

Neutralizando la lógica de la belleza

Rocío Bueno Ruiz

Josefa Cano García

2013-2014

Índice

| | | | |
|--|----|--|--|
| 1. Resumen | 3 | | |
| 2. Palabras clave | 5 | | |
| 3. Descripción de la idea que fundamenta el proceso de trabajo | 6 | | |
| 4. Descripción del proceso de investigación plástica | 9 | | |
| 4.1 Partiendo de la paradoja | 9 | | |
| 4.2 Mujer y silla | 11 | | |
| 4.3 Collage | 12 | | |
| 4.4 Fotografía | 16 | | |
| 4.5 Bocetos | 18 | | |
| 5. Descripción del proceso de investigación teórico-conceptual | 24 | | |
| 5.1 Referentes | 30 | | |
| 5.1.1 Artillo, Ernesto | 30 | | |
| 5.1.2 Brossa, Joan | 30 | | |
| 5.1.3 Carrió, Pep | 31 | | |
| 5.1.4 Ferrer, Isidro | 31 | | |
| 5.1.5 Hamilton, Richard | 31 | | |
| 5.1.6 Linder | 32 | | |
| 5.1.7 Madoz, Chema | 32 | | |
| 5.1.8 Matisse, Henri | 32 | | |
| 5.1.9 Newton, Helmut | 33 | | |
| 5.1.10 Okón, Yoshua | 34 | | |
| 5.1.11 Pérez, Javier | 35 | | |
| 5.1.12 Rosler, Martha | 35 | | |
| 5.1.13 Testino, Mario | 35 | | |
| 5.1.14 Toscani, Oliviero | 36 | | |
| 5.1.15 Xoo Ang, Choi | 37 | | |
| 6. Dossier | 38 | | |
| 7. Cronograma | 45 | | |
| 8. Presupuesto | 47 | | |
| 9. Conclusión | 48 | | |
| 10. Bibliografía | 51 | | |



“Lo que conocemos como realidad no es sino las imágenes que proyectamos de esa realidad”.
Platón

1. Resumen

Los Mass Media han cooperado a promover en la conciencia colectiva ciertos patrones estéticos en nuestro marco cultural:

- el preponderante de la delgadez y
- la eterna juventud.

En las sociedad de las últimas tres décadas, las mujeres trabajan afanosamente para construir planificadamente las formas óptimas de un imaginario e imitado esquema corporal, tan perfecto como inaccesible.

Mujeres de todo tipo vuelcan sus esfuerzos y ahorros en intentar parecerse a esas mujeres paradójicas y falsas que dicen ser algo que realmente no son y que, por lo

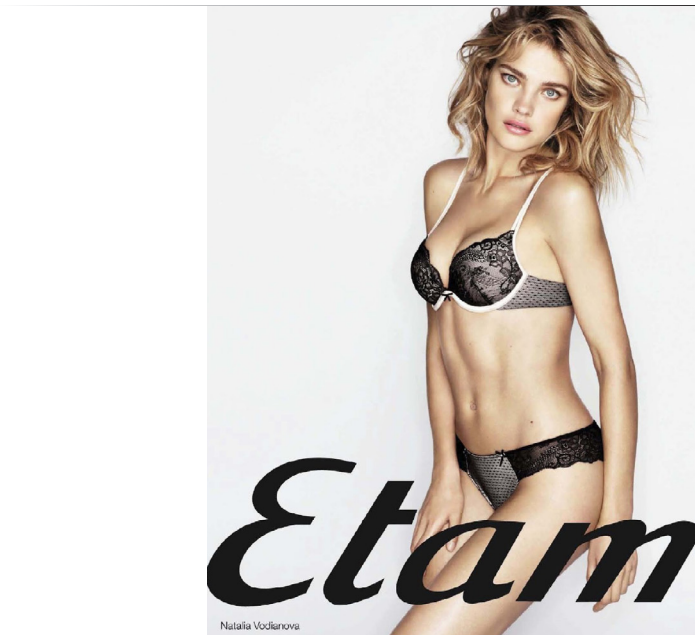
tanto, provocan otras paradojas visuales; son mujeres que aparentan otra realidad y se convierten en mujeres objeto creadas artificialmente. Se convierten en paradojas. Sin embargo, todas las mujeres, ya sean retocadas o no, comparten algo común: envejecemos y morimos y, por lo tanto, la falsa realidad queda neutralizada. La socialización de las mujeres en torno a ciertos patrones ideales que confieren los atributos más positivos a la exaltación de determinadas formas corporales.

De modo que las mujeres se encuentren diariamente frente a un cuerpo de referencia irreal, inaccesible, visiones de perfección que actúan de manera de espejismo en relación al cuerpo cotidiano.

De manera tal que los medios, en esta dimensión, juegan un papel relevante por posibilidad inherente a la lógica y dinámica de la estrategia publicitaria de apelar a estereotipos en la búsqueda de preferencias para el consumo. Las imágenes que reflejan estos medios muestran mujeres de grandes senos, cinturas pequeñas y piernas largas, por no mencionar las kilométricas pestañas... pero luego la realidad es otra. cuando vamos por la ca-

lle un día cualquiera, es bien distinta. Las imágenes son tratadas mediante programas informáticos de retoque fotográfico y a veces, ellas han sido retocadas en alguna clínica de cirugía estética. Hoy se halla extendida una actitud posmoderna que es proclive a la exaltación de las formas corporales humanas: el culto al cuerpo, “que representa una de las máximas expresiones del materialismo de nuestros días”, como apunta el catedrático Enrique Rojas. Vivimos insertos en la época de la imagen, donde pareciera que solo importa lo que se ve, triste pero real.

La búsqueda obsesiva de los cuerpos deseables son el desencadenante de mi proyecto. Mujeres de todo tipo vuelcan sus esfuerzos y ahorros en intentar parecerse a esas mujeres paradójicas y falsas que dicen ser algo que realmente no son y que, por lo tanto, provocan otras paradojas visuales; son mujeres que aparentan otra realidad y se convierten en mujeres objeto creadas artificialmente. Se convierten en paradojas. Los cuerpos femeninos se convierten en portadores de signos culturales.



Cualquier campaña publicitaria

El collage me permite apropiarme de esas imágenes para combinarlas entre sí y crear una realidad más cercana que la impresa en el papel. Son cuerpos que miran más al vacío que a la presencia, al espacio de la ausencia más que a la evidencia de lo físico. Y ...Cerrar con la técnica de la fotografía utilizada como medio expresivo de una sociedad establecida sobre el avance de la tecnología.

2. Palabras clave

Belleza. Cuerpo femenino. Envejecimiento. Fealdad. Imposición. Objeto: Silla. Paradoja visual. Mass Media. Resiliencia. Socialización.

3. Descripción detallada y razonada de la idea que fundamenta el discurso del trabajo realizado

Hace ya varios siglos, artistas como Rubens presentaban en sus cuadros el ideal de belleza femenino de su época y estas mujeres bellas no se parecían en nada a las mujeres que vemos en las imágenes de ahora. Las curvas eran consideradas hermosas.



