiva, la industria de la moda, de la música y el mercado cosmético, de unos cuerpos “perfectos”, los cuales no son más que cuerpos ficticios, irreales, concebidos como ideal, como deber ser, como patrón a seguir, y donde las particularidades físicas de las mujeres son denominadas “imperfecciones”<sup>5</sup>.

En este trabajo podemos apreciar por primera vez el concepto de dualidad, inspirados por la obra de Cindy Sherman —referente que se mantendrá incluso en este trabajo final— y su capacidad de autorretratarse a través de la producción de nuevos personajes (figs. 1, 2 y 3) para reflejar los estereotipos de las mujeres de esa época en el mundo del cine y como son vistas por el hombre<sup>6</sup>.



Figs.1, 2 y 3. Cindy Sherman, *Untitled Film Still #07, #14 y #35*, 1978-9.

Nos autorretratamos creando a un *alter ego* —que acababa siendo nosotros mismos— a modo del dictador que provoca el trastorno y que castiga para hacernos daño. De esta manera, se distinguen dos voces, dos personas que confluyen en una misma: el yo natural, y “el otro”. Por otro lado, otro tema que tratamos es la hipersexualización de la mujer, cómo se nos percibe y obliga a actuar de una manera no deseada, convirtiéndonos en objetos complacientes. Esta última idea será un pilar fundamental en nuestro Trabajo de Fin de Grado.

4 Enlace a la obra: PERFECT GIRL by whosmeri - Issuu.

5 PINEDA, E. La violencia estética: una nueva forma de violencia contra la mujer. [En línea] La haine [Consultado el: 07 de septiembre de 2022.] Disponible en: [https://www.lahaine.org/mm\\_ss\\_est\\_esp.php/la-violencia-estetica-una-nueva-forma-de](https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/la-violencia-estetica-una-nueva-forma-de).

6 Cindy Sherman versus los estereotipos de género. [En línea] Apertura [Consultado el: 04 de septiembre de 2022.] Disponible en: <https://www.cccb.org/es/participantes/ficha/martinarnold/11667>.



Fig. 4. María del Mar Ocaña, *Perfect Girl*, 2021. Detalle de una doble página.

## 2.2. *Hasta el Final* (2021)

*Hasta el Final*<sup>7</sup> es un proyecto de vídeo creado en la asignatura de Videoarte —tercer curso— impartida por el profesor José Vicente Iranzo. Se podría decir que es la escenificación de lo tratado en el anterior proyecto ya que ambos se estuvieron realizando simultáneamente. Ahondando en lo anterior, se muestra claramente la dualidad entre el yo y el otro, mediante un juego de contrastes entre ambos personajes, intensificado a través del montaje y la edición de vídeo.



Fig. 5. María del Mar Ocaña, *Hasta el final*, 2021. Still de vídeo.

Aquí se pone en práctica lo aprendido en la asignatura. Por ejemplo, la dramatización del objeto en la primera escena (fig. 5), donde se utiliza el hielo como si fuera comida. En esa misma línea, se puede hablar del uso de la ausencia del montaje, concepto acuñado por Jacques Aumont en el libro *Estética del cine: Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. En este libro, André Bazin explica que el cine tiene que mostrar la realidad tal y como es porque el mundo es así. No tiene cortes. Para el crítico francés, “la especificidad cinematográfica reside en el simple respeto fotográfico de la unidad de imagen”<sup>8</sup>. Lo primero es la situación y que esta no tenga sentido, que sea ambigua, ya que esa falta de significado es lo que otorga importancia. En consecuencia, el montaje está prohibido cuando la situación es ambigua e inesperada.

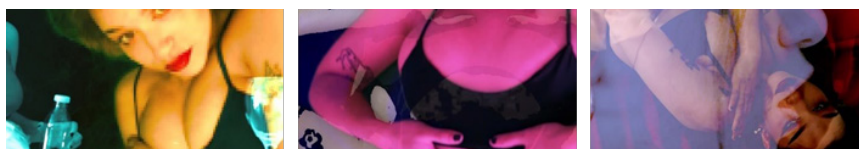


Fig. 6. María del Mar Ocaña, *Hasta el final*, 2021. Still de vídeo.

<sup>7</sup> Enlace a la obra: <https://vimeo.com/562579595>.

<sup>8</sup> AUMONT, J. (1985). *Estética del cine: Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós Ibérica. p. 72.



Por la otra parte, nos encontramos un juego de ritmo mediante el recurso de la aceleración y la longitud del tiempo. Esta manera de manipular los fotogramas para ganar riqueza está desarrollada también por Martin Arnold<sup>9</sup>. Además, se pueden encontrar elementos como el paso del tiempo de manera discontinua y el entorno inestable (fig. 6).

### 2.3. *Where am I?* (2022)

*Where am I?*<sup>10</sup> Es un proyecto realizado para la asignatura de Arte Virtual— cuarto curso—, impartida por el profesor Pablo Alonso Herráiz. Este se ha desarrollado paralelamente con el Trabajo de Fin de Grado por lo que ambos se han ido enriqueciendo a medida que se iban desarrollando.

Este trabajo mantiene similitudes con el discurso del proyecto que nos ocupa, solo que se realiza desde otro punto de vista formal. Resumiendo, se trata la relación que mantenemos personalmente con las redes sociales, el tiempo invertido en ellas y cómo éste ha influido en la creación de diferentes “personajes” o “versiones” de mí misma. Este concepto serviría para lograr adaptarnos a los cambios constantes que hay dentro de esta *realidad* digital/virtual, teniendo como consecuencia la pérdida de la propia identidad.

Para este proyecto, nos centramos en dicha pérdida a través de los diferentes personajes. Para ello, combinamos una serie recursos visuales como el *glitch*, el de artistas de *Net art*<sup>11</sup> como Ben Benjamin , el cual utiliza el hipertexto para convertir la navegación en un viaje a través de las emociones que transmiten sus imágenes. Incluso en este trabajo fueron influyentes la estética de los videojuegos de terror *indie*<sup>12</sup>.

En la obra final propusimos una narrativa no lineal que pueda confundir al espectador. A través de las diferentes escenas, creadas digitalmente o grabadas con dispositivos antiguos, imitando la estética del *found footage*<sup>13</sup>. De esta manera, logramos contrastar las imágenes confusas y superpuestas con momentos de narración más lógica que crean un hilo conductor a lo largo del vídeo.



Fig. 7. María del Mar Ocaña, *Where am I?*, 2022. Still de vídeo.

9 Martin Arnold. [En línea] CCCB (*Centre de Cultura Contemporània de Barcelona*): 3 de mayo de 2016. [Consultado el: 13 de julio de 2022.] Disponible en: <https://www.cccb.org/es/participantes/ficha/martinarnold/11667>.

10 Enlace a la obra: <https://youtu.be/WC7xaWpfgoM>.

11 *Super Bad* (2000). Disponible en, <http://www.superbad.com/>.

12 Videojuegos de terror desarrollados por artistas independientes, normalmente tienen éxito por la estética retro.

13 El término *found footage*, que se traduce literalmente al español como metraje encontrado, es material audiovisual presentado fuera de su contexto original: imágenes “encontradas” a diferencia de “creadas” expresamente para una obra.

## 2.4. Máscaras II (2022)

Este es el último de los trabajos realizados en la asignatura de fotografía de las profesoras María Ángeles Díaz y Cinthia Gutiérrez. *Máscaras II* (fig. 8) nace en un inicio como un sencillo trabajo de luces en el plató de la facultad y acaba convirtiéndose en una serie en la que se narra cómo las presiones sociales y la búsqueda constante de una belleza imposible hacen que ésta acabe deformándose en algo grotesco.



Fig. 8. María del Mar Ocaña, *Máscaras II*, 2022.

Utilizando de nuevo como concepto principal “el yo y el otro” y las máscaras, realizamos una serie de fotografías en el que la belleza natural acaba siendo eclipsada por una belleza falsa, irreal. Esta acaba destruyéndonos como individuos y nos controla por completo. Para ello, usamos una máscara fabricada con cinta de carroceros y después maquillada para dar sensación de máscara terrorífica o segunda piel. De esta manera, se ocultan todas las facciones y solo se ve la mirada, como si esta fuera lo único que se mantiene de la persona cuando modifica su físico. La obra final consta de una sola fotografía por lo que no presenta ninguna narrativa y deja al espectador la libertad de imaginar qué es lo que ocurre en la imagen.

