



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA, MADRID
GRADO DE BELLAS ARTES**

TRABAJO FIN DE GRADO:

Violencia sexual, historia del arte y cultura de la violación
Propuesta a través del comisariado de una exposición artística

Convocatoria extraordinaria
Curso 2023-2024

Presentado por
Teresa Caldés Sánchez
9001063@alumnos.ufv.es

Tutorizado por
Javier Martín Jiménez
javier.martin@ufv.es

ÍN DI CE

- -Agradecimientos
- -Resumen y palabras clave
- -Introducción: Víctimas, actualidad y el papel del arte.
- -Objetivos
- -Metodología

ESTADO DE LA CUESTIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1 —VIOLENCIA ESTÉTICA

- 1.1 • Presión estética. Imposiciones y consecuencias en la salud.
- 1.2 • Publicidad sexista

2 —CULTURA DE LA VIOLACIÓN I

Historia Heteropatriarcal y blanca del arte: un recorrido por la sexualización de las mujeres

- 2.1 • Violencia sexual en el arte
- 2.2 • Desnudo de la mujer: creadas para ser vistas por el hombre
- 2.3 • La venus
- 2.4 • La prostituta terrenal
- 2.5 • La femme fatale
- 2.6 • Prepúberes: Pedofilia en el arte
- 2.7 • El papel de las instituciones

3—CULTURA DE LA VIOLACIÓN II

- 3.1 • Pornografía/Prostitución: Ellas culpables.
- 3.2 • Onlyfans

4—CULTURA DE LA VIOLACIÓN III:

- 4.1 • Socialización masculina: Erotización de la violencia
- 4.2 • Socialización femenina: Nacidas para gustar

DESARROLLO PRÁCTICO

- Propuesta de intervención a través del comisariado
- Elección del espacio
- Desarrollo y redacción de textos de comisariado
- Obras y artistas

- Análisis de resultados
- Conclusión
- Bibliografía.
- Webgrafía.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer, en un primer lugar, a mi tutor Javier Martín por su profesional labor, su guía y su acompañamiento a lo largo de este trabajo de investigación. Por otra parte, quiero agradecer a todo el elenco de artistas compañeras que han colaborado en este proyecto, sin las cuales no hubiera sido posible realizarlo. A su vez, quiero agradecer eternamente la presencia y el apoyo de mis amigas y amigos, quienes me han inspirado a seguir en la vida y a tener un motivo por el que ilusionarme. Por último, agradecer a todas aquellas mujeres feministas que con su experiencia y su trabajo de divulgación me han inspirado a iniciar este trabajo de fin de grado.

RESUMEN

¿Dónde comienza a cultivarse la misoginia? ¿Qué estructuras sostienen hoy día la violencia sexual en España? Abordamos estas discusiones en el presente proyecto mediante el comisariado de "INDUSTRIALIZADAS", una exposición que denuncia cómo la violencia de género se aprende a partir de la educación y el proceso de socialización. Profundizamos en cómo la prostitución, la pornografía y la violencia estética sustentan bajo un discurso neoliberal la explotación sexual de las mujeres y la misoginia, dando lugar a una erotización de la violencia, al consumo de cuerpos y diferentes tipos de violencias de género en la actualidad. Argumentamos cómo la historia del arte con perspectiva de género puede marcar un cambio de paradigma en la educación. Por último, mostramos la necesidad de una educación sexual y pública que evite que tanto hombres como mujeres desarrollen su salud sexual a partir de violencia, sumisión, falta de conocimiento y ficción.

PALABRAS CLAVE:

Violencia-Sexo-Género-Feminismo-Pornografía-Cultura de la violación-Prostitución-Violencia estética -Historia del arte

ABSTRACT

Where does misogyny begin to be cultivated? What structures support sexual violence in Spain today? We address these discussions in this project by curating "INDUSTRIALIZED", an exhibition that denounces how gender violence is learned through education and the socialization process. We delve into how prostitution, pornography and aesthetic violence support the sexual exploitation of women and misogyny under a neoliberal discourse, giving rise to an eroticization of violence, the consumption of bodies and different types of gender violence today. We will argue how art history with a gender perspective can mark a paradigm shift in education. Finally, we show the need for sexual and public education that prevents both men and women from developing their sexual health through violence, submission, lack of knowledge and fiction.

KEYWORDS:

Violence-Sex-Gender-Feminism-Pornography-Rape culture-Prostitution-Aesthetic violence-Art history

INTRODUCCIÓN

58 mujeres asesinadas y 57 menores huérfanos. Según la Delegación del Gobierno de España contra la violencia de género estas han sido las víctimas que en sólo 2023 ha dejado el machismo en España, un total de 9 víctimas mortales más que en 2022 y 2021 **(1)**. Una cifra que apenas disminuye a lo largo de los años desde que se comenzaron a registrar en 2003 las víctimas de los feminicidios. La situación de la actualidad nos conduce, o debería, a preguntarnos sobre el motivo de este incesante incremento de asesinatos machistas, a cuestionarnos qué está fallando como sociedad y por qué se deshumaniza cada vez más a las víctimas de violencia de género.

En la era de la desinformación y de la inmediatez en la que vivimos, el arte adopta un papel imprescindible para señalar las injusticias sociales que solemos tolerar. La libertad que proporciona la creación artística y la divulgación cultural resultan esenciales para hablar de lo que nos incomoda hablar. Es por ello por lo que a través del comisariado de la exposición "INDUSTRIALIZADAS" abordaremos de una manera visual, educativa y emocional realidades, que a pesar de ser denunciadas desde hace años, no dejan de seguir vigentes, aceptadas y sobre las que existe desconocimiento y tabú. Realidades que blanquean bajo un discurso neoliberal la trata de mujeres y la explotación sexual. Analizaremos a través del arte y de la publicidad cómo se ha ido gestando el concepto actual del deseo sexual y como éste se ha mercantilizado a partir del sistema capitalista mediante la industria de la pornografía, la prostitución y fenómenos como la aplicación de ONLYFANS, dando lugar a una erotización de la violencia, la hiperestimulación sexual y la ficción como principal método de educación sexual. Expondremos la importancia del papel del arte y de su historia a la hora de construir este imaginario colectivo en torno a la cultura de la violación, junto con la necesidad de cambiar su forma de impartirse para pasar a ser una poderosa herramienta para lograr una sociedad igualitaria y feminista.

Por otra parte, definiremos y actualizaremos la problemática de la violencia estética y como ésta se interrelaciona con la pornografía y la prostitución, siendo estas tres un esquema principal del patriarcado capitalista actual. La intención del presente proyecto es actualizar el discurso, observar desde el prisma de hoy día los cambios o retrocesos que ha habido en estos últimos 10 años y realizar una exposición colectiva integrada por artistas emergentes que denuncian el machismo, la violencia sexual y el consumo de cuerpos hoy.

El conjunto de artistas que participan está conformado por personas jóvenes que a través de su perspectiva relatan su discurso y su deseo de cambio. Nos resulta importante dar visibilidad a artistas en desarrollo y que están atravesadas por esta realidad. Nuestro objetivo es que se nos escuche, se nos tome en serio y que se cause un impacto, catarsis y reflexión en el espectador .

En definitiva, esta propuesta expositiva descrita expresa, por una parte, el sentir de una determinada producción artística joven -consciente de este problema social- y por otra parte constituye una contribución a alcanzar el fin anteriormente descrito, partiendo de la consciencia de que se necesitan muchas muestras futuras para concienciar a la sociedad.

OB JE TI VOS

-Realizar una exposición cuyo objeto y sujeto de análisis gira en torno a la violencia sexual y de género y su actual estructuración en la sociedad a través de la pornografía y la violencia estética, utilizando como medios el lenguaje: audiovisual, performático, gráfico e instalativo.

-Crear obra que conceptualice la violencia sexual y la violencia estética

ME TO DO LO GÍA

- REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

-Investigar a autoras feministas cuya obra gire en torno a la violencia sexual, la historia del arte, el género y la actualidad en datos

- METODOLOGÍA CREATIVA:

-Establecer referentes artísticos ¿Qué no se ha hecho de momento? ¿Cómo acercarlo y abordarlo de manera diferente en la actualidad?

-Análisis histórico de cuadros y mitos que han marcado la cultura de occidente.

-Análisis de imágenes y mensajes publicitarios. Lenguaje de género

-Consulta de encuestas y datos oficiales del estado español en torno a violencia sexual y violencia de género

-Buscar lugar de exposición. Convocatorias de la comunidad de Madrid o Universidad Francisco de Vitoria. Elegir consecuentemente la sala donde definir y plasmar el proyecto.

-Lograr planos de dicha sala, visitar en persona.

-Investigar artistas jóvenes cuyas obras y discurso aborden la violencia de género. Preparar dossier con obras seleccionadas y planificación de la exposición.

-Llevar a cabo simulación de la exposición mediante planos y maquetas 3d.

-Diseñar la promoción y las invitaciones para la exposición.

-Recopilar todo el proyecto en un catálogo que se entregará como prototipo

ESTADO DE LA CUESTIÓN

1- VIOLENCIA ESTÉTICA

Marketing y consumismo
Presión estética
Consecuencias en la salud

El 85% de las operaciones estéticas son para mujeres. Así nos lo expone Salander, según los datos del informe "realidad de la cirugía estética en España" de la sociedad de cirugía Plástica, reparadora y estética: "en 2021 en España hubo 400.000 operaciones y retoques estéticos, de los cuales 204.510 fueron intervenciones quirúrgicas. El 85% de todas las operaciones y retoques estéticos en España son para mujeres, es decir, somos el target principal de esta industria" (2024: 134) Este dato reafirma cómo nuestra socialización en función del género puede llegar al extremo de querer intervenir nuestro cuerpo para modificarlo. Modificar un cuerpo que no hemos elegido, que simplemente nos tocó al nacer pero que contrasta con el canon que la sociedad nos impone, un estándar irreal e inalcanzable pero que el sistema vende como posible gracias a toda la publicidad y la cultura. Nos indican que sólo un tipo de cuerpo es el correcto y es al que todas deberíamos aspirar. Contra esta realidad hay personas que achacan que los hombres también reciben este tipo de presión estética, lo cual a pesar de ser verdad no deja de tratarse de una presión reciente y desigual en comparación con las mujeres y una presión que, como argumentaremos más adelante, no acaba condicionándoles la vida. El feminismo al buscar acabar con el género también busca liberar al hombre de este tipo de presiones que se han acentuado en los últimos años debido al auge de las redes sociales y del capitalismo, presiones que nacen de un sistema patriarcal que premia y perpetua los estereotipos de género.

Salander nos expone también que: "En 2022 el tamaño de mercado de cirugía y retoques estéticos a nivel mundial superó los 75.000 millones de dólares, según datos de Statista, y en los últimos ocho años han aumentado un 215%. Hay gente haciéndose rica a base de crear traumas e inseguridades en nosotras mismas. Porque esta industria se sostiene por mujeres, que somos las principales perjudicadas por los mandatos inalcanzables de belleza" (2024: 134)

El hecho de que las mujeres reciban constantemente mensajes de que sus cuerpos no son los correctos y de que sus rostros han de ser eternamente jóvenes y cumplir con unos rasgos específicos genera problemas de salud mental, no solo causando una muy baja autoestima sino también llegando a provocar disforia, es decir, obsesionarse con un o varios defectos físicos percibidos por la mente y desear bajo cualquier circunstancia acabar con él/ellos.

Otro dato que nos debe preocupar es la edad de los primeros retoques estéticos. Salander expone que, según un informe de la Sociedad Española de Medicina Estética, la edad de los primeros retoques estéticos baja de los 35 a los 20 en una década. Esto nos reafirma que la presión estética actual ya no solo exige a las mujeres la prohibición de envejecer, sino que ahora es necesario también alcanzar la belleza en sí misma. Al marcar una serie de cánones estéticos que se han incorporado a nuestro día a día gracias a las redes sociales -como Instagram o Tik tok- con el uso de filtros y gracias a ese 1% de realidad irreal que las personas “influencers” venden en estas redes sociales, se genera un malestar y una insatisfacción corporal y personal que acarrearán ya no solo serios problemas de salud, sino que llegan a normalizar el querer operar tu propio cuerpo para obedecer y desear lo que desde niñas nos han enseñado. Así, el hecho de que la edad media haya bajado a los 20 años nos expone cómo a pesar de estar en una edad repleta de juventud, las personas no encuentran satisfacción propia suficiente y dependen de querer encajar en el molde para sentirse realizadas (Salander, 2024: 135)

Como expone Salander, 4 de cada 10 mujeres se maquillan diariamente: “Según un estudio de Revlon de 2019, el 90% de las mujeres en España afirman que les gusta maquillarse, 4 de cada 10 se maquilla diariamente y la edad en que lo empiezan a hacer de forma recurrente es a los 16 años” Salander al exponer este dato nos invita a reflexionar sobre el concepto de “arreglarse” que las mujeres tenemos interiorizado, donde el propio verbo nos indica que debemos hacer algo para solucionar el hecho de que “estemos rotas” ya que solo se arregla algo que está roto o estropeado. Al igual que el concepto de “imperfecciones”: “un grano, una arruga o una mancha no es un defecto, sino que es algo natural. Se ha dibujado un código social en el que para verte guapa sí o sí has de comprar todos los productos de maquillaje posible” (Salander, 2024: 139)

Y es que si analizamos los eslóganes de los anuncios de cosmética, se invita siempre a la mujer a utilizar su producto para enfrentarse a estas “imperfecciones” y ganar “glow” -figura 1- y su “tono de piel perfecta”



Figura-1-Anuncio base de maquillaje 4 IN GLOW-MAYBELLINE

Hasta el propio nombre del producto “corrector” -figura 4- debe alarmar. A continuación observamos como se catalogan productos de maquillaje bajo la idea de obtener un efecto “natural”, tapar “imperfecciones” o obtener una cara hidratada. Un discurso paradójico ya que se está hablando de aplicar un producto químico sobre la piel, un acto que de natural no tiene nada.



Figura-2-Anuncio corrector- L'ORÉAL PARIS



Figura 3-Base de maquillaje “efecto buena cara natural”-Chanel



LE CORRECTEUR DE CHANEL

CORRECTOR DE COLOR DE LARGA DURACIÓN

[Más información](#)

Ref. 167082

40 €



PINK

ARTÍCULO EXCLUSIVO

AÑADIR A LA CESTA

[Opiniones clientes](#)

Figura 4-Producto "Corrector"-Chanel

MAQUILLAJE LOS POLVOS



Los polvos CHANEL ofrecen un acabado natural transparente para una tez radiante. Con LES BEIGES POUFRE BELLE MINE NATURELLE, la tez está radiante como después de un día al aire libre. Suelos o compactos, POUFRE UNIVERSELLE matifica la piel y unifica la tez.

Figura 5-Producto los polvos con "acabado natural transparente para una tez radiante"-Chanel

Esta obsesión por encajar y su consecuente inseguridad no es un tema superficial, ya que para intentar solucionar esas “imperfecciones” se dedican muchos recursos. El mayor de los recursos es el tiempo y la salud mental. Tal y como expone Salander, citando un estudio que hizo Rexona en 19 países europeos: “las mujeres en España tardan una media de 30 minutos al día para <<arreglarse>>. El 44% está lista en media hora y, entre estas últimas, un 3% necesita más de una hora para poder salir de casa. (2024: 140) Por otra parte Salander nos expone que “En España nos gastamos 150 € anuales de media en cosmética, frente a la media europea de 137 €, según datos de EAE Bussiness School” (2024: 140)

Ante estos datos Salander reflexiona sobre dos conceptos clave: la cosificación y la sexualización. Con toda esta industria “estética” a las mujeres se les despoja de humanidad, identidad y de la realidad del día a día, para reducirnos a un trozo de carne que debe encajar en un molde determinado. A este cuerpo además se le sexualiza, de tal forma que ya no basta con ser un cuerpo no realista, sino que es un cuerpo que debe estar hecho para gustar y agradar a la mirada masculina “ha de ser atractivo y “follable” todo el rato” (2024: 140)

Toda esta presión estética generada por las industrias de la cosmética, de la moda y de la alimentación tiene consecuencias muy negativas en la salud mental y física de las mujeres y un cada vez mayor número de diagnóstico. Observemos algunas de ellas a través de los siguientes datos.

En primer lugar están los trastornos de la conducta alimentaria (de ahora en adelante TCA), un trastorno que acoge diferentes tipologías tan diversas como la propia persona, aunque entre los más comunes encontramos: la anorexia nerviosa, la anorexia nerviosa atípica, la bulimia y el trastorno por atracón. Según el Centro Nacional de Excelencia para los Trastornos de la Alimentación de Estados Unidos (2019) la anorexia es la enfermedad mental con mayor tasa de mortalidad de cualquier enfermedad psiquiátrica. Según la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia, SEMG, 2018, Los TCA se trata de la tercera causa de enfermedad crónica en la adolescencia. Según datos de la Asociación TAC de Aragón hasta el 20% de las personas con anorexia nerviosa pueden intentar suicidarse en algún momento de sus vidas y alrededor de 400.000 personas en España sufren algún trastorno de la conducta alimentaria, de ellas 9 de cada 10 casos son de mujeres y niñas, y 3 de cada 4 tienen entre 12 y 24 años (2024: 142)

Dentro de las causas de un TCA encontramos factores biológicos -si algún familiar ha pasado o pasa por uno- factores circunstanciales -estar atravesando una etapa de mucha ansiedad y estrés- y factores sociales -imposiciones estéticas como la extrema delgadez y los estereotipos de género- Siendo la extrema delgadez el canon del cuerpo “femenino”

LA EXTREMA DELGADEZ: EL CANON DE LA MUJER “FEMENINA”

Salander nos argumenta la fuerte influencia del patriarcado y del machismo en este tipo de imposiciones, ya que un cuerpo extremadamente delgado -que se aleja de uno musculoso y fuerte- “es frágil, sumiso, indefenso y débil” (2024: 142) En definitiva, es un cuerpo dominable y dependiente. Esta demanda social sobre el cuerpo de las mujeres la observamos en la industria de la moda, tanto en el uso de maniqués, como en las modelos, como en el reducido tallaje -desde 2007 el Ministerio de Sanidad definió que la ropa de tallaje especial comenzaba a partir de la talla 48 y que por obligatoriedad las tiendas debían ofrecer hasta esa talla. Sin embargo, observamos que en las tiendas de ropa convencionales los pantalones no superan la talla 42 o 44. (2024: 143)

A su vez en la industria alimentaria con el auge de la cultura de dieta con planes para adelgazar y la venta de productos estafa para lograrlo. Así como en la industria publicitaria, en dónde sea lo que sea que se anuncie, las personas seleccionadas siempre encajan en estos cánones, marcando la norma.

CUERPO HIPERMUSCULOSO: EL CANON DEL HOMBRE “MASCULINO”

En su contrario, el canon que se impone sobre los hombres es el de tener un cuerpo fuerte, muy musculoso, grande y con energía. Si un hombre se sale de esos cánones se considera que es “afeminado” y es excluido del grupo por misoginia: por parecerse a una mujer.

Tal y como expone Salander: “Según datos de la Generalitat de Catalunya en 2023, el 47% de las adolescentes de 12 a 16 años quiere adelgazar y el 41% está haciendo una dieta sin control médico. En el caso de las mujeres adultas, el mismo informe recoge que el 27% deja de comer para estar más delgada. Algo que no recogen estos datos es el sentimiento de culpa. (...) En muchos casos aparece la culpa para machacarte y recordarte que te está alejando de ese objetivo de delgadez, para que luego salga ese pensamiento lógico de compensación de <<cenaré menos>>” (2024: 143)

Por otra parte en palabras de Salander, “según datos de Bullying sin Fronteras de 2019, el 45% del bullying que sufren las niñas y adolescentes es por su cuerpo” Aquí entra en juego el concepto de gordofobia, una fobia que todos tenemos porque el propio sistema nos la inculca desde la infancia. Como bien afirma Salander la gordofobia es: “el rechazo, odio y violencia que sufren las personas gordas por el mero hecho de serlo. Es la jerarquía social donde lo deseado y elevado es la delgadez, mientras que la gordura es algo inferior, denostado y objeto de burla” (2024: 144) La clave está en comprender que la delgadez no siempre significa estar sano –“desde 2022 la OMS ya no considera la obesidad como una enfermedad sino como un factor de riesgo de otras enfermedades” (2024: 144)

Ejemplos de esta gordofobia los encontramos en el día a día. Resulta normal e incluso atractivo ver un anuncio de una mujer joven y bella comiendo una hamburguesa -Figura 6-, sin embargo si el anuncio estuviera protagonizado por una mujer gorda, también joven y bella, sería juzgada y vista con una connotación negativa, como si lo que estuviera haciendo fuera malo y no tuviera el derecho a comerse una hamburguesa porque es gorda. De hecho, la mera palabra "gorda" es considerada un insulto y se suele usar en su lugar el eufemismo de "gordita" lo cual nos demuestra cómo estas personas se perciben socialmente como seres inferiores al resto.



Figura-6-Spot hamburguesa de VICIO

PUBLICIDAD SEXISTA

A lo largo de esta sección analizamos cómo a través de la publicidad los roles de género marcan un estereotipo ideal al que aspirar, un ideal que se utiliza para vender un producto determinado. La publicidad de fragancias suele conocerse por utilizar la sensualidad y el deseo como herramienta de marketing, ahora bien ¿De qué manera se representa el deseo masculino y el deseo femenino?

Las marcas PACCIO RABANNE y MARC JACOBS ejercen la pornificación de la cultura, tal y como afirma Alario, a través de una serie de lenguajes específicos y que han acabado por normalizarse. (Alario, 2024: 37) Observemos a partir del análisis de imagen qué se vende a la sociedad como deseable y qué papel se pone sobre la mujer en este deseo.

MARC JACOBS Y LA PORNIFICACIÓN DE LA MUJER

PERFUME DECADENCE DE MARC JACOBS (2)

Este anuncio, de 20 segundos de duración, es del año 2015. La descripción del perfume en páginas web donde aún se vende es la siguiente:

"Marc Jacobs brings his irreverent aesthetic to a new level of glamour and luxury with Decadence, a sensual fragrance as intoxicating as the woman who wears it. Decadence perfume for women seduces with sultry top notes of succulent Italian plum wrapped in golden saffron and velvety iris flower, then blooms into an extravagant bouquet of Bulgarian roses and creamy jasmine. With its opulent finish of warm, heady woods and sexy liquid amber, Decadence leaves behind an alluring trail and an unforgettable impression.

Developed by Master Perfumer Annie Buzantian, Decadence speaks to a woman who makes her own rules. The emerald-green bottle, inspired by an iconic Marc Jacobs handbag, appeals to her love of luxurious craftsmanship."

Cabe destacar de la descripción "a sensual fragrance as intoxicating as the woman who wears it" que contrasta con la posterior conclusión de "Decadence speaks to a woman who makes her own rules" Observemos frame por frame qué considera Marc Jacobs como lujoso y empoderante con su perfume, el cual se llama "Decadence"-es decir decadencia- que significa el decaer de algo, su ocaso, su declive o descenso.

Comienza el vídeo con una música lenta y sugerente que acompaña toda la escena, en la que observamos a la protagonista en el suelo en una actitud sensual y tocándose todo el cuerpo -figura 7- su expresión va variando entre feliz y provocativa.

En un punto acaba semidesnuda con un corsé que marca su figura -figura 8-. Mira provocativa a un lugar detrás de cámara mientras estira y se toca sus piernas perfectamente depiladas y brillantes.



Figura-7



Figura-8

En la figura 9 vemos a la mujer morder el pompón del perfume con deseo.

Finalmente, en la figura 10 la protagonista mira a cámara con una expresión de plenitud mientras sujeta el frasco de perfume con una mano.



Figura-9



Figura-10

Este tipo de "sensualidad" representa a la perfección la pornificación de la cultura (Alario, 2024: 37) y los estereotipos que recaen sobre la mujer. La mujer sensual y "empoderada" debe ser agradable a la vista, tener un cuerpo delgado, unas piernas largas y sin pelos, debe ser provocativa pero sin ser salvaje, debe disfrutar y mostrarse exuberante ante su sexualidad.

Parece impensable imaginar en esta escena a la misma mujer pero con pelos en las piernas y con un poco más de ropa, porque este tipo de industrias sabe que eso no gusta.

Marc Jacobs con este anuncio pretendía vender una idea de "sexualidad empoderada" femenina, sin embargo este anuncio responde a los cánones que el patriarcado impone sobre la mujer y que se dan dentro de la industria de la pornografía.

La mujer al ver este anuncio, y otros, va interiorizando que eso es a lo que tiene que aspirar, que tiene que lograr ese cuerpo y que, en cierta manera, ese perfume le dará esa sensación. Se utiliza el cuerpo idealizado y sexualizado de la mujer para vender un producto.

Por otra parte, los hombres también consumirán este anuncio e interiorizarán que esa es la mujer que quieren, es la mujer ideal y que les hará felices, descartando cualquier otro tipo de mujer porque esa no será la estereotípica y por tanto no será deseable.

Por último, el hecho de que la mujer se encuentre siempre en el suelo invita de manera indirecta a su dominación. Si alguien quiere acceder a esa mujer, ella le provoca y le mira pero lo hace desde el suelo.

PACCO RABANNE Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

INVICTUS de PACCO RABANNE (3)

Este anuncio de Invictus de Paco Rabanne es del año 2013. Se analiza frame por frame como emplea un lenguaje sexista y los roles de género.

Se observa en primer lugar al protagonista -un hombre de unos 30 años- que sale de los vestuarios de un estadio de fútbol y es recibido por un grupo de fotógrafos que pelean por sacarle fotografías mientras el público que llena todo el estadio le grita y aclama -figura 11



Figura-11

El hombre continúa y es recibido por dos mujeres de tamaño sobrenatural que tapan su cuerpo con una pequeña túnica -figura 12- después un equipo de fútbol corre hacia él pero antes de verse alcanzado, con solamente un gesto hacia atrás con sus dos manos, logra destruir a todo el séquito -figura 13.



Figura-12



Figura-13

El protagonista sigue caminando a través del estadio y en la figura 14 observamos como una de las mujeres de tamaño endiosado lo señala. A continuación lo reciben dos hombres también de tamaño olímpico para premiarlo con la copa "invictus" -figura 15- tras lo cual la diosa que estaba a sus espaldas deja caer su túnica con una expresión sensual -figura 16.



Figura-14

Por último, el protagonista entra con su premio a los vestuarios en dónde le esperan 5 mujeres apenas cubiertas con túnicas -figura 17- las cuales tras mirarlas se desnudan ante él -Figura 18.
El último frame -Figura 19- es de él mirando directamente a cámara con una expresión cómplice y triunfal.



Figura-15



Figura-16



Figura-17



Figura-18

OLYMPÉA (4)

Esta fragancia es la versión femenina de "INVICTUS", el anuncio salió también en 2013. Sin embargo se aprecia una desigualdad en cuanto a los mensajes que se lanzan, en donde los roles de género vuelven a estar presentes. En este anuncio el espacio se trata de una ciudad olímpica donde encontramos mujeres y hombres -algunos de un tamaño natural y otros de tamaño sobrenatural como dioses. En el primer frame -figura 20- se observa a un hombre contemplando a una mujer, la cual en actitud apática mira ensimismada a la nada.



Figura-19



Figura-20

En la plaza de la ciudad -figura 21- vemos que apenas hay personas, en total un grupo 4 hombres y una mujer. Llega Olympea -figura 22- en un lujoso coche y procede a bajar por las escaleras de la ciudad acompañada de dos mujeres más -figura 23- con las estatuas de dioses girándose hacia ellas para mirarlas



Figura-21



Figura-23

En el siguiente frame vemos a un hombre que a pesar de estar siendo servido por dos mujeres, centra su atención en Olympea -Figura-24. Las dos mujeres se enfadan, reflejándose así una competencia femenina por lograr la atención masculina -Figura 25.



Figura-22



Figura-24



Figura-25

El anuncio continúa con Olympéa paseando -recibiendo tres miradas masculinas- hasta una piscina -Figura 26.



Figura-27

Finaliza el anuncio con Olympéa en unos vestuarios masculinos en donde sorprende a dos hombres desnudos que, avergonzados, se cubren -figura 27- tras lo cual Olympéa mira entre divertida y seductora a cámara -figura 28



Figura-26

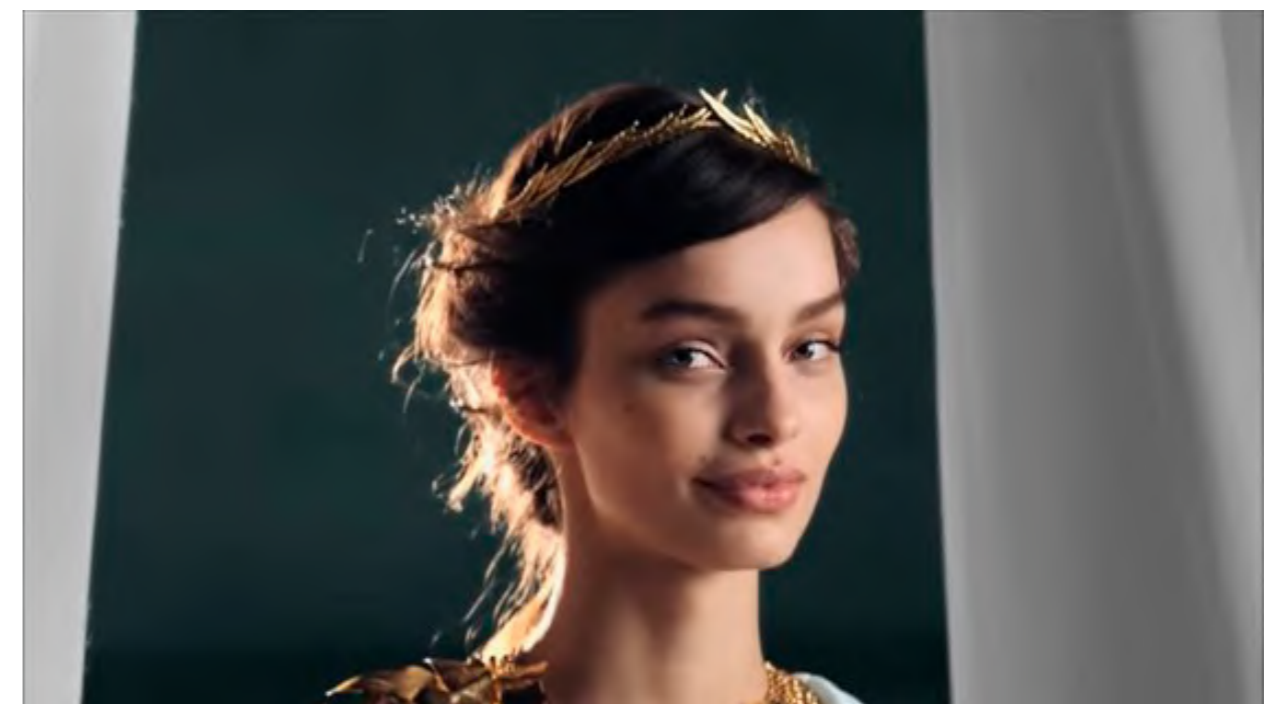


Figura-28

Tras las imágenes presentadas se obtiene la conclusión de que existe un lenguaje de género en publicidad, que dicho lenguaje sexualiza a la mujer desde una posición inferior frente a la del hombre y que existe una desigualdad entre lo que se considera femenino y lo que se considera masculino.