Las tres gracias, Peter Paul Rubens



Fotografía de Mario Testino

El tipo de mujeres que vemos ahora en carteles y revistas como iconos de la moda, aquellas que se nos recomiendan como ejemplos a seguir, son mujeres que no tienen ni una sola arruga, ni una marca de expresión, ni un lunar mal situado, ni un cúmulo de grasa destacable y no pasan de la talla cuarenta. Todos estos factores nos permiten dotar de cierto valor a las mujeres, como a los objetos, en una jerarquía vertical de acuerdo a las normas impuestas culturalmente a través de los millones de imágenes que nos llegan diariamente

al cerebro. La gran mayoría de ellas giran en torno al mundo de la moda y la publicidad. Suelen presentarnos a personas que, más que hechas de carne, parecen talladas milímetro a milímetro. Son mujeres que, teniendo en cuenta las nuevas tecnologías y los avances en el mundo de la imagen, ni siquiera podemos tener la seguridad de que sean reales. Dice Naomi Wolf que “la mujer opulenta, educada y liberada, del primer mundo - pues hay que tener en cuenta que en lugares con menos avances como algunos países africanos no cuentan con todos los avances tecnológicos- puede disfrutar de libertades que en otros tiempo fueron inaccesibles para las mujeres y sin embargo, no se sienten tan libres como quisieran”¹. Wolf insiste en que muchas se avergüenzan de algo tan trivial como la apariencia física, se han convertido en esclavas de su propio cuerpo. Muchas gastan su dinero, su tiempo y sus energías en intentar asemejarse a lo que ven diariamente. Cada mujer tiene sus propias características físicas y debería tener sus propios gustos y preferencias a la hora de elegir qué

1 WOLF, Naomi. El mito de la belleza. Barcelona, Salamandra, 1992

imagen quiere reflejar: su realidad².

Al comparar a estas mujeres paradójicas con el resto de la población femenina, se descubre un punto común: el envejecimiento y la muerte como algo inevitable, algo que neutraliza toda realidad, tanto de las mujeres gordas como la de las delgadas. Al final de nuestra vida, el cuerpo, ese que tanto hay que cuidar para cumplir con la sociedad, se resiente, aparecen las arrugas, el pelo encanece, las piernas se cansan y habremos gastado gran parte de nuestro dinero en mantener un cuerpo que inevitablemente se deteriora. Siempre llega el momento en que tenemos que sentarnos, descansar y reposar... sencillamente porque no nos mantenemos de pie.

El icono social de la mujer se presenta como una paradoja de la realidad, entendiendo esto como algo inverosímil con apariencia de verdadero, pues tarde o temprano se verán inevitablemente sentadas en una silla, con las posibilidades de movimiento naturalmente

2 María R.Sahuquillo, Reyes Rincón. La mujer ignora su talla.13|06|2011

reducidas, como cualquier otra mujer del mundo. Es por eso que el objeto silla, se convierte en una parte importante del proyecto: neutraliza toda realidad. Es la parte común entre realidades que permite igualar a cada una de las mujeres (o personas) del mundo. La mujer y la silla acaban siendo, a la vez, una única realidad. Mujer y silla se fusionan en un híbrido entre objeto y persona, uniendo sus partes como si de un monstruo de Frankenstein se tratase, de una mujer siendo retocada por el bisturí de un doctor o de una silla siendo restaurada por un carpintero. Se van uniendo varias piezas para crear una sola imagen, así el collage se convierte en la mejor herramienta para expresar esta unión, apropiándose de las mencionadas imágenes de los medios para combinarlas con las imágenes que encontramos en los catálogos de sillas y sillones.

Con el collage pueden fragmentarse ambos elementos, silla y mujer, y simulando una cadena de montaje industrial, uniendo sus diferentes partes, nacen las verdaderas mujeres, las que no se parecen a las que vemos en las revistas. De la misma manera, si varias mujeres siguen el mismo patrón que ofrecen las revistas, acaban surgiendo clones mediante una producción en serie, igual que los objetos que usamos diariamente.

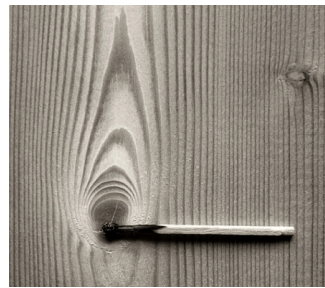
La sociedad se encarga de producir mujeres al gusto, mujeres mass media, y muchas lo permiten, revelando así una falsa realidad de la mujer y de su belleza; una paradoja de la belleza femenina que se superpone a la dramática y pura verdad de que todas y todos acabamos de la misma forma: sentados en una silla para envejecer... y morir.

4. Descripción detallada y razonada del proceso de investigación plástica

4.1 Partiendo de la paradoja

Buscando paradojas visuales, partí con la referencia de ciertos artistas que trabajan la imagen creando objetos paradójicos, poemas visuales que muestran las cosas como algo que no son, como algo que no está dentro de su naturaleza, para acercarme a las mujeres que intentan parecerse a las modelos de las revistas, que también intentan ser paradojas de la realidad de la belleza femenina.

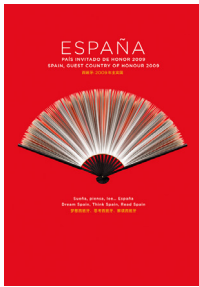
Chema Madoz³ es uno de esos artistas al igual que



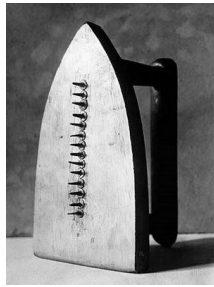
Chema Madoz

³ MADOZ, Chema. Chema Madoz 2000-2005. Catálogo de su exposición en la fundación telefónica

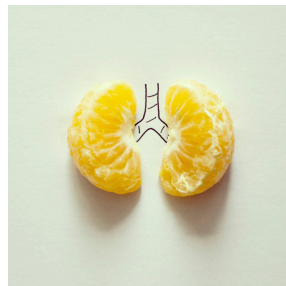
MADOZ, Chema; BROSSA, Joan. Fotopoemario. La Fábrica, 2003



Pep Carrió



Joan Brossa



Javier Pérez



Isidro Ferrer

Joan Brossa⁴, Pep Carrió⁵, Isidro Ferrer⁶ y Javier Perez (Cintascotch) que me han servido como punto de partida del proyecto. En muchos de sus trabajos, como los que muestro en las imágenes, puede verse como combinan dos elementos para crear una imagen diferente, cada uno con su poética y en su discurso personal. Cambian las realidades de los elementos que escogen para crear uno nuevo y diferente. Utilizan objetos que se contradicen, como Joan Brossa cuando usa una plancha doméstica con clavos, lo cual constituye una imagen muy llamativa para los espectadores. En otro caso, Javier Perez (Cintascotch) o Pep Carrió, combinan dos elementos de manera que la imagen crea expectación cambiando la función de los objetos que se utilizan en ella. Todas esas imágenes pretenden llamar la atención

4 GUERRERO, Manuel (ed.) Joan Brossa o La Revuelta poética. Barcelona, Fundación Joan Brossa, 2001

5 6 Pensar con las manos, Museo ABC Centro de Arte, Dibujo, Ilustración.

de las personas que las observan causándoles extrañeza ya que los objetos no son lo que parecen aunque nosotros sepamos exactamente qué es cada cual.

4.2 Mujer y silla

En mis piezas, cambio la realidad de las mujeres que aparecen en las revistas, usando recortes de las mismas y combinándola con la realidad de las sillas, cuyas imágenes consigo a partir de un catálogo. La transformación que se produce al combinar ambas realidades consiste en una personificación de la silla y una “cosificación” de la mujer.

Todas esas imágenes pretenden llamar la atención del espectador y causarle una gran controversia visual, producir extrañeza en quien observa. Se pueden identificar los objetos por separado y entender el contraste entre ellos pero, al quedar fusionados, cambian completamente y caracterizan al objeto de una manera única y personal creando otro objeto. Alejarnos de la realidad, de lo que conocemos, es lo que hace



que nos sintamos incómodos a pesar de que seamos completamente conscientes de que la mujer ideal, según los cánones actuales, sea una completa mentira, algo que está mal y que debería servir como advertencia para otras mujeres, antes que como ejemplo.