Este trabajo está influenciado por Cindy Sherman y su uso de la máscara, ya que es sabido que ella usa el maquillaje para convertirse en otras personas. Tal y como dice Paul Moorhouse:

Las máscaras que Sherman creó a mediados de 1990 se convierten en un elemento visual presente en su trabajo desde su comienzo hasta su inevitable y grotesca conclusión. Desde los tiempos más remotos, las máscaras han estado relacionadas con la protección, el engaño, el realce, el disfraz mágico, la actuación y el entretenimiento. Para Sherman, las máscaras también están íntimamente ligadas a la identidad y el ser: exageran, ocultan, transforman y deleitan<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> MOORHOUSE, P. (2014). *Cindy Sherman*. Londres: Phaidon Focus. p. 124.

También podríamos hablar de la obra de Jorge Molder en la que a través de los autorretratos muestra autorrepresentaciones. El mismo autor asegura que “no soy yo, no es nadie, es una especie de ser intermedio entre yo y el otro; es al mismo tiempo nadie y todo el mundo”<sup>15</sup>. Lo que nos interesa de su trabajo es la forma en la que el autor se personifica de diferentes maneras y el uso que hace de su propio cuerpo como medio de expresión artística.

En conclusión, como se puede apreciar, las ideas de dualidad a través de la creación de diferentes personajes, el descubrimiento de la identidad propia y la problemática de la hipersexualización tienen gran presencia a lo largo de los trabajos previos y del que nos incumbe ahora.

### 3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN PLÁSTICA.

La definición de la idea del trabajo comenzó en octubre al reflexionar sobre cómo poder culminar un proceso que había empezado desde el curso anterior. Para ello, quisimos aprovechar la asignatura de Producción y Difusión de Proyectos Artísticos impartida por Carlos Miranda, Blanca Montalvo y Rosa Rodríguez.

En un principio, el discurso consistía en la dualidad entre persona y avatar a través de un enfrentamiento donde nos preguntamos qué es lo que ocurre cuando no podemos controlar dicho avatar. Para ello, construimos un primer moodboard (fig.9) donde pudimos hacer un resumen de la estética que nos interesaba: aquellos estilos denominados Y2K<sup>16</sup>, cyberpunk<sup>17</sup>, el lenguaje de moda y de la fotografía editorial.

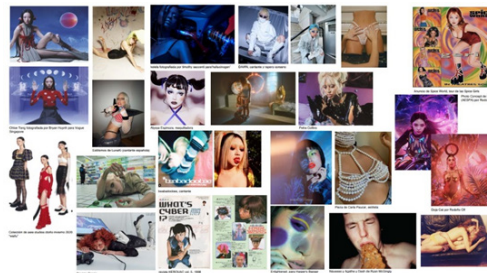


Fig. 9. Moodboard inicial.

La intención era buscar a través de la fotografía y el montaje de imágenes donde se mostrara la disolución los límites entre el plano real y el virtual. Es decir, realizar un estudio/

15 MOLDER, J. (2015). *Jorge Molder: Rico, Pobre, Mendigo, Ladrón*. Madrid: Círculo Bellas Artes.

16 El Y2K (*Year 2000*) en un principio referenciaba al “efecto 2000” el desastre tecnológico que se pensaba que iba a ocurrir al cambiar de milenio. Actualmente se conoce como un estilo de moda en el que se reinventan las tendencias de comienzos del milenio y retro. Se caracteriza por una estética retrofuturista inspirado en películas como *Matrix* (hermanas Wachowski, 1999) y la ropa que usaban los grupos musicales pop de la época (Spice Girls, Christina Aguilera, Destiny’s Child etc.).

17 El *cyberpunk* es un subgénero de ciencia ficción en el que se contempla un futuro distópico donde se combinan grandes avances tecnológicos con un nivel de vida bajo. Ha sido muy influyente en películas como *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), *Akira* (Katsuhiro Otomo, 1988) o *Ghost in the Shell* (Mamoru Oshii, 1995).

retrato generacional donde el *selfie*, la superficialidad y lo falso toman un papel más importante que nuestra propia realidad. Por otro lado, queríamos tratar cómo el nuevo feminismo ha ocultado —mediante un falso empoderamiento— la comercialización y la objetualización del cuerpo femenino.

En cierta manera, si comprobamos la idea del Trabajo de Fin de Grado, la premisa es muy similar, solo que el proyecto y la experimentación han evolucionado a un extremo totalmente diferente. En un principio, queríamos trabajar de manera lineal y mostrar esa dualidad, pero era algo demasiado complicado de mostrar, resultando complejo crear una historia. Primeramente, hicimos fotografías sin una intención clara, de tal forma que daban como resultado autorretratos con poses forzadas y maquillaje (fig. 10). Como si se hubieran realizado para *Instagram*.



Fig. 10. María del Mar Ocaña, Primeras pruebas realizadas, 2021.

El acto de maquillarse, vestirse y posar específicamente para unas fotos es ya de por sí construir un *fake*: una imagen construida que pretende aparentar ser real y espontánea. De esa manera, nos dimos cuenta de que era más interesante no caer en la literalidad. Incluso desechamos la idea de narratividad porque contar una historia limitaría el trabajo debido a que en el mundo virtual —de las redes sociales— no hay una historia, no hay narrativa; solo imágenes que se acaban acoplando unas con otras.

Sin embargo, el trabajo no estaba siendo satisfactorio y es por ello por lo que decidimos reorganizar el trabajo y volver al punto de partida. Nos interesaba el mundo de la nostalgia y el *dejavú*; crear historias nuevas con elementos reconocibles haciendo creer que lo que estamos viendo es un recuerdo, cuando en realidad es una imagen totalmente nueva. Una artista que trabaja bajo estas premisas es Petra Collins. La artista crea imágenes que la ayudan a buscarse a una misma<sup>18</sup> a través de una visión íntima (fig. 11). De esa manera, utiliza su vida pasada como referente y crea una relación empática entre ella y el espectador, dando visibilidad a los diferentes cuerpos femeninos y reformulando así al sujeto fotográfico.

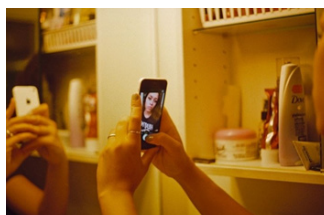


Fig. 11. Petra Collins, *The Teenage Gaze*, 2015.

18 Coming of Age. [En línea] Youtube. 15 de diciembre de 2017. [Consultado el: 16 de julio de 2022.] [https://www.youtube.com/watch?v=d\\_Q6t92z71w](https://www.youtube.com/watch?v=d_Q6t92z71w).

Aquellas inquietudes estéticas las quisimos desarrollar a través de un fanzine o libro fotográfico donde hablásemos de la pérdida y búsqueda de la identidad debido al abuso de las redes sociales. Sin embargo, desechamos la idea de fanzine porque era muy limitante para seguir trabajando con fotografía y vídeo. Así, comenzamos a recopilar notas escritas en el móvil donde reflexionamos sobre nuestro estado mental y la soledad que sentíamos. En ese instante, fuimos conscientes de cómo nos comunicábamos con nosotros mismos a través del móvil, nadie se encuentra detrás de la pantalla, por lo tanto, no hay un receptor del mensaje. Hablamos con la nada, solo con nosotros mismos.

La artista Rocío Madrid emplea también esta nueva forma de diario con sus obras *Notas y Notas <2* (fig. 12). En ellas, transporta —se apropia del lenguaje y la interfaz— el dispositivo móvil a un fanzine donde podemos leer sus pensamientos como mujer moderna. Reflexiona sobre los cambios en la forma de ligar con el uso de plataformas de citas como Tinder, como es vivir teniendo 30 años, una autobiografía de su vida en estos tiempos<sup>19</sup>. Utiliza sus apuntes en notas de su móvil además de diferentes capturas que, en cierta manera, ilustran estas ideas. “La búsqueda del amor en un mundo digital, el príncipe azul convertido en avatar, Tinder e Instagram. Citas fallidas, el paso de los años, la belleza contra la vejez, el recuerdo de amores adolescentes”<sup>20</sup>. Lo que más destaca es la inmediatez con la que va que, a su vez, hace que aparezcan también las fotografías. “Notas podría considerarse como una rehabilitación emocional, un proceso terapéutico que refleja esas inseguridades que aparecen antes, durante y después de una relación”<sup>21</sup>.