Vinculándose de esta manera lo masculino al poder, al éxito y a la sensualidad dominante, mientras lo femenino se asocia a lo sensual provocativo -en una búsqueda por agradar a la mirada masculina, siendo así la mujer un objeto sexual de consumo- y a lo canónicamente estético -estereotipos como la extrema delgadez, cuerpos depilados y jóvenes rostros perfectos.

Por otra parte, en el anuncio femenino se establece una comparación entre mujeres "imperfectas" y la mujer a la que se tiene que aspirar ser: Olympéa, comparación que ensalza y legitima la existencia de un canon perfecto en el que todas las mujeres deben encajar.

INVICTUS Y OLYMPÉA EN LA ACTUALIDAD

Observemos de qué manera Paccó Rabanne ha cambiado o no su lenguaje de género y el uso de estereotipos actualmente en 2024.

INVICTUS en 2024, descripción:

<<INVICTUS: ENCARNACIÓN DE UN HOMBRE EN TODO SU PODER. Héroe absoluto. Bendecido por los dioses y listo para afrontar cualquier reto. La fragancia masculina Invictus encarna la victoria. Un choque fenomenal entre la frescura aguda y la sensualidad animal. Dos fuerzas a las que nada (ni nadie) puede resistirse. Una fragancia mítica para un hombre que es una leyenda.>>

Se analiza por partes esta descripción de la línea masculina Invictus. En primer lugar con esta fragancia Paccó Rabanne pretende hacer creer al hombre -su cliente- que con su fragancia será "invencible", para lo cual utiliza el siguiente lenguaje: "Invictus encarna la victoria", "Encarnación en hombre en todo su poder", "Héroe absoluto", "listo para afrontar cualquier reto" y "Bendecido por los dioses", generando así en el varón el deseo de ser musculoso, heroico y legendario -como los hombres que patrocinan el perfume en el spot que encontramos en la página web (5) -figuras 29, 30, 31, 32, 33, 34-

A su vez se alude a la sensualidad masculina mediante: "sensualidad animal", vinculando la masculinidad del perfume a una persona que desea o tiene un fuerte deseo sexual -"animal"- La descripción termina con: "Una fragancia mítica para un hombre que es una leyenda" vendiendo al hombre que su producto logrará hacerle superior e invencible.



Figura-29



Figura-31



Figura-30

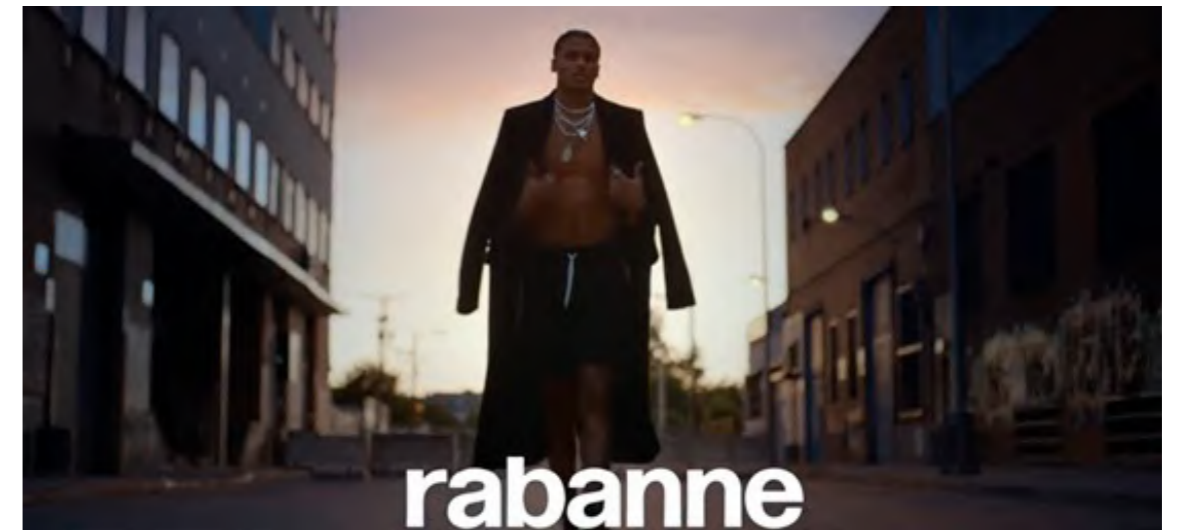


Figura-32



Figura-33

Preocupa que en comparación con el spot femenino, el spot masculino siga arrastrando los mismos estereotipos de género sin un mínimo de diversidad, cambio o flexibilidad en ellos. De esta forma se genera una disonancia entre la percepción de poder "masculino" y de poder "femenino" y una desigualdad ya que el "poder" masculino sigue siendo concebido como el acto de dominar, poseer y triunfar ante todo enemigo.

En el spot vemos la presencia de coches, un dinosaurio, otros hombres peleando, una estantería rebotante de trofeos, caballos -símbolo de fuerza y dominación- y torsos desnudos -Figuras - que nos transmiten esta sensación de invencibilidad, puesto que el protagonista del spot puede y triunfa frente a todos ellos. Un mensaje bastante diferente del de Olympéa, en donde no se vende ese mensaje de dominación frente al mundo y no se utiliza la ficción para glorificar a la mujer. Por tanto, si se continúa lanzando el mismo mensaje -Dominación, virilidad y poder como éxito en la vida- que han recibido a lo largo de la historia a los hombres a partir del género y los roles masculinos, es imposible alcanzar una sociedad igualitaria.

Tras estas imágenes observamos cómo el desnudo en el hombre simboliza poder, fuerza y dominación, es un desnudo aceptado socialmente. Mientras que el desnudo femenino, que ha sido durante siglos sexualizado, si se muestra desnudo recibirá una mirada cosificadora -es decir, ese derecho que se otorga el varón para soltar comentarios sobre ese cuerpo, sexualizarlo, agredirlo y desear poseerlo- y una mirada acusadora, puesto que su desnudo es un desnudo tabú.



Figura-34

OLYMPÉA en 2024, descripción:

<<OLYMPÉA: ICONO ABSOLUTO.

La especial. La que domina y fascina. Una mujer que toma el poder, con confianza. Obra maestra de los dioses. Una diosa mítica, que hace temblar la tierra y cuyo perfume cautiva. Intensa agitación. Efecto carnal. Una fragancia sensual con notas de vainilla salada, animalista. ¡Nos inclinamos!>> (6)

Se analiza por partes esta descripción en contraposición con la línea masculina Invictus.

Cuando se lee "Una mujer que toma el poder" se entiende que la mujer no es poderosa sino que debe tomar ese poder, mientras que en Invictus él ya es un héroe poderoso "héroe absoluto".

Con "Una diosa mítica" tratan de endiosar a la mujer, sin embargo más adelante se refieren a ella como "Obra maestra de los dioses" -algo creado- mientras que en Invictus el hombre no era obra de nadie, sino que recibía la bendición divina.

Por otra parte, se observa con "cuyo perfume cautiva" que aunque la mujer sea poderosa debe "cautivar" al otro, debe gustarle.

Cuando se alude a la sensualidad femenina emplean:

"Intensa agitación. Efecto carnal. Una fragancia sensual con notas de vainilla salada, animalista"

Mientras que en Invictus empleaban "sensualidad animal" y nada más, en Olympéa parece que es muy importante el aspecto sexual de la fragancia, una sexualidad muy completa puesto que es tanto carnal, como agitada, como suave con un toque de vainilla pero también salvaje al ser "animalista".

Por último la fragancia utiliza "¡Nos inclinamos!" para terminar de vender su producto, prometiendo a la mujer -su cliente- que con el perfume Olympéa logrará cautivar y ser adorada, tomar el poder y ser sensual.

Anunciando la fragancia en la página web también encontramos un breve vídeo de presentación, en donde afortunadamente sí se nota un mayor impacto del feminismo, aunque no profundo. En el vídeo vemos a un grupo diverso, al incluir mujeres racializadas, que realizan diferentes actividades como bailar, rapear o practicar deporte -figuras 35, 36, 37, 38-. Demuestran fuerza y poder sin presencia de ningún varón al que conquistar -como si sucedía en el spot de 2013. Sin embargo este grupo de mujeres siguen obedeciendo a la presión estética patriarcal -todas son delgadas, todas están depiladas y todas están maquilladas. Es un avance, aunque ciertamente contradictorio con lo que en verdad vende y busca el perfume y la marca.

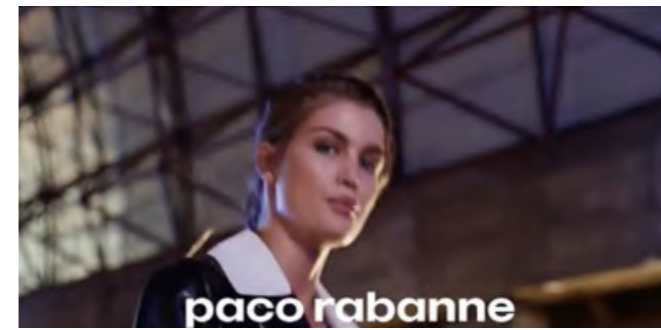


Figura-35



Figura-36



Figura-37

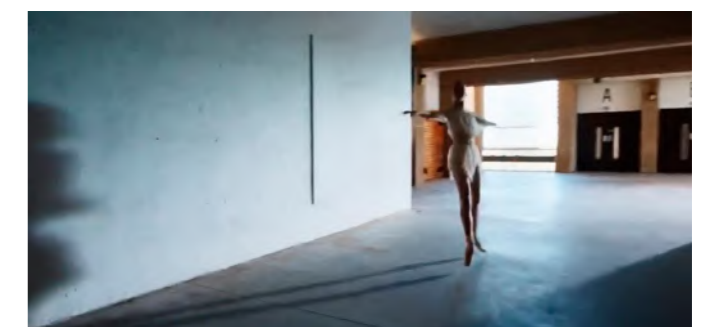


Figura-38

JEAN PAUL GAULTIER Y VIOLENCIA ESTÉTICA

En el perfume la belle encontramos violencia estética contra la mujer a partir de un canon estético idealizado, inalcanzable y fundamentado en el concepto de "la mujer venus"

FRAGANCIA LA BELLE EN 2024 (7)

En primer lugar analicemos el frasco que contiene el perfume
<<EL FRASCO>> -descripción de la página web de Jean Paul Gaultier:

"Una botella llamada deseo. Del rojo al negro, la feminidad original de La Belle Le Parfum se intensifica con este degradado en sus líneas perfectas. Un estilo ultrasensual que se adorna con un collar de rosas doradas para dejar la tentación suspendida de su cuello."



Figura-39-Frasco fragancia "LA BELLE"-2024-JEAN PAUL GAULTIER

Se observa que ha habido un mínimo de evolución al haber seleccionado para representar el anuncio web a una modelo con un tallaje un poco más grande que el habitual. Sin embargo siguen utilizando una serie de estereotipos que se asocian al género femenino para vender la fragancia y hacerla "deseable" centrando su concepto de mujer en su "sexualidad", una sexualidad muy concreta.

Esto lo observamos en su descripción:

"En el Jardín de Gaultier, donde todos los pecados están permitidos, la nueva mujer original La Belle Le Parfum intensifica su poder de seducción con una adictiva sensualidad. Su feminidad, el fruto prohibido con curvas rojo oscuro que enfatizan su intensidad, se adorna con un collar de rosas doradas. Y, bajo el sol resplandeciente que baña la densa vegetación, su Eau de Parfum Intense Ámbar Gourmand cautiva exquisitamente los sentidos. ¡Sucumbe a la tentación!"

Según esta descripción, la "sensualidad", el fruto "femenino" y "prohibido" de la mujer son sus pechos -los cuales en el frasco aparecen esculpidos de manera idílica y erotizada- esta "feminidad" viene adornada por unas rosas que intensifica su "poder de seducción" para <<dejar la tentación suspendida de su cuello>>

Sin embargo, a pesar de su intento por modernizarse, la marca Jean Paul Gaultier no deja de vender la misma idea de esa mujer endiosada, divina, bella, perfecta y sensual y cuyo cuerpo se presenta como deseable para el espectador, de una manera no natural ni real. Un cuerpo que en el frasco sigue siendo representado bajo los cánones que el patriarcado ha exigido de las mujeres, una mujer 90-60-90 -figura 52- por mucho que la modelo que presenta este perfume en esta ocasión se salga levemente del prototipo de mujer que ellos mismos venden.

La imagen de mujer que representa "La belle" es el mismo que se encuentra en la figura de "la venus" dentro de la historia del arte. Un concepto que no se corresponde con la realidad y que impone a las mujeres un determinado cuerpo que tener y una determinada manera a la que aspirar a ser, las cuales le otorgarán esa "sexualidad femenina". Un cuerpo desnudo creado para ser objeto de deseo masculino, cuya sexualidad reside en generar el deseo en el otro.

Finalmente, en Jean Paul Gaultier no solo no se observan avances en cuanto a perspectiva de género ni un compromiso por acabar con la presión estética, sino que detrás de su producto se perpetúa la cosificación del cuerpo de la mujer y un deseo sexual muy concreto

En conclusión, se ha demostrado que a partir de la publicidad se marca una determinada manera a la que aspirar a ser que se fundamenta en los estereotipos de género.

Tal y como se ha analizado en este capítulo, la publicidad y el marketing tienen un fuerte impacto en la manera de pensar a través de lenguajes que -aunque más o menos sutiles- esconden imposiciones arcaicas como la creencia de que la mujer debe gustar, seducir y ser poderosamente divina, mientras que el hombre debe conquistar, ser fuerte, imponerse al mundo, dominar y ganar todas sus victorias, siendo una de ellas el amor idolatrado de la mujer a la que conquistar y/o conseguir.

Estos lenguajes perpetúan los estereotipos de género, las violencias sexuales y estéticas, y las relaciones de poder desiguales en la sociedad actual entre hombres y mujeres.

La publicidad forma parte de nuestro proceso de aprendizaje y socialización, configura nuestro deseo y condiciona en qué gastamos nuestro dinero. Se continúa con este análisis en la sección 4 "CULTURA DE LA VIOLACIÓN III: Socialización masculina - Erotización de la violencia y Socialización femenina -Nacidas para gustar" donde observaremos de qué manera los roles de género desencadenan en violencia sexual contra las mujeres.

CULTURA DE LA VIOLACIÓN I

2-CULTURA DE LA VIOLACIÓN I

Historia Heteropatriarcal y blanca del arte:
Un recorrido por la sexualización de las mujeres.

La violencia contra las mujeres sigue siendo una causa por la que luchar y sobre todo sobre la que educar. Desde la perspectiva de la historia del arte se fomenta de manera silenciosa pero impactante esta cultura de la violación. Como artistas que han aprendido y atravesado el arte desde su experiencia y aprendido su historia, tenemos la urgente necesidad de aplicar la perspectiva de género a la historia del arte y replantearnos cómo ésta se imparte en los centros educativos. Lejos de pecar de presentismo, lo que pretende este capítulo es plantear el camino para hablar del arte con propiedad, abandonando la idealización y contextualizando de una manera pedagógica los relatos que se esconden detrás de determinadas obras de arte y conceptos repetidos a lo largo de la creación artística que perpetúan y blanquean esta cultura de la violación y sexismo.

Cuando hablamos de cultura de la violación dentro de la historia del arte, nos referimos a todas esas ideas que representadas en escenas dulcificadas e idealizadas son aprendidas y toleradas como naturales al género o propias de la época, y que acaban ocultando una fuerte violencia sexual. Estas escenas encarnan conceptos como "La Venus", "el rapto" o "la pureza femenina" conceptos que nacen de la perspectiva masculina y se dirige al hombre indicándole qué debe buscar, realizar y desear, y a la mujer marcándole cómo debe y no debe ser y comportarse. Conceptos que hoy día siguen observándose desde el prisma de las sociedades de aquella época. Revisitar la historia y aprender de ella es vital para que una sociedad evite cometer errores del pasado y logre reaccionar a problemas del presente.

A la hora de representar una escena en donde apareciera una mujer, los artistas a lo largo de la historia siempre encontraban en cualquier relato la excusa para retratarlas desnudas, dando lugar a una erotización del cuerpo de la mujer que ella no decidía y que resultaba innecesaria.

A continuación, analizaremos la representación dentro del mundo del arte de una serie de mitos grecorromanos recogidos en "Metaformosis" obra de Ovidio. Obra clásica entre otras, en donde se idealiza la violencia contra la mujer a partir de dichos relatos. Mitos e historias que han marcado la historia de occidente y han servido durante siglos como excusa para los artistas a la hora de ilustrar historias de sexo no consentido ni deseado en pinturas, esculturas y diferentes modos de expresión -obras que observamos en una gran mayoría de museos de arte- normalizando esta violencia sexual y fundamentando esta cultura de la violación.

Entre estas metamorfosis, destacan las de Zeus, quien se transformaba para engañar a mujeres y poder raptarlas y violarlas.

VIOLENCIA SEXUAL

Analizaremos la representación de esta serie de mitos y su idealización de la violencia contra la mujer de la mano de la historiadora Helena Sotoca y su tesis “Ni musas ni sumisas” (Sotoca, 2022)

Como explica Sotoca, existe en el patriarcado un continuo binarismo entre lo que es de la mujer y lo que es del hombre. En el mundo del arte la mujer ha sido durante miles de años objeto, mientras que el hombre ha sido el sujeto. Es decir: “El hombre –sujeto—hace arte. La mujer –objeto—es arte” (2022: 38) Esto que a priori pudiera parecer algo bonito o incluso un halago, esconde detrás una visión paternalista y controlada de lo que es y debe ser la mujer, y en el momento en que la mujer por propia voluntad decida salirse de los cánones en los que la han criado, será repudiada, señalada y juzgada. Como explica Sotoca, si aceptamos este discurso acabamos adoptando: “un lugar pasivo en su sistema. Un espacio en el que las mujeres no podemos hacer ni decidir. Solo podemos ser para su consumo” (2022: 38)

Sotoca pone el énfasis en que aunque pueda parecer que estas desigualdades que se vivieron en el pasado no se viven en el presente, esto no es así. Lo ejemplifica de la siguiente manera:

“Pongamos que estrenan una nueva película en la que la actriz principal lo borda. El papel de su vida. Una obra maestra de la interpretación. Al día siguiente, los titulares que nos encontramos en prensa han hecho caso omiso al despliegue de talento para centrarse en otros temas a propósito de la actriz: <<[La actriz] parece haber doblado su peso tras su reciente ruptura con [personaje público]>>, <<[La actriz], más sexy que nunca>>, <<El desnudo de [La actriz] convierte la película en la historia del cine>> Da igual lo que la actriz haya conseguido como sujeto; el foco se pone una y otra vez en lo que es como objeto de consumo. De consumo masculino, por supuesto.” (2022: 39)

A la hora de analizar cómo los hombres han creado su propio imaginario y normativa en torno a las mujeres, hemos de tener en cuenta que el sistema patriarcal se retroalimenta. Es decir, pinturas que se produjeron en el S.XVI se inspiran en textos y mitologías de siglos atrás, también escritos por hombres. De tal manera, que intentar justificar este tipo de representaciones aludiendo a que se trata de una reinterpretación del mito greco-romano, resultaría contradictorio y del todo improductivo. Es necesaria una crítica feminista que nos permita visitar la historia y liberar a la mujer del molde en que el patriarcado la ha encajado siempre (2022: 45)

Como explica Sotoca, en la mitología clásica la norma en el relato es la violencia contra las mujeres, mediante la violación o la repudiación cuando intentaban ser dueñas de su vida, sin embargo con el paso de los siglos no hubo reparo moral respecto a esta realidad sino que todo lo contrario, a partir del Renacimiento con la recuperación de la cultura clásica los artistas comenzarían a retratar y representar estas escenas “con una mirada que sexualizaba a las víctimas. Convertían la violación en una imagen deseable para ellos” (2022: 45)

Esto que puede resultar escandaloso, no se aleja de la actualidad y del consumo de la pornografía “En diciembre de 2020, la plataforma de pornografía Pornhub eliminó más de diez millones de vídeos -la mitad más o menos del total- por ser sospechosos de contener violaciones” (2022: 45) Observemos esta erotización e idealización de la violencia a partir del imaginario de diferentes artistas:

En la figura 40, pintura realizada por Da Vinci, se representa el mito de Leda y el cisne. Según éste, Zeus descendió del Olimpo en forma de cisne para intentar seducir a Leda, mientras la reina paseaba cerca del río Eurotas. Zeus en forma de cisne engañó a Leda haciéndole creer que había sido atacado por un águila. Leda se compadeció y acudió a protegerlo sobre su regazo. En este instante Zeus aprovechó para violarla y penetrarla.

LEDA Y EL CISNE



Figura-40- Leda y el cisne-1515-1520
Leonardo Da Vinci

Este mito ha sido reproducido con bastante frecuencia, igual que otros mitos de violaciones y raptos. A lo largo del Renacimiento se prohibía representar de una manera explícita el encuentro sexual entre un hombre y una mujer, es por esto por lo que los mitos y sus representaciones tuvieron tanta fama. Se solían guardar en "salones privados" de reyes y personas adineradas, en donde daban rienda suelta a su "irrefrenable" deseo sexual. Respecto a esta erotización de las violaciones, Sotoca nos afirma que también se vieron promovidas por autores como Maquiavelo quien en su tratado sobre política manifestó que obtener la fortuna sería tener una mujer a la que dominar: "golpearla y zaherirla" (Maquiavelo, 1532: 131) Además del hecho de que los gobernantes veían en Zeus una figura a la que aspirar, ambos reyes de todos los dominios, hombres temidos y poderosos (2022: 50)

En la pintura de Da Vinci -Figura 40- observamos a una Leda sonriente, relajada e incluso feliz, que abraza por el cuello al cisne -Zeus- y mira con ternura dos de sus frutos de su violación: sus hijos Pólux y Cástor. El cuerpo de Leda se representa de manera sexualizada e idealizada, tal y como observamos en sus proporciones perfectas, según el canon renacentista, el vientre marcado y hacia fuera y los pechos estimulados. De esta manera, hasta que se sabe el total del relato, no parece que la mujer acabe de ser violada, sino que incluso ha sido una acción que en el fondo deseaba y que le ha llevado a ser madre, la única función aceptada socialmente de la mujer.

Otra representación de este relato la encontramos en el grabado de Giulio Campagnola -Figura 41- en donde la expresión del rostro de Leda parece entre extasiada e ida, con una especie de placer que le ha costado alcanzar, mientras que su lenguaje corporal deja entrever cierta resistencia cuando vemos las piernas tensas y contraídas, aunque abandonando su fuerza tal y como deducimos al ver su pie izquierdo que empieza a relajarse. A su vez con la mano izquierda intenta apartar la cabeza del cisne, aunque de nuevo abandonando ya toda oposición.



Figura 41-Leda-Giulio Campagnola-1500-1515

Esta imagen lejos de reflejar el miedo, horror y el claro rechazo que provoca ser violada sexualmente, refleja una primera resistencia por parte de la víctima pero que acaba abandonando al ya verse penetrada por el dios, puesto que se considera "un honor" y un acto que en verdad toda mujer desearía aunque en un principio no dé su consentimiento. Esta ilustración es un reflejo de la falsa creencia de que cuando una mujer está diciendo que "no" en realidad quiere decir que "sí"

Por último, la escultura de Emanuele Caroni de 1875 -Figura 42- en donde Leda ha dejado de ser representada como mujer para pasar directamente a ser una niña. Una niña que va a ser violada por el cisne sobre el que está sentada.

La idealización de este tipo de escenas blanquea el relato que hay detrás y la violación que sufre en realidad Leda, quien en ningún momento tiene ni voz ni voto y ni siquiera es consciente de que tras ese cisne está el dios Zeus camuflado.



Figura 42-Leda y el cisne-Emanuele Caroni-1875

EL SECUESTRO DE LAS HIJAS DE LEUCIPO



Figura-43- El secuestro de las hijas de Leucipo-1616-RUBENS

En esta pintura -Figura 43- vemos representados a Cástor y Pólux, hijos de Leda, que secuestran a las hijas de Leucipo Febe e Hilaíra para contraer matrimonio con ellas. Este relato fue popular en época clásica y luego en renacentista, en palabras de Sotoca:

“Entre los poetas que recogieron este episodio mitológico está Ovidio. Concretamente en su “arte de amar”, obra en la que el poeta romano utiliza la historia de las hijas de Leucipo para describir ni más ni menos que lo que él llama los <<placeres>> de la violencia sexual. (...): <<Aunque ella no te de los besos, róbaselos tú a pesar de no dártelos. Es posible que al principio luche contigo y te llame “sinvergüenza”; sin embargo, deseará que la venzas en la lucha. Sobre todo ten cuidado de no hacerle daño en sus delicados labios cuando le arranques violentamente los besos>> (Ovidio, 1989: 382)” (2022: 48)

Analizando el cuadro volvemos a observar la figura de la mujer desnuda con un cuerpo idealizado -según el canon de la época- ya que por estar siendo raptadas deben aparecer obligatoriamente desnudas. En esta escena Febe e Hilaíra muestran rechazo y un claro forcejeo por intentar escapar de sus raptos, sin embargo este rapto no parece ser por todos percibido como un acto de violencia, ya que como nos expone Sotoca:

“Reinhard Liess escribió sobre el cuadro de Rubens <<[...] el contemplador, que antes no leyó más que lamento en el rostro y los gestos, verá y comprenderá el triunfo de Febe. La mano extendida hacia el cielo ofrece un saludo al invisible. Está como dispuesta para recibir un regalo celeste. Se acerca a los dioses>> Puede dar la sensación por el parecido con las ideas de Ovidio –la mujer que disfruta de la violencia sexual-- de que el texto sea de hace siglos. Es de 2007; en el siglo XXI hay un historiador del arte que interpreta el gesto de una mujer violada como agradecimiento. No contento con ello, añade una especie de mistificación de la sexualidad de la mujer basada en la violencia <<Mediante el hecho de ser raptada, Febe se adentra en el destino de la mujer. Su rapto es el hallazgo y el enaltecimiento de su naturaleza>> Como si hubiera una quintaesencia de nuestra sexualidad que solo podemos alcanzar si pasamos por una agresión sexual” (2022: 49)

EL RAPTO DE EUROPA



Figura 44-El rapto de Europa-Rubens-1629

El rapto de Europa de Rubens -Figura 44- que es una imitación del original de Tiziano, representa un relato que aparece en Metamorfosis de Ovidio: Europa, hija del rey Agénor de Tiro estaba paseando por la playa con sus amigas cuando fue raptada por Zeus, quien para intentar seducirla y engañarla se convirtió en un bello toro blanco, de tal manera la joven no sospechó y acercándose se subió sobre su lomo, en ese instante el toro blanco -Zeus- aprovechó y se la llevó a Creta donde, como dice Sotoca:

“según nos cuenta el mito, <<se unieron bajo la sombra de unos árboles, los cuales nunca perdieron las hojas tras ese acontecimiento>> ni que decir tiene que la acción que se esconde tras esa idílica unión bajo la sombra de unos árboles es una violación. Porque Europa estaba asustada. Porque Europa no quería irse con el toro blanco. Porque Europa no quería que la separaran -la arrancaran- a la fuerza de su familia”

Ahora bien, tal y como nos advierte Sotoca, este final en donde ocurre una violación no suele saberse, y he aquí el papel fundamental de las instituciones cuando exhiben este tipo de obras. La obra de Rubens se encuentra en el Museo del Prado y en su cartela no hallamos una explicación didáctica de la escena y del relato, como título hallamos: “El rapto de Europa” y en su descripción detalles sobre los viajes de Rubens a España, su interés por Tiziano y un fragmento del texto en el que se basó Rubens. Observamos con tristeza como especifican en su página web oficial que esta información fue revisada por última vez en marzo de 2015 -figura 45



Figura 45-Fragmento de la descripción de “El rapto de Europa”

Mientras que la obra original de Tiziano -que Rubens imitó- que se encuentra en el museo Isabella Stewart Gardner de Boston sí que nos ofrece una explicación más objetiva del relato, empezando por el título -The rape of Europa- que incluye directamente la palabra violación -rape- y en cuya descripción: “añade palabras clave que aportan perspectiva de género a la descripción de la escena. Por ejemplo habla de <<unión forzada>> o de cómo <<se aferra a él con terror>>” (2020: 53) Y como bien afirma Peio H. Riaño <<que la escena represente un instante antes de la penetración no anula lo que viene después>> (2020: 52)

Por otra parte, que se tenga que poner énfasis en lo terrible de la violación y en especificar qué es lo que ocurrirá después del rapto cuando ya el mero hecho de raptar es violencia sexual y es motivo sobre el que educar, debe alarmar.

EL RAPTO DE HIPODAMÍA



Figura 46-El rapto de Hipodamía-Pedro Pablo Rubens-1636-1637

El último caso de violencia sexual también de la mano de Rubens el mito de “El rapto de Hipodamía” -Figura 46- Sotoca nos expone cómo a partir de este mito en la mitología griega se utiliza la belleza como “una manera más de justificar las violaciones, como si fuera una llamada de atención a una pasión masculina que no se puede reprimir” (2022: 54) Al igual sucede con el consumo del alcohol. Hipodamía era una hermosísima joven de Grecia en el día de su boda, con Pirítoo, fue violada por uno de los invitados el centauro Eurito quien al probar por primera vez el vino tuvo un “ataque de lujuria”. Según el relato de Ovidio:

«(...) Porque a ti, el más bestial de los bestiales, Eurito, te ardía el corazón tanto por el vino como por la visión de la novia, y reinaba una embriaguez que duplicaba la lujuria (...). Metamorfosis, libro XII

Este mito ejemplifica cómo históricamente se ha justificado las violaciones a mujeres a causa o bien de su belleza o bien de la impulsividad de la lujuria de los hombres despertada por el consumo del alcohol. Como concluye Sotoca “No ha ayudado el imaginario que la literatura, artes plásticas y películas han creado a su alrededor. Por otro lado, ese imaginario lo han generado mismos. Nadie ha venido a preguntarnos <<¿Quieres esto?>> solo han dado por hecho, ya desde el siglo II, que esperamos impacientes estos arrebatos de violencia --mal llamada <<pasión>>--.” (2022: 57)

LA VENUS

El concepto de “La venus” en el arte ha sido la excusa para poder representar desnudos femeninos que no se enmarcaran en un relato mitológico. La mujer como venus era aquel ser idealizado, un ente divino sin identidad que representaba el canon de mujer perfecta, un ser creado para ser observado, admirado. Como explica Sotoca las mujeres durante toda la historia en el mundo del arte -reflejando la realidad- han sido representadas como perfectos objetos de deseo y no como sujetos deseantes:

“fueron creadas para el disfrute de un artista y un público exclusivamente masculino (...) ¿desean ellas? Me pregunto. ¿O acaso ha caído sobre sus cuerpos la losa de la moral? Esa moral que les impide anhelar otros cuerpos, so pena de volverse sucias, desagradables, impuras, brujas, putas, guarras” (2022: 73)

Se analiza este concepto a través de las siguientes pinturas:

Venus dormida de Giorgione – 1510

Venus de Urbino de Tiziano – 1534

El nacimiento de Venus – Cabanel – 1863

En la Venus dormida de Giorgione -figura 47- se observa a una mujer que duerme en un prado. La mujer está desnuda y no es consciente de que el público la está observando. Se la representa de una manera idílica y divina, con un cuerpo canónico, puro y delicado, unos pechos perfectos y erectos que no corresponden a la realidad y un cuerpo libre de cualquier asomo de vello corporal. La mujer aquí no cumple ninguna función, no es protagonista de ninguna historia, no tiene nada que contar, ni siquiera tiene los ojos abiertos, simplemente está ahí para ser observada, admirada y deseada por el espectador, que en su origen era masculino.