4.3 El collage

Como alternativa a las artes más tradicionales como la pintura y el dibujo, el collage se convierte en la técnica adecuada para la elaboración de mis piezas. Contamos con las obras de Henri Matisse⁷ como referencia. Producidas con collage, que empezó a usar cuando los efectos de su deteriorada salud afloraron, influenciaron a otros artistas como Paul Rand, Saul Bass, Henryk Tomazwsky, Alan Fletcher e Ivan Chermayeff. Al usar el collage por un problema de salud, el tipo de corte que empleaba Matisse era torpe y basto, lo cual



Henri Matisse

⁷ Museo Henri Matisse en Niza. Disponible en: <http://www.musee-matisse-nice.org/>

planteaba la duda de qué tipo de corte debía emplear para mis collages. El corte opuesto al de Matisse, uno más meticuloso y cuidado, quirúrgico, hacía referencia a esas transformaciones de quirófano a las que muchas mujeres se someten para verse más “hermosas” y además hacen más diáfana la unión entre las piezas. Si el tipo de corte era más azaroso o rudo, podían quedar piezas demasiado desiguales y eso supondría la pérdida del carácter serial que tienen las obras.



Ernesto Artillo

El collage ya se usaba como una alternativa moderna a la pintura y al dibujo a lo largo del siglo XX pero, actualmente, también encontramos autores que usan el collage en sus proyectos como, por ejemplo, Ernesto Artillo⁸, que realiza fotografías tomadas del mundo de la moda y las combina con arte clásico para conseguir una fuerte carga estética que medie entre

8 Ernesto Artillo. Ernesto Artillo. Disponible en: <http://www.ernestoartillo.com/>

VILLASCLARAS, Hadaly. Ernesto Artillo (blog). Disponible en: <http://www.thegreatoh.com/portfolio/ernesto-artillo/>



Pretty Girls, Linder



Richard Hamilton

ambas. Desfragmenta, combina y reordena una nueva asociación de imágenes descontextualizadas de su origen inicial, al igual que sucede con las imágenes sacadas de las revistas o catálogos.

Otra artista que me llevaba a esta idea del uso del collage era Linder⁹, una artista británica que también opta por el collage o fotomontaje para la elaboración de sus piezas. Con ellas recordamos artistas del Pop Art como Richard Hamilton¹⁰ y Eduardo Paolozzi¹¹ que también aplicaban el collage recortando imágenes de revistas de “pin-ups”. También enlaza con una artista aún más

9 Martha Schwendener. Embracing Many Mediums to Focus on the Message. 21|06|2007 Disponible en: http://www.nytimes.com/2007/06/21/arts/design/21lind.html?_r=0

10 McCARTHY, Fiona. Richas Hamilton: they called him Daddy pop. The Guardian, 7|02|2014 Disponible en: <http://www.theguardian.com/artanddesign/2014/feb/07/richard-hamiltonn-called-him-daddy-pop>

11 Sir Eduardo Paolozzi. TATE. Disponible en <http://www.tate.org.uk/art/artists/sir-eduardo-paolozzi-1738>

cercana a su obra como es Martha Rosler¹² con series como “Beauty Knows No Pain”, or “Body Beautiful” que critica la industria de la belleza y el rol doméstico de la mujer. Ciertamente es que con mi obra no critico este rol sino cómo el comportamiento de los medios y la sociedad condicionan el de la mujer para ser como ellos marcan; y el hecho de que si una mujer que no cumple con lo impuesto, queda apartada del resto del mundo. Todos los artistas mencionados, en cierto modo, se han acercado al papel de la mujer mediante el collage como medio de expresión.

Con respecto al formato de las piezas, el hecho de utilizar recortes de revistas, condicionaba mucho el tamaño. Las fotografías de las modelos ni siquiera llegan a ocupar el alto de las páginas así que quedan cuerpos muy reducidos que no piden más de un A4.

12 Martha Rosler. Martha Rosler. Disponible en: <http://martharosler.net/index.html>

Juan Vicente Aliaga. Martha Rosler: La casa, la calle, la cocina. 2009. Disponible en: http://www.centrogurrero.org/indez.php/Sintesis_Martha_Rosler/846/0/



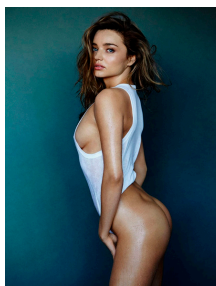
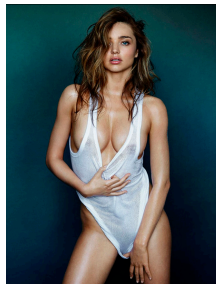
Beauty know no pain, Martha Rosler

4.4 Fotografía

La fotografía es un medio artístico con el cual se hace muy presente en la sociedad la preponderación de la delgadez y la eterna juventud. El paso a este medio me permite modificar el formato de los collage y convertirlos en esas imágenes llamativas propias de los mass media. Fotógrafos como Mario Testino¹³ o Oliviero Toscani¹⁴ han fotografiado a la mujer para formar parte de estos medios , ensalzando su figura y sus formas.

En lugar de usar fotografías a todo color, he usado fotografías en duo tono: rojo y negro.

El color rojo siempre se ha relacionado con el peligro, por eso se usa en señales de tráfico, es un color que contrasta con el medio. Pretendo llamar la atención con las mujeres y marcarlas como algo peligroso de alcanzar, una mentira que hace daño a la sociedad poniendo en situaciones límite al cuerpo humano que se



Mario Testino

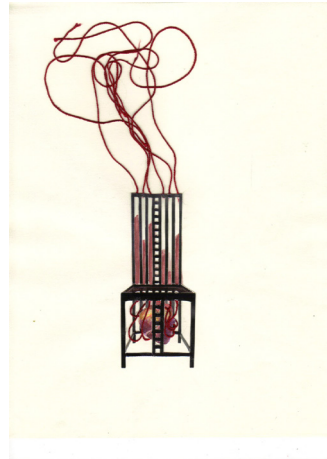
13 Mario Testino. 2012 Disponible en: <http://www.mariotestino.com/>

14 Oliviero Toscani. Disponible en: <http://www.olivierotoscani.com/>



Oliviero Toscani

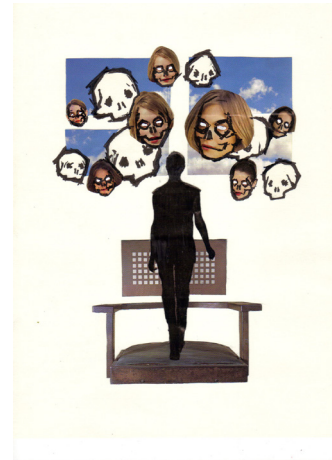
presta a copiarlas. Junto al fondo de color negro, el rojo transmite el concepto de resiliencia que es la capacidad humana de asumir con flexibilidad situaciones límite y sobreponerse a ellas. Es un color con enorme potencia visual que hace captar la atención muy fácilmente; además, si se acompaña con un fondo negro, resalta más la intención de mostrar la idea de que ese objeto que vemos es algo “que hay que observar”. Es un color con enorme potencia visual que hace captar la atención muy fácilmente; además, si se acompaña con un fondo negro, resalta más la intención de mostrar la idea de que ese objeto que vemos es algo “que hay que observar”. Por muchas operaciones o medicamentos que tomemos, el cuerpo vuelve a su estado natural, al negro de la vejez.