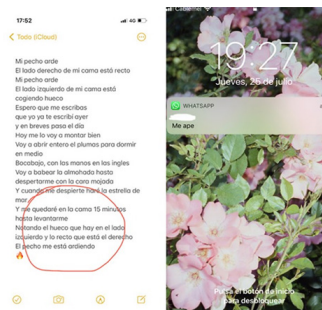


Fig. 12. Rocío Madrid, *Notas <2* (2022).

Es por eso por lo que *\*emoji carita triste\** (2022) (fig. 13) (veáse Anexo I) nace como una forma de demostrar esa comunicación que tenemos con nuestro móvil, una manera de utilizarlo como medio terapéutico a la vez que una prisión/burbuja que nos aísla del dolor exterior. Se tratan tanto las dudas que tenemos con nosotros mismos, la obcecación por la belleza y la manera de recibir satisfacción únicamente por las interacciones que tengamos en redes.

19 MICO, J. ‘Notas’, de Rocío Madrid: un libro de amor con forma de iPhone. [En línea] Vein: 31 de diciembre de 2019. [Consultado el 20 de agosto de 2022] Disponible en: <https://vein.es/notas-de-rocio-madrid-un-libro-de-amor-con-forma-de-iphone/>.

20 *Ibidem*.

21 VALERO, C. Entre la soledad y Tinder [En línea] Vein: 3 de mayo de 2022. [Consultado el 20 de agosto de 2022] Disponible en: <https://vein.es/entre-la-soledad-y-tinder/>.





El avance en sus obras lo podemos ver en sus fotografías hasta el punto en el que incluso se retrata como personajes públicos o payasos, aumentando el uso de las prótesis, el maquillaje y los escenarios.



Fig. 14. Cindy Sherman, *Untitled Film Still #6*, 1977.

Por otro lado, en el caso de Jorge Molder, su fotografía en *Rico, pobre, mendigo, ladrón* (2015) es una recopilación antológica de sus obras más relevantes podemos ver sus diferentes facetas a lo largo de su investigación sobre la forma de autorrepresentarse. En *Ocultaciones* (2008) (fig. 15), podemos encontrarlo trajeado, pero lo relevante de las fotos son sus manos, las cuales cambian constantemente o la posición de sus ojos en su obra previa *Comportamiento Animal* (2002).



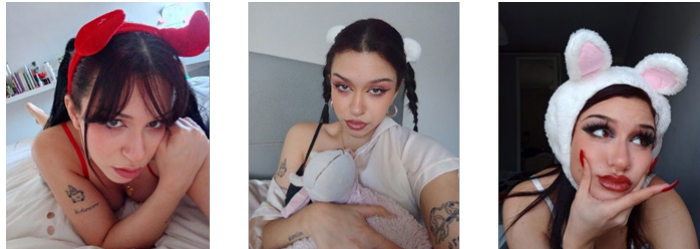
Fig. 15. *Ocultaciones* (2008) Jorge Molder.

Estos dos artistas suelen ser comparados por la manera en la que utilizan su cuerpo como medio de expresión. Son el objeto fotografiado, pero incluso el propio Molder considera que no se parecen: “No tengo nada que ver. Ella es una chica que se hace cosas y las expone. Me interesaron algunos trabajos de sus comienzos, pero luego, nada. Lo suyo es militancia. Yo no me maquillo para vender nada”<sup>26</sup>.

Continuando con nuestro trabajo, mantuvimos el formato del *selfie* y el móvil como herramienta fotográfica ya que todo el trabajo gira entorno a estos dispositivos. Para ello, nos grabamos adoptando poses sugerentes, con una actitud diferente a lo que somos en realidad, dándonos cuenta de que, cada vez que estamos delante de una cámara, nos convertimos en una persona diferente: como si esta se convirtiera en un medio para performar una nueva identidad. Según los autores, Nerea Ayerbe y Jaime Cuenca: “el selfie no es mero testimonio de un rasgo

<sup>26</sup> GARCÍA, A. El infinito yo de Jorge Molder [En línea] El País: 6 de febrero de 2015. [Consultado el 7 de agosto de 2022] Disponible en: [https://elpais.com/cultura/2015/02/05/actualidad/1423161572\\_684314.html](https://elpais.com/cultura/2015/02/05/actualidad/1423161572_684314.html).

de identidad, sino aquello que lo construye a la vista de los demás”<sup>27</sup>. A través de los diferentes personajes que construimos, generamos a su vez diferentes identidades. Nos disfrazamos de diabla, gata, colegiala, etc. (figs. 16, 17 y 18). Consiguiendo de esa manera cientos de imágenes, al igual que en una galería del móvil donde encontramos una amalgama de fotografías de las cuales solo unas pocas verán la luz en redes sociales.



Figs. 16, 17 y 18. María del Mar Ocaña, *las selfies que me guardo para ti*, 2022. Detalle.

Por otra parte, al estar muy vinculados con el vídeo, optamos mantener como obra los vídeos de los que parten las fotografías de *las selfies que me guardo para ti* (2022) ya que estas fotografías están extraídas de capturas de vídeos. *Viewers* (2022) es una serie de vídeos expuestos en móviles y una *tablet* que funcionan como ventanas para observar a la modelo, donde el espectador toma la posición de usuario siendo seducido por la chica del vídeo, que posa y mira directamente a la persona, creando incomodidad entre ambos. Esto se refuerza al no haber ningún tipo de sonido en los vídeos, se vuelve un silencio molesto e incómodo.



Figs. 19 y 20. María del Mar Ocaña, *Viewers*, 2022. Still de video.

Otra artista que destacar en este proceso es el trabajo de Alma Ulman y su obra *Excellences & Perfections* (2014) (fig.21). Una performance donde se transforma en los típicos personajes femeninos encontrados en la aplicación de Instagram actuando como ellos y son los que suben las publicaciones durante un tiempo. Por ejemplo, uno de ellos es una *sugar baby* e inventa que se ha hecho una operación de aumento de pecho, publicando todo tipo de detalles; en otras imágenes aparece con flores o tomando un desayuno caro. Es la viva imagen de la

27 AYERBE, N. y CUENCA, J. (2019). “El selfie como performance de la identidad. Explorando la performatividad de la autoimagen”. En *Papeles del CEIC*, vol. 2019/2, pp. 1-16.

estetificación de la vida cotidiana<sup>28</sup>. Esta performance provocó las críticas de las personas más conservadoras, el apoyo de otras chicas que subían el mismo contenido y la confusión de sus amigos y familiares como consecuencia de ser capaz de crear una realidad totalmente creíble<sup>29</sup>.



Fig. 21. Amalia Ulman, *Excellences & Perfections*, 2015.

Además de ella, otras artistas, como Molly Soda, han utilizado también la creación de falsas identidades para actuar en redes sociales. Ella se centra sobre todo en la dualidad de quienes somos fuera del mundo virtual y dentro de este. Según la artista “Caí en la cuenta de que en Internet nos presentamos de forma distinta a cómo somos en el día a día”<sup>30</sup>. Para nosotros, la obra que más destaca entre todas es *Who's sorry now?* (2017) (fig. 22), una pieza de videoarte donde deja claro la manera en la que nos exponemos en internet, seleccionamos aquello que mostramos/exponemos y nos inventamos la realidad. A lo largo de sus obras nos cuestiona sobre si lo que muestra es real o no.

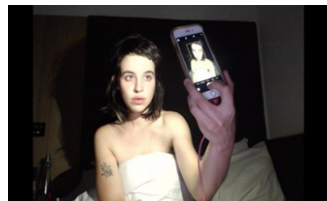


Fig. 22. Molly Soda, *Who's sorry now?* 2017. Still de video.