Figura-47-Venus dormida-Giorgione-1510

En la Venus de Urbino de Tiziano -figura 48- se representa a una mujer en una cama y a lo que simbolizaría la esposa perfecta. La pintura fue regalada por el duque a su esposa como alegoría del matrimonio. Observamos de nuevo la representación del cuerpo de la mujer de manera idealizada e irreal -cuerpo sin vello, pechos erotizados y cuerpo canónico- que tendida sobre una alcoba mira de forma cómplice y dulce al espectador. Sujeta en su mano derecha un ramillete de flores que incrementan la sensualidad de la escena y de la venus. El perro a sus pies simboliza la fidelidad dentro del matrimonio y la niña y la mujer en el fondo del cuadro a la derecha representan la maternidad. El desnudo contrasta fuertemente con el fondo oscuro, resaltando el hecho de que efectivamente está desnuda y centra la atención en observar su cuerpo.

En este caso no solo se representa a la mujer como un objeto deseable, sino como un objeto que debe cumplir determinadas funciones. Funciones como la maternidad o los asuntos de alcoba que en este cuadro se representan de manera hiperidealizada, como un servicio que la mujer debe ofrecer al hombre. Su cuerpo desnudo al completo se presenta como algo a ser obtenido por el hombre a través del matrimonio, ella no cumple ninguna acción como sujeto deseante, sino como objeto deseado. (8)



Figura 48-Venus de Urbino-Tiziano-1534

En El nacimiento de Venus de Cabanel -figura 49- observamos la máxima expresión de la venus idealizada, tanto que su cuerpo perfecto flota sobre el mar del que ha brotado.

De nuevo apreciamos un cuerpo idealizado -piel blanca y luminosa, cuerpo sin vello, larga cabellera ondulada pelirroja y pechos erotizados y perfectos- que de nuevo, no responden a la realidad. Aquí la venus se presenta como un ser sobrenatural, divino, rodeado de angelotes que tocan música, de tal forma que el espectador es consciente de su carácter sobrenatural, aunque seguirá exigiendo ese tipo de cuerpo en las mujeres terrenales. La venus de nuevo vuelve a ser presentada como un objeto al que idolatrar y admirar, cuya belleza es tal que los hombres caen rendidos a sus pies. Sin embargo ella no ejecuta ninguna acción, ni cuenta ningún relato, sencillamente pone su cuerpo -lo pone el pintor- al servicio de la mirada masculina.



Figura-49-El nacimiento de Venus-Cabanel-1863

LA PROSTITUTA "TERRENAL" (OLYMPIA)

Enfrentada a este concepto idealista de mujer deseable, aparece la figura de -en palabras de Sotoca- la "Prostituta terrenal" con el cuadro "Olympia" de Édouard Manet -Figura 50-.

Olympia fue presentada en 1865 al Salón de París. El cuadro provocó rechazo y un fuerte escándalo debido a la ausencia de misticismo e idealismo en el desnudo de la mujer representada, no se trataba del concepto abstracto y general de venus, sino que esta mujer tenía una identidad y un nombre: Olympia. (2022: 83-84)

Esta mujer se trataba de una prostituta cuyos "clientes" pertenecían a la clase adinerada del moderno París.



Figura-50-Olympia-Édouard Manet-1865

Manet pretendía representar "el gesto de la vida moderna" sin embargo la audiencia del salón de París, que era muy conservadora, no soportó que en semejante centro cultural se tratara el tema de la prostitución por mucho que ellos acudieran a esta realidad.

Este hecho no deja de ser curioso, el cómo cuando se representó a una mujer de manera más terrenal -y por tanto más realista- con identidad y nombre propio, con una mirada potente y desafiante, el público entró en cólera. (Sotoca, 2022: 85)

DESNUDO DE LA MUJER: CREADAS PARA SER VISTAS POR EL HOMBRE

Por tanto, durante siglos se ha aceptado la idea de la mujer desnuda si esta era un ser sobrenatural, porque así había excusa para representarla y mirarla, sin embargo si lo que se representaba era una mujer real, dedicada a la prostitución y cuyo nombre era conocido en la sociedad, el hombre dejaba de aceptar ese tipo de desnudo porque hablaba de una realidad tabú. Sólo era aceptado públicamente aquella mujer como objeto deseable sin identidad alguna, cuyo desnudo se mitificaba y se elevaba a categoría de divino. Y no obstante, en ninguno de ambos casos la mujer adoptaría un papel como sujeto deseante, siempre como objeto deseado, cuyo cuerpo se pintaría para ser mirado.

El peligro de la idealización es que no ya solo representa algo que no tiene nada de real, sino que impone una manera de ser y una manera de desear en las mujeres y en los hombres. De esta forma la mujer debía seducir de manera dulce y muy suave al hombre, debía presentar su cuerpo como un trofeo que obtener y su deseo sexual se basaba en ser deseada por el varón, mientras que el hombre aprendería a idolatrar ese tipo de cuerpos y actitudes, asumiendo que él era el que dominaba la situación y cuyo deseo mandaba, y a tratar a la mujer como algo a lo que poseer.

Cuando se nace mirando este tipo de imágenes se adquiere también este tipo de ideas e inconscientemente se va asumiendo que esos cuerpos son reales y que mantenerlos en tal estado de perfección es lo que se debe hacer. (2022: 77)

FEMME FATALE

A partir de la segunda mitad del S.XIX surge el concepto de "femme fatale" es decir, aquella mujer que utilizaba su sexualidad para engañar y manipular al hombre, el cual no podía hacer nada para resistir a la "tentación". Esta idea resulta irónica si la contrastamos con el hecho de que durante toda la historia el patriarcado ha mantenido la idea de las mujeres somos seres "emocionales" y "sentimentales" mientras que en los hombres lo que predomina es la "razón" y la "prudencia" en sus acciones. Sin embargo, en el tema de la sexualidad se mantiene siempre el alegato de que el deseo sexual de los hombres es tan fuerte que no lo pueden controlar.

Esta afirmación sigue predominando en la actualidad, fortaleciendo la idea de que el hombre y la mujer son diferentes por naturaleza y este tipo de ideas lo que consiguen es eximir de responsabilidad al hombre en sus acciones. (2022: 57) Acciones como hacer uso de la prostitución, consumir pornografía, acosar a mujeres por las calles y violar. Y es que como afirma Alario toda la socialización del hombre le lleva a creer y reafirmar creencias como que su deseo sexual es un derecho y es el que le confirma su "virilidad", que debe ser violento antes que empático y que la sensibilidad es su enemigo.

La "femme fatale" sería el concepto antagonista de la "venus". Es decir, la femme fatale es aquella mujer que empieza a dominar su sexualidad y a ser más dueña de su deseo pero que se presenta socialmente como un peligro ante el hombre, como una tentación, como un ser malévolo que sólo busca sacar provecho del varón, estando el hombre libre siempre de toda responsabilidad y control en sus acciones porque ha sido "seducido" por la mujer fatal que le ha "engañado"

Esto lleva a la sociedad a marcar una dicotomía entre los "tipos de mujer" o se es "santa" y "divina" o se es una "guarra" y una "puta". Dicotomía que lleva a prejuzgar a una mujer por su manera de vestir o su manera de expresarse. Por ejemplo, cuando se ve a una mujer que viste enseñando su cuerpo por propia voluntad se la prejuzgará de "facilona" o directamente como "guarra". Sin embargo no cae juicio sobre el hombre que mira con deseo a esa mujer. Vemos como el hecho de mostrar más o menos partes del cuerpo "justifica" el hecho de que el hombre mire con deseo ese cuerpo, porque se ignora la voluntad de la mujer porque ésta se ve como un objeto y no como un sujeto.

Con mostrar más cuerpo no hay que irse a ningún extremo, el hecho de llevar alguna parte de arriba de tirantes o llevar pantalones que marcan el trasero supone para muchas mujeres una inseguridad a la hora de salir a la calle por miedo a recibir miradas masculinas intimidantes y no deseadas.

Por otra parte, si se ve a una mujer que no quiere mostrar su cuerpo y va más tapada o con prendas anchas, se la prejuzgará como “puritana” o “estrecha” y se la mirará mal por no querer exponer su cuerpo, porque de nuevo predomina su cuerpo frente a su persona, vuelve a ser objeto en vez de sujeto.

Esto son solo algunos ejemplos que vemos aún hoy día dentro de la cultura de la violación.

Analizando la historia del arte el auge de la femme fatale destaca en el movimiento del surrealismo francés, movimiento artístico que dio una mayor apertura a la presencia de mujeres artistas. Sin embargo esta apertura se dio de manera tergiversada y cosificadora, ya que la mujer comenzaría a tener más importancia dentro del arte únicamente a partir de la etiqueta de o bien la musa a la que venerar y utilizar de modelo en todas las obras o bien la femme fatale, esa mujer malvada y seductora, siendo representada solo de esta manera a través de la mirada masculina. Tal y como afirma Cendán Caaveiro (2022: 45) Freud y sus teorías psicoanalíticas se utilizaron en el Surrealismo para profundizar en la imagen estereotipada de la mujer como un objeto que suponía un enigma y un problema, en palabras de Cendán Caaveiro:

<< Según Freud, la mujer distrae al hombre, alejándolo de sus tareas intelectuales. La correspondencia que Freud mantiene con su mujer nos proporciona clarividentes pistas sobre su verdadera personalidad: «espera un poco, cuando yo llegue, te acostumbrarás a tener un nuevo dueño, y un dueño severo, es cierto, pero no encontrarás otro que te ame tanto y se preocupe más en lo que se refiere a ti» (Assoun, 1994, p. 47). Según Freud, la mujer necesita un dueño para sentirse realizada, estableciendo con ella una relación de dominación que la sitúa en una situación de inferioridad. Dicha situación se fundamenta, entre otras circunstancias, en la «ausencia de pene» –símbolo de superioridad masculina en la cultura patriarcal y fuente de orgullo desmesurado (Millet, 1995)–, lo cual la mantiene en un estado de castración y envidia permanente: la envidia del pene>> Cendán Caaveiro (2022: 46)

Esta conceptualización de la mujer como objeto no es novedad, sin embargo bajo la figura estereotipada de femme fatale la mujer adquirió la faceta de mujer malvada, que empleaba el poder sexual -que recién acababa de adquirir y que solo se le permitía usar para seducir al hombre- para manipular a los varones. La mujer o era una venus divina a la que idolatrar, someter y secuestrar con violencia o bien era un demonio escondido bajo cuerpo de mujer que empleaba su sexualidad para utilizar a los hombres.

En el Surrealismo pictórico podemos observar un fuerte contraste entre la mirada masculina y la mirada femenina a la hora de representar a la mujer. Artistas como Leonora Carrington, Toyen, Dorothea Tanning, Remedios Varo, Frida Kahlo, Eileen Agar, Ithell Colquhoun o Leonor Fini así nos lo demuestran frente a reconocidos artistas como Dalí, Marx Ernst, Breton o Marcel Duchamp que representaron en repetidas ocasiones a la mujer como objeto erotizado y como ser endiabrado. (2022: 54)

En las figuras 51, 52, 53, 54 y 55 observamos la representación de la mujer reducida a un cuerpo, no se ve su rostro, no conocemos su identidad. Su papel consiste en ser pintada y cosificada. Bien como cuerpo demoniaco -figura 51-, un cuerpo sensual sometido -figura 52-, ser violado -figura 53- un cuerpo del que sólo destacar unos pechos erotizados -figura 54- o un cuerpo manipulador y sensual -figura 55-



Figura-51- “La mujer tambaleante” Max Ernst-1923



Figura-52-“Gradiva”-Dalí-1931



Figura-53-“Guillermo Tell y Gradiva”-Dalí-1932



Figura-54-“Paranoia”-Dalí-1935



Figura-55-“Ornokrates”-Félicien Rops-1878

La reflexión que sacamos detrás de este estereotipo en torno a la femme fatale se centra en repensar cómo se han aceptado como normales ciertas imágenes dentro de la historia del arte y cómo estas han conformado una mentalidad misógina.

Mentalidad que tiene consecuencias como las agresiones sexuales, ya que tras el pensamiento de "esa mujer me manipuló y me sedujo" hay una "justificación" y un "permiso" para atentar contra esa mujer, puesto que fue ella quien utilizó sus dotes sexuales para hacerme caer en el "mal" y no fue el hombre quien tomó decisión ni responsabilidad alguna. No fue el hombre quien durante siglos sólo ha dado libertad a la mujer a partir de la sexualización de su cuerpo, privándola de derechos como la educación, la independencia económica y la liberación de las tareas domésticas, para reducirla a un objeto sexual.

EL PASO DE NIÑA A "MUJER": PREPÚBERES

Por último, en la reciente historia del arte -S. XIX/S. XX- se ha venido dando una erotización de las mujeres que aún son niñas, idealizando el paso de la infancia a la madurez -ignorando el paso por la adolescencia- y erotizando desnudos de infantes. Erotización que justificaba la pederastia y el sentir deseo sexual por niñas, puesto que esta sexualización cayó sobre las niñas.

Tal y como nos expone Sotoca, esto se debió a que en ese momento histórico la mujer comenzaba a tener más conciencia de su valía, empezaba a poner más dificultades al hombre para someterla y luchaba por sus derechos. De esta manera los varones comenzaron a poner su mirada sobre las niñas, sobre aquellas mujeres que aún no eran adultas que sabrían dejarse manejar:

"En las niñas hallaron la pureza y la obediencia que ya no querían ofrecerle las adultas" (2022: 88) La mayor vergüenza de esta sexualización de las niñas fue que por parte de las instituciones esto era visto con buenos ojos. Como expone Sotoca: "hubo una ley británica que aprobaba la edad de doce años como la mínima para que una mujer pudiera tomar sus propias decisiones en torno a su sexualidad (...) La legislación mencionada facilitó que en los prostíbulos hubiera niñas desde esa temprana edad" (2022: 88)

Observemos a través de las siguientes pinturas cómo se sexualizó a niñas, se premiaron este tipo de pinturas y se comenzó a generar un imaginario colectivo alrededor de la niña prepúbere y su despertar sexual:

"Crisálida" de 1897 e "Inocencia" de 1899 de Pedro Sáenz Sáenz

Crisálida -figura 56- fue premiada con la segunda medalla de la Exposición Nacional de 1897 y tal y como afirma Sotoca "el jurado no pareció mostrar ningún problema de conciencia ante semejante imagen" (2022: 93)

En esta imagen vemos representada a una niña desnuda que mira seductora al espectador. Tras ella en la pared están apoyados un aro y una pelota, como si acabara de jugar, como si estuviera dejando atrás su niñez para pasar a convertirse en una mujer adulta y con deseo sexual -el de ser deseada por un hombre- En la pintura Sáenz representa el paso de la niña a la "mujer" adulta desde una perspectiva sexualizada, un paso que el pintor metaforizó con el título del cuadro "Crisálida" -metamorfosis de la larva para convertirse en mariposa- (2022: 93)



Figura-56-"Crisálida"-Pedro Sáenz Sáenz-1897



Figura-57-"Inocencia"-Pedro Sáenz Sáenz-1899

Como afirma Sotoca, esta imagen es del todo perturbadora, más aún incluso cuando se sabe que hasta 2021 esta obra estaba expuesta en la antesala privada del despacho del general jefe de la Fuerza Terrestre del cuartel General de la Fuerza Terrestre del Ejército de Tierra, lo cual debería generar muchas preguntas, como es el hecho de que al estar situado en un espacio militar y masculino “no pierde su objetivo inicial -ser contemplado y disfrutado por la mirada masculina- ni se le otorga un movimiento de denuncia y reivindicación” (2022: 94)

Por otra parte el cuadro de “Inocencia” -figura 57- de 1899 -también premiado con la segunda medalla- lleva al extremo el atrevimiento del pintor y nos presenta a una niña desnuda tendida sobre un lecho con una pose claramente sexual y mirando directa al espectador, mostrando su cuerpo en la común actitud de mujer “venus” y/o “musa”, la mujer que pone al servicio del hombre su cuerpo desnudo.

Aumentando este erotismo en la escena el pintor pintó unas flores dispuestas sobre la cama en lugar de los juguetes que antes vimos en “Crisálida” (2022: 95-96)



Figura-58-Alexandra Kitchin retratada por Carroll-1873

Niñas retratadas por Lewis Carroll

El caso de Carroll y sus retratos a niñas es otra realidad que se ha normalizado en la historia y que debemos visitar. Lewis Carroll -autor de “Alicia en el País de las Maravillas”- fue conocido por tener “amigas niñas” con las que pasaba compañía, invitaba al té, paseaba y fotografiaba. Como expone Sotoca:

“El resultado de las sesiones fotográficas es, sin duda, siniestro (...) Carroll tenía claro que el hecho de fotografiar a niñas desnudas era sobrepasar los límites de la decencia (...) para aquellas sesiones en las que las modelos aparecían con ropa, recurría a las hijas de sus amigos de Oxford -figura 66- Sin embargo, en los casos en los que las niñas posaban semidesnudas, Carroll buscaba familias con pocos recursos. Es decir, se aprovechaba de la pobreza de aquellos que estaban dispuestos a aceptar por unas cuantas monedas, aunque las sesiones no fueran de su agrado -figura 67-” (2022: 91)

Observamos en ambas imágenes una sexualización de la niña en la pose, la mirada seductora y el uso de más o menos ropa que nos recuerdan a las poses típicas de las pinturas de la “Venus”



Figura-59-“La criada mendiga”-Lewis Carroll-1858

“Reflejo” de 1913 y “Narcisa” de 1907 de William Sergeant Kendall

En estas dos pinturas se representa la tónica imagen de la mujer mirándose frente a un espejo, utilizada en siglos anteriores simbolizando la vanidad y el ego, que Kendall utilizó en estas dos escenas pero con dos niñas como protagonistas. Dos niñas de 8 años aproximadamente que desnudas posan frente a un espejo.

Una de ellas -figura 60- dirige la mirada al espectador mostrando “orgullosa” su cuerpo -como objeto de deseo masculino- mientras que otra -figura 61- se mira a sí misma en su reflejo. La luz de los dos cuadros remarca el cuerpo de ambas niñas, dándoles el mayor protagonismo y centrando en ellos la atención del espectador. El pintor presenta los cuerpos de las niñas como disponibles sexualmente.

Son cuerpos de niñas pero que reciben una idealización y sexualización masculina -una idealización que está equilibrada con la pornografía infantil -haciendo de sus cuerpos algo del disfrute masculino y reiterando la idea de que la mujer está hecha para gustar y para ser vanidosa, para centrarse en su imagen y en su apariencia aún siendo niñas. (2022: 92)



Figura-60- “Reflejo” William S. Kendall-1913



Figura-61- “Narcisa”-William Sergeant Kendall-1907

“Quien quiere bien, castiga bien” de 1878-1881 de Félicien Rops

En esta obra vemos el extremo entre sexualización y violencia infantil. Félicien Rops empleó la figura de “niña mala” que entonces venía originándose -y que actualmente encontramos en ejemplos como “Lolita”- para crear esta imagen -figura 62-: Un profesor de escuela se dispone a castigar a una alumna y ambos presentan cara de “satisfacción”, él porque acaba de subirle la falda y se predispone a pegarla y ella porque ha sido provocativa, rebelde y ahora sumisa.

La mirada de ella directa al público refuerza esta provocación junto con su desnudo y sexualiza por completo a la menor, presentando como algo erótico un acto que es en verdad violento y abusivo (2022: 95)



Figura-62-
“Quien quiere bien, castiga
bien”
Félicien Rops
1878-1881

Como se ha visto, este tipo de lenguajes e imágenes -que deben alarmar- se remontan desde hace más de un siglo y en la actualidad el panorama sólo ha empeorado. Las industrias de la pornografía y de la prostitución se alimentan de esta sexualización infantil y violan los derechos de la niña y del niño.

Un ejemplo reciente de cómo hemos tolerado la transfusión de lenguajes y la normalización de actos de sexualización y cosificación a través de la publicidad y el marketing, lo encontramos en la polémica campaña de Balenciaga de 2022 en donde para anunciar una nueva colección de objetos de decoración y de regalo -“The Gift Collection”- utilizaron a niños posando junto a objetos sadomasoquistas, como cadenas, cueros y osos de peluche también con estos elementos -Figuras 71, 72, 73 y 74-

Afortunadamente en cuanto la campaña salió a la luz el público denunció en redes sociales la pedofilia detrás de estas imágenes. Sin embargo, detrás de esta campaña hubo infinidad de personal trabajando, personas que tomaron decisiones artísticas y estéticas ¿Nadie se planteó la vulneración de derechos contra los niños y las niñas que se estaba cometiendo? ¿Acaso se pensó que esta propuesta gustaría? Si es así entonces ¿Por qué gustaría?



Figura-63-Campaña Balenciaga 2022



Figura-64- Campaña Balenciaga 2022

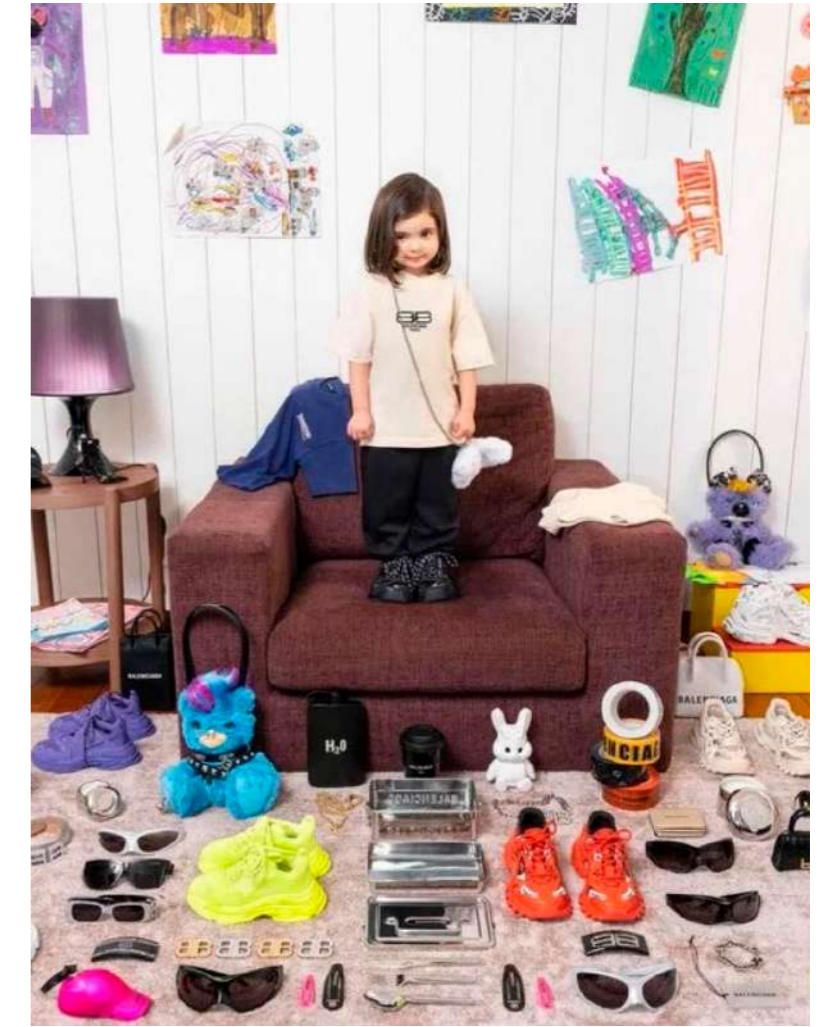


Figura-66- Campaña Balenciaga 2022



Figura-65- Campaña Balenciaga 2022

El papel de la educación y de las instituciones

Tras todo este análisis resulta urgente un cambio de paradigma en la manera en la que se educa en arte. Que se sigan perpetuando los estereotipos de "femme fatale", "la venus" y se siga normalizando la sexualización de mujeres y niñas sin una mínima perspectiva de género, desencadena en que se sigan tolerando estos conceptos y se acepten como normales.

Quienes dieron origen a estos términos fueron hombres en un contexto muy patriarcal, lo que contrasta con la realidad y la sociedad actual que es feminista y busca avanzar en derechos. Aprender del pasado es vital para no repetir errores en el futuro.

La neutralidad a la hora de tratar estos temas aludiendo a que son "cosas del pasado" o que era "propio del contexto" es una manera silenciosa de posicionarse a favor del bando opresor, puesto que hacer lo contrario -levantar la voz y hablar con propiedad sobre lo que se representa y se divulga culturalmente- da miedo y genera polémica. Mas el feminismo no busca agradar y ser dulce, el feminismo -como todo movimiento social- debe incomodar porque denuncia realidades tabú y realidades que mantienen a una parte de la población llena de privilegios.

En España, en Madrid principalmente, por parte de las instituciones observamos que hay un impacto del movimiento feminista aunque de manera superficial. Ejemplos de esto lo vemos en el esfuerzo que está haciendo por ejemplo el museo Thyssen con sus últimos proyectos, como la exposición "Maestras" de 2023 y su primera exposición solista dedicada a una artista española: Isabel Quintanilla este 2024, proyectos con los que se dan a conocer a mujeres que a pesar de ser brillantes artistas por el mero hecho de ser mujeres fueron silenciadas por la historia patriarcal del arte.

Esta labor de divulgación es muy importante, sin embargo solo cubre un porcentaje básico del feminismo. El feminismo busca hablar con perspectiva de género aún sobre esas temáticas.

Por ejemplo en obras de artistas masculinos especificar qué es lo que está sucediendo realmente en la imagen y no describirla bajo eufemismos que blanquean la realidad tras estas escenas.

Así lo observamos en los siguientes ejemplos, dos casos expuestos en 2023 en la exposición "Lo oculto".

ANÁLISIS DE CASOS DE LA EXPOSICIÓN "LO OCULTO"
DEL MUSEO THYSSEN BORNEMISZA

En primer lugar la pintura "La ninfa de la fuente" un tema que fue interpretado varias veces por Lucas Cranach y otros artistas como Francesco Colonna. En la exposición mostraban tanto una pintura como una xilografía. Relacionándolas entre sí. Analicemos ambas y sus correspondientes descripciones.

En la xilografía -Figura 67- observamos a una ninfa desnuda tumbada bajo un árbol, siendo acosada por dos pequeños faunos y un sátiro. Este sátiro -situado a la derecha- ha descornado una cortina -que estaba cubriendo a la ninfa mientras dormía- y que sujeta con fuerza bajo su puño contraído mientras intimida con una mirada llena de lujuria a la ninfa con su pene erecto. Mientras, la descripción del comisario del Thyssen -Figura 68- dice así: "que muestra a la ninfa dormida contemplada por dos pequeños faunos y un sátiro, que la desvela"

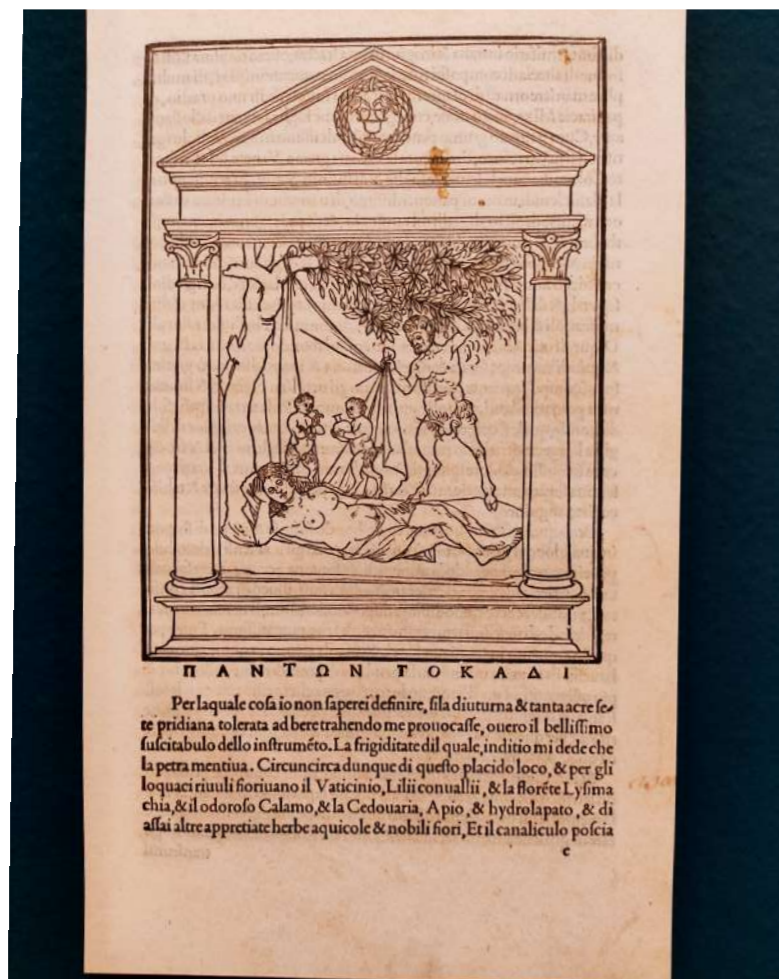


Figura-67- Xilografía "La ninfa descubierta por el sátiro"
Francesco Colonna-1499

La ninfa de la fuente, hacia 1530-1534
The Nymph at the Fountain

Óleo sobre tabla
Museo Nacional Thyssen-Bornemisza,
Madrid

Lucas Cranach pintó varias versiones de este tema de origen humanístico: la ninfa tumbada junto a una fuente, aparentemente dormida, con una inscripción latina que nos invita a respetar su sueño. La composición parece inspirada en una estampa de la *Hyperotomachia Poliphilli* de Francesco Colonna que muestra a la ninfa dormida contemplada por dos pequeños faunos y un sátiro, que la desvela. En la primera versión de la ninfa dormida pintada por Cranach (la del museo de Leipzig) la fuente esta coronada por la figura de un sátiro. En la ninfa del Thyssen, el sátiro ha desaparecido y la fuente es una gran roca con forma de cabeza grotesca. Cranach era muy aficionado a introducir sugerencias zoomórficas y antropomórficas en las rocas. Nuestra hipótesis es que el sátiro se hallaría oculto en la propia naturaleza: su cabeza en la roca-fuente y su falo en la rama truncada del árbol de la que cuelga el carcaj.

Como se sabe, la iconografía del sátiro antiguo es una de las fuentes principales de la imagen cristiana del diablo.

Lucas Cranach el Viejo
Ninfa de la fuente recostada, 1518
Reclining River Nymph at the Fountain
Museum der bildenden Künste,
Leipzig

La ninfa descubierta por el sátiro,
xilografía en Francesco Colonna,
Hyperotomachia Poliphilli, Venecia,
Aldo Manucio, 1499
Nymph Discovered by a Satyr

Figura-68-Descripción de "Ninfa de la fuente recostada" y
"Ninfa descubierta por el sátiro"

Hablar de contemplación y de desvelamiento en lugar de intimidación, de acoso y de probable violación es cerrar los ojos a la realidad representada. Por otra parte, cuando relacionan esta xilografía con la pintura "La ninfa de la fuente" -Figura 69- el discurso sigue siendo en base a eufemismos:

"nuestra hipótesis es que el sátiro se hallaría oculto en la propia naturaleza: su cabeza en la roca-fuente y su falo en la rama truncada del árbol de la que cuelga el carcaj. Como se sabe, la iconografía del sátiro antiguo es una de las fuentes principales de la imagen cristiana del diablo" -figura 76-

Falo es una manera más culta -y por tanto menos conocida- de decir "pene", además con su conclusión: <<Como se sabe, la iconografía del sátiro antiguo es una de las fuentes principales de la imagen cristiana del diablo >> parece que excusan la actitud del sátiro al relacionarlo con la mayor fuente de maldad: el demonio, en lugar de señalar y denunciar dichas actitudes.