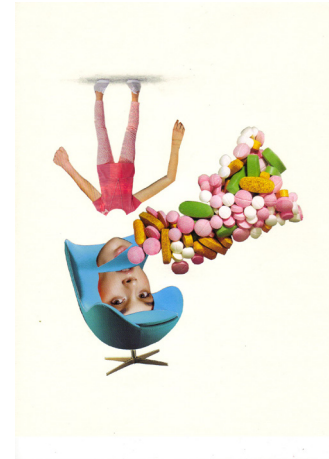
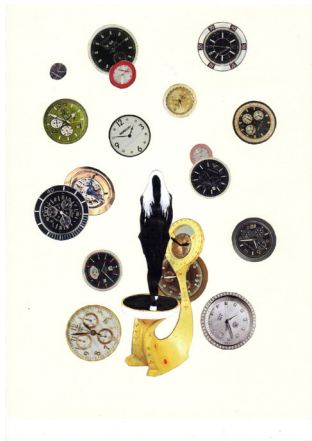


4.5 Bocetos

Estos collages que presento a continuación, son algunos bocetos que han surgido a lo largo de la evolución del proceso tanto plástica como conceptualmente. Han servido para seguir avanzando a lo largo del proceso de producción y para poder descartar ideas como por ejemplo, transformar tanto la silla que pierda por completo su forma¹⁵ y pueda llegar a ser irreconocible.

¹⁵ La silla como objeto adquiere especial relevancia al facilitar este encuentro como elemento definitorio de una sociedad, compilando por medio de estas funciones y tipologías todo su bagaje cultural, aspectos y factores que determinan la evolución de cada sociedad.











5. Descripción del proceso de investigación teórico-conceptual

Ya en la prehistoria se estableció un canon de belleza muy característico. Los hombres escogían mujeres con los órganos reproductores muy marcados (senos, vientre caderas...) puesto que en aquellos tiempos lo más importante era la reproducción y la supervivencia. Los descubrimientos arqueológicos sobre las Venus (estatuillas de las diosas de la fertilidad) nos permiten apreciar los rasgos anatómicos de estas mujeres, como por ejemplo en la Venus de Willendorf.



Venus de Willendorf



Retrato de Meryt-Amón

Para los egipcios la belleza consistía en armonía y frontalidad. El cuerpo tenía que medir 18 puños para ser perfecto y la mujer debía ser delgada, con miembros y pechos pequeños pero caderas anchas y ensalzar su belleza con joyas. Su preocupación por el cuerpo perfecto era tal que conocieron muy bien la naturaleza para aprovechar de ella lo que les ayudase a conseguir la

perfección. La higiene corporal era sinónimo de belleza por lo que además de ducharse a menudo y empezar a usar desodorante y cremas para las imperfecciones de la piel también utilizaron maquillaje. Incluso cuidaban su manera de vestir., sobretodo las mujeres. Al principio, lucían vestidos de tirantes anchos y largos, hasta los tobillos pero con el paso del tiempo, estas prendas marcaban más la anatomía femenina.



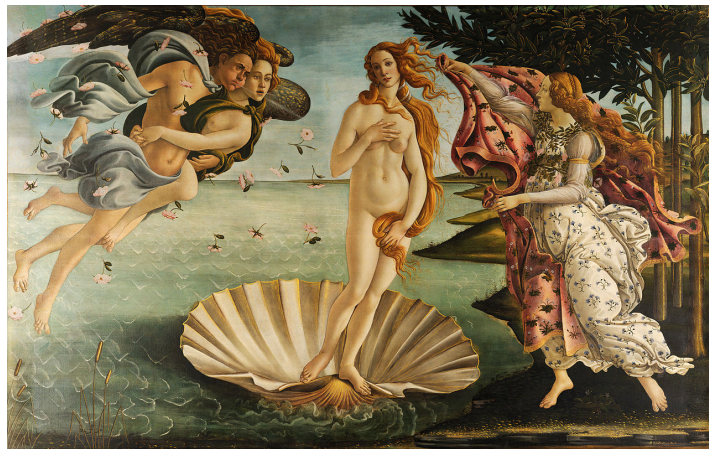
Venus de Milo

Sin embargo, para los griegos, la simetría era lo que definía un cuerpo bello. La escuela pitagórica vio una fuerte conexión entre la belleza y las matemáticas. Notaron que los objetos que poseían simetría eran más llamativos y la belleza se concebía como el resultado de cálculos matemáticos y proporciones. Si los egipcios medían el cuerpo con puños, los griegos lo hacían con siete cabezas aunque llegaron a medir con ocho. Un cuerpo era considerado como bello cuando todas sus partes están proporcionadas a la figura entera, tanto en mujeres, como en hombres. Las mujeres se representaban robustas y sin sensualidad aunque proporcionadas

como podríamos apreciar en la Venus de Milo que nos sirve como ejemplo del ideal artísticos y de la concepción de lo bello. También en el Doríforo de Policeto o en el Apolo de Belvedere. Estos cánones de belleza se presentan sobre todo a través de la escultura que sufre diferentes evoluciones durante los tres periodos artísticos.

En la Edad Media, la belleza dependía de Dios como consecuencia del auge del cristianismo y la belleza material era una cualidad que se marchitaba con el tiempo, de ahí la práctica desaparición del maquillaje que era contrario a la moral cristiana en cuanto que desfiguraba la creación de Dios. Las pinturas de la época nos han dado a conocer una mujer medieval de tez blanca, cabello rubio y largo, rostro ovalado y ojos pequeños pero vivos, labios pequeños y rosados y de torso como correspondía a las nórdicas debido a las invasiones bárbaras (caderas estrechas, senos pequeños y firmes y manos blancas y delgadas) La blancura era importante ya que indicaba la procedencia del norte de Europa y la pureza de la mujer.

El Renacimiento tiene su principal fuente de inspiración estética en el mundo clásico: armonía y proporción. En cuanto el canon de belleza femenino, Botticelli lo reflejó en El nacimiento de Venus: piel blanca, mejillas sonrosadas, cabello rubio y largo, frente despejada, ojos grandes y claros, hombros estrechos como la cintura, caderas y estómagos redondeados, etc. Leonardo da Vinci dedicó buena parte de su Tratado de Pintura a expresar las proporciones más armónicas entre todas las partes del cuerpo con el hombre de Vitrubio.



El nacimiento de Venus, Sandro Botticelli

A partir del Barroco, se produce un abuso de la coquetería y la pomposidad. Usaban pelucas, perfumes, carmines, lunares postizos o pintados, prendas ceñidas al cuerpo, encajes, ropas suntuosas, zapatos de tacón y espejos y joyas, además, fue entonces cuando nació la palabra “maquillaje”. Podemos considerar este ideal de belleza como muy artificial. El aspecto físico podía advinarse más rellenito entre los ropajes: pecho prominentes resaltados por los corsé, caderas anchas y cinturas estrechas, hombros estrechos y brazos redondeados

y carnosos. Ya en los referentes plásticos mencionados anteriormente, está presente el proceso de investigación teórico conceptual. Estos artistas han tratado en sus piezas tanto la paradoja visual como el collage e incluso, el papel de la mujer en la sociedad, pero la idea del proyecto se inspira también en acontecimientos que nos siguen demostrando hasta qué nivel se llega a cosificar a la mujer marginando a aquellas que no siguen las pautas que se imponen a través de los medios, a las que no tienen la talla adecuada para considerarse bellas aunque todas las personas, bellas o no compartamos el mismo fin.