Esta idea de la dualidad y la creación de una nueva identidad también la encontramos en el artista Charles Latham y su *alter ego* Cyrus (fig. 23). Autodestructivo, deprimido y sumiso, este personaje está creado por el autor para que este sufra todos los daños, una forma de proyectar su sufrimiento de una manera más controlada además de explorar también su sexualidad y gustos que mantiene en secreto como el *BDSM*<sup>31</sup>.

28 Amalia Ulman: *Excellences & Perfections* [En línea] New Exhibitions Museum: [Consultado el 7 de agosto de 2022] Disponible en: <https://www.newmuseum.org/exhibitions/view/amalia-ulman-excellences-perfections>.

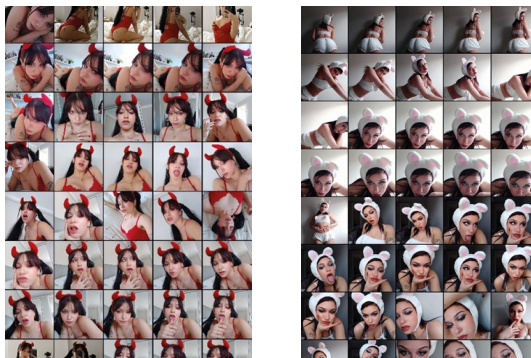
29 *Ibidem*.

30 LLANOS, H. Molly Soda: “Internet ha sido lo más parecido a una patria que he tenido en mi vida” [En línea] Verne [Consultado el 7 de agosto de 2022] Disponible en: [https://verne.elpais.com/verne/2019/11/19/articulo/1574171776\\_857673.html](https://verne.elpais.com/verne/2019/11/19/articulo/1574171776_857673.html).

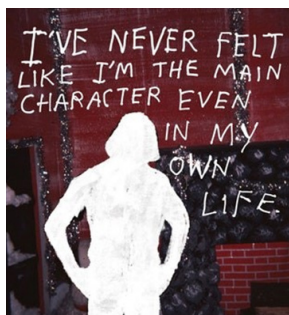
31 Bright, Susan. 2010. *Auto focus: the self-portrait in contemporary photography*. Londres: Thames & Hudson, 2010. p. 26.

Fig. 23. Charles Latham, *Cyrus*, 2006.

Continuando con nuestro trabajo, decidimos apropiarnos de la interfaz en cuadrícula (figs. 24 y 25) (veáse Anexo I) que tienen las galerías de los dispositivos móviles y la consecución interminable de imágenes. Es la forma más directa de poder mantener esa visión que tenemos al observar nuestra galería del móvil, ver una cantidad inmensa de imágenes nos hace comprender la saturación de información y datos que sufrimos hoy en día.

Figs. 24 y 25. María del Mar Ocaña, *las selfies que me guardo para ti*, 2022.

Por otra parte, investigamos la forma de cómo integrar a la fotografía analógica con la digital, citando así al fotógrafo Gelay Concepcion y su proyecto *Things you wanted to say but never did* (2019-) (fig. 26) donde la gente anónima participa mandándole al artista sus mensajes y confesiones y este interviene fotografías con dichos mensajes, haciendo alusión a los graffitis con mensajes de extraños que vandalizan nuestras calles<sup>32</sup>, pues estos son otras formas de hablar desde el anonimato.

Fig. 26. Gelay Concepcion, *Things you wanted to say but never did*, 2019-.

<sup>32</sup> BARDELLI, C. Gelay Concepcion. [En línea] Vogue Italia. 23 de diciembre de 2021. [Consultado el: 20 de julio de 2022.] Disponible en: <https://www.vogue.it/fotografia/article/gelay-concepcion>.



Esta forma de intervenir en las imágenes la incluimos primero de una forma más primitiva, alejándose de nuestra línea de trabajo y es por ello por lo que incorporamos el lenguaje visual de los dispositivos con mensajes de *WhatsApp*, *tweets*, mensajes privados de Instagram, etc. (fig. 27 y 28). De ahí nace *¿debería subir esto?* (2022), una serie de fotografías sacadas de álbumes antiguos intervenidas por esos lenguajes antes mencionados.



Figs. 27 y 28. María del Mar Ocaña *¿debería subir esto?*, 2022.

Tras experimentar con diferentes formas, investigamos el autorretrato. Concretamente el retrato en estudio, alejado de las imperfecciones que genera la fotografía espontánea con un móvil. De esta manera, a la hora de exponerse, se podrían contraponer ambas formas. Para reforzar más aún la idea de transformación del “yo” al “otro” capturamos cómo va sucediendo este proceso. *GRWM!! (get ready with me!!)* (2022) (figs. 29 y 30) es la documentación de ese proceso y como a medida que pasa la secuencia de fotos —o transformación—, la actitud va cambiando, como si el avatar se apoderara del cuerpo y saliera a relucir para posar ante la cámara.

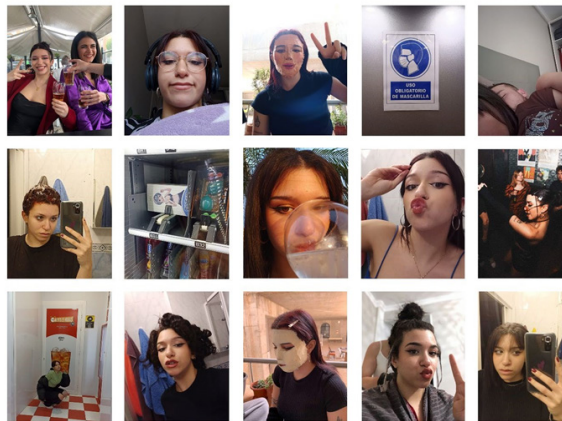


Figs. 29 y 30. María del Mar Ocaña, *GRWM!! (get ready with me!!)*, 2022. Detalle.

Este proceso artístico vuelve a estar influenciado por artistas como Cindy Sherman, mencionada con anterioridad a lo largo de esta memoria. Como podemos ver en *Untitled #479* (1975) (fig. 31), crea una larga secuencia de imágenes donde se transforma por completo e incluso se añade color a las fotografías.

Fig. 31. Cindy Sherman, *Untitled #479*, 1975.

Por otro lado, para poder enfrentar a la exposición de imágenes anteriormente mencionadas, desarrollamos una parte más íntima y donde fuéramos nosotros mismos; sin filtros, sin poses, esto es lo que realmente somos. De tal manera que hicimos *(In)timidad* (2022) (fig. 32), es una recopilación de fotografías, —o un archivo— donde podemos ver al verdadero yo. Estas, en el medio expositivo, se encuentran en un tamaño muy reducido para que el espectador deba acercarse y así saber de qué se trata la obra, qué es lo fotografiado. Creando así un proceso alegórico: al conocer a alguien, solo vemos su cara más superficial, pero si nos vamos acercando y conociendo más a la persona acabaremos encontrándonos con su “yo real”. En conclusión es esta intimidad es lo que nos hace vulnerables y completos.

Fig. 32. María del Mar Ocaña Arias, *(In)timidad*, 2022. Detalle.

#### 4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN TEÓRICO CONCEPTUAL.

El desarrollo teórico conceptual de este proyecto se realiza al mismo tiempo que la investigación plástica. Este se extiende a través de diferentes ideas que se enlazarán las unas con las otras, y es por ello por lo que este apartado se dividirá en diferentes puntos: cómo afectan los cánones de belleza a las jóvenes, la sexualización de estas enmascarada en empoderamiento, el disfraz y el autorretrato y, por último, cómo las redes sociales y el mundo digital dictan nuestra identidad.

#### 4.1. Sobre los cánones de belleza y la sociedad.

Para comenzar, nos centraremos primero en la raíz de la situación, ¿qué es lo que ha provocado esa obsesión por el físico? Para ello, nos apoyaremos en las ideas desarrolladas en *El Cuerpo en Venta* (2000) de Juan Carlos Pérez Gaudí.