Figura-69-La ninfa de la fuente-Lucas Cranach El viejo-1530-1534

Por otra parte, si nos adentramos en la página web del museo Thyssen (9) y de su descripción de la pintura "La ninfa de la fuente" -figura 69- leeremos lo siguiente:

<< Lucas Cranach, el Viejo, fue, junto con Alberto Durero, un destacado pintor del siglo XVI alemán. En sus obras trató tanto temas religiosos como retratos o escenas mitológicas en las que el desnudo se aleja de los cánones procedentes de Italia para crear un prototipo estrictamente alemán que destila sensualidad. Esta tabla representa a la ninfa de la fuente Castalia, cuya agua bebían filósofos y poetas en busca de inspiración. La ninfa se nos muestra tumbada sobre un tupido césped, en una posición antinatural, con la cabeza apoyada sobre el brazo derecho, girando su cuerpo hacia el espectador y con la pierna izquierda cruzada. Tras la protagonista, en primer término, se van sucediendo distintos planos que dotan a la obra de profundidad. El tema de esta composición aún a las referencias a la Antigüedad clásica con las influencias del arte italiano. Esta ninfa nos remite por su postura a la Venus de Giorgione de la Gemäldegalerie de Dresde y a las de Tiziano por la cartela del ángulo superior izquierdo, cuyo texto corresponde a un poema latino. El carcaj con flechas y el arco apoyados en el árbol pueden hacer referencia a Diana cazadora o bien a Cupido, acompañante de Venus.>>

Se refieren a esta pintura como una que "destila sensualidad" cuando la imagen es claramente erótica, siendo además una sensualidad idealizada y que ha sido representada para el placer de la mirada masculina.

Por otra parte cuando hablan de falta de realismo lo hacen únicamente al referirse a su postura "en una posición antinatural" en lugar de especificar que todo el desnudo es antinatural -cuerpo sin pelos, delgado y con pechos erotizados- que no responde a la realidad y que está idealizado por ser el cuerpo de la mujer pensado como un objeto de deseo masculino.

El segundo caso expuesto también en la exposición "Lo oculto" se trata de las obras "Adán y Eva" "La caída del hombre" y "la muerte y la doncella" de Hans Baldung Grien.

En la descripción -figura 73- describen estas escenas como "temas que combinan lo erótico y lo macabro" dando a entender que este erotismo es igual en las tres escenas al no usar, como veremos a continuación, más términos descriptivos cuando pasan a hablar de las otras dos:

"Con esta misma postura aparecía en un grabado de Baldung de 1519, donde el rostro de Adán se convierte en una calavera" -figura 73-

Sin añadir más descripciones, como debería ser que en dicho grabado -figura 71- el rostro de Eva muestra un claro rechazo y se ve intimidada por Adán y su conducta, pudiendo el comisario a partir de este rechazo denunciar que está claro que Eva no quería que Adán la tocara. Continúa la descripción:

"Y en otro Baldung, "La muerte y la doncella" de hacia 1520, es la Muerte misma la que adopta la postura de Adán. Adán se transforma en la Muerte, que a su vez es una máscara del maligno, como sugiere el rostro puntiagudo, los rizos como cuernecillos y los ojos maliciosos" -figura 73-

Ignorando de manera explícita la expresión de horror que tiene Eva en esta pintura -Figura 72



Figura-70- "Adán y Eva"- Hans Baldung Grien-1531



Figura-71- "La caída del hombre" Hans Baldung Grien-1519



Figura-72-"La muerte y la doncella"- Hans Baldung Grien- 1520

El hecho de que en la descripción realizada por un comisario -en este caso era un hombre- que ha estudiado y analizado las obras y la exposición con profundidad durante años de trabajo, que no describa al público con objetividad lo que se está representando en escena es del todo inadecuado, más aún cuando lo representado es una clara violación y abuso sexual contra una mujer.

Además no solo se ignora, sino que se acogen las tres obras bajo el concepto de "lo erótico y lo macabro" erotizando así la violencia que Adán y la Muerte ejercen sobre Eva y la doncella, como si sólo por el mero hecho de aparecer el desnudo de ella y las claras intenciones sexuales de Adán la escena sea únicamente erótica, en lugar de violenta y abusiva.

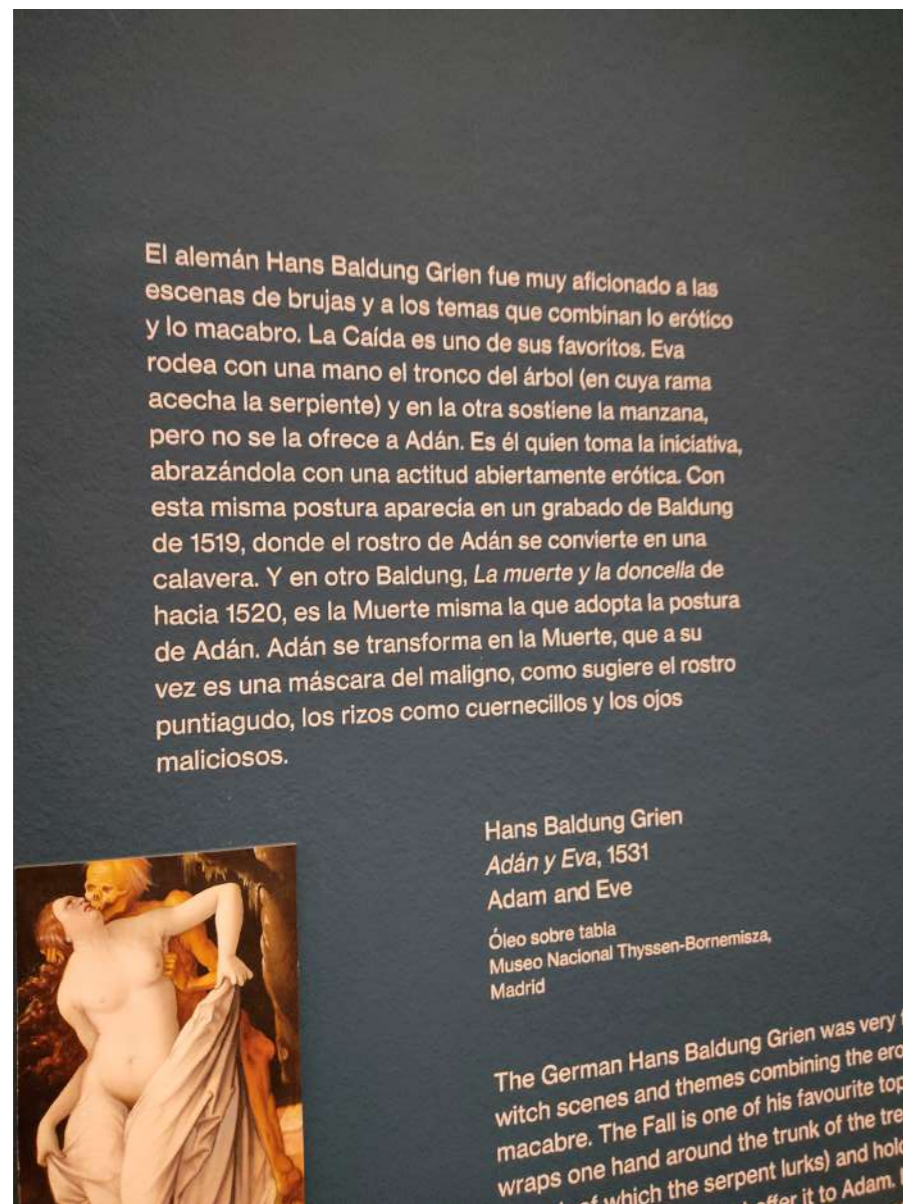


Figura-73-Descripción de "La caída del hombre" y "la muerte y la doncella" de Hans Baldung Grien

Por otra parte, el Museo del Prado también ha evolucionado mínimamente con exposiciones más feministas como "Invitadas" en 2020/2021 o dedicadas a únicamente artistas mujeres como Sofonisba Anguissola y Lavinia Fontana en 2019/2020. Sin embargo no se observa una educación profunda con perspectiva de género en torno a las temáticas anteriormente expuestas, por ejemplo con el tema de las violaciones mitológicas se siguen presentando al público como "raptos" que acaban convirtiéndose en una historia "pasional" y romántica, omitiendo la verdad y la violencia sexual en ellas. Ejemplo de esto lo encontramos en la obra de Rubens "El rapto de Proserpina -figura 74- cuya descripción en la página web del Prado es:

<<Proserpina, hija de Ceres, diosa de la tierra, fue raptada por Plutón, dios de los infiernos. Pese a la resistencia de Minerva, Venus y Diana, el rapto fructificará en amor, según delata la presencia de los cupidillos que llevan las riendas del carro y azuzan a los caballos. Esta **pasional historia** formó parte de la decoración de la Torre de la Parada. Este es uno de los lienzos más grandes y con mayor número de personajes que forman parte de la Torre de la Parada, donde el movimiento, el dramatismo y la gran variedad de personas y posturas se diferencian con respecto a otros. Tiene grandes similitudes compositivas con respecto al Rapto de Hipodamía al mostrar ambos el momento más dramático del episodio, algo habitual en las obras de la serie. En ambos las mujeres, aterradas, apenas muestran signos de lucha y resistencia ante sus captores.>>

En dicha descripción destaca lo siguiente. Por una parte cuando dicen:

<<Tiene grandes similitudes compositivas con respecto al Rapto de Hipodamía al mostrar ambos el momento más dramático del episodio, algo habitual en las obras de la serie. En ambos las mujeres, aterradas, apenas muestran signos de lucha y resistencia ante sus captores>>

Según la persona que escribió esta descripción el "momento más dramático del episodio" se trata del momento del rapto y no del momento de la violación tras el rapto, en este caso cuando Plutón ya ha recluido a Proserpina en su palacio, momento que se relata así: "Pese a la resistencia de Minerva, Venus y Diana, el **rapto fructificará en amor**".



Figura-74-El rapto de Proserpina-Rubens-1636-1637

Por otra parte, también se considera que tanto en el “Rapto de Hipodamía” -Figura 46- como en el “Rapto de Proserpina” -Figura 74- las mujeres apenas muestran resistencia ante sus captores. Si bien, la postura y la expresión de Proserpina contradice estas palabras, ya que Proserpina muestra su rechazo y resistencia a partir de su cuerpo tensionado, su cara de terror, sus brazos elevados intentando apartarse del cuerpo de su agresor y las piernas que con fuerza están contorsionadas intentando también separarse de su agresor. Y en caso de ser así -como si podemos observar menos resistencia en el caso de Venus, Diana y Minerva, las tres figuras de la izquierda-, se debería especificar que dado a la época y a la mentalidad del momento, este tipo de mitos de la cultura clásica fueron idealizados hasta el extremo, sufriendo la mujer también este tipo de idealización, ya que aunque te estuvieran raptando tu expresión no debía dejar de ser dulce y agradable.

Se debe especificar que lo que vemos representado en el cuadro no se correspondería a una situación así en la vida real. No aclarar que estos relatos fueron escritos y representados por hombres blanquea la violencia patriarcal que hay tras ellos, normalizándose descaradamente escenas de raptos y posteriores violaciones bajo el concepto de “Pasional historia”

Otro ejemplo lo encontramos en el mito del “rapto de las sabinas” que según el historiador Tito Livio -59 a. C.- 17 d. C- fue el ataque que los romanos tras fundar su pueblo -a mediados del siglo VIII a. C- hicieron al pueblo sabino, secuestrando a sus mujeres porque necesitaban “asegurar” la descendencia romana. En la obra que encontramos en el Prado “El rapto de las sabinas” de Aspertini Amico y Aspertini Guido -Figura 75- al referirse a este relato lo hacen de la siguiente manera:

<<Bien por indicación del cliente o por iniciativa de los pintores, pero siguiendo en cualquier modo una práctica habitual en la época, las tablas ilustran pasajes de la Roma clásica, en este caso, el rapto de las Sabinas. Como es costumbre en los cassoni, las escenas encierran lecciones morales, y si la de Escipión se interpreta como un elogio a la continencia y una apelación a la generosidad del esposo, escritores contemporáneos como Baltasar de Castiglione o Marco Antonio Altieri hicieron del rapto de las sabinas una glorificación de la mujer romana, capaz de sacrificarse en aras de la familia y la patria. >> (10)

Siendo: “una glorificación de la mujer romana, capaz de sacrificarse en aras de la familia y la patria” todo tipo de explicación del mito representado . Un “sacrificio” que en realidad ellas no pudieron elegir porque en realidad fue un secuestro y posteriormente la esclavitud a través del matrimonio forzado. Además, en la descripción se cita a este delito como una “lección moral” a la sociedad de la época, sin denunciar el peligro y las consecuencias que la normalización de este tipo de relatos ha tenido en la historia y tiene en la actualidad, dándolo de nuevo como algo aceptable.

Aludir a este relato sin explicar que lo que está sucediendo realmente es un secuestro, una violación y un abuso total de los derechos de la mujer, de nuevo blanquea este tipo de historias y evita una concienciación sobre estos problemas que terriblemente siguen pasando en la actualidad en aquellos países en guerra, en donde la mujer vista como un premio bélico es violada y secuestrada por el bando militar opresor.



Figura-75-“El rapto de las sabinas”- Aspertini Amico y Aspertini Guido-1496

Finalmente y en conclusión, es necesario un reajuste institucional en cuanto a la manera en la que se presentan este tipo de escenas y de relatos a la sociedad, sobre todo a nivel público y accesible. El arte es una valiosísima herramienta de concienciación y de educación, para bien y para mal, el impacto que tiene a nivel social y cultural es muy grande. Por ello si se utilizara de manera concienciadora y desde una perspectiva de género, el arte puede llegar a marcar un cambio en la mentalidad social, generando un impacto y una reflexión e invitando al cambio social, a la lucha por la igualdad y a la búsqueda de la objetividad en cuanto a la realidad que nos rodea. El arte tiene el poder de hablar de lo que cuesta e incomoda hablar, es hora de dejar de separar obra y autor y abordar con objetividad lo que esconden muchos "genios" detrás de sus creaciones.

CULTURA DE LA VIOLACIÓN II

3-CULTURA DE LA VIOLACIÓN II

Pornografía y Prostitución: ellas culpables.

El concepto de “cultura de la violación” nace en EEUU en los años 70 apareciendo en “Rape. The first Sourcebook for Women” del grupo Feministas Radicales de Nueva York (Sanyal, 2019, p. 155) en donde se denuncia la exaltación que en EEUU se hacía de las agresiones sexuales y del estigma que recibían las mujeres abusadas. Hoy día este concepto ha evolucionado y ha sido investigado por activistas que denuncian el sistema patriarcal actual. Un sistema que asume, acepta e imita la violencia sexista a través de una serie de creencias que interiorizamos en nuestro proceso de socialización a partir de: la ficción cinematográfica, el mito del amor romántico, la historia del arte, la literatura, la publicidad y el diseño. Un sistema que se acoge a las estructuras patriarcales que encontramos en ámbitos como la organización judicial, los medios de comunicación, la sanidad, la educación, las entidades del estado y en la familia -el primer núcleo social donde formamos nuestra personalidad (Miralles, R, 2020)

Actualmente sigue habiendo desconocimiento, desinterés y estigmatización ante las mujeres que sufren violencia machista. Esto se debe a que todos y todas nos hemos criado en este sistema y hemos acabado adoptando como normales y “naturales” conductas nocivas para el desarrollo libre y pleno de las personas. Así lo demuestran los datos recogidos por el Ministerio de Igualdad en abril de 2018 en su estudio “PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA VIOLENCIA SEXUAL”

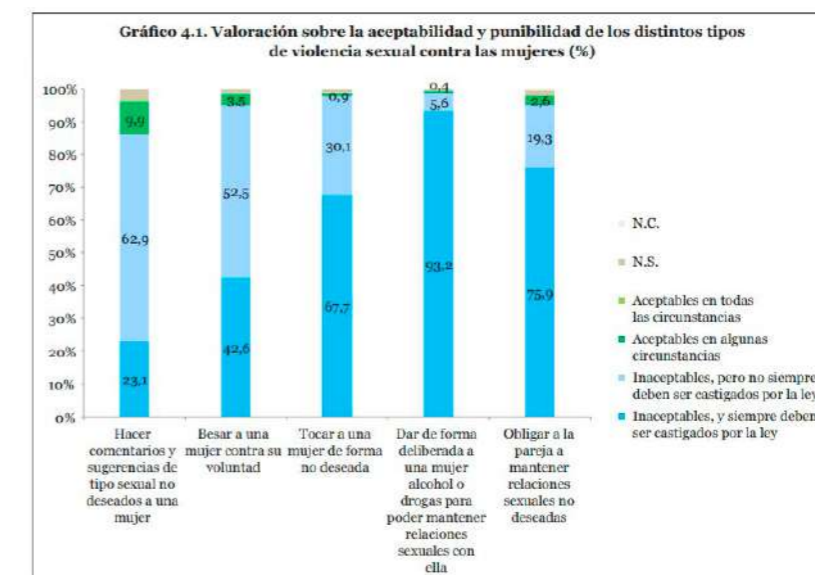


Figura 76-Valoración sobre la punibilidad y aceptación de los distintos tipos de violencia sexual contra las mujeres.

Se presenta el capítulo 4 de dicho estudio “OPINIONES SOBRE LA PUNIBILIDAD DE LOS DISTINTOS TIPOS DE VIOLENCIA SEXUAL CONTRA LAS MUJERES”

-Figura 76

Los resultados que se muestran en la figura 76 ante las preguntas

- 1) “Hacer comentarios y sugerencias de tipo sexual no deseados a una mujer”
- 2) “Besar a una mujer contra su voluntad”
- 3) “Tocar a una mujer de forma no deseada”
- 4) “Dar de forma deliberada a una mujer alcohol o drogas para poder mantener relaciones sexuales con ella”
- 5) “Obligar a la pareja a mantener relaciones sexuales no deseadas”

indican por una parte un cambio social cuando observamos que entre el 86% y el 99% de la población considera inaceptables los cinco comportamientos.

Sin embargo a la hora de considerarlos como castigables por ley, cuando el comportamiento por el que se pregunta no abarca las relaciones sexuales el porcentaje disminuye. Así, observamos un cambio de opinión social cuando la agresión no es implícitamente “sexual”, ignorando así otras formas de violencia como la física o la verbal que no dejan de proceder del mismo abuso de poder sexual sobre la mujer.

De esta manera “Tocar a una mujer de forma no deseada” genera el rechazo del 97,8% de la población y el 67,7% cree que además de inaceptable debe ser siempre castigado por la ley.

El 95,5% de la población considera inaceptable “Besar a una mujer contra su voluntad” y solo el 42,6% cree que además de inaceptable debe ser siempre castigado por la ley.

Finalmente el estudio muestra que la conducta de “Hacer comentarios y sugerencias de tipo sexual no deseados a una mujer” es el que menos rechazo suscita: el 86% de las personas entrevistadas lo considera inaceptable y únicamente un 23,1% cree que además de inaceptable debería ser siempre castigado por la ley. Una de cada diez personas entrevistadas (9,9%) considera que es un comportamiento aceptable en algunas circunstancias. (Ministerio de Igualdad, 2018)

¿Qué hay detrás de la aceptación de estas conductas como algo no castigable por ley?

Cuando la sociedad considera menos “punibles” este tipo de acciones nos expone que este tipo de violencias están normalizadas y esta normalización acaba por conducir al cuestionamiento del testimonio de la víctima, quien suele considerarse una “exagerada”. Así lo demuestran los casos en los que la víctima es puesta en duda y debe atravesar un proceso de revictimización que tiene fuertes consecuencias psicológicas, como ha sucedido con el caso de Jennifer Hermoso y su agresión recibida por Luis Rubiales durante la celebración del mundial de 2023.

Y no obstante la definición de violencia sexual abarca un amplio espectro, en palabras de la OMS:

“Todo acto sexual, la tentativa de consumar un acto sexual, los comentarios o insinuaciones sexuales no deseados, o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier otro modo la sexualidad de una persona mediante coacción por otra persona, independientemente de la relación de ésta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo. La coacción puede abarcar una amplia gama de grados de uso de la fuerza. Además de la fuerza física, puede entrañar la intimidación psíquica, la extorsión u otras amenazas, como la de daño físico, la de despedir a la víctima del trabajo o de impedirle obtener el trabajo que busca. También puede ocurrir cuando la persona agredida no está en condiciones de dar su consentimiento, por ejemplo, porque está ebria, bajo los efectos de un estupefaciente o dormida o es mentalmente incapaz de comprender la situación”

Según el Informe Mundial sobre Violencia y Salud, publicado por la Organización Mundial de la Salud en el año 2002 (OMS, 2002).

Tras todo esto cabe preguntarse: ¿Cómo se legisla esa violencia? ¿Acaba tolerándose? ¿Si se ejerciera una sanción a partir de las mínimas insinuaciones se generaría una mayor conciencia social?

En este mismo estudio del Ministerio de Igualdad, se preguntó también respecto al consumo de prostitución y su punibilidad ante la ley mediante la pregunta de “Pagar a una mujer por mantener relaciones sexuales (prostitución)” Los resultados de las encuestas -Figura 77- muestran que el consumo de prostitución es la conducta que menos personas perciben como una manera de violencia sexual contra la mujer, entre todos los aspectos cuestionados.

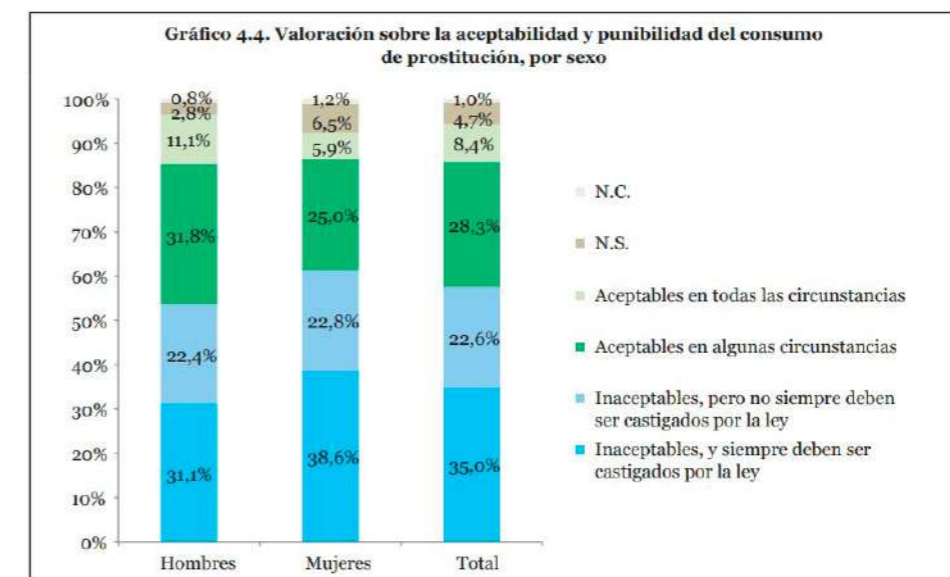


Figura 77-Valoración sobre la aceptabilidad y punibilidad del consumo de prostitución, por sexo

Los resultados nos muestran que el consumo de prostitución es considerado como algo aceptable por el 30,9% de las mujeres y el 42,9% de los hombres. Datos que contrastan respecto a la pregunta sobre "Obligar a prostituirse a una mujer" donde el 99,3% de la población lo considera inaceptable y el 97,0% cree que además de ser inaceptable debe ser siempre castigado por la ley. (Ministerio de Igualdad, 2018: 90)

La conclusión que se obtiene de estos resultados es que la sociedad ve como algo aceptable la prostitución y su consumo siempre y cuando las mujeres que la ejercen no están siendo obligadas, reciben el dinero y no son víctimas de trata.

Esto se debe a que a la hora de debatir la cuestión de la prostitución la pregunta gira siempre en torno a las mujeres prostituidas y en si su decisión de vender su cuerpo es libre o no, sin atender a cuanto "libertad" existe en la toma de esa decisión. Esta cuestión en torno a la voluntad de la mujer prostituta no deja de ser esencial, sin embargo ignora la otra cara de la moneda: el consumidor. Tal y como nos expone Salander, según Amnistía Internacional y Médicos del Mundo el 40% de los hombres en España ha consumido prostitución en algún momento de su vida (2024: 166) y según CIS entre un 20% y 30% de los hombres -Figura 79- Además, según PÚBLICO la ONU posiciona a España como el tercer país del mundo en el ranking de consumición de prostitución. (11)

Es urgente abordar qué legítima al hombre para considerar que su deseo sexual es un derecho para que él tenga el poder de "comprar" el deseo sexual de la mujer prostituida y qué elementos sociales hacen creer a las mujeres que mediante la venta de sus cuerpos al consumo masculino están obteniendo derechos y libertades sexuales.

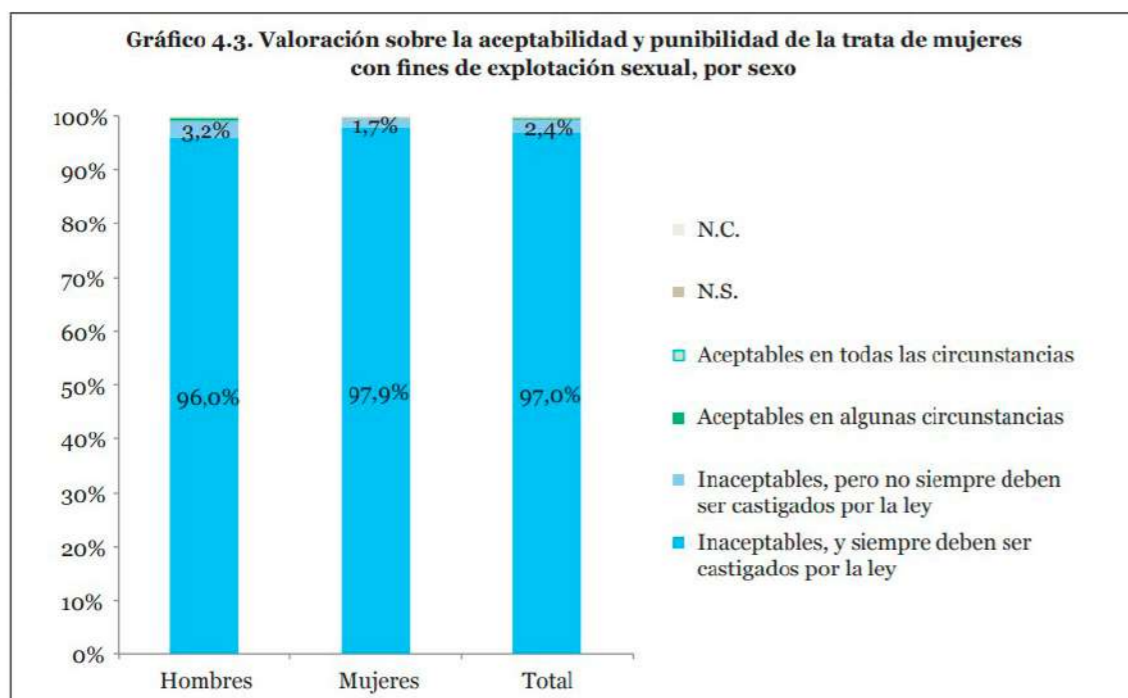


Figura 78-Valoración sobre la aceptabilidad y punibilidad de la trata de mujeres con fines de explotación sexual, por sexo

	Hombre	Mujer
Sí, una vez	10,2%	0,1%
Sí, más de una vez	21,9%	0,2%
No, nunca	66,3%	98,8%
No contesta	1,6%	0,9%

Figura-79-Encuesta Nacional de Salud 2008-Pregunta: "¿Ha pagado alguna vez por mantener relaciones sexuales?" Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)

Tal y como afirma Salander, la prostitución en España está acogida en un limbo fiscal, es decir, no es considerada como legal pero tampoco como ilegal. Esto permite que no haya registros ni altas por parte de las "trabajadoras sexuales" y que las irregularidades queden en la sombra. Por tanto, solo contamos con estimaciones realizadas por entidades y diferentes organismos para poder acercarnos a algunas cifras de esta realidad.

Salander nos expone que según el Plan Integral de Lucha contra la trata de las mujeres y niñas con fines de Explotación Sexual (2015-2018) el Ministerio del Interior estimó que había unas 45.000 mujeres prostituidas en situación de trata en 2012. Ante estos datos el sociólogo Antonio Ariño cifró que, como en el anterior caso solo se contabilizaban las víctimas de trata, en verdad se estimarían entre unas 100.000 y 120.000 mujeres prostituidas en total. Por otra parte, el Ministerio de la Mujer en 2020 estima que 300.000 mujeres son prostituidas en España, datos que coinciden con la aproximación realizada también por el Observatorio Cívico Independiente que estimó más de 300.000 mujeres en prostitución.

Se suele pensar también que las mujeres que se prostituyen son únicamente españolas y que libremente deciden vender su cuerpo. No obstante los datos nos demuestran que esto no es así -a pesar de que en los últimos años sí venga sucediendo en mayor medida debido a la inestabilidad y precariedad económica. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y su Encuesta Nacional de Salud realizada en 2008 el 91% de las mujeres prostituidas son migrantes y el 86% están en situación de pobreza. ¿Dónde queda el libre albedrío en estas condiciones? ¿Acaso ese % de mujeres que defienden la libertad sexual a través de la prostitución representan a toda la mayoría? Este dato suele desconocerse y debe tenerse en cuenta para criticar y tomar medidas en esta realidad en su totalidad. (2024: 165)

Tal y como afirma Ballester, la prostitución se presenta como una "solución" y una fuente de dinero "fácil" cuando una mujer encuentra dificultades estructurales para acceder a un trabajo y a unas condiciones de vida dignas. La precariedad es la puerta principal que invita a las mujeres a lanzarse a la prostitución como alternativa para poder subsistir. (Ballester: 2013) Entra aquí en juego el proceso de socialización de las mujeres y de los hombres. Nos referimos a socialización como ese aprendizaje que comienza en la infancia y perdura durante el resto de la vida, por el cual las personas aprenden y absorben diferentes conductas, valores, actitudes y perspectivas propios de la generación y sociedad en la que han nacido y que les permitirá moverse por ella con la aprobación social externa. (Giddens, 2001)

La existencia de los roles de género posibilita que hombres y mujeres maduren de diferentes maneras entre sí, perpetuando estereotipos y una serie de violencias que aunque también afecten en cierta medida al hombre, perjudican en mayor impacto y proporción a las mujeres. El feminismo busca romper con el sistema patriarcal en ambas direcciones. El feminismo pretende hacer que las mujeres se cuestionen por qué hacen lo que hacen y no culpabilizarlas

de manera individual, es decir, el feminismo cuestiona el sistema patriarcal y las herramientas que perpetúan la subordinación de las mujeres al deseo masculino. Desde el feminismo se hace cuestionar si verdaderamente las mujeres han decidido con "libertad" determinadas elecciones que han recaído siempre sobre lo que se espera de una mujer y de su "feminidad" -acciones desde depilarse hasta cómo vestirse o cómo comportarse de manera "socialmente correcta para una mujer"- y si deciden con "libertad" dedicarse a la industria de la pornografía y de la prostitución, industrias consumidas en su inmensa mayoría por el varón.