Hacia finales del pasado año 2013, la empresa catalana Mango¹⁶ lanzó una nueva línea de ropa que compren-

16 N. Ramírez de Castro. ¿Es la 40 una talla grande?. Madrid, 16|01|2014. Disponible en: <http://www.abc.es/sociedad/20140115/ab-ci-talla-grande-para-mango-201401141916.html>

Natália Capdevila. Críticas a la nueva línea “Violeta by Mango” por “injusta” y “discriminatoria”. 11|12|13. Disponible en <http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/mujer/20131211/54396059661/>

día tallas desde la 40 a la 52. El hecho de incluir tallas como la 40 o la 42 entre las tallas grandes, cuando el Ministerio de Salud considera, a partir de la 48, talla especial, hizo saltar las alarmas en las redes sociales, de hecho en muy poco tiempo se movilizó una recogida de firmas para retirar esta línea de ropa. En la empresa excusaban esta colección diciendo que era para mujeres que pueden verse favorecidas con “patronajes diferentes adoptados a una mujer latina con más curvas y tejidos más elásticos” pero Arantxa Calvera¹⁷ insistía en que esto podría mover a muchas jóvenes a perder peso de manera descontrolada, lo cual podía a su vez llegar a desencadenar graves problemas de salud.

Susana Moreno¹⁸, se pronunciaba ante esta campaña diciendo: “Cualquier actitud que suponga un estigma por la talla puede ser profundamente negativa. Aunque

[criticas-nueva-linea-violeta-by-mango-injusta-discriminatoria.html](http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/mujer/20131211/54396059661/criticas-nueva-linea-violeta-by-mango-injusta-discriminatoria.html)

17 Inició la recogida de firmas a través de una plataforma online para pedir la retirada de la línea de ropa de Mango.

18 Jefa del servicio de Endocrinología y Nutrición del Hospital Getafe de Madrid y secretaria de la Sociedad Española de Obesidad.

no se indique que es una talla especial o grande, basta con que sea una línea diferente para que las chicas se sientan entre las apestadas que necesitan esa talla 40 de esa línea especial. Sin duda, segrega.” y asegura que a su consulta llegan muchas chicas obsesionadas con poder entrar en una talla 40.

Algunas marcas como Zara, H&M, Gap, Dolce & Gabbana, Calvin Klein o French Connection, bautizan las tallas grandes como “tallaje vanidoso”¹⁹ pero ese califi-

19 Zara y H&M “adelgazan” las tallas de sus vaqueros. 20Minutos, 16|04|2007. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/223500/0/marcas/falsean/tallas/>

cativo esconde una simple argucia, la de crear una falsa ilusión de lucir una talla más pequeña. Aquí volvemos de nuevo a las falsas apariencias y a marcar algo como verdadero.

La experta en marketing de lujo, Susana Campuzano²⁰, habla de este hecho como de “una luz o fuerza” que atrae a ciertas personas, un poder de atracción selectivo. Este es el tipo de deseo que provocan las imágenes publicitarias de moda y de diseño, pero los tratamientos y opciones para modificarse son costosos y se convierten en un lujo al que no todas las mujeres tienen acceso. A pesar de esto, aún hay mujeres que no se sienten atraídas por los cuerpos cien; simplemente aceptan el suyo y no se ven obligadas a someterse a cambios sólo para aparentar, para ser paradojas de la verdadera mujer, objetos que se acaban degradándose, igual que todos.

20 CAMPUZANO, Susana. Experta en Lujo y Retail. Disponible en: <http://www.lidconferenciantes.com/satisfaccion-fidelizacion-clientes/autores-conferenciantes/1001746007802/campuzano-garcia-susana.1.html>

5.1 Referentes

5.1.1 Artillo, Ernesto

Es un artista malagueño relacionado con el mundo de la moda que utiliza el collage fotográficos, él mismo las toma del mundo de la moda y que las compara con las imágenes clásicas, poniéndolas al mismo nivel de belleza. Desfragmenta, combina y reordena para crear una nueva relación entre ellas. Al ser un autor contemporáneo, las personas que se pueden distinguir en sus piezas cumplen con los ideales de belleza actuales, sirviendo de referencia para analizar el tipo de belleza femenina en nuestra sociedad. No tienen cabida las curvas.

5.1.2 Brossa. Joan

Brossa tiene un concepto muy amplio de lo que se puede entender por poesía. A pesar de que ha sido en las últimas décadas cuando Joan Brossa ha empezado a ser conocido como artista plástico, sus primeras incursiones en el campo de la poesía visual las realiza en el temprano año de 1941, con unos poemas que se mueven entre el caligrama y las palabras en libertad futuristas Y es en 1943 cuando utiliza por primera vez un soporte diferente al papel con el objeto titulado “Escorça” (cor-teza), una especie de object trouvé. En 1951 elaborará un objeto que será combinación de otros dos (un martillo y una carta formada por la suma de otras dos), con lo cual Brossa pasará al desarrollo del objeto poético mágico, que resulta muchas veces de la asociación de dos realidades distantes. El objeto poético de Joan Brossa guarda mucha relación con el concepto surrealista del objeto. En un principio, hay una valoración de los objetos más cotidianos y vulgares, totalmente olvidados por el hombre.

5.1.3 Carrió, Pep

Pep Carrió, realiza obras en las que utiliza las controversias visuales producidas de la misma manera que Madoz y Brossa crean las suyas: combinando dos esencias, dos objetos. Pep Carrió busca objetos y encuentra sentimientos. Sentimientos encontrados, frente a los que el visitante puede albergar cualquier estado menos indiferencia. Una galería de pequeños latidos cotidianos mezclados entre sí, sumados unos con otros.

5.1.4 Ferrer, Isidro

Dijo en una conferencia de Granada, ya no sabe lo que es. Algunos dicen que es diseñador, otros ilustrador. Se ha topado con gente que piensa que es escritor, y cuando lo ves hablando, piensas que es actor. Y puede ser que sea justo eso, un actor que va cambiando de papel, que lo interpreta tan bien, que cae en el personaje y realmente se lo cree. Realmente cree que es diseñador,

y lo mejor de todo es que lo consigue. Realmente cree que es ilustrador, y lo es. Realmente cree que es escritor, y lo sobrepasa. Ferrer combina objetos de la vida cotidiana dándoles un nuevo enfoque fotografiándolos para el arte final. Al jugar con sus composiciones suele humanizar o “animalizar” a los objetos, convirtiéndolos en personajes muy peculiares.

5.1.5 Hamilton, Richard

Plantea una reflexión crítica sobre la sociedad de consumo y el imaginario mediático contemporáneo, a la vez que explora los límites entre lo popular y lo culto, lo natural y lo artificial, lo figurativo y lo abstracto. Hamilton practicaba la apropiación y recontextualización de imágenes pre-existentes, recordando así a Marcel Duchamp al que siempre tuvo como referente. El collage requiere de esa apropiación de la imagen para crear a las verdaderas mujeres, en mi caso, de las mujeres de las revistas y las sillas de catálogos.

5.1.6 Linder

El trabajo de Linder es muy similar al de Martha Rosler y también está relacionado con el de Richard Hamilton y Eduardo Paolozzi. Presenta a la mujer y su papel en la sociedad como objeto. Utiliza el collage para transformar a la mujer, pero de forma distinta a como lo hace Rosler. Ésta última incorpora la mujer a los objetos y Linder lo hace al contrario: es el objeto el que modifica a la mujer, cambiando su apariencia. Cámaras, flores, radios... pasan a constituirse en la cabeza de una mujer.