Pero, antes de continuar, según la investigadora María Acaso para poder entender la manera en la que la sociedad es manipulada por las imágenes debemos entenderlas como un sistema de

representación de la realidad<sup>33</sup>. La publicidad y los *mass media* son los que más emplean este recurso para poder llegar al máximo de población. De tal forma, la publicidad es consciente que, a medida que pasa el tiempo, tiene que renovar sus estereotipos para que estos no estén desfasados. Al final, solo es una estrategia de marketing y nosotros, como consumidores, tenemos que sentir el deseo de adquirir sus productos. La publicidad durante toda su vida ha estado creando reproducciones genéricas. Según Pérez Gaudí:

Utilizando a lo largo de su historia un abanico reducido de gestos, a partir de los cuales ha tratado de representar el carácter del ser humano. Los gestos de sorpresa, preocupación, enfado, actitud sexual o alegría se han ido reproduciendo de forma estereotipada a lo largo de los años<sup>34</sup>.

Como se ha mencionado antes, para que nazca este deseo/empatía, la publicidad debe continuar con imágenes estereotipadas<sup>35</sup>. Estas imágenes a veces llegan a ser irreales, digitales. La edición, las poses, la forma en la que se esconde todo aquello que no sea estético acaba generando una ilusión que deseamos conseguir, pero, al fallar en el intento solo llegamos a la frustración<sup>36</sup>.

Estas imágenes irreales acaban conformando lo que el filósofo Baudrillard denomina *hiperrealidad*, un conjunto de imágenes que forman una segunda realidad, muchas veces con más trascendencia en nuestras vidas que la realidad verdadera<sup>37</sup>. Esta hiperrealidad ahora se encuentra muy presente en el mundo virtual, y en la aparente vida paralela que hemos creado en nuestras redes sociales conllevando a lo que sería una *hiperestétificación*<sup>38</sup> de la vida cotidiana. Lo estético es lo único interesante alrededor nuestro. En consecuencia, nos acabamos aislando en la hiperrealidad al no poder soportar las frustraciones de nuestra vida real.

---

33 ACASO, M. (2006). *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Catarata. p. 15.

34 PÉREZ, J.C. (2000). *El Cuerpo en venta: relación entre arte y publicidad*. Madrid: Ediciones Cátedra. p. 21.

35 *Ibidem*, p. 24.

36 *Ibidem*, p. 73.

37 BAUDRILLARD, J. (1978): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós. p. 49.

38 JIMÉNEZ, J. (2002): *Teoría del arte*. Madrid: Tecnos. p. 209.

La obra *(In)timidad* (fig.32) es una forma de deshacernos de la estetificación de la realidad, una vida sin filtros, una documentación de lo que ocurre a lo largo de nuestro día, sin pensar en el orden de los acontecimientos o qué música combina mejor con la publicación. Esta obra surge para seguir generando imágenes, pero de una manera más desinhibida y libre lejos de las ataduras y dogmas no escritos de las redes sociales.

Otra de las consecuencias que destaca la autora María Acaso son temores como el de “estar gorda”. Hay que puntualizar el femenino porque los cánones de belleza femeninos están mucho más implantados en la sociedad. De esta manera, la autora Fátima Mernissi comenta una conversación que mantiene con una dependienta:

La norma está presente en todas partes, querida mía —dijo—, en las revistas, en la televisión, en los anuncios. Es imposible no verlo. [...] Los grandes almacenes siguen la norma de la moda. Si aquí se vendieran la talla cuarenta seis o la cuarenta y ocho, que son probablemente las que usted necesita, nos iríamos a la bancarrota<sup>39</sup>.

Esta norma que menciona no se encuentra escrita en ninguna parte, pero se hace más evidente y se traspasa de generación en generación con el paso de los años. Además, debemos considerar el modo en que la mujer está considerada como un objeto de consumo sumiso —a continuación, en el siguiente apartado se ampliará esta idea—. Es por ello, que la publicidad y las imágenes que consumimos tienen como finalidad que las mujeres nos sintamos inseguras con nosotras mismas y que desarrollemos problemas ya no solo físicos, sino, además, mentales —depresión, Trastorno de la Conducta Alimenticia, etc.—<sup>40</sup>.

Es por ello por lo que realizamos las obras *las selfies que guardo para ti* (figs. 24 y 25) y *\*emoji carita triste\** (fig. 13). Estas sirven como contraste de la esa “realidad” que nos hacen creer que existe. Mujeres guapas, con mejillas siempre sonrojadas y labios carnosos; pechos voluptuosos, cintura pequeña y caderas anchas. Se nos muestran ideales imposibles que lo único que provocan es que acabemos con problemas mentales “Si dejo de preocuparme en ser guapa no sé cómo voy a vivir”<sup>41</sup>.

#### 4.2. Sobre la mirada masculina y el feminismo capitalizado.

En esa misma línea, hay que hacer hincapié en cómo está creada la imagen publicitaria, desde qué punto de vista. La publicidad es sexual, de manera sutil puesto que se censura, pero lo suficiente para crear una atracción sexual. Esta visión está producida a partir del hombre o lo que se conoce como *male gaze*. Este es un concepto desarrollado por la teórica de cine feminista

39 MERNISSI, F. (2001). *El harén en Occidente*. Madrid: Espasa. p. 242.

40 ACASO, M. Op. Cit., p. 24.

41 Fragmento del texto que aparece en la obra *\*emoji carita triste\**. María del Mar Ocaña, 2022.

Laura Mulvey en su ensayo habla cómo el cine y los medios en general están contruidos desde la posición de poder del hombre heterosexual<sup>42</sup>. Describe que existen 3 perspectivas: la de la persona detrás de la cámara, la de los personajes y por último la del espectador<sup>43</sup>.

De esta manera, se podría decir que el papel de la mujer aquí se mantiene como un objeto pasivo siendo observado por la mirada activa del hombre —totalmente vinculada por el voyeurismo y el narcisismo—. Además, cabe destacar que es irrelevante el papel que la mujer pueda interpretar, siempre se retrata de una manera hipersexualizada. Tal y como apunta Wendy Arons:

El enfoque en el cuerpo, en la exhibición ostentosa de pechos, piernas y nalgas, mitiga la amenaza que las mujeres suponen para “el tejido mismo de... la sociedad” al tranquilizar al espectador (masculino) de su privilegio como poseedor de la mirada objetivadora<sup>44</sup>.

Volviendo con nuestra obra, en la serie las *selfies* que guardo para ti, solo con leer el título estamos dando a entender que aquellas fotografías no están hechas para nuestro disfrute, sino para el consumidor, para el otro, para el usuario. Además, en la obra *Viewers* (fig. 33), los videos están hechos para que el espectador se convierta en ese *male gaze*: el observador voyeur. Este sujeto del que hablamos es aquel que mira, pero no comenta nada, no interactúa, se vuelve invisible y es gracias a él que seguimos generando más imágenes, nos adaptamos a sus gustos, porque nos aumenta la autoestima y nos hace reafirmarnos como persona.

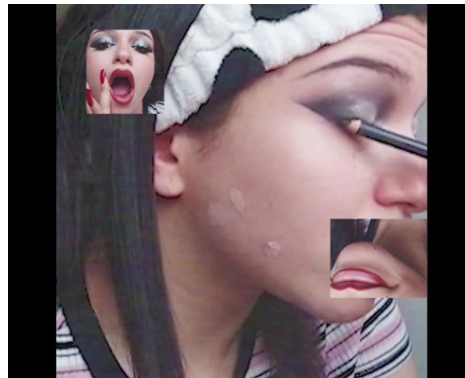


Fig. 33. María del Mar Ocaña, *Viewers*, 2022. Still de video.

La artista Lauren Lee McCarthy, por ejemplo, en su obra *Follower* (2016) (fig. 34), crea una *app* que reflexiona sobre el mundo de las redes sociales y como estamos atados a estas. La manera en la que los estímulos generados por las notificaciones de nuevos seguidores nos

42 MULVEY, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Screen, vol. 16. p. 19.

43 DEVEREAUX, M. (1995). *Oppressive Texts, Resisting Readers, and the Gendered Spectator: The “New” Aesthetics*. University Park, Pennsylvania: Penn State University Press. p. 126.