SEXUALIZACIÓN DE LA MUJER Y PRECARIEDAD ECONÓMICA

Como expone Andrea Reyes Flores en su artículo "La precarización del trabajo femenino y la producción de contenido erótico a través de plataformas virtuales como actividad económica" el cuerpo de la mujer ha sido un tema tratado y representado desde la visión masculina a lo largo de la historia, siendo sexualizado y cosificado a su merced en todos los aspectos posibles. Actualmente, nos enfrentamos a un conflicto donde gracias a la revolución tecnológica y las redes sociales esta problemática ha adquirido nuevas dimensiones y se ha adaptado a este entorno neoliberal. Un entorno que se presenta como utópico, consensado y bajo nuestro control. (Reyes Flores, A, 2024: 188-189)

Entender cómo se concibe el sexo, el deseo y el consentimiento históricamente y en la actual sociedad es fundamental para abarcar la realidad de la violencia de género y la violencia sexual. Reyes Flores nos explica -citando a Cobo y a Serret- también que en nuestra sociedad el cuerpo es la herramienta por la cual las mujeres aprenden a sobrevivir y a validarse. Desde niñas se nos educa para la reproducción, el cuidado y la seducción, siendo estos los fines últimos por los que emplear, "cuidar" y dedicar nuestros cuerpos y nuestras vidas. La sexualidad se convierte así en el pilar base sobre el que se rige nuestra existencia, nuestra identidad y por ende, nuestra autoestima (Cobo, 2015: 7-19)

Por otra parte, se educa a los hombres para desear el cuerpo de la mujer y poseerlo, y de unas maneras muy concretas. Como explica Reyes Flores, todo esto es posible ya que el sexo se considera un marcador corporal, como varón y hembra, designando así dos géneros, masculino y femenino. Un símbolo de pareja referente y normativa que funciona como elemento identitario, que nos brinda seguridad para posicionarnos en el mundo y adoptar una narrativa interna a desempeñar (Serret, 2015) (Reyes Flores, A, 2024: 188)

Reyes Flores nos argumenta cómo las Tecnologías de la Información y

Comunicación (TIC's) han ido adquiriendo un papel diferente conforme la sociedad cambia y crece.

A raíz de la pandemia de la Covid-19 y su consecuente crisis laboral y económica muchas mujeres se vieron impulsadas a buscar alternativas para obtener dinero. Estas tecnologías propiciaron, entre el auge de la publicidad en redes y el consumo de productos cosméticos y textiles, el consumo de contenido ciber erótico creado en su mayoría por mujeres, siendo esto un reflejo del condicionamiento social del género como elaborador de desigualdad. (Reyes Flores, A, 2024: 181)

La precariedad económica solo ha ido en aumento en los últimos cinco años y actualmente en España esta precariedad afecta en mayoría a las mujeres. Tal y como observamos en la figura 80, 81 y 82 en donde las tablas gráficas nos muestran una mayor proporción de desigualdad y de desempleo en mujeres y de mayor duración. Según PÚBLICO:

“Los datos del Ministerio de Trabajo sitúan a las mujeres, que son una clara mayoría (55%) en el desempleo de larga duración, como mayoritarias en todas las modalidades de subsidios asistenciales (salvo el de expresidarios), que es la protección que facilita el sistema a quienes agotan sus prestaciones contributivas, o que carecen de ellas, cuando salen del circuito del empleo”

A su vez PÚBLICO -septiembre 2023- nos expone que:

“Según muestran los datos de la Seguridad Social, las brechas de desventaja en las condiciones de salida siguen siendo amplias frente a las masculinas: casi 400 euros (-21,3%) en la pensión media de jubilación y más de 350 (-22,4%) en el promedio de las prestaciones iniciales, aunque mejoradas con pluses de brecha de género de entre 30,40 y 121,60 euros mensuales para dos de cada tres retiradas.”

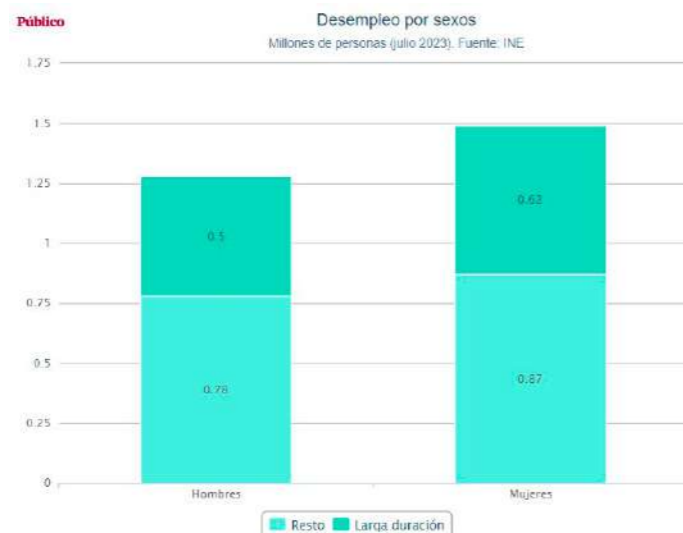


Figura-80-Gráfica de desempleo según sexo y duración. Fuente INE, Julio de 2023.

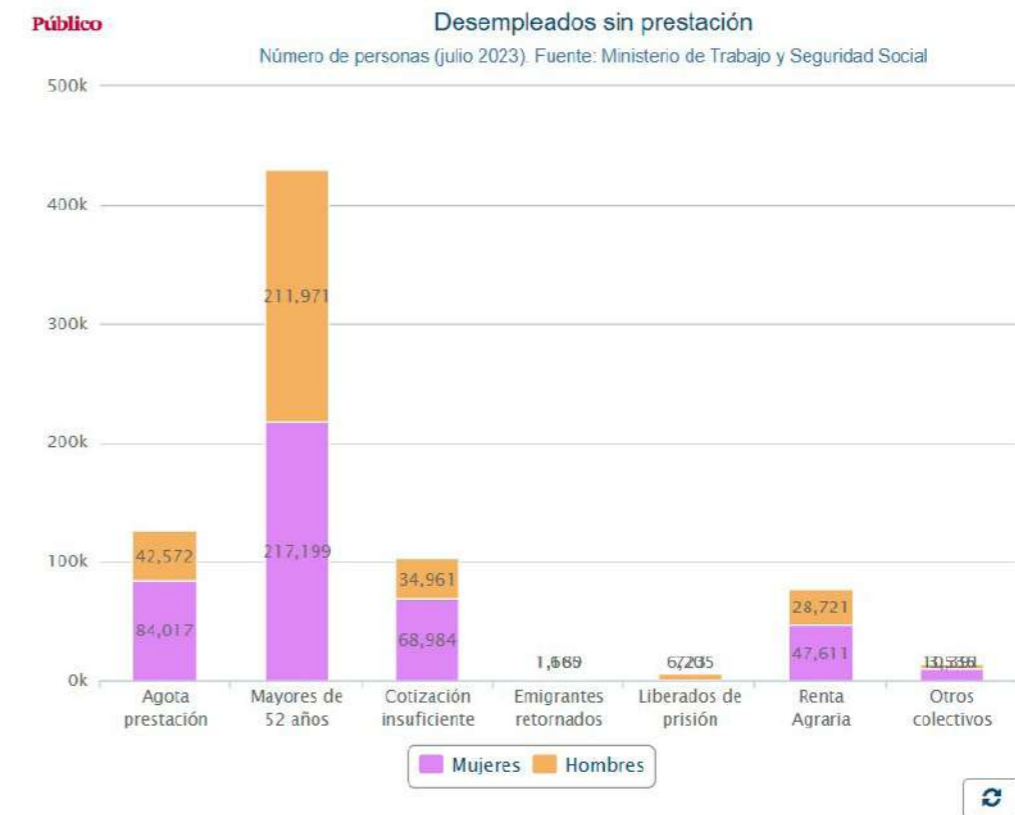


Figura-81-Desempleados sin prestación-Julio 2023 Ministerio de trabajo y seguridad social



Figura-82-Las jubilaciones por sexo-Seguridad Social

Estos datos nos muestran que las mujeres se enfrentan a una mayor dificultad para encontrar trabajo y que al recibir una peor cotización por discriminación y/o no poder cubrir las mismas horas laborales que el hombre, al encargarse ellas del trabajo doméstico no remunerado, se ven obligadas a retrasar el momento de alcanzar la jubilación y a vivir en una situación de mayor inestabilidad.

FENÓMENO ONLYFANS

Ante este panorama la alternativa de ONLYFANS se presenta como una solución “fácil” e irrelevante puesto que es “un trabajo” y “se tiene el control”. Sin embargo estamos hablando de un negocio que se sostiene con la premisa de vender nuestro cuerpo bajo demanda de un cliente. Según Reyes Flores citando a Chellouchi ONLYFANS es:

“aquella plataforma digital que abre espacio a creadoras y creadores de contenido para vender a través de producciones audiovisuales, productos que van desde recetas de comida hasta ejercicios, oficios, y cuya viralización y extensión se asocia principalmente a los contenidos eróticos. El perfil de las creadoras de contenido erótico de la plataforma es diverso, aunque todas ellas comparten, de alguna forma, una situación de exclusión económica y de precariedad en el mercado laboral” (Reyes Flores, A, 2024: 193)

Por otra parte, Onlyfans está cogiendo fuerzas gracias a las redes sociales y a vídeos que fomentan esta aplicación mediante bulos en torno al dinero que se obtiene en ella y las condiciones en las que se trabaja a partir de “entrevistas” realizadas a mujeres “desconocidas” por las calles de Madrid. Ejercicios como vender ropa interior usada o dedicarse a la venta de imágenes eróticas son los más comunes o vender pelo de las zonas genitales. Estos vídeos tienen 1.5M de visualizaciones, 6969 guardados, 95.8k likes, 660 comentarios -figura 83- y 2.8M de visualizaciones, 6076 guardados, 87.9k likes y 1913 comentarios respectivamente -figura 84- Consultados el 23/04/2024 (12) y (13)

La edad mínima que exige TikTok para navegar por ella es de 13 años, sin ningún sistema práctico y eficaz para controlar que cuando el o la adolescente introduce sus datos no acabe mintiendo.

Con el auge de estos discursos y su masiva difusión se normaliza este tipo de alternativas como un trabajo más, que se presenta además como fácil, rentable y para todo tipo de mujer. En estos vídeos se le desea suerte como si tuvieran que ascender o promocionarse dentro de la aplicación, que no deja de ser una empresa que sacará un beneficio de estas mujeres que deciden vender su propio cuerpo.

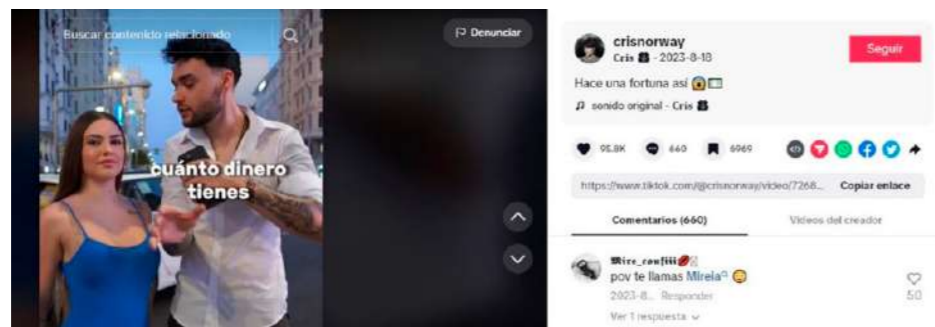


Figura 83-Captura-TikTok-vídeo-1

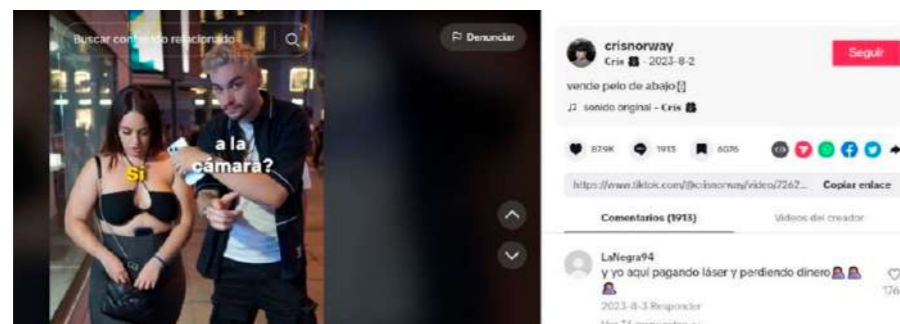


Figura 84- Captura TikTok-vídeo-2

Las industrias de la prostitución y la pornografía vulneran los derechos de la mujer, se legitiman bajo un discurso neoliberal a partir del testimonio de unas pocas excepciones que dicen elegir participar "libremente" en ellas excluyendo el contexto y circunstancias que han conducido a esas y otras mujeres a ver en esas industrias una "salida profesional" y un "trabajo", mujeres cuyo trabajo se sustenta en complacer el deseo sexual masculino, nunca el femenino.

Se olvida poner el foco en por qué el hombre encuentra como excitante prácticas sexuales violentas y en las que la mujer no siente deseo sexual. Blanquear esta violencia sexual que se esconde en este tipo de industrias -que generan millones de ingresos económicos- perpetúa la cultura de violación y las agresiones contra las mujeres.

CULTURA DE LA VIOLACIÓN III

4-CULTURA DE LA VIOLACIÓN III

Socialización masculina: Erotización de la violencia

Socialización femenina: Nacidas para gustar

SOCIALIZACIÓN MASCULINA

La erotización de la violencia

Como hemos analizado anteriormente las industrias de la pornografía y de la prostitución se han sostenido a lo largo de los años gracias a la existencia de un consumidor: los hombres.

El descubrimiento de la pornografía se da en la preadolescencia siendo el porcentaje de hombres que consumen pornografía antes de los 16 años un 75,8% como declara el estudio "Nueva pornografía y cambios en las relaciones interpersonales" (14) Además, tal y como expone Salander, 7 de cada 10 adolescentes consumen porno y una preocupante mayoría afirma que ven en el porno modelos de conducta que les gustaría imitar: "el 54% admite que le da ideas para sus propias experiencias sexuales y al 55% le gustaría poner en práctica lo que ha visto, según datos de <<(des)información sexual: pornografía y adolescencia>> de Save the Children" (2024: 158)

Esto es gravemente alarmante dado a que es precisamente en ese período cuando se forma la personalidad y cuando el cerebro desarrolla su identidad y deseo sexual en palabras de Villalobos en su artículo "Adolescencia y salud":

"La identidad sexual se refiere a la diferenciación y ubicación sexual que cada uno de nosotros hace según seamos hombre o mujer. Durante la adolescencia se configuran los sentimientos que el y la joven tienen en relación con el sexo al que pertenecen. Se van a ensayar una serie de conductas tanto hacia el mismo sexo como hacia el sexo opuesto." (Villalobos Guevara, A, 1999) (15)

Cuando el deseo sexual se camufla con una erotización de la violencia, se permite el triunfo de estas industrias y la reproducción de la violencia sexual contra las mujeres en las sociedades formalmente igualitarias. Así lo explica Mónica Alario Gavilán en "Política sexual de la pornografía" cuando analiza la socialización de los varones, donde defiende que la sexualidad lejos de ser un ámbito natural de la vida humana responde a una cuestión política y una construcción social.

Alario nos advierte del peligro de afirmar que la sexualidad responde a una conducta nata, ya que eso implicaría afirmar que no se puede cambiar y que es ajena a lo político:

"La idea de que la sexualidad es un ámbito natural, en el sentido de no influido por el contexto social y estructural, desactiva el análisis y la crítica radical feminista de las estructuras de desigualdad que la atraviesan y se reproducen en ella" (2024: 60)

Sin embargo la sexualidad será un terreno fundamental sobre el que se reproduzca la desigualdad contra la mujer en función del género masculino o femenino construido, ya que dependiendo de nuestro sexo nuestra sexualidad deberá ser femenina o masculina. Alario se cuestiona entonces de qué manera se define la masculinidad y lo masculino en la actualidad, para llegar a comprender así la erotización masculina de la violencia sexual contra la mujer. (2024: 61)

Alario expone citando a Amorós que la masculinidad existe cuando se diferencia de la feminidad, diferencia posible sólo en un contexto patriarcal, ya que sólo allí existen y se reproducen los géneros y sus estereotipos (Amorós, 1992) La masculinidad se diferencia de la feminidad no solo como su opuesto sino como su superior, es decir, lo femenino, y por ende las mujeres, son consideradas como algo inferior y algo a evitar ser. Alario nos lo explica de la siguiente manera:

“En un patriarcado, lo socialmente considerado masculino está situado por encima de lo socialmente considerado femenino; así lo interiorizan los niños. Comentarios en tono despectivo como <<no llores, que pareces una niña>> o apelativos como <<nenaza>> <<mariquita>>, empleados contra los niños que muestran comportamientos socialmente considerados femeninos, les transmiten que parecer niñas y no adaptarse a la masculinidad supone para ellos, que tienen la posibilidad de pertenecer al grupo superior, una humillación” Esto nos lleva a especificar qué es el sexo y qué es el género, ya que estos conceptos hasta el s. XX con la llegada de las feministas no se habían distinguido.

Como explica Tamara Pazos en “La biología aprieta, pero no ahoga” el sexo entendido como biológico se limita a la genitalidad y a los cromosomas de una persona, por lo que:

“en la especie humana diríamos que las productoras de óvulos son mujeres y los productores de espermatozoides son hombres mientras que “el género hace referencia a todos aquellos atributos conductuales, y expectativas anatómicas, que se asocian a cada sexo. Podríamos decir que el género lo construye la sociedad sobre los individuos basándose en su genitalidad. Esto achaca ciertos roles que ya conocemos y se nos instruye para cumplirlos desde que nacemos. Por eso resulta imposible saber si hay algo de innato en ellos” (2022: 234)

Esto se reafirma cuando analizamos la evolución de la moda en la historia y el uso de la falda, los tacones o el maquillaje. La falda fue una prenda que en diferentes formas era utilizada tanto por hombres como por mujeres hasta el S. XV-XVI con los comienzos del pantalón moderno, prenda que se asoció a lo masculino y a unos determinados valores. Valores que a partir de la revolución francesa representarían el trabajo, el poder y la lucha, siendo el pantalón una prenda propia del hombre político, sobrio y estable que se oponía a la monarquía absolutista llena de opulencia.

Sin embargo, la mujer no podía acceder a ese poder ni al derecho al trabajo, y no sería hasta la II guerra mundial que esto comenzó a cambiar hasta su total conquista por parte de las feministas como una prenda normal en el armario de la mujer.

Revisar la historia nos hace plantearnos por qué en la actualidad para un hombre supone un escándalo y algo antinatural el hecho de vestir falda, llevar maquillaje o ponerse unos tacones, cuando esto se ha dado a lo largo de la historia como algo normal y como marcador del estatus social. Ahora al haberse asociado a la mujer y a lo femenino genera rechazo, se ve como algo contradictorio y como signo de una menor virilidad, de menor poder. La constante división entre “rosa o azul” (De Miguel, 2015)

Como explica Alario, citando a Amorós, parte de la socialización masculina se rige por la “fratía” un vínculo que se genera entre hombres cuando los integrantes del grupo hegemónico refuerzan y reafirman su masculinidad en grupo y se reconocen como iguales entre ellos y capaces de dominar a las mujeres (2024:66) Esto lo podemos observar en la práctica cuando los hombres se aíslan en ciertos mundos socialmente percibidos como masculinos como es el fútbol, el mundo automovilístico, los videojuegos o el consumo de pornografía y prostitución. Es por todos conocido el tópico de contratar a una stripper o ir a un puticlub cuando se celebra una despedida de soltero, ejemplos que refuerzan este vínculo y esta sensación de poder frente a las mujeres, ya no solo por el hecho de participar de la explotación sexual y normalizarla, sino además por la diferenciación entre “eso es de mujeres y eso es de hombres”. En esta diferenciación el hombre tiene el permiso e incluso el derecho de explotar su vida sexual antes de casarse, porque este acto es percibido como un “castigo” y una “cárcel” para el hombre y para su vida sexual, ya que está “atándose” a una única mujer, y eso es una derrota para su masculinidad, ya que cuantas más mujeres “pruebe” más reforzada se ve su “virilidad”. A su vez, el hecho de que el hombre encuentre diversión y excitación en este tipo de prácticas expone el evidente problema que tenemos como sociedad.

Por otra parte Alario explica que esta masculinidad se rige también por el “ser para sí” y el castigo de la empatía. Este concepto del ser para sí identifica ese permiso que tienen los hombres para priorizar su propio bienestar y su deseo, fundamentándose en sí mismo, estando esta individualidad relacionada con la ausencia del desarrollo de la empatía:

“En la socialización masculina no solo no se potencia (la empatía) sino que puede llegar a castigarse por cuanto socialmente se considera algo femenino. La empatía es una capacidad que consiste, en primer lugar, en reconocer las emociones de la otra persona, y, en segundo lugar, en sentirlas, en cierto modo, con la otra persona (...) Para que este segundo mecanismo imprescindible en la empatía se ponga en juego, es necesario reconocer a la otra persona como igual” (2024: 67) Según Alario esto es esencial a la hora de abordar la violencia sexual y su erotización por parte del hombre ya que “para que un hombre ejerza violencia sexual, tiene que poder excitarse sexualmente en una situación de falta de reciprocidad, en una situación en que la mujer no desea estar, y para poder llegar a erotizar este tipo de situaciones es necesario que haya desactivado la empatía hacia las mujeres (...) En último término, decir que el origen de la violencia sexual es la construcción misma de la masculinidad como superior a la femineidad es equivalente a decir que el origen de la violencia sexual es la desigualdad entre varones y mujeres, es decir, el propio patriarcado” (2024: 67-68)

La normalización de la violencia será también otro pilar fundamental en la socialización masculina, en palabras de Alario:

“que la socialización masculina enseñe a los varones a aprender a posicionarse por encima de las mujeres ya implica la normalización de mecanismos que reproducen diversos tipos de violencia “sutiles”, dado que para hacerlo es necesario inferiorizarlas y cosificarlas” (2024: 68)

Es decir, la existencia de un sistema patriarcal que perpetúa las estructuras de desigualdad, que permiten al hombre situarse por encima de las mujeres, posibilita formas “sutiles” de violencia que hemos interiorizado como normales. Además de estos “micromachismos” como señalan los estudios de la socialización masculina y como afirma Alario citando a Subirats (1999: 30) existe un vínculo entre la violencia y la socialización del hombre, entre su virilidad y su proceso de integración y aprendizaje social.

A partir de la cultura y del entorno social, los niños aprenden a ver recompensados comportamientos violentos, aprenden a asociarlos con lo masculino y por tanto con lo que aspiran a ser, como afirman diversas expertas en socialización de género (Subirats, 1999; Simón 2010; De Miguel 2015)

“La mayor parte de la socialización de chicos reciben una socialización desde muy pequeños que les hace divertirse ejerciendo violencia sobre los demás” (Simón, 2010: 81)

Tolerando poco a poco una violencia que entre sutil y radical, no deja de ser constante, integrándose en su manera de obtener placer y de relacionarse con otros niños, y por tanto de formar parte del grupo. (Alario, 2024: 69)

Tal y como nos explica Alario, desde diferentes ámbitos culturales los niños reciben el mensaje que deben ser todo lo contrario a las mujeres y a los valores que a estas se les asocia, tales como la empatía, la sensibilidad o el cuidado. Esto lo observamos en la categorización de las cosas “propias de chicos y propias de chicas” Lo vinculado a la masculinidad se asocia con “las conductas de riesgo y de transgresión, con peleas, competitividad, enfrentamiento, hostigamiento, anulación o negación del otro, ocupación del territorio, violencia” (Simón, 2010: 69-70)

Así lo comprobamos en el caso de los juguetes, los videojuegos y las películas. En los juguetes seguimos experimentando una segregación en función del género, de esta manera los juguetes de niños, y por tanto masculinos, tratan temas bélicos que se ven disimulados al hacer referencia a películas de acción como la espada de la guerra de las galaxias, el puño de hulk (De Miguel, 2015: 46) u otro que al ser “juguetes” blanquean la violencia que tienen detrás, como las pistolas “Nerf” o las pistolas con bolas de gel.

En los videojuegos tenemos infinidad de ejemplos en donde la trama no solo implica violencia sino en dónde además aparece una fuerte sexualización de las mujeres, presentándolas como objetos de consumo. El niño juega y aprende estas imágenes como normales, reales y legítimas. Alario nos ejemplifica con el caso del GTA, Grand Theft Auto:

<<Una de las formas de conseguir que el personaje protagonista, varón “recupere vida” es pagar a una mujer prostituida por “hacer uso de sus servicios”. Al prostituirla, el nivel de vida del personaje aumenta. El “inconveniente” es que se gasta parte del dinero que se tenía acumulado. En el Grand Theft Auto San Andreas existen dos opciones para recuperar ese dinero: la primera, asesinar a esa mujer cuando ella sale del coche en que se han realizado esas prácticas y recogerlo, la segunda, haber superado las diez “misiones de chulo” que el videojuego propone, consistentes en llevar a las mujeres hasta los varones que la van a prostituir. Al haber superado estas diez misiones también le permiten ganar dinero: cada vez que se lleva a una nueva mujer hasta un nuevo varón para prostituirla, se gana más dinero que la vez anterior.

La violencia contra las mujeres y el proxenetismo aparecen como actividades que permiten recuperar vida y dinero al protagonista. Cuando se consigue el “nivel de chulo”, las mujeres pagan al personaje para que este haga “uso de sus servicios”. Cuando salió a la venta se convirtió en el videojuego más vendido para Play Station 2, alcanzando los 12 millones de unidades en cuatro meses>> (2024: 69-70)

Otro ejemplo lo encontramos en la saga del videojuego "Far cry", el cual cuenta ya con 6 ediciones, teniendo todas ellas la violencia como hilo conductor. Se trata de un videojuego dirigido desde sus inicios a "chicos". Ahora bien ¿Qué encontraban esos chicos en este videojuego que les resultase atractivo y vieran como propio, al ser masculino, el jugarlo?

Allison Mcdaniel en su artículo "Games for Girls?" de 2018 (16) realiza un análisis en torno al lenguaje de género y sus símbolos en el marketing de videojuegos, en específico del "Just dance 2018", "Imagine: Fashion life" 2012 y "Far cry 5" 2018, todos pertenecientes a la empresa Ubisoft.

En dicho artículo argumenta cómo a través del léxico, del uso del color y de la tipografía, el marketing perpetúa la segregación de su producto en base al género. Transmitiendo a su vez los valores asociados al género: lo masculino con la violencia, el liderazgo y el poder, lo femenino con lo delicado, la apariencia y la participación pasiva.

Por otra parte reforzando dichos valores, los colores predominantes en los juegos y juguetes masculinos tienden a ser neutros y vigorosos, como el rojo, el negro, gris y marrón mientras que los colores predominantes en los juegos y juguetes femeninos son pasteles o mezclas de rosa y morado (2018: 51)

Según Mcdaniel, en la portada del Far Cry 5 -figura 85- encontramos un imaginario masculino específico.

La portada se compone por 13 hombres, un lobo y una mujer dispuestos alrededor de una mesa rectangular, detrás de la cual apreciamos diferentes escenarios a campo abierto que invitan a que se trata de un juego de libre exploración. En el centro vemos la figura de un hombre con un traje de buena apariencia, percibiéndolo así como el más poderoso y ataviado frente al resto, con los brazos semiflexionados y abiertos en actitud de seguridad y dominio.

Los 12 hombres que le rodean presentan posiciones enérgicas y algo agresivas y un atuendo más humilde. Observamos en total tres banderas de Estados Unidos y un complejo de diferentes armas dispuestas alrededor de la mesa y la escena. La figura de la mujer contrasta con el resto de los personajes masculinos de diferentes maneras y obedeciendo a los estándares de género.

En primer lugar la mujer lleva un vestido, una corona de flores y sostiene un lirio en las manos. Una pierna se insinúa sugerentemente por encima de la mesa. Una mano le sujeta el hombro y otra apoya su brazo sobre su rodilla.

Violencia, poder y control se perciben de manera evidente a partir de la portada de este videojuego. Mientras que los hombres sujetan armas, la mujer sostiene una flor. Mientras que los hombres participan de alguna manera de la disputa, la mujer permanece callada y en actitud sumisa, mientras que los hombres desprenden un aura de brutalidad y poca delicadeza, la mujer desprende una energía de paz, observación y suavidad. (2018: 52-53)

Además se ve una fuerte referencia al cuadro de Leonardo Da Vinci "La última cena" por lo que la figura central, el villano del videojuego, se equipararía a la figura de Jesucristo, ambos hombres y ambos percibidos como un dios. Los 12 hombres que le rodean se equipararían a los 12 discípulos.

Por otra parte si observamos el resto de las portadas de las ediciones, encontramos que directamente no aparece la figura de la mujer, reforzando así que se trata de un videojuego masculino, protagonizado por hombres y dirigido a hombres.



Figura 85-Portada del videojuego "Farcry 5"



Figura 86- Portada-"Farcry 1"

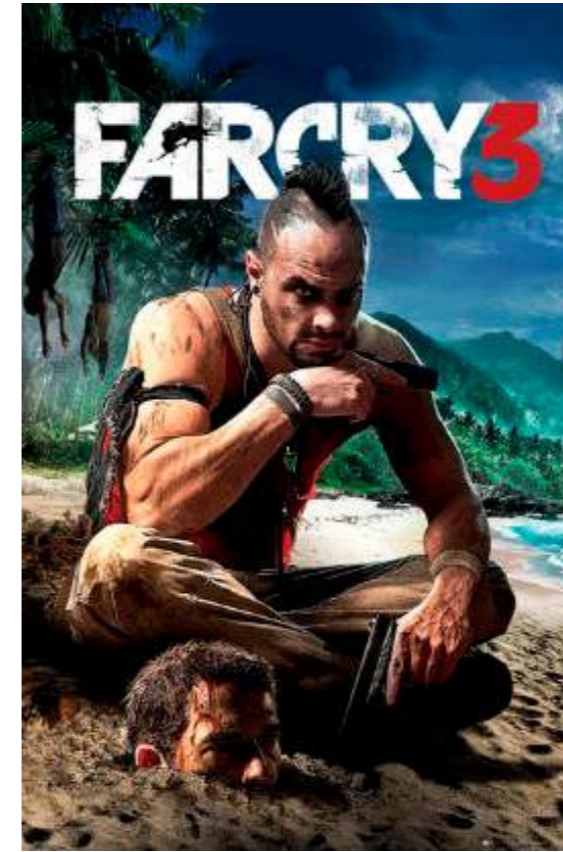


Figura 88- Portada-"Farcry 3"

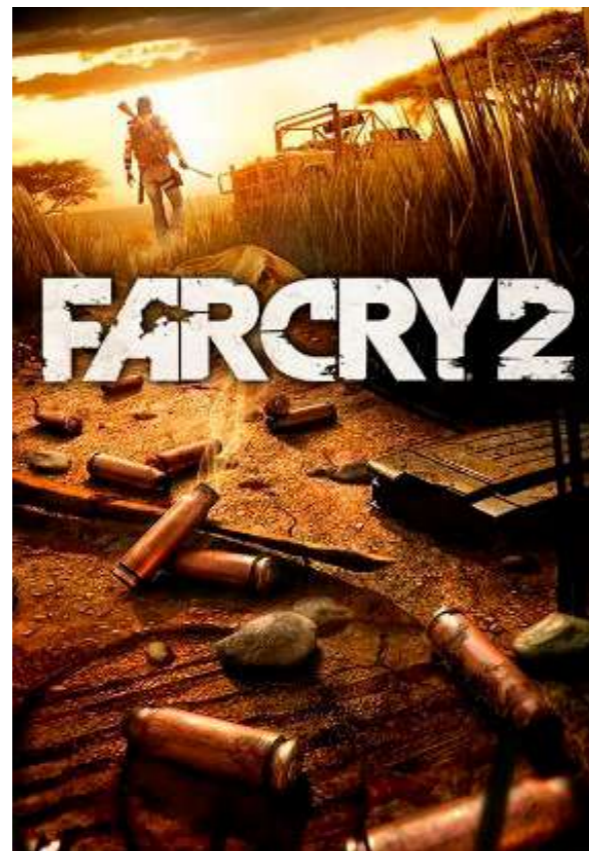


Figura 87-"Farcry 2"



Figura 89- Portada-"Farcry 4"

En cuanto a su tipografía, Mcdaniel analiza cómo se emplean letras rectas, con grosor bold, en mayúscula y con puntas afiladas. Las letras en mayúscula implican control y poder, rigurosidad y seguridad.