5.1.7 Madoz, Chema

Premio Nacional de Fotografía conceptual referente en mi proyecto. Madoz usa la paradoja para crear poemas visuales, cambia la realidad de los objetos que utiliza para dotarla de una realidad diferente. Individualiza y desordena, confronta y manipula, hasta conseguir

mostrar un nuevo orden, una cara oculta del sentido, una nueva verdad simbólica que resalta, por impacto, el desorden de la lógica. Partiendo de la estética de la semejanza y la vecindad de referentes, Madoz desplaza el sentido natural de los conceptos a otras comprensiones, explotando al máximo sus capacidades simbólicas, y resolviendo su discurso con figuras y tropos de honda relación con el lenguaje: analogías, metáforas, paradojas o metonimias visuales, que ofrecen al espectador un juego de percepción poética y le exigen una colaboración activa.

5.1.8 Matisse, Henri

Al final de su vida los problemas de salud y la falta de movilidad obligaron a Matisse a sustituir la pintura por otras formas de expresión. Matisse cambió los pinceles por las tijeras abriendo un nuevo camino creativo. El resultado fue el uso del collage y la creación de una técnica innovadora plasmada en una colección de recortables o collages que definieron la producción

de esta etapa. En sus collages destacan formas escultóricas con gran presencia de color, con el que recreaba la superficie del agua o vegetaciones exuberantes, frecuentemente en soportes de grandes dimensiones. Con el tiempo, Matisse adoptaría el recortable con preferencia sobre la pintura, dando paso a un nuevo concepto creativo. El collage, principal técnica de mi proyecto.

5.1.9 Newton, Helmut

Fotógrafo que trabajó a la mujer como centro de las miradas cargando sus piezas con gran sensualidad. Enalzaba piernas y manos en algunas de sus obras de detalle para convertirlos en la parte del cuerpo femenino más sensual y realizó portadas para revistas como Vogue Australia o Vogue UK.



Helmut Newton

5.1.10 Yoshua Okon

La obra de este artista es completamente opuesta a lo que quiero exponer con mi proyecto. “Freedom Fries”²¹ muestra una fotografía de una mujer obesa colocada sobre una mesa de un McDonald’s, queriendo hacer referencia a cómo el cuerpo es engañado por el desarrollo corporativo. McDonald’s representa a la cultura corporativa y el cuerpo obeso, la manera en que la sociedad de consumo aliena al ser humano. La mujer se convierte en la evidencia de cómo el ideal del sistema neoliberal promueve una idea de libertad basada en el consumismo desproporcionado y en la continua muestra de la baja autoestima. Dentro de lo que llamamos libertad, nos hemos convertido en esclavos de nuestro propio cuerpo y de los conceptos sociales de belleza.



Freedom Fries, Yoshua Okón

21 Edgar Alejandro Hernández. Artista Mexicano causa escozor en Londres. 23|05|2014 Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/expressiones/2014/05/23/960938#.U4Nanxa12nI.facebook>

5.1.11 Javier Perez (Cintascotch)

La obra de este artista es bastante más sencilla visualmente. Pérez se limita a elegir un objeto de la vida cotidiana y cambiarle su realidad dibujando a su alrededor su nueva apariencia. Unos gajos de mandarina pueden convertirse fácilmente en unos pulmones, o un pequeño racimo de uvas en unos globos de helio que elevan a un niño. En los otros dos artistas mencionados anteriormente, (Brossa y Madoz), vemos un elemento clave: la combinación de dos realidades ya existentes para crear una nueva, sin embargo, en el trabajo de Javier Pérez, no hay necesidad de escoger dos objetos. Pérez utiliza el dibujo para cambiar una sola realidad. El dibujo es complementario pero consigue la transformación.

5.1.12 Rosler, Martha

Trata a la mujer en su aspecto más degradante,

por otra parte, el más cercano al tema que trato en mi obra. Presenta a la mujer como un objeto de la sociedad: lo que la gente quiere que sean. De hecho, la obra de Rosler, “Beauty Knows no Pain” hace una representación de la mujer en los medios de comunicación, la publicidad y la vida cotidiana. En sus obras se ven imágenes de mujeres formando parte de objetos, casi todos de la vida cotidiana. Rosler las incluye dentro de estos, como si fuese normal ver a una mujer objeto, que es precisamente la imagen de mujer que algunos medios pretenden vendernos.

5.1.13 Testino, Mario

Mario es un fotógrafo actual que ha hecho numerosas campañas de publicidad y trabajos fotográficos con la mujer como protagonista. Suele mostrar modelos con cuerpos idílicos, estilizados, con piernas largas, mujeres bellas contemporáneas.

5.1.14 Toscani, Oliviero

Toscani se dedica también a la fotografía. Es un artista que ha llegado a retratar la extrema delgadez para una imagen publicitaria de una marca de ropa. Sus piezas causan mucho impacto socialmente debido a sus fotografías impactantes.

5.1.15 Choi Xoo Ang

Choi Xoo Ang⁷ realiza esculturas de cuerpos de ensueño, cuerpos irreales con lenguas entrelazadas, espaldas cosidas, alas hechas de manos... Esto me conduce de nuevo a esa idea de la falsa imagen y la falsa apariencia de las mujeres de la sociedad. Con esto enlace de nuevo con los autores referentes de las paradojas visuales, aquellas imágenes falsas que enseñan objetos y elementos que no se muestran como son en realidad. No sólo sirven como referencia para el aspecto formal de la obra, por la mezcla de imágenes, sino porque el propio concepto adquiere valor ante el desarrollo de mi propia obra.

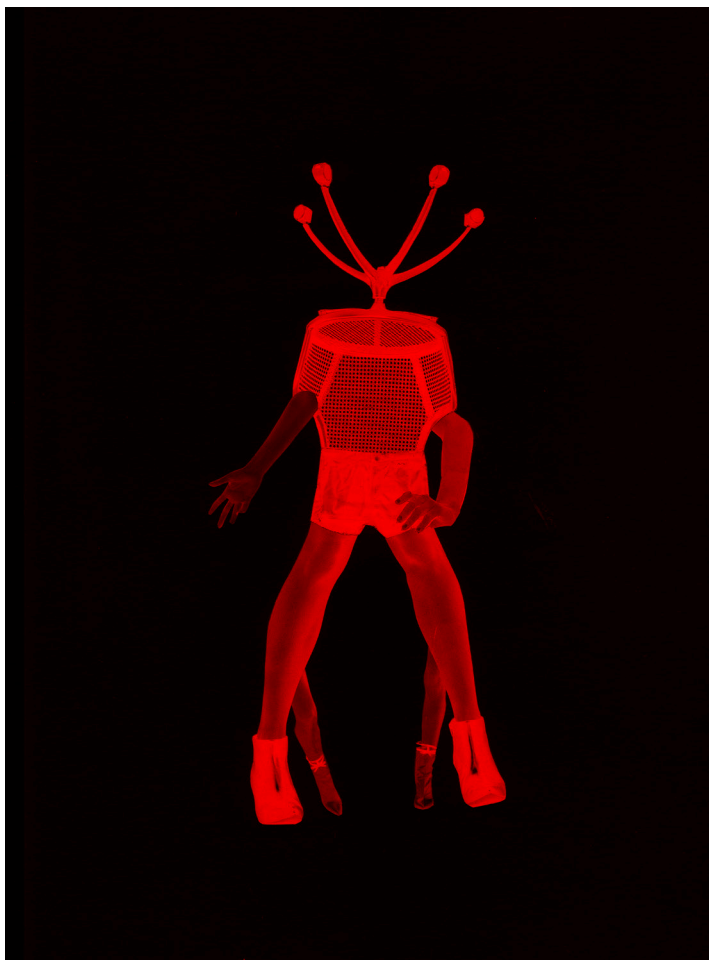


Choi Xoo Ang

7 Alejandra Franco. Las inquietantes y hermosas esculturas humanas de Choi xoo ang. Disponible en: <http://caracteres.mx/las-inquietantes-y-hermosas-esculturas-humanas-de-choi-xoo-ang/>