44 ARONS, W. (2021). *If Her Stunning Beauty Doesn't Bring You to Your Knees, Her Deadly Drop Kick Will. Reel Knockouts: Violent Women in Film*. University of Texas Press. p. 41.



generan una satisfacción efímera además de la necesidad de ser percibidos constantemente por los demás usuarios. Por esta razón compartimos nuestras vidas, para poder reafirmarnos como personas en sociedad. La *performance* de McCarthy relaciona el ser seguido o convertirte en seguidor a través de una aplicación que nos da como resultado una fotografía al final de día, mostrándonos así lo expuestos que estamos al ojo ajeno, como si un voyeur nos estuviera observando<sup>45</sup>.

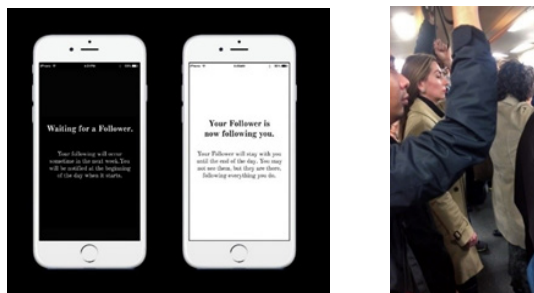


Fig. 34. Lauren McCarthy *Follower*, 2016.

Esta idea de la mujer como objeto también se puede relacionar con el papel del feminismo actualmente, que gracias al capitalismo se ha edulcorado para que al propio sistema genere beneficios. Como base principal, el feminismo busca la liberación de la mujer y eso conlleva alejarnos de esa imagen hipersexualizada de la que hablábamos anteriormente; además de separarnos de la idea de que la belleza exterior es la única que puede aportarnos una autoestima positiva. Nuestro papel como mujeres no es ser objetos bonitos o floreros. Por desgracia el neoliberalismo se ha aprovechado de ello y ha eliminado la separación que hay entre el feminismo y el capitalismo<sup>46</sup>.

Este ha engañado a las jóvenes y les ha hecho creer que vender tu cuerpo desnudo o simplemente enseñarlo es sinónimo de empoderamiento femenino. Hay que ser conscientes de que el mundo de internet conlleva unos ciertos riesgos y, a pesar de que creamos que tenemos todo el poder y decisión sobre nuestros cuerpos, la realidad es que el patriarcado aquí toma las riendas de nuestro pensamiento.

Es más, se nos muestra la opción de vender contenido sexual a través de la plataforma *OnlyFans* como una forma de emprendimiento. Por ejemplo, la cantante española, Mala Rodríguez, en el programa de Mamen Mendizábal, *Encuentros Inesperados*, contesta cuando le preguntan que si el cuerpo femenino es un modo de empoderamiento: “yo creo que lo único que ha cambiado en todo este tiempo, es que antes usaban a las mujeres para sacar beneficio de sus cuerpos y ahora somos nosotras nuestras propias proxenetas”<sup>47</sup>.

45 *Follower* (2016) - Lauren Lee McCarthy. [En línea] International Documentary Filmfestival Amsterdam | IDFA. [Consultado el 29 de agosto de 2022.] Disponible en: <https://www.idfa.nl/en/film/c0f8727a-aa6f-4bc-cb317-228fac80904b/follower>.

46 MONDÉJAR, L. (2019). *Feminismo como cosmética*. En Paradigma. Revista Universitaria de Cultura, págs. 48-51. p. 49.

47 *Encuentros Inesperados* [videograbación]. Episodio 3. Libres. La Sexta. 24 de marzo de 2022.

El capitalismo liberal nos engaña y convierte nuestro cuerpo en mercancía. Creemos ser dueñas de nuestro cuerpo y decisiones, pero al final, las creadoras de contenido en esa plataforma acaban siguiendo los pedidos de sus clientes —principalmente hombres que están en una mejor posición económica— los cuales pueden pedir todo tipo de cosas a cambio de más dinero<sup>48</sup>. Según el artículo de Cronistas Latinoamericanos:

Las mujeres que crean contenido podrían estar lucrando a partir del simple hecho de “subir fotos eróticas” (algo considerado como sencillo e inclusive como algo placentero y emancipador), pero en realidad solo se alimenta a un sistema en el que la mujer sigue siendo percibida como mero objeto sexual que complace a la mirada y al deseo masculino.

Y es que dentro de un sistema patriarcal hay que dudar de todo aquello que hagamos, ya que, lamentablemente, puede convertirse en fetiche del hombre heterosexual. La escritora Margaret Atwood lo ilustra de esta manera:

Fantasías masculinas, fantasías masculinas, ¿todo está dirigido por fantasías masculinas? Ya sea en un pedestal o de rodillas, todo es una fantasía masculina: que eres lo suficientemente fuerte como para aguantar lo que te dan, o demasiado débil como para hacer algo al respecto. Incluso fingir que no estás satisfaciendo las fantasías masculinas es una fantasía masculina [...] Eres una mujer con un hombre dentro mirando a una mujer. Eres tu propio voyeur<sup>49</sup>.

### 4.3. Sobre los dispositivos móviles, las no-cosas y las redes sociales.

Para continuar, otro de los pilares de nuestra investigación es el libro *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy* del filósofo Byung Chul Han. Hoy en día la mayoría de las cosas desaparecen, el exceso de imágenes e información (no-cosas) nos satura mentalmente y perdemos de vista aquellos elementos que de verdad nos llenan como personas<sup>50</sup>. Según el surcoreano, las cosas que forman la tierra y crean un entorno estable son las cosas del mundo, las que hacen que este sea un espacio físico. Por lo tanto, las cosas serían aquellos elementos que podemos tocar. Mientras tanto, las *no-cosas* pertenecen al mundo digital, son informaciones intangibles. En la actualidad, ya no estamos en la tierra sino en internet<sup>51</sup>. De esta manera, nos rodeamos de estímulos y sorpresas, necesitando la inmediatez del momento y es por ello por lo que nos aburrimos antes y nos volvemos infelices.

---

48 ONLYFANS: ¿EMPODERAMIENTO FEMENINO? [En línea] Cronistas Latinoamericanos, 28 de agosto de 2020. [Consultado el: 05 de junio de 2022.] <https://cronistaslatinoamericanos.com/onlyfansempoderamiento-femenino/>.

49 ATWOOD, M. (1999). *The robber bride (la novia robada)*. Toronto: Seal Books., p. 193.

50 HAN, B.C. (2021). *No-cosas: quiebras del mundo de hoy*. Berlín: Taurus., pp. 9-10.

51 *Ibidem*, p. 13.

“Nuestra obsesión son ya las cosas, sino la información y los datos. Ahora producimos y consumimos más información que cosas [...] nos volvemos fetichistas de la información”<sup>52</sup>.

Además, en cuanto a las redes sociales, debido a que las memorias de nuestros dispositivos son mucho más amplias, podemos guardar cantidades ingentes de datos, acumular seguidores, *likes* y comentarios, pero estos perduran solo un momento: el instante en el que nos salta la notificación. El teléfono ha pasado a ser imprescindible en nuestras vidas, además, nos vuelve más egocéntricos y para reforzar más nuestro ego, dependemos de la interacción de los demás, de sus respuestas.

Por otro lado, hablamos más con la gente por mensaje que en persona, ya ni siquiera nos molestamos en llamar y escuchar al otro. Este ha desaparecido y, a veces, parece que no estamos hablando en realidad con nadie. En consecuencia, nos encontramos en una burbuja donde estamos solo nosotros y el móvil. Nos sentimos más cómodos con él, nos proporciona todo lo que necesitamos y nos sumergimos tanto en el mundo digital que abandonamos la realidad.

Es de esta manera cómo *\*emoji de carita triste\** (fig. 13) se convierte una forma de materializar esta idea. En vez de hablar con los demás sobre nuestros problemas y de lo mal que nos sentimos, nos resguardamos en las notas de nuestro móvil. Nos parece más reconfortante escribir ahí nuestros pesares y, quizás, esto se deba a que no hay receptor del mensaje. No estamos hablando directamente con alguien: lo cual nos hace más fácil describir nuestro estado. Nos encontramos atados a la virtualidad, ya no hay una conexión con las cosas sino con las *no-cosas*.