Por otra parte la propia descripción de juego utiliza un léxico con palabras poderosas relacionadas a la violencia y al control, invitando al hombre a convertirse en el héroe de la historia mediante la imposición y la violencia contra otro hombre:

“When your arrival incites the cult to violently seize control of the region, you must rise up and spark the fires of resistance to liberate a besieged community. Freely explore Hope County’s rivers, lands, and skies with the largest customizable weapon and vehicle roster ever in a Far Cry game. You are the hero of the story in a thrilling world that hits back with every punch, and where the places you discover and the locals you ally with will shape your story in ways you’ll never see coming. (Far Cry 5)”

En la portada de “Imagine: Fashion life” -Figura 90- observamos a tres chicas jóvenes y blancas que miran sonrientes al espectador, Mcdaniel declara que lo único “diverso” entre ellas es el estilo de pelo y de ropa. Observando la portada el espectador podrá adivinar que el juego gira en torno a la apariencia, donde según Ubisoft solo hay cabida para las mujeres y lo que se considera femenino, porque esa es la demanda femenina. Por otra parte, la chica del fondo sujeta un teléfono mientras sonríe y mira al espectador. Esta figura podría interpretarse como la “chica tonta” o “cabeza hueca-charlatana” para dirigirse a una audiencia femenina, este juego emplea estos estereotipos femeninos propios de la cultura occidental. (2018: 53)

La actitud de las tres es de un idealismo irreal y de una participación pasiva y estereotípica del mundo de la moda. En este videojuego se permite seleccionar tres modos de juego, todos vinculados al consumismo o a la apariencia -como modelo, diseñadora o propietaria de un centro comercial. Serás jefa, pero lo serás con una sonrisa siempre en la cara, con una actitud delicada y con una fuerte preocupación por apariencia. No se vende en el juego la idea de llegar a liderar, tener el control y ejercer un poder sobre el mundo de la moda, sino que la mujer forma parte de ese mundo y participa de manera pasiva de él. La portada no hubiera transmitido los mismos valores si hubiera presentado a las chicas vestidas de manera ejecutiva, práctica y un semblante serio y/o concentrado o si en su lugar hubieran sido hombres (2018: 54)

Por otra parte, la tipografía en “Imagine: Fashion life” es de formas curvas, está en minúsculas y en color -burdeos y morado- con efecto de brillo y con una estrella que va desde una a otra de las “i”. Con esta tipografía se nos transmite una sensación de “glow”, “glamour” “delicadeza” y cierta superficialidad que representa el videojuego que es femenino y es para mujeres, reforzando así los estereotipos de género asociados a la mujer.

En cuanto a su descripción en “Imagine: Fashion life” Mcdaniel destaca con ironía el hecho de que en la misma frase se mencione lo “realístico” junto con “hacer lo que sea que sueñes” y el uso de adjetivos vinculados socialmente a la mujer como “glamuroso”, “trendy”, “top model” y “fabuloso”:

<<Imagine® is introducing the most realistic and customizable fashion design game yet for the Nintendo 3DS system that allows you to create whatever you dream. In Imagine Fashion Life, experience three fabulous fashion ca-reers: become the trendy designer, the most glamorous top model or the best mall owner! This 3D game features high-quality, realistic graphics and allows players with a love of all-things- to truly unleash their creativity and management skills. (Imagine: Fashion Life)>> (2018: 54)

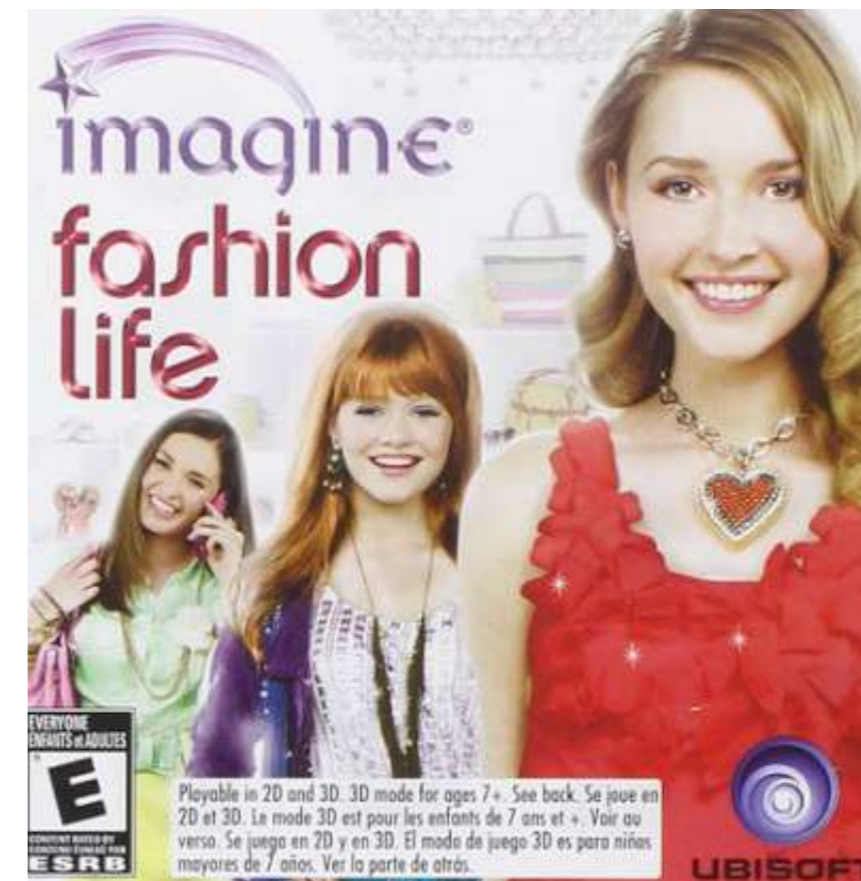


Figura 90-Portada-“Imagine: Fashion life”

Por último, Mcdaniel analizando la portada de JUST DANCE 2018 -Figura 91- llega a la conclusión de que en los videojuegos que utilizan un lenguaje más diverso y neutro, ya que en la portada aparecen 4 mujeres de diferentes estilos y la figura de lo que parece un hombre con una cabeza de oso panda, se permite la conceptualización del juego como algo a hacer en grupo, unidos, sin una evidente segregación por género.

En este caso la tipografía es de palo también, utiliza la mayúscula y un grosor bold, para llamarnos la atención, y al estar colocada de manera diagonal invita al movimiento. Y en su descripción se alude varias veces a la palabra “familia” dando a entender que se trata de una actividad en conjunto:

<<Whether you’re a party starter, a dancer in the making, or a seasoned pro, get ready to turn up the volume and unleash your inner dancer with Just Dance® 2018! Great for family gatherings, parties, and holidays, Just Dance 2018 brings family and friends together like no other game. (Just Dance 2018)”>> (2018: 53)

Este estudio nos ejemplifica cómo el lenguaje tiene un uso concreto por unos fines concretos para enviar un mensaje concreto, siendo el mensaje que se lanza a los chicos el de la normalización del uso de la violencia y de la búsqueda de poder a partir de la rebeldía, frente al de las chicas que las invitas a ser delicadas, glamurosas, superficiales y normaliza el obtener la aprobación externa en función de su estética.

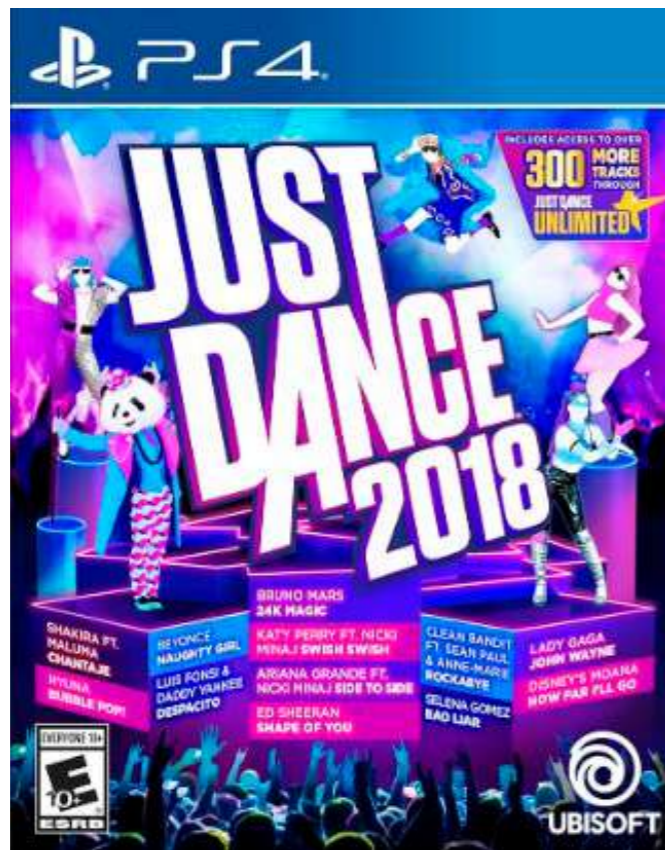


Figura 91-Portada-“Just Dance 2018”

Regresando a las palabras de Alario, tras analizar la educación de los niños en violencia la autora procede a profundizar en como cuando llegan a la adolescencia se construye su sexualidad, donde se unen la excitación sexual y la sensación de poder.

Esto sucede ya que en sociedades formalmente igualitarias existen leyes que brindan los derechos a las mujeres que durante la historia se les ha negado, sin embargo esto no se refleja en una igualdad real, por lo que será en el ámbito de la sexualidad donde esta desigualdad siga perpetuándose y ejerciendo violencia contra las mujeres:

“Sambade (2017: 170) haciendo referencia a Gilmore (1994) explica que la masculinidad históricamente ha ido unida a tres exigencias morales que han actuado en la subjetividad masculina: <<a modo de legitimación de los privilegios patriarcales: las exigencias de protección, provisión y potencia sexual>> Los hombres debían proteger y mantener a la familia, y así, por cuanto eran necesarios para la supervivencia de esta, mostraban esa supuesta superioridad sobre las mujeres” Sin embargo Alario nos expone que gracias a la lucha feminista los dos primeros terrenos han ido equilibrándose, de tal manera que el varón ya no es imprescindible para la mujer, por lo que sólo les queda a los hombres el ámbito de la sexualidad para demostrar su poder sobre las mujeres, su virilidad y reforzar su sensación de masculinidad.”(2024: 71)

Un aspecto interesante que nos expone Alario es el hecho de que los varones tratan de reforzar su masculinidad y su superioridad a la mujer en el terreno de la sexualidad, no solo como un terreno en el que está legitimado sino que además se convierte en una exigencia.

De tal forma que la sexualidad cumple dos roles en los varones, por una parte es el terreno donde satisfacer su deseo sexual y por otra parte es un terreno en donde deberán mostrar su masculinidad, posicionándose por encima de las mujeres y perpetuando los estereotipos de género. No existe una sexualidad masculina aislada de la socialización que los hombres han recibido. Estamos ante el hecho de que el deseo sexual masculino, su excitación, está atravesado por la sensación de ejercer poder sobre las mujeres. De ejercer violencia. En palabras de Alario “La excitación sexual masculina tiene así dos componentes: la excitación sexual puramente física y la excitación sexual de sentir ese poder sobre las mujeres” (2024: 72)

La prostitución es el claro ejemplificador de esta realidad. El hombre no empatiza con la mujer a la que va a violar, el hombre putero paga una cantidad de dinero por acceder al cuerpo de esa mujer, de tal manera que no hay cabida al deseo sexual mutuo, sino que uno decide sobre el otro. El hombre decide sobre la mujer. Será el hombre quién le pida determinadas prácticas y la mujer no podrá negarse, porque es su “trabajo” y está recibiendo un dinero a cambio por el que se genera un “consentimiento”. Él domina sobre ella. Él solo ve un cuerpo con el que satisfacer únicamente su deseo.

Alario continúa alertando que el peligro que esta desigualdad posibilita es el de una sexualidad abierta a la violencia. Esta violencia se da de diversas maneras partiendo todas de la base de que el varón cosifica a la mujer, priorizando su placer sobre el de ella y realizando prácticas no consentidas por ella: “En otras palabras: ejerciendo diversos niveles de violencia contra ella en prácticas que él ha aprendido a vivir como sexualmente excitantes, precisamente porque en el ejercicio de esos niveles de violencia es donde obtiene sensación de poder y, por tanto, de excitación sexual”

Este análisis concentra su énfasis en distinguir que lo que los varones consideran sexualmente excitante les lleva a realizar prácticas que ellos concibieron como sexualmente excitantes, pero que no es sexo, sino que esa excitación es la excitación del poder, que son violencia. (2024: 73)

A lo que aspira el feminismo con una sociedad no patriarcal, es que el sexo deje de ser un terreno politizado y desigual, y pase a ser un espacio donde construir relaciones interpersonales que partan desde el respeto y desde el reconocimiento de la otra persona como igual, un lugar donde se dé la empatía y el placer. Donde exista una “reciprocidad en el deseo”

Alario describe que en este tipo de relaciones sexuales se sentirían sensaciones positivas, mientras que las relaciones sexuales en donde se ejerce violencia se producen contra quien se siente sensaciones negativas:

“La unión entre sexo y violencia es posible en un contexto patriarcal porque los varones aprenden a concebir simultáneamente a las mujeres como inferiores (lo que les lleva a desarrollar distintos niveles de sensaciones negativas hacia ellas) y como cuerpos sexualmente excitantes” En la pornografía las prácticas sexuales aúnan la expresión de este desprecio hacia la mujer con prácticas donde se obtiene placer sexual, mediante prácticas desagradables que se presentan como “excitantes” para la mujer pero que proporcionan únicamente placer al hombre -como las erecciones en la cara, la penetración sin protección, los ahorcamientos, las violaciones en grupo, atar o el uso de lenguaje peyorativo, entre otros-

“Es en la deshumanización de esos cuerpos a los que se accede sin importar que haya o no reciprocidad, sin importar su deseo, en una situación claramente desigual, donde esta construcción de la sexualidad masculina encuentra excitación y placer sexual. Esto explica la magnitud de la violencia ejercida por los varones contra las mujeres por medio de prácticas que les excita sexualmente: Una de cada cuatro mujeres sufre violencia sexual. Que el 39 por 100 de los varones haya prostituido o prostituya a mujeres (ONU, 2010), la magnitud de la violencia sexual en la pareja” (2024: 74)

Alario concluye que en un contexto no patriarcal el término “violencia sexual” sería una contradicción, puesto que la sexualidad estaría exenta de la desigualdad entre varones y mujeres y por tanto no habría sensaciones negativas hacia las mujeres y el sexo estaría concebido como una forma de obtener placer recíproco y formar relaciones interpersonales.

La falta del desarrollo de esta empatía se refleja en el coitocentrismo, es decir, considerar que el acto sexual “verdadero” y más importante es la penetración, limitando el resto de prácticas como “preliminares”. Como expone Alario: “los deseos y el placer de las mujeres con quienes realicen estas prácticas sexuales quedan en un plano secundario”

Ante estos argumentos se suele acudir al pretexto de que el hombre “por necesidad” tiene un fuerte deseo sexual y que por tanto es un derecho para él acceder a los cuerpos de las mujeres para satisfacer sus deseos sexuales. Como advierte Alario, estas ideas adquieren “una reforzada legitimización en los discursos dominantes en las sociedades patriarcales neoliberales (...) el patriarcado neoliberal propone un nuevo discurso, consistente en afirmar que son las mujeres las que desean y <<eligen libremente>> satisfacer esos deseos masculinos. Así se mantienen los privilegios masculinos, pero ya no porque ellos lo exijan, sino porque las mujeres << eligen libremente>> satisfacerlos, porque ellas así lo desean” (2024: 79) El mayor peligro de este tipo de discursos es que libra de responsabilidad al hombre y culpabiliza a la mujer, despolitizando los privilegios masculinos, ignorando y enterrando el factor de que los que saldrán beneficiados siempre de estos privilegios serán los hombres. (2024: 79) Sin embargo resulta imposible hablar de libre elección cuando desde que nacen las mujeres reciben una socialización femenina que aboga por eso que desea el hombre.

A continuación analizaremos la paradoja del mito de la libre elección (DE MIGUEL, 2015) y la imposibilidad de la libre elección a partir de una disección de la socialización femenina a partir de la investigación de Alario.

SOCIALIZACIÓN FEMENINA: Creadas para gustar

La desigualdad se mantiene en la sociedad actual a partir de un discurso neoliberalista, que bajo sus promesas de libertad esconde una esclavitud al sistema a partir de socialización de género
Como afirma Alario (Alario, 2024: 88) citando a Puleo:

“La sujeción se esconde bajo el discurso de la autonomía y de la libre elección en el patriarcado del consentimiento contemporáneo. (Puleo, 2019: 59) El consentimiento funciona como una coartada que oculta las presiones y los condicionamientos que nos llevan a elegir” (Puleo, 2019: 60)

El principal argumento de la sociedad patriarcal neoliberal es que ya existe la igualdad y que por ello hombres y mujeres toman sus decisiones por su propia voluntad. Sin embargo afirmar esto sería ignorar lo que Alario nos argumenta:

“El discurso neoliberal afirma que dichas elecciones que llevan a las mujeres a situarse en posiciones de subordinación no vienen motivadas por ningún tipo de contexto social o estructura de poder, sino que proceden de la absoluta libertad individual de la mujer en cuestión” (2024: 88)

Por tanto, el neoliberalismo es el discurso que sostiene y blanquea la situación de desigualdad de las mujeres, es la herramienta patriarcal que perpetúa la ejecución de violencia sexual, de violencia estética y de discriminación contra la mujer y en función del género femenino. (2024: 89)
Como explica Alario citando a De Miguel (2015a) “El feminismo no es una teoría sobre las elecciones individuales de las mujeres, sino una teoría crítica del poder” (2024: 89) y esto es esencial de especificar porque una de las maneras de banalizar formas de violencia estética y/o sexual es afirmar que esa mujer en particular lo desea. Con esta premisa se ignora la realidad de miles de mujeres que no lo desean y, por supuesto, se evita cuestionar por qué se desea lo que se desea. Como concluye Alario, el feminismo radical lo que pretende al realizar este análisis es indagar sobre qué es lo que impide a las mujeres

La ley del agrado y el ser para otro

Como expone Alario “La socialización femenina se rige por la <<ley del agrado>> (Marqués y Osborne, 1991; Valcárcel, 2008) que transmite a las mujeres el siguiente imperativo central: <<lo importante es gustar y que te quieran (simón, 2010: 85) Este mensaje va a generar en las mujeres una autoestima dependiente de la valoración externa” (2024: 90)
Esto lo observamos en la creciente obsesión por la estética y por la apariencia, y la consecuente inversión que a ella se le dedica, como analizaremos más adelante.

A partir de la cultura y de los medios de comunicación se mantienen mensajes e ideas -que aunque vayan adaptando su manera de expresarse de formas antes más categóricas y ahora bajo un discurso de lo “saludable” y la “libre elección de cuidarse”- esconden en verdad la esclavitud de la mujer a unos estándares inalcanzables. Esta búsqueda de subordinar a la mujer es una herramienta tradicional del sistema patriarcal que se ha ido adaptando en función de cada época social, en palabras de Alario:

“históricamente el patriarcado ha asignado a las mujeres dos funciones: ser madres y ser esposas. Su socialización, para ello, siempre se ha centrado en desarrollar la empatía, para que pudieran percibir las emociones y los deseos ajenos, y la capacidad de cuidar, para que pudieran responder a esas emociones y satisfacer esos deseos. Hoy en día, la potenciación de estas capacidades sigue formando parte de la socialización femenina, aún centrada en cuidar y servir a otros” (2024: 90-91)

Como hemos expuesto anteriormente, esta ley del agrado se inculca desde la infancia a las mujeres a partir de su socialización y a partir de los mandatos sociales, cultivando el inicio de la excesiva preocupación por la apariencia y por gustar al otro, construyéndose su autoestima en base a eso. Mandatos como es el uso de qué tipo de juguetes cuando se es niña, donde los varones desde niños reciben inputs para desarrollar la violencia mientras que las mujeres reciben inputs para empezar a interesarse en la estética y en la belleza. En palabras de Salander:

“En 2020 el Instituto de las Mujeres publicó un estudio muy completo llamado <<publicidad y campañas navideñas de juguetes: ¿Promoción o ruptura de los estereotipos de género?>> El objetivo era analizar si había diferencias en cómo se representa a los niños y a las niñas e identificar la presencia de caricaturas sexistas. Se analizaron 177 anuncios de televisión de diferentes cadenas, un total de 71 horas de grabación, también 8 catálogos de juguetes, 13 tiendas especializadas en juguetes y 5 páginas web del sector. (...) Si miramos los anuncios de profesiones, cuando aparecen niñas, el 34% de publicidad las relacionan con temas de peluquería y estética (en el caso de los niños solo es el 4% de los anuncios). Se anuncian como policías, militares o pilotos el 50% de los anuncios donde salen niños, y solo el 20% en los que salen niñas” A su vez en estos anuncios se encontró una recurrente sexualización de las niñas: “en el 11% de los anuncios de niñas (entre 7 y 11 años) aparecen sexualizadas a través de gestos, posturas o miradas <<seductoros>>, y, por el contrario, no se ha identificado ningún caso en niños” (2024: 23)

Como dice Alario, las niñas juegan y aprenden a obtener diversión a partir de este tipo de juegos: “las normalizan como parte de su vida a la vez que observan que no son parte de la vida de los niños.” (2024: 91)

El miedo a la violencia masculina

Uno de los pilares que sustenta la cultura de violación es el educar a las mujeres en temer la violencia de los hombres, en especial la violencia masculina. Se transmite la creencia de que las mujeres podrán hacer cosas para evitar recibir esta violencia, cuando el único que puede pararla es la persona que la ejerce: el hombre.

Culpar y cuestionar a la mujer por tomar determinadas decisiones sobre cómo vestirse, maquillarse, a qué horas salir de su casa o qué lugares debe evitar estar, sostiene la creencia de que ella pudo hacer algo por evitar ser víctima de violencia y exime de responsabilidad al ejecutor de violencia: el hombre. Y como afirma Alario:

“a ellas se las socializa en el miedo a ser violadas y se les enseñan estrategias para, supuestamente, evitarlo; mientras que a ellos no solo no se les enseña a no violar, sino que su socialización sienta las bases que permiten que ejerzan violencia sexual, la cultura pornificada les enseña a cosificar y sexualizar a las mujeres y la pornografía (...) les enseña a normalizar y a erotizar el ejercicio de esta violencia contra las mujeres” (2024: 96-97)

La sexualidad femenina

Como hemos analizado anteriormente, de la mano de Alario, las mujeres han desarrollado su autoestima en el agrandar y en el ser para el otro. En el ámbito de la sexualidad esto se reproduce a partir del concepto de ser objetos de deseo en lugar de sujetos, negándoles el derecho a desarrollar libremente su sexualidad. Como expone Alario durante la etapa de la “revolución sexual”, 1960-1980, las mujeres exigieron tener el derecho a vivir y desarrollar su sexualidad libremente y sin tabúes. Sin embargo el sistema patriarcal se adaptó y tergiversó estas demandas, dando lugar a la industria de la pornografía y a la sexualización de las mujeres. Como dice Alario:

“Su sexualidad pasó de estar negada a estar sujeta a otros imperativos, a estar construida de una nueva manera que seguía manteniendo su subordinación y reproduciendo la desigualdad de poder y los privilegios masculinos. La nueva construcción de la sexualidad permitía a las mujeres tener (y potenciaba que desarrollaran) un deseo muy concreto: el deseo de satisfacer los deseos de los varones, el deseo de ser objetos sexuales para ellos (...) el concepto de << liberación sexual >> que había triunfado era un concepto masculino” (2024: 98-99)

Este concepto de “libertad sexual” defendida por los varones se fundamenta en la idea de que las mujeres podrían ahora tener relaciones con todos los hombres que ellas “quisieran” defendiendo así la postura a favor de la prostitución o la pornografía.

Sin embargo como Alario nos argumenta:

“se connotó como lo moderno, lo <<progre>>. Esta idea de << liberación sexual >> de los varones no era liberadora en absoluto para las mujeres, pues volvían a quedar reducidas a un papel subordinado: ahora debían desear (o fingir que deseaban) ser esos cuerpos accesibles, desear (o fingir que deseaban) satisfacer todos los deseos “sexuales” de los varones, bajo la amenaza de ser tachadas de <<mojigatas>> <<puritanas>> <<antiguas>> o <<reprimidas>> si no lo hacían. Las mujeres pasaron de no poder decir <<sí>> al sexo a no poder decir <<no>>” (2024: 99)

En definitiva, observamos que de una manera u otra el patriarcado siempre ha puesto el valor de la mujer en su cuerpo y el uso que de este se hace.

En conclusión y tras haber realizado este análisis teórico, se ha visto como de igual manera que el género no responde a algo natural las mujeres tampoco nacen odiando a sus cuerpos, sino que se les enseña a odiarlos a partir de la imposición canónica del "cuerpo ideal". Se comparan y sienten que nunca es suficiente, por mucho que se depilen, se operen estéticamente y trastornen sus conductas alimentarias para encajar en el molde. Nunca sentirán esa satisfacción porque el sistema siempre lanzará nuevas imposiciones y "tendencias" que son inalcanzables y que, precisamente por ser irreales, perduran eternamente. Todo se aprenden a partir de las conductas que se observan en la infancia, los juegos que acompañan en la niñez, las películas que se ven a lo largo de la adolescencia, las novelas románticas y de toda la publicidad que repite ese mismo mensaje recordando el canon estético y conductual en el que la mujer debe encajar.

Estos mensajes no son nuevos, se ha observado también como en la historia del arte se ha cosificado y sexualizado al cuerpo de la mujer y se la ha educado para agradar a la vista masculina, para desarrollar su deseo sexual en función de ser deseada por el otro y para soportar violencias sexuales que se blanquean bajo el discurso de "un amor pasional y romántico" -raptos, violaciones y agresiones en pinturas-

A su vez se ha analizado y expuesto casos de pedofilia dentro del arte que, bajo la idealización y sexualización de lo representado, blanquea la vulneración de los derechos de la niña exponiéndose también cómo este lenguaje actualmente se sigue usando en campañas de publicidad y como la categoría de pornografía infantil es de las más demandadas en la industria de la pornografía.

Por último se ha abordado la actualidad en datos a partir de encuestas oficiales del estado y artículos que analizan la percepción de la violencia sexual en la actualidad. A su vez se ha profundizado en la socialización masculina y femenina, abordando la actual y polémica erotización de la violencia que desde niños se inculca en los varones, ejemplificando los diferentes roles de género y argumentando cómo el lenguaje artístico y estético que se utiliza en el diseño, la publicidad y el marketing ejemplifican y perpetúan los lenguajes basados en los roles de género, introduciendo ciertas ideas en los niños y las niñas desde la infancia. Ideas que acaban por codificar su personalidad y su concepción en torno al sexo opuesto, su deseo sexual y su manera de gestionar las emociones, que desencadenan en un futuro en una violencia sexual y en fundamentar el deseo sexual a partir de la dominación y la sumisión.

Finalmente, se acaba identificando que esta idea en torno al sexo se mantiene gracias a la industria de la pornografía y la prostitución, que blanquean su explotación de las mujeres bajo un discurso neoliberal.

Como artista y mujer involucrada personalmente en las problemáticas sociales

DESARROLLO PRÁCTICO

DESARROLLO PRÁCTICO

Propuesta de intervención a través del comisariado

que hemos expuesto a lo largo del estado de la cuestión, desarrollé mi obra creativa a través de un proyecto de comisariado. La intención es tratar la violencia sexual contra la mujer y su cuerpo en el pasado y en la actualidad, mediante una exposición colectiva -conformada por mis compañeros y compañeras que me han acompañado en estos cuatro cursos de bellas artes y por mí.

En la exposición, titulada "INDUSTRIALIZADAS", denunciemos la violencia sexual que sufrimos las mujeres, que actualmente se acoge a un discurso neoliberal -y que no para de crecer y propagarse por redes sociales- desde una perspectiva renovada. Ya que a pesar de que somos muchas las que ya hemos investigado y tratado estos temas, queda mucho trabajo por hacer y la igualdad aún está lejos de ser realidad. Por ello, mediante el arte y la creación personal nuestro grupo de artistas y yo ponemos nuestras manos, nuestro espíritu y nuestro deseo de cambio en este proyecto en común. Por nosotras, por las que ya no están y por las que vendrán.

A la hora de elegir el espacio donde realizar la exposición, se plantea llevarla a cabo en un espacio público de nuestra universidad, La Francisco de Vitoria -de aquí en adelante UFV- con el objetivo de establecer un diálogo entre el público y las obras. Se pretende establecer un espacio de reflexión que conviva con el campus entero, no únicamente con las personas alumnas de bellas artes y de diseño, porque lo tratado en la exposición nos involucra a todas y solo con la colaboración de todos lograremos alcanzar una sociedad igualitaria, libre de violencia sexual y de todo tipo de violencia de género.

Para ello se procede a la visita del espacio en persona -Las aulas proyecta 1 y 4- donde se toman medidas del lugar para poder reproducirlo a escala en una maqueta 3D sobre la que trabajará y organizará la disposición de las obras.

La exposición está dividida en siete secciones:

- 1-Violencia estética: Encajar en el molde
- 2-Pérdida de identidad
- 3-Violencia sexual: La mirada masculina
- 4-Trauma: Sufrir la violencia
- 5- La mujer dueña de su desnudo
- 6- Historia del arte y cultura de la violación
- 7- Por las que no están. Por nosotras. Por las que vendrán

A lo largo de estas siete secciones, el espectador se sumerge en un viaje donde atravesará con incomodidad estas realidades. Se enfrentará a mirar de frente a ideas que hemos aprendido como normales pero que atentan contra la integridad de las mujeres, siendo esta violencia también nociva para la salud de todos, también hombres. Mediante un lenguaje irónico y personal nuestros artistas nos presentan sus obras y su experiencia personal en torno a este tipo de violencias. La exposición acoge todo tipo de lenguajes: performático, foto edición, escultura, grabado, pintura y audiovisual.