Dossier

Resiliencia



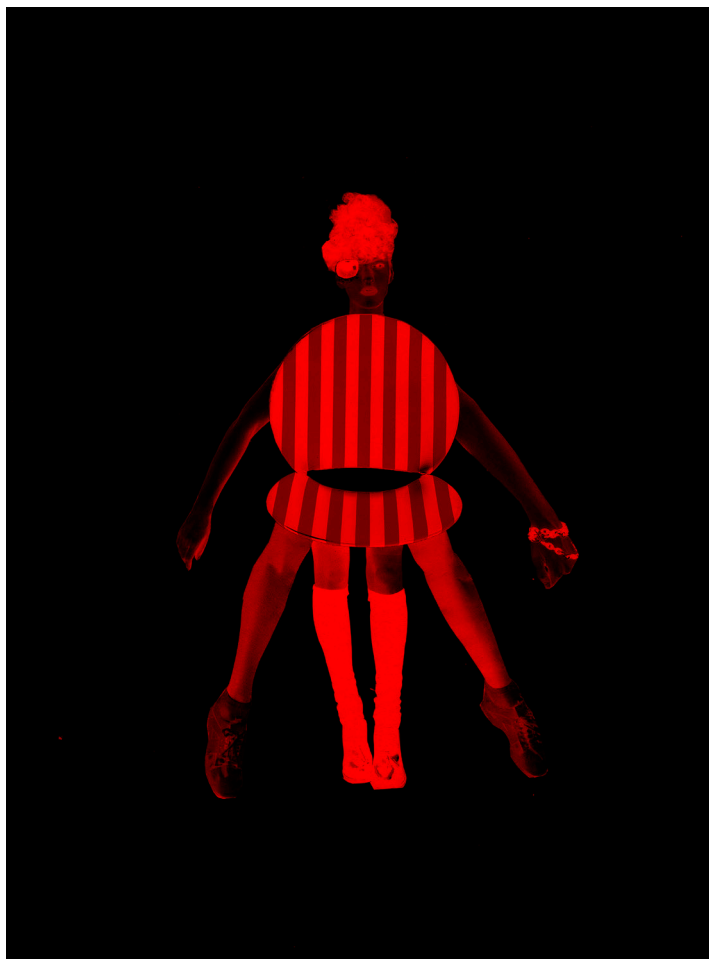
Sin título
100 x 70 cm.
Collage e impresión fotográfica papel brillo
2014



Sin título
100 x 70 cm.
Collage e impresión fotográfica papel brillo
2014



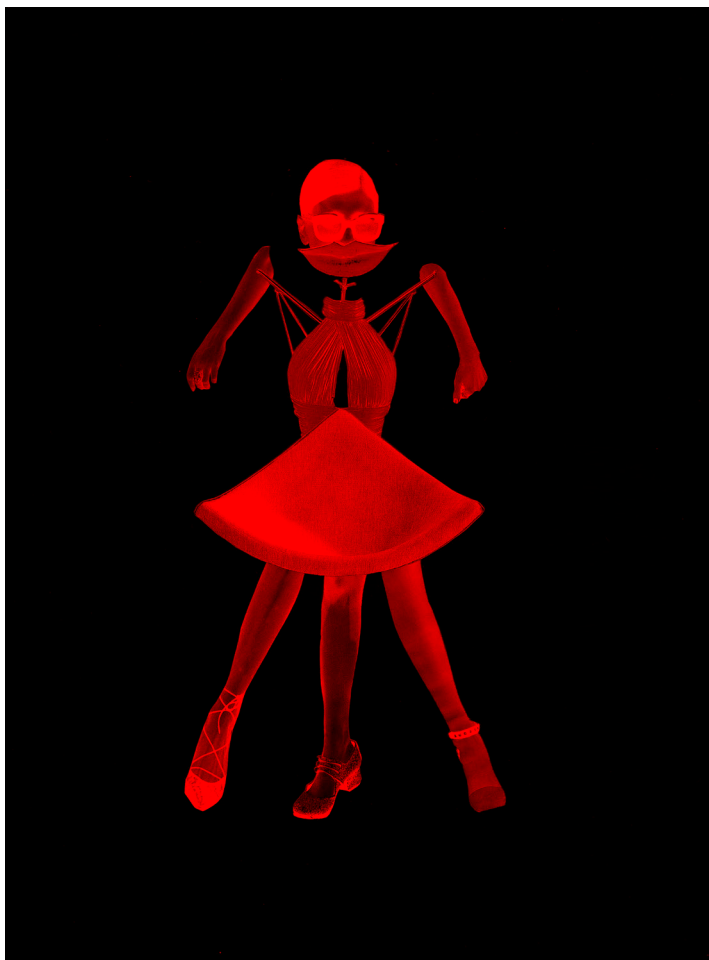
Sin título
100 x 70 cm.
Collage e impresión fotográfica papel brillo
2014



Sin título
100 x 70 cm.
Collage e impresión fotográfica papel brillo
2014



Sin título
100 x 70 cm.
Collage e impresión fotográfica papel brillo
2014



Sin título
100 x 70 cm.
Collage e impresión fotográfica papel brillo
2014

7. Cronograma

| Nombre | Fecha de inicio | Fecha de fin |
|-------------------------------|------------------------|---------------------|
| • Clases presenciales 1:30 h. | 21 11 13 | 6 11 14 |
| Clase 1 | 21 11 13 | 21 11 13 |
| Clase 2 | 28 11 13 | 28 11 13 |
| Clase 3 | 5 12 13 | 5 12 13 |
| Clase 4 | 12 12 13 | 12 12 13 |
| Clase 5 | 19 12 13 | 19 12 13 |
| Clase 6 | 9 12 13 | 9 12 13 |
| Clase 7 | 16 1 14 | 16 1 14 |
| Clase 8 | 23 1 14 | 23 1 14 |
| Clase 9 | 30 1 14 | 30 1 14 |
| Clase 10 | 6 2 14 | 6 2 14 |
| Clase 11 | 13 2 14 | 13 2 14 |
| Clase 12 | 20 2 14 | 20 2 14 |
| Clase 13 | 27 2 14 | 27 2 14 |
| Clase 14 | 6 3 14 | 6 3 14 |
| Clase 15 | 13 3 14 | 13 3 14 |
| Clase 16 | 20 3 14 | 20 3 14 |
| Clase 17 | 27 3 14 | 27 3 14 |

| | | |
|-----------------------------|----------|----------|
| Clase 18 | 3 4 14 | 3 4 14 |
| Clase 19 | 10 4 14 | 10 4 14 |
| Clase 20 | 24 4 14 | 24 4 14 |
| Clase 21 | 1 5 14 | 1 5 14 |
| Clase 22 | 15 5 14 | 15 5 14 |
| Clase 23 | 22 5 14 | 22 5 14 |
| Clase 24 | 29 5 14 | 29 5 14 |
| Clase 25 | 5 6 14 | 5 6 14 |
| Clase 26 | 9 10 14 | 9 10 14 |
| Clase 27 | 16 10 14 | 16 10 14 |
| Clase 28 | 23 10 14 | 23 10 14 |
| Clase 29 | 30 10 14 | 30 10 14 |
| Clase 30 | 6 11 14 | 6 11 14 |
| • Encargar catálogo sillas | 25 11 13 | 25 11 13 |
| Comprar catálogo | 25 11 13 | 25 11 13 |
| • Entrega memoria TFG | 17 11 14 | 17 11 14 |
| • Memoria | 15 5 14 | 17 11 14 |
| Organizar datos memoria TFG | 15 5 14 | 9 9 14 |
| Redactar | 15 5 14 | 14 11 14 |
| Añadir fotos | 10 11 14 | 17 11 14 |
| • Producción obra | 29 11 13 | 17 10 14 |

| | | |
|-----------------|----------|----------|
| Comprar papel | 3 12 13 | 3 12 13 |
| Buscar revistas | 29 11 13 | 29 6 14 |
| Imprimir piezas | 17 10 14 | 17 10 14 |
| Montar piezas | 17 10 14 | 22 10 14 |