Es así como nos sometemos y pensamos que actuamos por decisión propia, y que realmente necesitamos pasar el tiempo con el teléfono, cuando, como se ha mencionado antes, nos estamos perdiendo todo el mundo que hay a nuestro alrededor. El móvil nos hace creer que somos libres porque está diseñado para incitarnos a consumir imágenes y a producirlas. Buscamos todo el rato una compensación, la cual podría traducirse en los *likes* o comentarios. Al final, nos volvemos adictos a ellos y generamos más y más contenido hasta la saturación. Nunca estamos satisfechos: “Lo repetitivo, lo compulsivo, también caracteriza a la relación con el Smartphone”<sup>53</sup>.

Por otro lado, al hablar de redes sociales tendríamos que mencionar a la *extimidad*, término definido por Lacan. El psicoanalista decía que era la intimidad invertida. Una disolución entre lo público y lo privado: la intimidad desvelada. Las redes sociales se han convertido de alguna manera en una forma de reafirmarnos como persona. Exponer nuestra intimidad o toda nuestra vida nos sirve como argumento para demostrar que somos alguien, que existimos. Según la antropóloga Paula Sibilia “lo introspectivo está debilitado. Cada vez nos definimos más a través de lo que podemos mostrar y que los otros ven. La intimidad es tan importante para definir lo que somos que hay que mostrarla.

---

52 *Ibidem*, p. 14.

53 *Ibidem*. p. 43.

Eso confirma que existimos”<sup>54</sup>. Por otro lado, para Paul Frosh “el selfie inscribe el propio cuerpo en nuevas formas de sociabilidad expresiva con otros que están distantes”<sup>55</sup>. Por esa razón nos volvemos dependientes de estas plataformas, estamos demasiado pendientes de las reacciones y nos postramos ante ellas para poder conseguir más aprobación. Nos convertimos de esa manera en objetos de escaparate que cambian cada cierto tiempo para complacer al usuario.

De igual manera, debemos resaltar que, del mismo modo que el *selfie* se convierte en una forma de reafirmación de nuestra identidad, acabamos convirtiéndonos en actores de una performance. “El autor del selfie confía en que su gesto sea interpretado como síntoma de su identidad exitosa por sus contactos en una red social”<sup>56</sup>.

#### 4.4. Sobre el autorretrato.

El autorretrato es una parte muy importante en nuestro trabajo y debemos partir de la importancia que tiene el “yo” y la identidad del autor dentro de estas imágenes. En ocasiones, el “yo” también puede llegar a ser el “otro”, porque en términos más técnicos, la imagen fotográfica está volteada, es una imagen en espejo<sup>57</sup>. Si pensamos de una manera más conceptual, llegamos a la conclusión de que no existe un verdadero “yo” si no que este es un ser performado y construido en base a la forma en la que socializamos. No hay nada auténtico<sup>58</sup>. Anteriormente hemos mencionado que en el selfie interpretamos una identidad como individuos al igual que cuando un artista usa el disfraz o de la máscara. Claes Oldenburg expone a su *alter ego*, —Ray Gun—. De la siguiente manera:

El artista desaparece, nadie sabe a dónde fue deja sus signos aquí y allá.

Se le ve en esta parte de la ciudad y, al momento, milagrosamente, en la otra.

Se le intuye más que se le ve.

—Un vagabundo, un borracho, un jugador de tenis, un ciclista— Siempre negando violentamente que lo haya hecho.

Todos dan una descripción diferente del criminal<sup>59</sup>.

Por otro lado, el disfraz suele ser una práctica muy habitual en la relación entre la fotografía y el autorretrato. Este ayuda al artista a convertirse en otra persona, tomar otro rol, se convierte en un acto performativo ya sea para contar algo o para mostrar sus formas cambiantes.

54 PÉREZ-LANZAC, C. y RINCÓN, R. Tu extimidad contra mi intimidad. [En línea] El País. 24 de marzo de 2009. [Consultado el 31 de julio de 2022] Disponible en: [https://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201_850215.html).

55 FROSH, P. (2015). *Selfies. The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability. International Journal of Communication.*, p. 1622.

56 AYERBE, N. y CUENCA, J. Op. Cit., p. 8.

57 BRIGHT, S. Op. Cit., p. 8.

58 *Ibidem* p. 8.

59 OLDENBURG, C. (1973). “*Guises of Ray Gun*” an unpublished notebook, excerpted in *Marcel Duchamp*. Nueva York: Museo de Arte Moderno (MOMA), p. 214..

Y es que, disfrazarnos de algo que no somos provoca un cambio de identidad, de actitud, nos vuelve capaces de ser quien queremos. Según el crítico Roland Barthes: “Sin embargo, no es (me parece) a través de la Pintura como la Fotografía entronca con el arte, es a través del Teatro”<sup>60</sup>.

El artista Jorge Molder por ejemplo hace una diferenciación entre el autorretrato y la autorrepresentación: “una cosa es el autorretrato, que es la imagen de uno mismo. [...] No es así en el otro caso, en el que no hay más que un actor representando un papel”<sup>61</sup> Podemos representarnos a nosotros mismos pero, continuando con el artista: “cuando el rostro se representa a sí mismo y uno representa ese rostro, lo que está representando es la representación de una representación. De modo que la propia cara puede también replegarse, volverse una máscara que ejecuta una representación”<sup>62</sup>.

Continuando con el disfraz, el *alter ego* está muy presente en el arte. Max Ernst creó a Loplop, un dios que supuestamente les entregaba la genialidad a sus obras; Duchamp con su *alter ego* femenino, Rose Sélavy, fotografiada por Man Ray que además tuvo sus propias obras; Andy Warhol, etc. Crear diferentes personajes/avatares como la conejita, la gata, etc. nos ayuda a adoptar diferentes personalidades, comportarnos como ellos y que la transformación sea más realista. Lo que se observa en la fotografía no somos nosotros sino otro, una representación de lo que podríamos ser, de quién pretendemos ser. El disfraz nos aporta una separación del cuerpo y cometer una performance en el acto de autorretratarse. Somos capaces de crear otras personas que distan de cómo somos en realidad: más atrevidos, más bellos, siempre perfectos, etc.

En conclusión, tanto la investigación teórica como plástica han ido alimentándose entre ellos para poder llegar al punto final. Esto ha permitido un conocimiento de unas problemáticas que no solo se presentan en la sociedad, sino que nosotros mismos estamos dentro de este problema.

Al fin y al cabo este Trabajo de Fin de Grado cuenta nuestra experiencia y sufrimiento. Desde luego que no debemos considerar esta obra como una simple crítica/demonización de los dispositivos móviles y las redes sociales. Al contrario, lo que se busca es la reflexión del mundo cambiante que nos rodea y como estos cambios pueden afectarnos.

Otro aspecto que destacar es la manera en la que se puede concebir este proceso artístico como una terapia. Poder investigar a fondo los temas anteriores nos ha ayudado en lo personal para observar desde fuera, desde otro punto de vista; saber ponerle nombre a la situación, no culpabilizarnos y hacernos sentir mal, sino ser conscientes de qué es lo que nos ocurre.

Al final, irónicamente, exponer nuestra vida y realidad nos ha ayudado más que ocultarla.

---

60 BARTHES, R. (1980) *La cámara lúcida*, Barcelona: Paidós Ibérica, p.71.

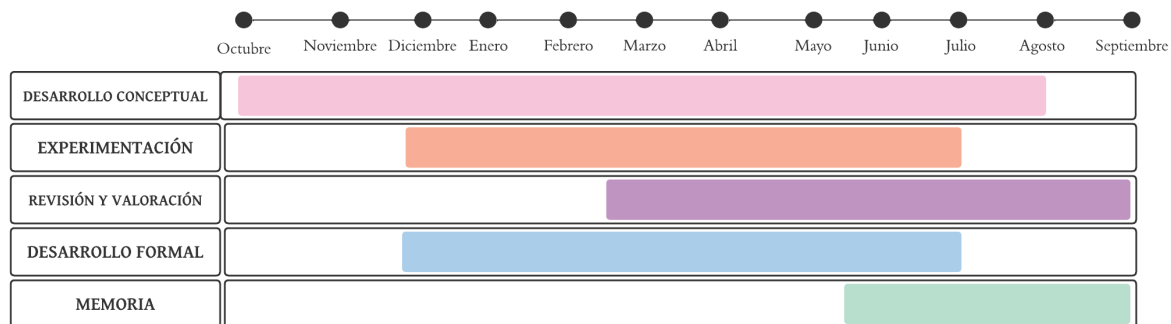
61 MINGO, B. (2015). *El yo tras la máscara*. En *Minerva: Revista del Círculo de Bellas Artes*, vol. 24, pp. 68-71.