Finalmente, el recorrido termina con un texto que invita al cambio, a una concienciación sobre lo que consumimos y por qué lo consumimos y a un cuestionamiento de por qué pensamos y queremos determinadas creencias en torno a las mujeres y en torno a los hombres.

ASOCIACIÓN DE ARTISTAS

A la hora de organizar quién participaría en la exposición decidí por una parte anunciarlo a todos mis compañeros de mi curso en persona y vía WhatsApp, invitándoles a que me pasaran su portfolio para poder así seleccionar obra y también invitándoles a crear obra nueva si así lo deseaban. Por otra parte me dediqué a la búsqueda individual en aplicaciones como Instagram y Behance, donde los artistas acostumbran a tener obra subida y su portfolio profesional. Aquí pude contactar con alumnas de cursos pasados cuya obra me interesaba para la exposición.

Una vez iban sumándose personas al proyecto, creé un grupo de WhatsApp -Figura 92- donde poder comunicarnos entre nosotras y donde lanzar la información sobre el proyecto según éste iba avanzando. Me quedé sorprendida y agradecida de la cantidad de gente que se unió a participar.



FICHAS TÉCNICAS

Una vez iba recolectando las obras que iban a formar parte de la exposición creé un dossier con sus fichas técnicas que utilizaríamos para poder proceder a la planificación del espacio y de la instalación -Figura 93.

PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO

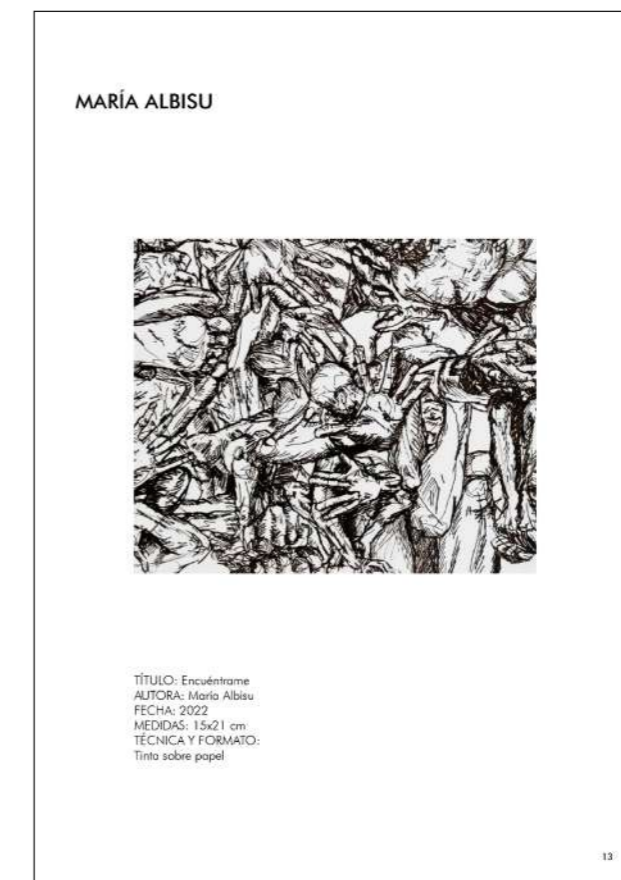


Figura 93-Ejemplo de ficha técnica

A la hora de plantear dónde se realizaría la exposición en un primer lugar estuve investigando sobre las diferentes convocatorias en salas que ofrece la comunidad de Madrid: La sala AMADÍS, La sala de ARTE JOVEN MADRID y La casa encendida, a partir de las ayudas a la creación INJUVE, la convocatoria de "SE BUSCA COMISARIO" y la convocatoria "GENERACIONES", respectivamente.

Tras estudiar los espacios, los requisitos y analizar qué exposiciones habían ocurrido allí en las pasadas convocatorias, decidí que lo más conveniente y fructífero sería presentar mi propuesta de exposición a la convocatoria de "SE BUSCA COMISARIO".

Sin embargo no llegué a desarrollar esta decisión, ya que deseaba que este trabajo se hiciera realidad y no pendiera del hilo de una posibilidad de ser seleccionada por esta convocatoria. Quería que el proyecto viera la luz y que el público, el jurado y mis compañeras pudieran ver la obra expuesta, que el proyecto cumpliera su misión de causar un mínimo impacto en el espectador y para eso necesitaba ser vista.

Tras descartar la opción de hacer la exposición en una sala externa, se propuso como espacio la pecera del edificio H y así quedó reflejado en los siguientes planos -figura 94

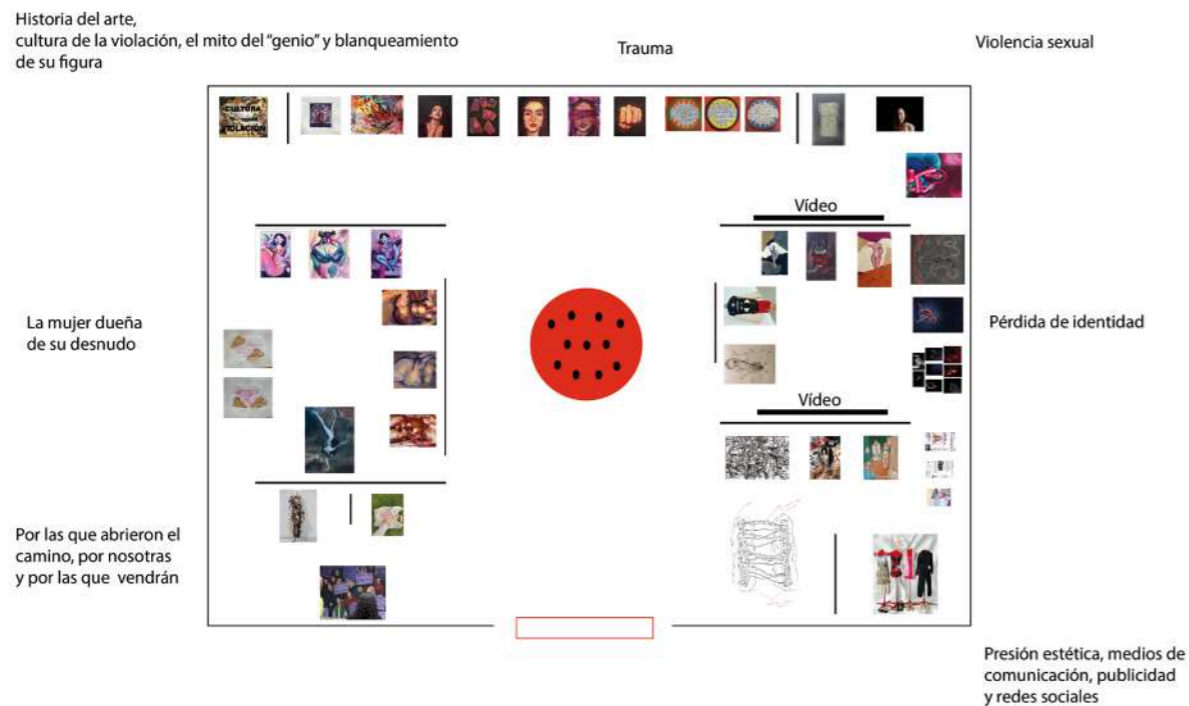


Figura 94-Plano obras sobre planta del H

Tras hablarlo con mi tutor Javier, decidí compartir también esta decisión con mi director de grado Pablo López Raso, con quién tras hablar llegamos a la conclusión de que existía otro espacio que sería más propicio para el comisariado: Las aulas proyecta 1 y 4 del módulo de Bellas Artes.

Esta alternativa nos ofrecía dos salas más ideales para la instalación que se encuentran en el propio campus y bajo el control del equipo de grado de Bellas Artes. Finalmente, tenemos ya un espacio sobre el que empezar a planificar de manera definitiva. A continuación -figura 95 y 96- observamos los planos iniciales:

PLANOS BORRADOR SOBRE LAS AULAS DE PROYECTA

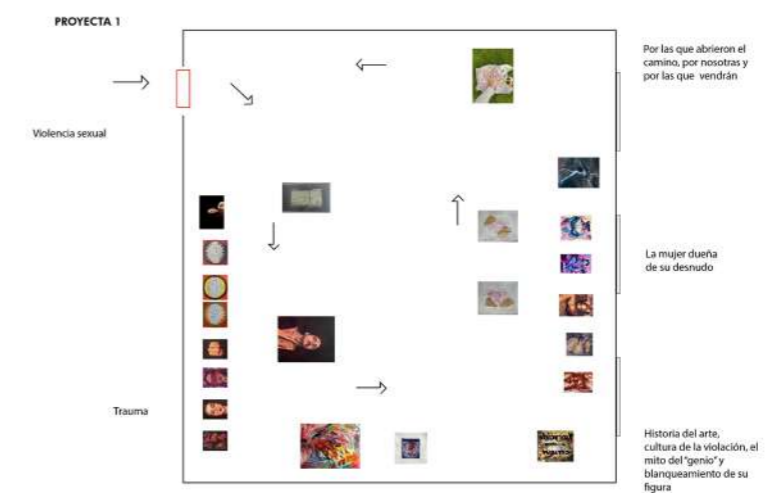


Figura 95- Plano sobre proyecta 1

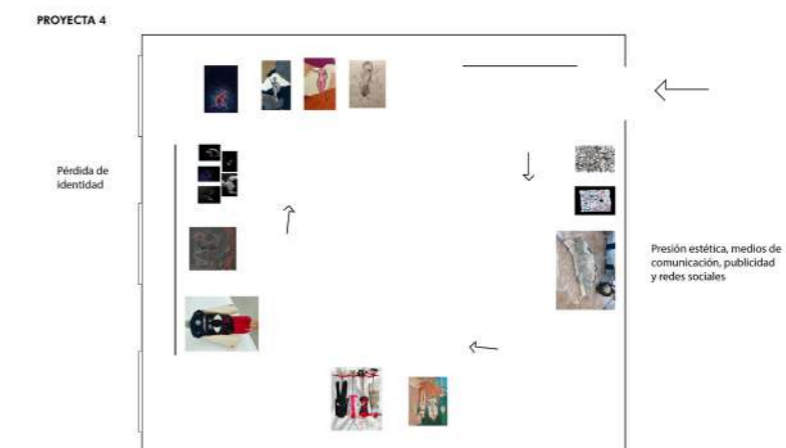


Figura 96-Plano sobre proyecta 4

Tras los cambios convenientes las siguientes imágenes muestran la disposición final sobre las aulas proyecta 1 y 4

PLANOS FINALES SOBRE AULAS PROYECTA

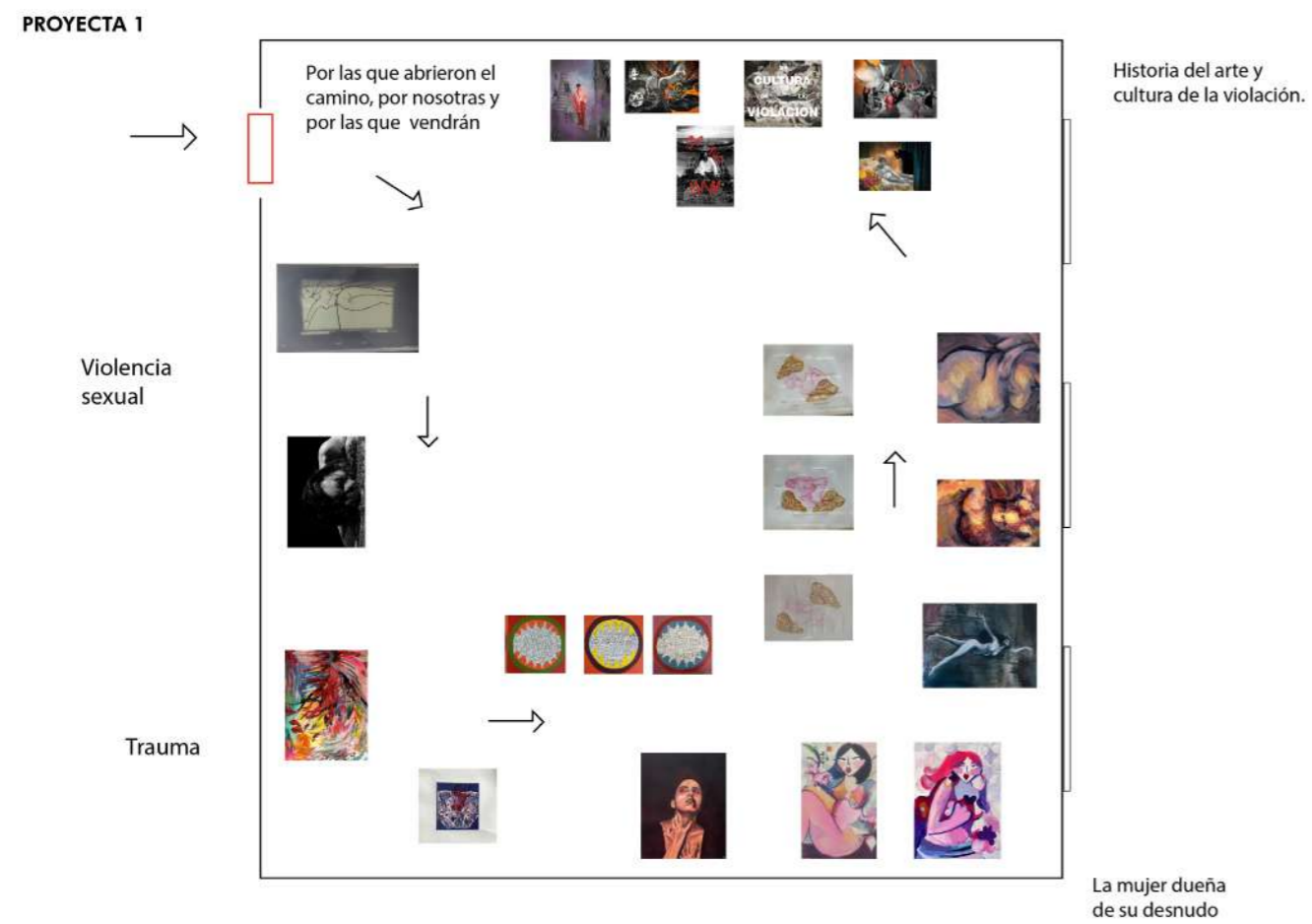


Figura 97-Plano final proyecta 1

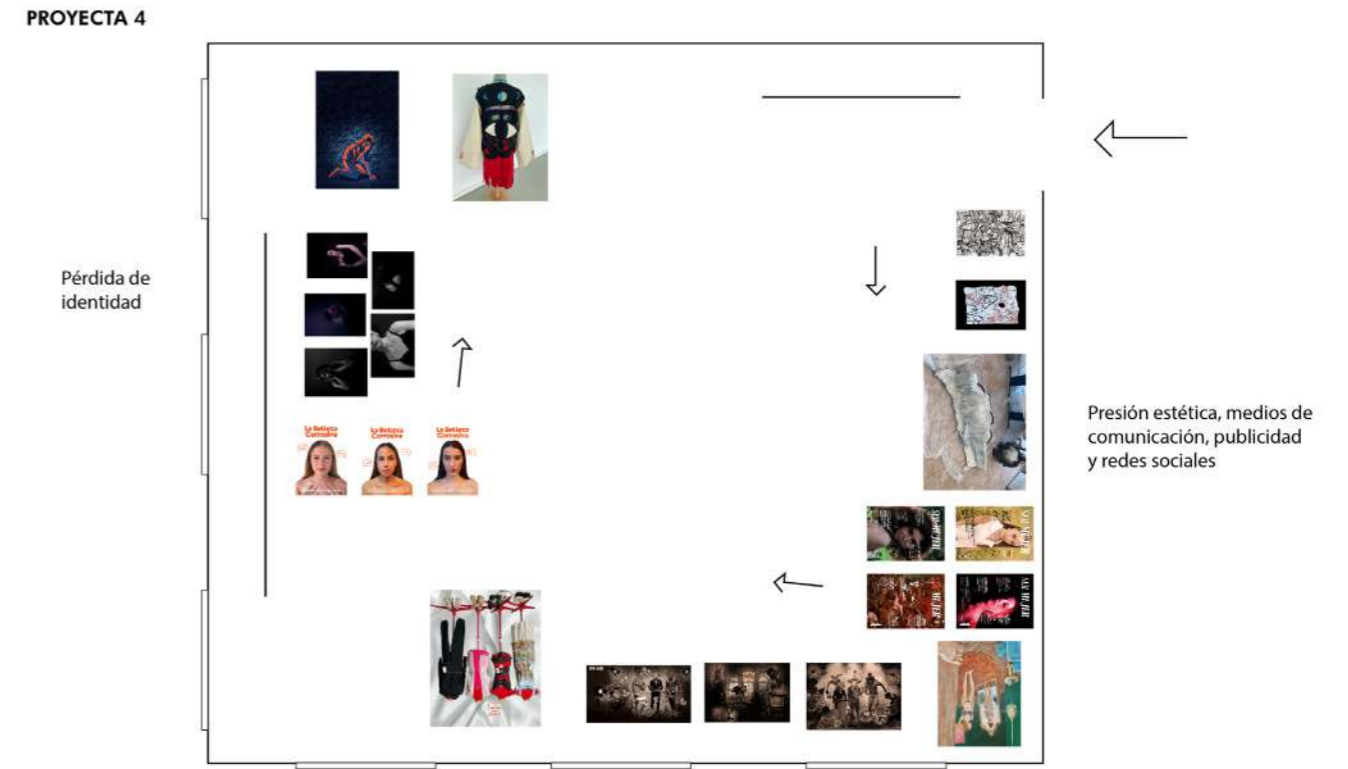


Figura 98-Plano final proyecta 4

CREACIÓN DE OBRA

Este proyecto de comisariado es ya en sí un proyecto creativo, sin embargo no quería por ello dejar de participar también como artista en la exposición. A la hora de crear obra propia decidí combinar las técnicas que he adquirido durante mi etapa universitaria de la pintura, del grabado, del collage y del diseño.

En primer lugar, por la pintura porque es el medio con el que mejor me comunico a nivel emocional y matérico. En ella puedo hablar sobre violencia de manera impactante a partir de mi trazo nervioso, expresivo y cargado, y en ella la emoción es la protagonista. Esta obra pretende liberar emoción y causar emoción, creando una empatía entre obra, artista y espectador.

Por otra parte el collage, ya que es el medio ideal para generar imágenes absurdas, extravagantes e irónicas. A partir de imágenes reconocibles se generan nuevas imágenes pero que tiene el sentido y la coherencia del collage en sí misma.

Así mismo, la técnica del grabado me permite generar imágenes potentes a partir de pocos trazos -invitando a la abstracción- y expresarme con colores de gran brillo y composición.

Por último, el diseño me posibilita generar imágenes satíricas que imitan maquetaciones -como las de las revistas- creando un trampantojo visual con el que hablo sobre la presión estética de forma irónica, haciendo que el espectador se replantee los mensajes que hemos recibido de manera pasiva a través del mundo del diseño, la publicidad y la estética.

PINTURA

A inicios de curso creé "VISCERAL" un óleo sobre lienzo de 81 X 65 cm. En esta pintura abstracta parto de mi experiencia personal en torno al trauma y la plasmo en el lienzo. Pasar por una situación de violencia trastorna tu vida, la marca y la acaba condicionando. La obra refleja la lucha por salir de un entorno hostil en donde se viven cada día situaciones violentas de las que no puedes escapar por falta de recursos emocionales o económicos, por miedo...

La pintura a partir de diferentes cargas, trazos y colores transmite la complejidad emocional que implica encontrarse en una situación así. El color rojo -protagonista de la composición- refleja ese estado de ira, brutalidad y dolor interior, que contrasta con azules, amarillos y verdes. El color adquiere una dimensión espiritual puesto que esos colores son los que siento en mi alma. Simbolizan para mí mis experiencias vitales y las emociones que han condicionado mi vida en determinadas situaciones.

El trazo evoluciona y cambia según qué parte del cuadro se observe. Se distinguen trazos repletos de materia que contrastan con trazos muy diluidos y trazos que arañan la superficie.

En conjunto, la pintura transmite fuerza, emoción y sufrimiento en una simbiótica danza que grita desesperada por encontrar empatía.



Figura 99-"Visceral"-Óleo sobre lienzo

COLLAGE

La idea de realizar siguiente serie de collages surge tras realizar la investigación -en el marco teórico- en torno a la cosificación del cuerpo de la mujer en la historia del arte y la cultura de la violación.

Después de ver y analizar tal cantidad de imágenes en donde la mujer ha sido violentada y su cuerpo puesto al servicio de la mirada masculina, siento la necesidad de responder a través del arte. Por ello mediante un lenguaje irónico satirizo ciertas problemáticas actuales cogiendo como modelo compositivo y temático una serie de obras clásicas, sustituyendo en ellas la figura de la mujer por la de un hombre.

La intención de estos collages es contrastar la lectura que hacemos de un hombre o de una mujer que mantienen posturas corporales similares y con partes del cuerpo desnudas



Figura 100-Olympio-Collage digital

"Olympio" se inspira en el cuadro "Olympia" de Manet de 1865 -Figura 101-, en donde Manet representa a una mujer prostituta cuyo desnudo es erotizado, cosificándola al presentarla como un objeto de deseo para el público. La mujer mira desafiante al espectador mientras sujeta una mano con fuerza sobre su pubis. Olympia es desnudada por el autor y su desnudo queda aún más evidenciado al conservar los zapatos, la gargantilla y la flor en el pelo. Se trata de una pintura pornográfica.

En "Olympio" jugamos a la contra y presentamos a un hombre completamente vestido, pero de mirada seductora y pose dispuesta. A pesar de llevar toda la ropa se puede leer perfectamente esta actitud sensual. En el mundo de la publicidad cuando se busca esta actitud los hombres tienen permiso para ir con ropa, sin embargo en el caso de la mujer siempre es obligado quitarle una buena cantidad de ropa. Con esta obra se lanza la reflexión sobre la tradición por parte de artistas y de la publicidad de desnudar a la mujer al tratar cualquier tema.



Figura 101-Olympia-Manet

En "De niño a hombre" partimos del óleo "Crisálida"-Figura 104-, pintura en donde Pedro Saenz Saenz representa a -a ojos de un hombre- el paso de niña a "mujer" simbolizado esta transición en el título "crisálida".

La crisálida es el estado quiescente previo al de un adulto en los insectos con metamorfosis completa. Según el varón de 1897 el paso de niña a mujer -ignorando el paso por la adolescencia- consiste en dejar atrás los juegos y la diversión -tal y como observamos en el aro y la pelota que reposan en el fondo del espacio- para pasar a ser un objeto sexual que mira seductora al espectador -La niña es desnudada para el espectador, aún conservando un lazo sobre el pelo.

Como se ha expuesto en el marco teórico, esta pintura es un claro ejemplo de pedofilia que se ha blanqueado a lo largo de los años.

A partir de esta cosificación del cuerpo de la mujer desde la infancia, he creado el collage con un protagonista varón ¿Como es el paso de un niño al estado adulto? Al niño que crece se le permite mantener el juego a lo largo de su vida, se le incita a beber alcohol y a ganar su "virilidad" a través de las relaciones sexuales de poder -cuantas más relaciones mantenga el hombre, más popular se volverá- La "sexualidad" masculina se fundamenta en una ganancia a nivel social, mientras que en las mujeres ha supuesto un tema tabú y una pérdida de valor humano. Además al varón se le educa para no desarrollar la sensibilidad ni la empatía y se le inculcan unos gustos "masculinos" como el mundo de los deportes, los automóviles y las armas, que incitan a la violencia.



Figura 102-De niño a hombre-Collage digital

En "El hombre huyendo del trabajo doméstico" partimos del "Rapto de Proserpina" de Rubens de 1636-1637 -Figura 105- en donde el dios del inframundo -Plutón- está raptando a Proserpina para posteriormente violarla en su palacio. En la zona izquierda de la pintura, observamos a las diosas Minerva, Diana y Venus que intentan evitar la tragedia. A partir de esta idea de sororidad entre mujeres para evitar que se nos viole, a la inversa he denunciado una de las uniones que existe entre los varones contra la mujer: la labor doméstica. Por terrible que parezca, el ocuparse de la crianza y de las tareas del hogar sigue recayendo sobre las mujeres. Ha recaído a lo largo de la historia y actualmente sigue sucediendo. ¿Cuántos trabajadores -varones- de limpieza conoces? ¿Por qué se asume que el trabajo de la mujer debe ser cuidar y que el del hombre no?

Cuando el proceso de socialización ha sido diferente para hombres que para mujeres, se instalan ideas en el imaginario social como que la mujer es más sensible, menos fuerte, más detallista y cariñosa que los hombres los cuales son "por naturaleza" más violentos, insensibles, poco empáticos y simples. Estos discursos permiten que cuando se dividen las tareas del hogar sobre los miembros femeninos de una familia se les encarguen tareas como la cocina, la limpieza, la decoración y la colada, mientras que a los varones se les encargará tareas como la jardinería, la mecánica o la informática.

En el collage observamos algunos guiños al cuadro inicial, como el manto rojo, el caballo y la diagonalidad de los personajes.



Figura 103-El hombre huyendo del trabajo doméstico-Collage digital



Figura 104- Crisálida-Pedro Sáenz Sáenz



Figura 105-El rapto de Proserpina-Rubens

En "Calle con putero de rojo" se critica al sistema prostitucional, el cual si sigue en pie es gracias a la demanda del cliente varón. La obra nace de "Calle con buscona de rojo" de Kirchner de 1914-1925 -Figura 107-, pintura en la que observamos a una prostituta en una calle rodeada de varones. El propio nombre de "buscona" reenfatiza en que es la mujer la responsable de ser prostituta y la culpa de ello por no ser una "mujer de bien". En este collage se cambia el foco de atención que recae sobre la mujer que se prostituye al hombre que consume prostitución. Un hombre que es anónimo y sobre el que no existen prejuicios ni estereotipos concretos. Permanece en silencio en medio del sistema, sin recibir responsabilidad alguna.

En el collage se emplean colores que hacen referencia a la pintura de Kirchner, como el púrpura, el verde y el rojo. El púrpura genera una atmósfera de misterio, el verde oculta la identidad de los puteros y el rojo enfatiza la figura protagonista central, que alude a esa "buscona de rojo". El conjunto de hombres de la composición se ubica en diferentes calles de Madrid, ya que al no haber un estereotipo particular sobre el putero estos pueden estar en cualquier espacio de la ciudad de manera incógnita. Nunca sabrás quien participa de la explotación de la mujeres y quién no.



Figura 106-Calle con putero de rojo-Collage digital



Figura 107-Calle con buscona de rojo-Kirchner

En "Varón recibiendo lluvia de oro" partimos del mito de "Dánae recibiendo la lluvia de oro" que ha sido representado en múltiples ocasiones a lo largo de los siglos. En particular tomamos como referencia la versión de Mabuse de 1527 -Figura 109-, en donde observamos a Dánae con las dos piernas semiabiertas, la mirada elevada, los codos ligeramente recogidos y un pecho -erotizado- al descubierto. Se la representa en una actitud sumisa, casi devocional, y vestida de azul -lo que nos remite a la representación propia de una virgen- y recibiendo la lluvia de oro. El mito de Dánae relata cómo Zeus la violó y la dejó embarazada. Este mito siempre ha sido representado de manera idílica y dulce cuando lo que se está relatando es que Dánae está siendo penetrada sin consentimiento ni deseo por Zeus -incluso el propio nombre indica que lo que está pasando es algo "bueno" y enriquecedor al describir a esta penetración "lluvia de oro"

A partir de esta romantización de la violencia, he creado un paralelismo con el concepto de "lluvia de oro". En el collage observamos una imitación entre las posturas de sumisión de Dánae y las del modelo utilizado. Sin embargo, la lluvia de oro de Dánae está siendo una violación y la del varón está siendo éxito, poder y dinero. Lo que critica esta pieza es el poder económico de los empresarios que son mayoría de hombres. Hombres que son dueños de empresas y marcas muy poderosas que lideran el sistema económico.

En el fondo de la imagen observamos tres sedes de este tipo de empresas -de arriba a abajo- vemos la sede central de Apple, las torres KIO y la sede central de Amazon. En el centro, la figura de un hombre que mira con seguridad al espectador, con las piernas entreabiertas y los codos semiflexionados. Sobre él está cayendo una lluvia de monedas y a su alrededor leemos la frase "Be the man" que critica el concepto de "éxito personal" que se vende socialmente a los hombres, que consiste en construir su propia empresa, trabajar duro, ser rico y poderoso. Este discurso actualmente en redes sociales está calando en los adolescentes de maneras peligrosas -como por ejemplo se está viendo en la secta del estafador Lladós.

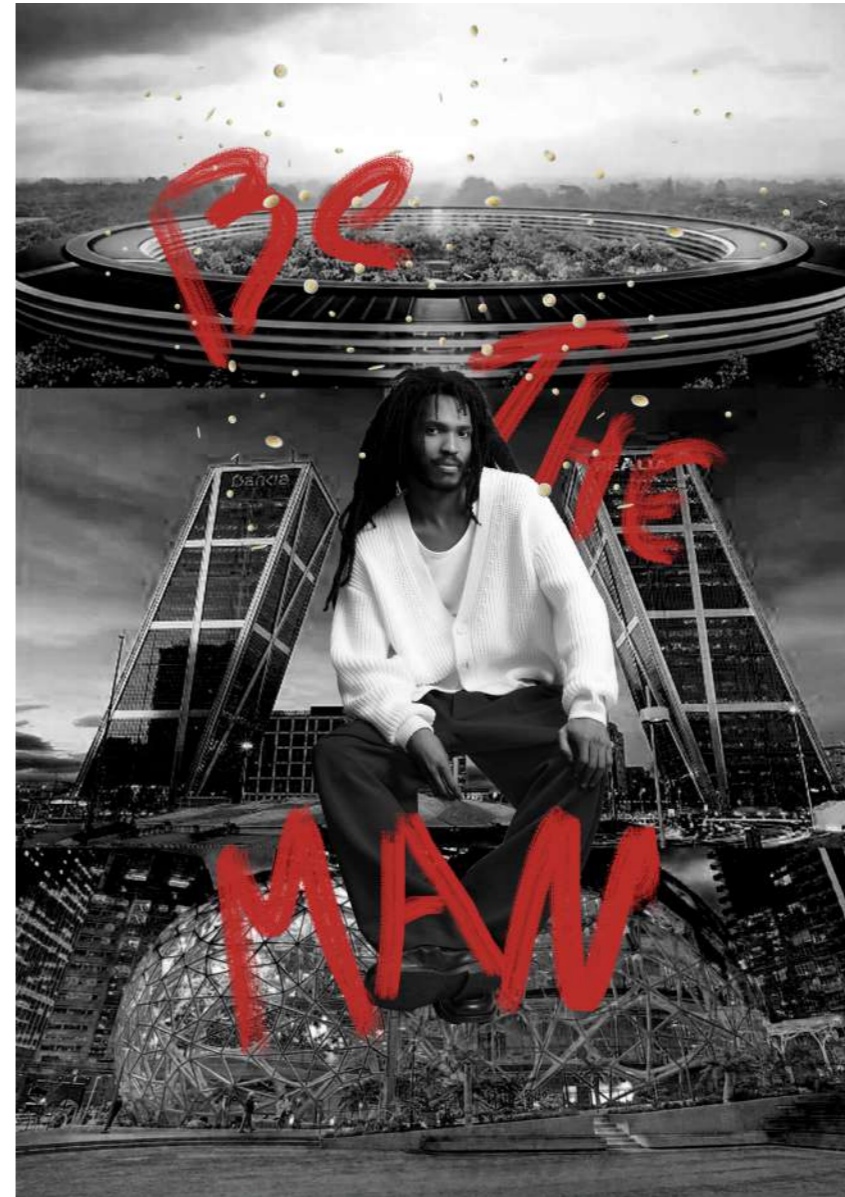


Figura 108-Varón recibiendo la lluvia de oro
Collage digital



Figura 109-Dánae-Mabuse

Por último el collage "Es cultura de la violación". En esta pieza he juntado diversos desnudos de mujeres que han sido sexualizadas, cosificadas y/o violadas en pinturas tradicionales, famosas y que se estudian y se exponen hoy día sin perspectiva de género.