8. Presupuesto

| | | |
|--|-----------------|-------------|
| Bloc de Esbozo Guarro 90 Gr. 100 hojas | 6,35 euros | |
| Pegamento de barra Pritt | 1,89 euros | |
| Tijeras | 0,89 euros | |
| Cúter | 3,34 euros | |
| Cuchillas X-Acto | 28,80 euros | |
| Catálogo de 1000 sillas Ed. Taschen | 15 euros | |
| Plancha de corte | 17 euros | |
| Papel fotográfico,brillo, color 100x70 | 8,17 euros c/u | 49,02 euros |
| Cartón "DOMINO" 100x70 | 18,50 euros c/u | 111 euros |

9. Conclusión

En mis piezas cambio la realidad de las cosas porque las imágenes que vemos alrededor de nosotros cada día, cambian la realidad de la mujer. La mujer se convierte en un objeto que se transforma al parecer de cada una de ellas. Nacemos de determinada manera, con unas características físicas concretas que son las que nos definen, además de nuestra propia personalidad. El simple hecho de cambiarlas nos definen como una mentira, un engaño. No por tener una talla treinta y ocho o las famosas medidas “90 x 60 x 90”, debería considerarse a la mujer una diosa de la perfección. Ni habríamos de sucumbir al deseo instintivo y pueril de un cuerpo perfecto, ni deberíamos dejarnos condicionar por los absurdos y nocivos convencionalismos sociales. Ni todas las mujeres son perfectas, ni todas desean ser como muestran anuncios y revistas.

En el aspecto formal, han quedado imágenes limpias y claras, gracias al uso del collage que adquiría por ello,

vital importancia. El collage mantiene la imagen tal y como la ofrecen las revistas y con sólo un poco de trabajo de tijeras, cúter, cuchillas y pegamento, puede cambiar por completo la realidad, la imagen y las apariencias. Es un recurso bastante económico, lo cual refuerza el significado de mi obra ya que no es necesario derrochar el dinero, tal y como hacen algunas mujeres para cambiarse a sí mismas. Mantenerse tal y como una es, es bastante más saludable para el bolsillo.

Cuando empecé a indagar en el mundo de las modas y de la sociedad de consumo a través de las revistas que utilicé para confeccionar los collages, descubrí lo mucho que me afecta el hecho de estar entre ese colectivo amplísimo de mujeres que no pueden sentirse “normales” en una tienda de ropa; esas mujeres que por el mero hecho de pasear por la calle ostentando curvas algo más que “generosas” pasan a convertirse en “bichos raros” a ojos de una considerable mayoría.

La primera pregunta que me planteaba era quién esta-

blecía las normas sobre qué cuerpo era hermoso o cuál no y la respuesta es que no es un solo individuo quien decide: es la masa. Falta personalidad y el criterio de algunos, es inmediatamente adoptado por los demás. La sociedad del “primer mundo” crea una moda que desprecia a aquellas mujeres que usan una talla superior a la 46. Reflexionando sobre esto fue como llegué a la idea de combinar el cuerpo de la mujer perfecta con un objeto como la silla. Pensamos que seremos jóvenes eternamente, que tendremos un cuerpo “10” toda la vida y sin embargo, envejecemos. Nos creemos nuestra propia mentira sumergiéndonos en un mundo ideal de publicidad, de cremas, de tratamientos, etc. Es duro de asimilar, pero no se puede esquivar el tiempo. El tiempo es, precisamente, lo único que nos iguala a todas y cada una de las mujeres.

Mis piezas pretenden servir como toque de atención a todas esas chicas que regalan miradas de desprecio gratuitas a las que no son como ellas, a todas las mujeres que derrochan dinero en cosméticos sólo por apa-

rentar ser más jóvenes. Mis piezas pretenden sugerir que no merece la pena ese esfuerzo vano. Mis piezas pretenden pellizcar las conciencias de todos aquellos empresarios, diseñadores estilistas, etc. que pretenden crear un mundo de clones sin personalidad, un mundo de realidades con aparente y premeditada coherencia pero al fin, monstruosas y sin sentido.

Mis obras transforman las sillas y alteran los elementos pero no la perspectiva ni el tamaño. Intento con mis collages provocar la sensación de clon, de obras clonadas, unas iguales a otras.

Quiero ofrecer una “realidad” que no es real. Pretendo neutralizar la “lógica de la belleza”.

No importa cómo seamos, cómo nos diseñen mediante los medios de comunicación... todos terminamos igual.

Todos terminamos... sentados en una silla.

9. Bibliografía

Libros

ALBA, Santiago; FERNÁNDEZ, Carlos. El naufragio del hombre. Guipuzkoa, Hiru. ISBN 9788496584327

Collage: assembling contemporary art. London: Black Dog, cop.2008 ISBN 9781906155391

FIELD, Charlotte & Peter. 1000 Chairs. Hohenzollernring, Köln: TASCHEN. ISBN 9783836546751

GALLENDE, Fernando. Conversaciones sobre New Ugly. Barcelona, Publicación Independiente, 2013.

HELLER, Steven; VIENNE, Véronique. 100 ideas que cambiaron el diseño. Barcelona: Blume, 2012. ISBN 9788498015867

MELOT, Michel. Breve historia de la imagen. Madrid, Siruela, 2010 ISBN 9788498413458

ORBACH, Susie. La tiranía del culto al cuerpo. Madrid, Paidós, 2010. ISBN 9788449323850

PHILIPS, Lisa (ed.); Flood, Richard; Hoptmn, Laura; Gioni, Massimiliano. Collage: the unmonumental picture, New York: New Museum of Contemporary Art, imp2007 ISBN 9781858944470

WOLF, Naomi. El mito de la belleza. Barcelona, Salamandra, 1992. ISBN 9788478880683

Sitios web

ALIAGA, Juan Vicente. Martha Rosler: La casa, la calle, la cocina. 2009. Disponible en: http://www.centroguerrero.org/index.php/Sintesis_Martha_Rosler/846/0/

ALONSO, Jose María; CANO, Josefa. “Funciones y tipologías del objeto silla en el contexto de su musealización”. Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga, 28/01/2014 Disponible en: <http://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/6966>

ARTILLO, Ernesto. Ernesto Artillo. Disponible en: <http://www.ernestoartillo.com/>

CAPDEVILA, Natália. Críticas a la nueva línea”Violeta by Mango” por “injusta” y “discriminatoria”. 11/12/13. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/mujer/20131211/54396059661/criticas-nueva-linea-violeta-by-mango-injusta-discriminatoria.html>

DÍEZ, Patricia. Los diez anuncios más machistas del siglo XXI. Disponible en: <http://muhimu.es/genero/%EF%BB%BF-lo-10-anuncios-mas-machistas-del-siglo-xxi/>

LUCAS, Miriam; LOZANO, Cristina. De Franco a Superpop, enseñando a ser mujer por los siglos de los siglos. Pikara Magazine, 05|11|2014 Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2014/11/de-franco-a-superpop-ensenando-a-ser-mujer-por-los-siglos-de-los-siglos/>