62 *Ibidem* p. 69.



## 5. CRONOGRAMA.

El desarrollo conceptual comienza a principios del cuarto curso en octubre hasta el final del desarrollo del proyecto artístico puesto que se desarrollan ambos de manera paralela. Al igual que esto último, tanto la experimentación como el desarrollo formal se extienden desde diciembre hasta el mes de julio a través de la producción de las primeras pruebas para acabar con las piezas definitivas. Por último, esta memoria que nos sirve para recapitular en un trabajo escrito toda la investigación y aprendizaje.



## 6. PRESUPUESTO.

Notas encapsuladas	4,25€
Fotografías retrato en High Gloss	23,58€
Cuadrículas en satinado	72,20€
Fotografías tamaño carnet	1,30€
Fotografías escaneadas	6,44€
Soporte para las fotografías	8,50€
Capturas de pantalla encapsuladas	1,36€
Acetato	1,50€
<b>TOTAL</b>	<b>119,13€</b>

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- ACASO, M. (2006). *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Catarata.
- “Amalia Ulman: Excellences & PerfectionsC [En línea] *New Exhibitions Museum*: [Consultado el 7 de agosto de 2022] Disponible en web <https://www.newmuseum.org/exhibitions/view/amalia-ulman-excellences-perfections>.
- ARONS, W. (2021). *If Her Stunning Beauty Doesn't Bring You to Your Knees, Her Deadly Drop Kick Will. Reel Knockouts: Violent Women in Film*. University of Texas Press.
- ATWOOD, M. (1999). *The robber bride (la novia robada)*. Toronto: Seal Books.
- AUMONT, J. (1985). *Estética del cine: Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- AYERBE, N. y CUENCA, J. (2019). *El selfie como performance de la identidad. Explorando la performatividad de la autoimagen*. En *Papeles del CEIC*, vol. 2019/2.
- BARDELLI, C. “*Geloy Concepcion*”. [En línea] *Vogue Italia*. 23 de diciembre de 2021. [Consultado el: 20 de julio de 2022.] Disponible en: <https://www.vogue.it/fotografia/article/geloy-concepcion>.
- BARTHES, R. (1980) *La cámara lúcida*, Barcelona: Paidós Ibérica.
- BAUDRILLARD, J. (1978): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- BRIGHT, S. (2010). *Auto focus: the self-portrait in contemporary photography*. Londres: Thames & Hudson.
- “Cindy Sherman versus los estereotipos de género”. [En línea] *Apertura* [Consultado el 04 de septiembre de 2022.] Disponible en: <https://www.cccb.org/es/participantes/ficha/martinarnold/11667>.
- “Coming of Age”. [En línea] *Youtube*: 15 de diciembre de 2017. [Consultado el: 16 de julio de 2022.] Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=d\\_Q6t92z71w](https://www.youtube.com/watch?v=d_Q6t92z71w).
- DEVEREAUX, M. (1995). *Oppressive Texts, Resisting Readers, and the Gendered Spectator: The “New” Aesthetics*. University Park, Pennsylvania: Penn State University Press.
- *Encuentros Inesperados* [videgrabación]. Episodio 3. Libres. La Sexta. 24 de marzo de 2022.

- “*Follower* (2016) - Lauren Lee McCarthy”. [En línea] *International Documentary Filmfestival Amsterdam | IDFA*. [Consultado el 29 de agosto de 2022.] Disponible en: <https://www.idfa.nl/en/film/c0f8727a-aa6f-4bccb317-228fac80904b/follower>.
- FROSH, P. (2015). *Selfies. The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability*. *International Journal of Communication*.
- GARCÍA, A. “El infinito yo de Jorge Molder” [En línea] *El País*: 6 de febrero de 2015. [Consultado el 7 de agosto de 2022] Disponible en: [https://elpais.com/cultura/2015/02/05/actualidad/1423161572\\_684314.html](https://elpais.com/cultura/2015/02/05/actualidad/1423161572_684314.html).
- HAN, B.C. (2021). *No-cosas: quiebras del mundo de hoy*. Berlín: Taurus.
- JIMÉNEZ, J. (2002): *Teoría del arte*. Madrid: Tecnos.
- LEVINSON, S. (2021). *Euphoria: Fuck Anyone Who’s Not a Sea Blob (Part 2: Jules)*. [int.] Hunter Schafer.
- LLANOS, H. Molly Soda: “Internet ha sido lo más parecido a una patria que he tenido en mi vida” [En línea] *Verne* [Consultado el 7 de agosto de 2022] Disponible en: [https://verne.elpais.com/verne/2019/11/19/articulo/1574171776\\_857673.html](https://verne.elpais.com/verne/2019/11/19/articulo/1574171776_857673.html).
- “Martin Arnold”. [En línea] *CCCB (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona)*: 3 de mayo de 2016. [Consultado el: 13 de julio de 2022.] Disponible en: <https://www.cccb.org/es/participantes/ficha/martinarnold/11667>.
- MARTÍN, J. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Madrid: Akal.
- MERNISSI, F. (2001). *El harén en Occidente*. Madrid: Espasa.
- MICO, J. ‘Notas’, de Rocío Madrid: un libro de amor con forma de iPhone. [En línea] *Vein*: 31 de diciembre de 2019. [Consultado el 20 de agosto de 2022] Disponible en web <https://vein.es/notas-de-rocio-madrid-un-libro-de-amor-con-forma-de-iphone/>.
- MINGO, B. (2015). *El yo tras la máscara*. En *Minerva: Revista del Círculo de Bellas Artes*, vol. 24.
- MOLDER, J. (2015). *Jorge Molder: Rico, Pobre, Mendigo, Ladrón*. Madrid: Círculo Bellas Artes.
- MONDÉJAR, L. (2019). *Feminismo como cosmética*. En *Paradigma. Revista Universitaria de Cultura*.
- MOORHOUSE, P. (2014). *Cindy Sherman*. Londres: Phaidon Focus. p. 124.

- MULVEY, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Screen, vol. 16.
- OLDENBURG, C. (1973). “*Guises of Ray Gun*” an unpublished notebook, excerpted in *Marcel Duchamp*. Nueva York: Museo de Arte Moderno (MOMA).
- “OnlyFans: ¿empoderamiento femenino?” [En línea] *Cronistas Latinoamericanos*: 28 de agosto de 2020. [Consultado el: 05 de junio de 2022.] <https://cronistaslatinoamericanos.com/onlyfansempoderamiento-femenino/>.
- PINEDA, E. “La violencia estética: una nueva forma de violencia contra la mujer”. [En línea] *La haine* [Consultado el: 07 de septiembre de 2022.] Disponible en: [https://www.lahaine.org/mm\\_ss\\_est\\_esp.php/la-violencia-estetica-una-nueva-forma-de](https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/la-violencia-estetica-una-nueva-forma-de).
- PÉREZ, J.C. (2000). *El Cuerpo en venta: relación entre arte y publicidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- PÉREZ-LANZAC, C. y RINCÓN, R. “Tu extimidad contra mi intimidad”. [En línea] *El País*: 24 de marzo de 2009. [Consultado el 31 de julio de 2022] [https://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201_850215.html).
- “Selfie addiction is no laughing matter, psychiatrists say”. [En línea] *The Huffington Post*: 25 de marzo de 2015 [Consultado el: 9 de septiembre de 2022.] Disponible en: [http://www.huffingtonpost.com/2014/03/25/selfie-addiction-mental-illness\\_n\\_5022090.html](http://www.huffingtonpost.com/2014/03/25/selfie-addiction-mental-illness_n_5022090.html).
- VALERO, C. “Entre la soledad y Tinder” [En línea] *Vein*: 3 de mayo de 2022. [Consultado el 20 de agosto de 2022] Disponible en web <https://vein.es/entre-la-soledad-y-tinder/>.