El desnudo de la mujer ha sido tradicionalmente por el varón como un objeto sexual que ha de agradar a los ojos del otro, estas imágenes eran la pornografía de época.

Como hemos expuesto en el marco teórico, estos cuadros se creaban por encargo de varones y se guardaban y se exponían en salas privadas de palacios y cuarteles. ¿Qué consecuencias hay de que se consuma el cuerpo de la mujer de esta manera, de erotizar la violencia?

Es por ello por lo que enseñar historia con perspectiva de género resulta tan imprescindible.

Este collage es un llamamiento al cambio.



Figura 110-Es cultura de la violación-Collage digital

GRABADO

“La noche” se trata de una xilografía realizada en 2022. En ella expreso el dolor de la soledad. La figura protagonista se encuentra de rodillas, mirando al suelo, sin brazos a la vista, que es atravesada por unos arañazos -que recuerdan a los barrotes de una cárcel. La posición de la figura refleja la vulnerabilidad y la falta de recursos que tiene la persona que se encuentra en un entorno hostil y en donde sufre violencia. La ausencia de brazos simboliza la sensación de pérdida de control y de poder actuar para salir de semejante situación. El color rojo refleja la rabia acumulada y la violencia recibida, que marcan íntegramente a la víctima. En contraste, el color azul simboliza la tristeza y la desesperación, se trata de un reflejo de la cárcel mental en la que se encuentra la persona que sufre violencia en silencio.

El título de la obra -“La noche”- representa el estado mental que experimenta la persona que sufre al verse atacada por el trauma cuando se queda sola o en silencio, cuando la noche visita con nuestras peores pesadillas.



Figura 111-La noche-Xilografía

DISEÑO

“Lucha por tu malestar” nace como denuncia a la presión estética que el sistema impone sobre las mujeres. Una presión que acaba provocando insatisfacción corporal, falta de autoestima y graves problemas de salud mental y física como trastornos de la conducta alimentaria, trastorno obsesivo compulsivo, depresión y/o ansiedad.

En estas imágenes se imitan portadas de revistas “de mujer” a partir de titulares reales extraídos de marcas como Telva y Womens health a los que respondo de manera irónica en los subtítulos y párrafos correspondientes. La intención de este trabajo es que el espectador lea en un primer vistazo la imagen como normal, hasta que se detenga a leer con detalle el contenido y compruebe que no es una mera portada.

Esta concienciación de que no se trata de una revista corriente pero que parte de lo que ha leído en ella sí que lo ha reconocido como habitual, pretende hacer que el espectador se cuestione los mensajes que se lanzan a partir de estos medios. Mensajes que vamos interiorizando desde que somos niñas y que conforman un imaginario social en torno al concepto actual de lo “estético” y del cuerpo “bonito”. De esta manera, estas cuatro imágenes hacen reflexionar sobre la industria de la estética y todo lo que esta impone sobre las mujeres, sobre sus recursos y sobre su tiempo vital.

SER MUJER

CON ESTOS EJERCICIOS DE **CARDIO** QUEMARÁS MUCHAS CALORÍAS EN 16 MINUTOS, SIN SALIR DE CASA Y SIN MATERIAL

¿Estresada por no tener tiempo y no llegar a fin de mes? No te preocupes, tenemos la solución a todos tus problemas

ADELGAZA

5 EJERCICIOS FACIALES DE 5 MINUTOS QUE TE QUITAN 10 AÑOS SI LOS PRACTICAS A DIARIO

O... ¡Pierde 10 años de salud mental por intentar no envejecer!

9 REMEDIOS DE DIETISTA PARA ANTES Y DESPUÉS DE UNA COMILONA

Desde infusiones depurativas hasta un batido antiinflamatorio, estos son algunos de los trucos de los expertos para poder **sentirte culpable por comer**

SHAKIRA TIENE LA MINIFALDA BLANCA DE TENDENCIA ESTA PRIMAVERA QUE HACE LAS PIERNAS MÁS BONITAS Y BRONCEADAS

Porque ¡Ya sabes! Si tus piernas no parecen **palos finísimos**, olvídate de poder llevar esta falda. ¡Tu cuerpo está para ajustarse a la ropa y **NO** al revés!

Nº 1435
ENERO 2024
6,90 €



SER MUJER

NOVEDAD
12 TIPOS DE DIETA PARA QUE DEJES DE COMER

LOS EJERCICIOS DE FUERZA QUE TE AYUDAN A **NO** GANAR PESO A LOS 50.

Si creías que lograrías librarte aún con 50 **Te equivocas**

AMAIA ROMERO
¡Sin sujetador en la red carpet!
Todo un giro de **acontecimientos inesperados** y absolutamente **esenciales** para hacer esta noticia

Entrenamiento cerebral la revolución antiaging que **FUNCIONA DE VERDAD**

"ESTOY ENAMORADA DE ESTOS CONTORNOS DE OJOS GLOW QUE ILUMINAN INSTANTANEAMENTE PARA QUITARTE LA MIRADA CANSADA"

No intentes dormir más. ¡No pienses siquiera en dejar de trabajar! Entrégate al 100% a tus hijos. Ni te plantees aceptar que puedes tener una mirada cansada porque sorpresa:

ESTÁS CANSADA

Nº 2019
MARZO 2024
6,90 €



Figura 112-LPTM I

Figura 113-LPTM II



SER MUJER

FALL SEASON

AYUNO INTERMITENTE PARA ADULTOS MAYORES

Aprende a ignorar tus sensaciones de hambre y obligate a dejar de comer solo porque la moda lo dice. Te estás cuidando, no torturando

ANA MARÍA CUERVO, BIÓLOGA: "PARA ENVEJECER MEJOR, NO TE PREOCUPES POR CUÁNTO COMES, SINO A QUÉ HORA LO HACES"

Para vivir mejor, emplea tu vida en dejar de vivir y vive evitando envejecer y engordar

¡Ni se te ocurra dejar que tu cuerpo cambie conforme cumplas años!

EL ERROR QUE ESTÁS COMETIENDO EN EL GIMNASIO Y QUE TE IMPIDE PERDER GRASA

Porque ESE es tu error: hacer ejercicio por cualquier otro motivo que no sea **ADELGAZAR**

LLEGA EL OTOÑO

¡Y con él la misión de perder todo lo que has ganado en el verano! Todos esos kilos de más y la escasa salud y descanso que has recuperado

Nº 2030
OCTUBRE 2024
6,90 €



SER MUJER

SÍ, LAS ALGAS CALMAN LA PIEL SENSIBLE, PERO TAMBIÉN REJUVENECEN Y ESTAS CREMAS SON LA PRUEBA

Porque debes ser joven aunque cumplas años, así te lo facilitan estos bioquímicos -o eso dicen que son- que están de moda. No intentes vivir, tú solo esfuerzate por **NO** envejecer. **Inténtalo. Con más fuerza**

11 CORTES DE PELO MODERNOS QUE ADELGAZAN LA CARA Y ESTILIZAN TENDENCIA EN 2024

Además de para sanear las puntas, el corte de pelo es necesario para estilizar y hacer tu cara delgada

ADELGAZA TUS MOFLETES ¡YA!

LA LIMONADA PARA UN VIENTRE PLANO QUE RECOMIENDAN LOS GURÚS

No se hace de forma tradicional pero está casi tan mala como efectivamente crees

Nº 2097
MAYO 2024
6,90 €



Figura 114-LPTM III

Figura 115-LPTM IV

REDACCIÓN DE TEXTOS

El proyecto de comisariado ha supuesto un trabajo de investigación y conexión con cada una de las obras y cada una de las personas artistas que han participado. A la hora de elaborar los textos conversé particularmente con cada artista con la intención de que me transmitiera de la manera más íntima el concepto, técnica y simbolismo detrás de sus creaciones.

Una vez conversé con ellas procedí a escribir un primer borrador en torno a cada obra y artista, intentando conceptualizar de la manera más respetuosa, certera y clave el contenido conceptual artístico. Este borrador lo envié a cada una de las integrantes para que me confirmaran si les parecía correcto y si querían modificar o añadir algo. Tras estas comprobaciones y ya con los textos finales procedí al diseño de las cartelas.

OBRAS, ARTISTAS Y TEXTOS

A continuación muestro los textos redactados junto con el nombre de la artista y una fotografía de su obra

MARINA MORO

<<Marina Moro trabaja su obra a partir del desnudo femenino. Su mirada femenina sobre el cuerpo de la mujer parte desde el respeto y el conocimiento. Huye de ese cuerpo de la mujer que durante la historia ha sido sexualizado por los artistas varones. Entiende su complejidad y muestra al público lo que hay. Es un cuerpo que pertenece a una persona, con identidad e historia ¿Pero qué sucede cuando a las mujeres les hacen odiar su cuerpo? Su identidad se diluye y desean ser algo que no son. Se pierden a sí mismas y su cuerpo pasa a ser algo que detestan, en lugar de enorgullecerlas por permitir a las personas vivir.>>



Figura 116-De charco en charco

MARTA PEREZ

Marta Pérez fundamenta su obra en la figura de la mujer y en su identidad. Mediante colores vivos -cálidos o fríos- reinterpreta a la mujer como un ser libre y valioso en diferentes escenas cotidianas, alejándose de la cosificación. Refleja mediante el uso del color y la abstracción las diferentes etapas de su identidad y su paso por lugares y estaciones del año. A partir de sus retratos se pueden identificar diferentes recuerdos y sentimientos que conforman su vida. La naturaleza es también protagonista en su lenguaje artístico, y tal y como ella misma afirma: "El mayor refugio de las mujeres de mis cuadros es arraigarse a la naturaleza hasta que se pierde el límite entre esta y ellas" Marta representa al cuerpo femenino desde el conocimiento y desde la dignidad.



Figura 117-Y si te quiero



Figura 118-Flores en mí

MARÍA ALBISU

Albisu trabaja su obra a partir de experiencias biográficas. Mediante el trazo nervioso y auténtico, Albisu expresa emociones incómodas. En "Encuéntrame" la artista refleja la vivencia de la dismorfia corporal, la ansiedad por no aceptar parte del cuerpo y el deseo por querer cambiarla bajo cualquier circunstancia. Dismorfia producida por los cánones imposibles sobre el cuerpo de la mujer. Estándares que conducen a desarrollar trastornos alimenticios y una compleja pérdida de salud mental y física. En este océano de cuerpos Albisu refleja desesperanza, angustia y pérdida.

En "Get your eyes off of me" Albisu conceptualiza el estado de frenesí y ansiedad que la persona que padece un trastorno de la conducta alimentaria vive en su día a día. La sensación de sentirse observada, juzgada y estigmatizada por tu cuerpo y por tus conductas. El miedo de llevar ciertas prendas de ropa. El deseo de parar, pero odiarse por ser incapaz. El autocontrol que conduce al descontrol. Albisu expresa la constante contraposición entre el otro y el yo, contraposición que acaba corrompiendo y desestructurando por completo al propio yo. Un estado mental que conduce a un agotamiento feroz de la mente y a una triste desesperación.



Figura 119-Encuéntrame-Dibujo

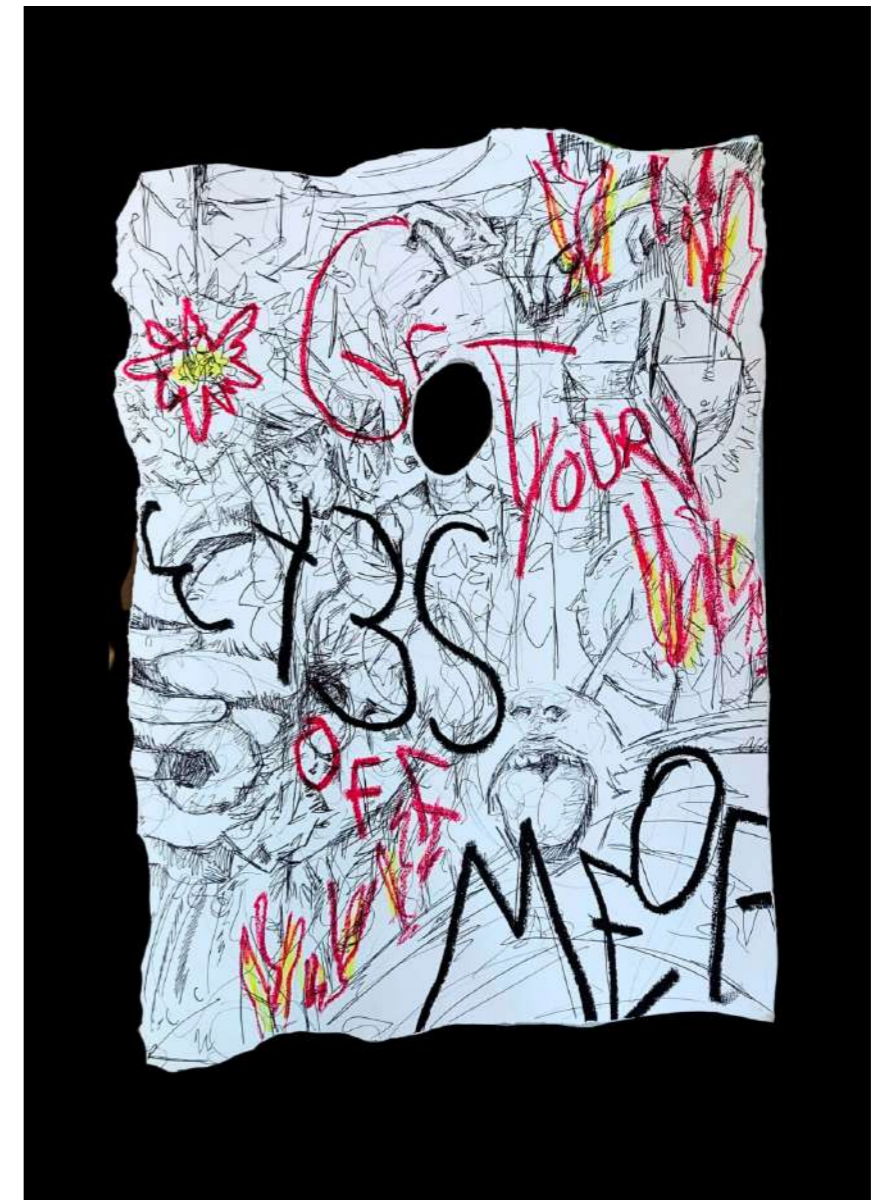


Figura 120-Get your eyes off of me-Dibujo

En la siguiente serie de fotografías Albisu retrata a su compañera Caldés -quien ha realizado la edición fotográfica- desde la más pura vulnerabilidad. La serie recibe el título de "El ocaso" y nos relata performáticamente lo que supone la pérdida de identidad para una persona que ha sufrido un TCA. En las fotografías iniciales se puede apreciar una superficialidad y una preocupación por la apariencia, mas cuando se va avanzando la protagonista va introduciéndose en una crisis interior que la conduce al ocaso, a la muerte, de la idea que ella tenía sobre sí misma. La persona que sufre un TCA cuando es consciente de su condición se pregunta "¿Quién soy yo sin mi TCA?"

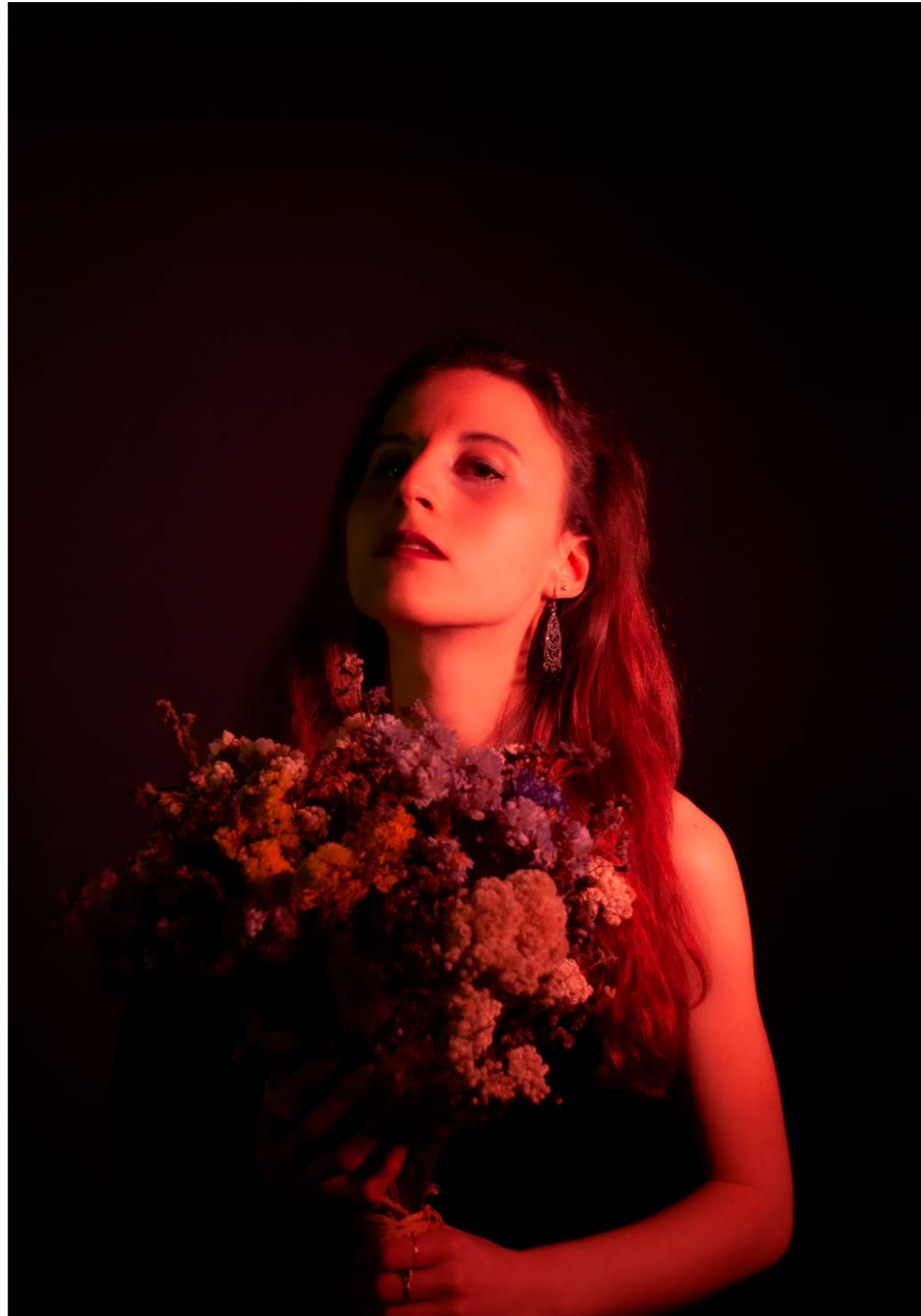


Figura 121- Retrato I

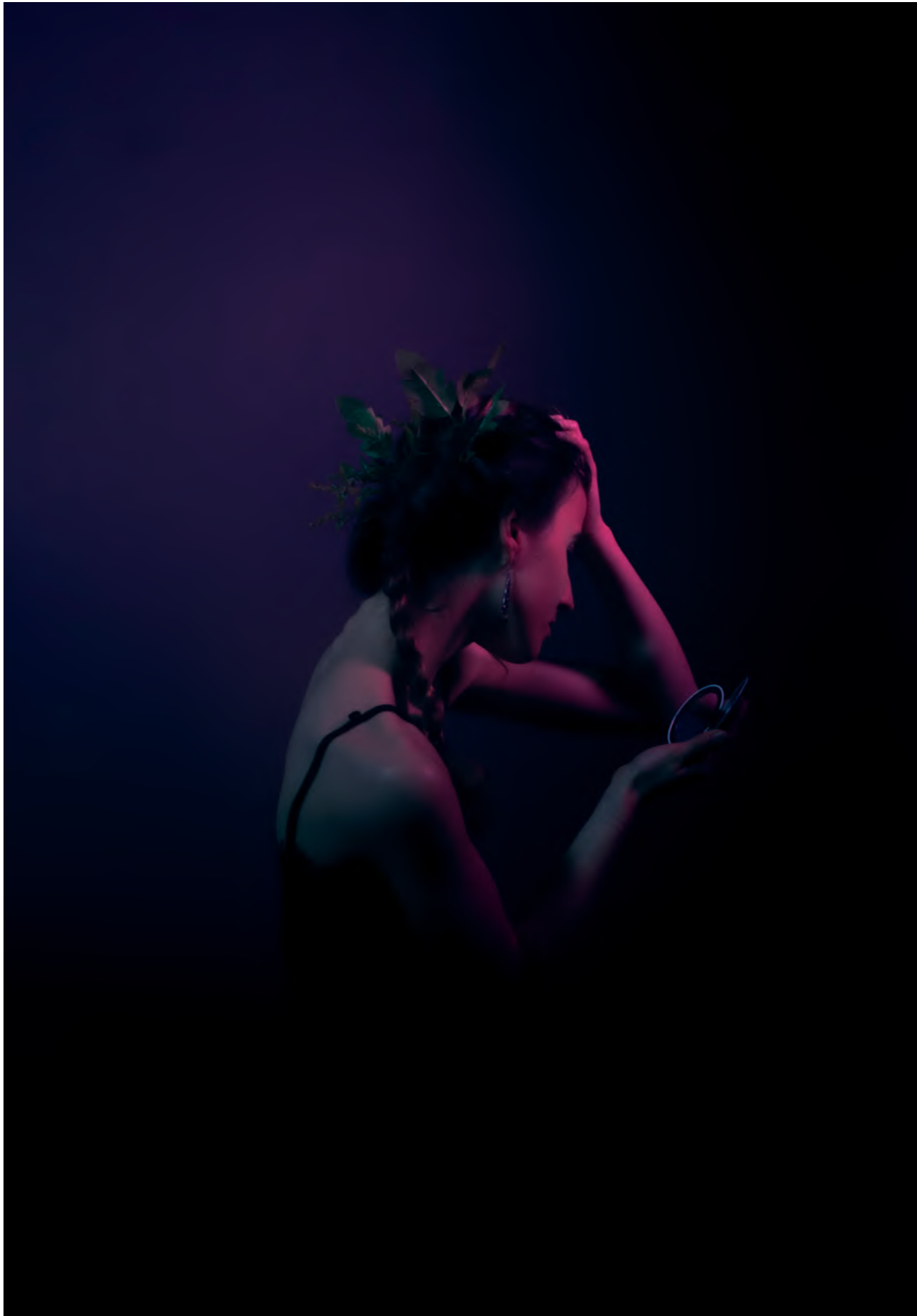


Figura 122-Retrato II

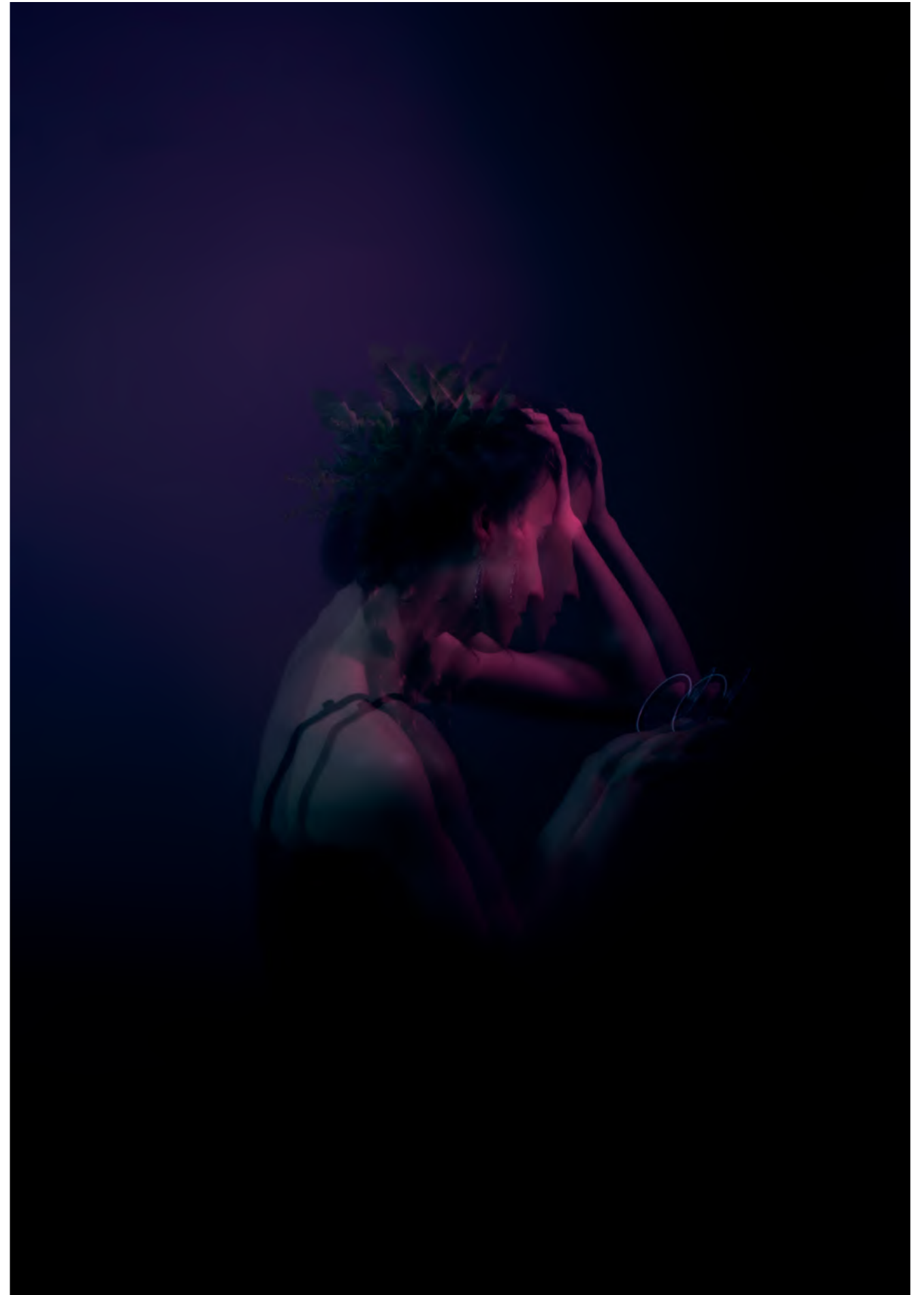


Figura 123-Retrato III

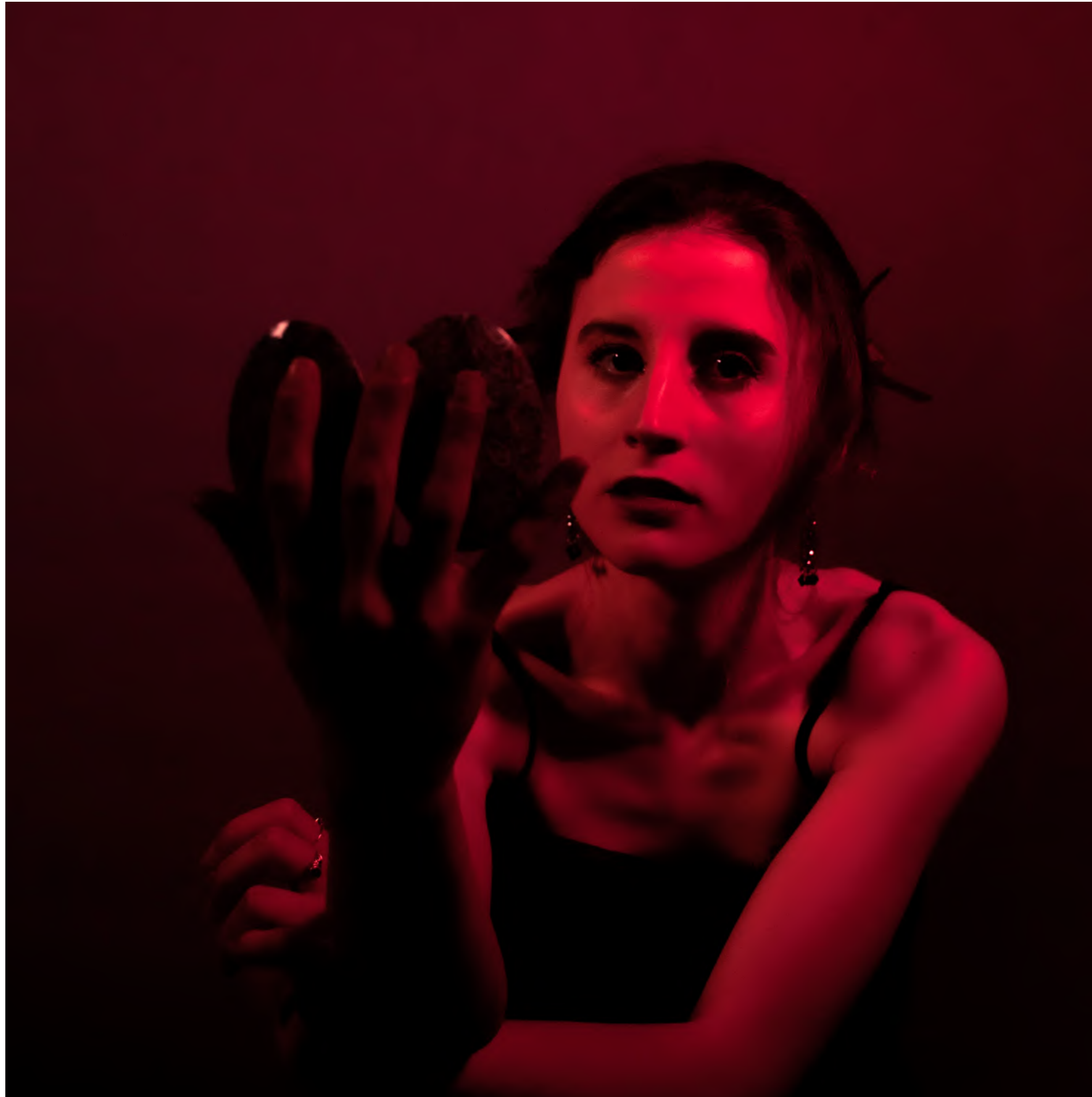


Figura 124-Retrato IV



Figura 125-Retrato V



Figura 126-Retrato VI

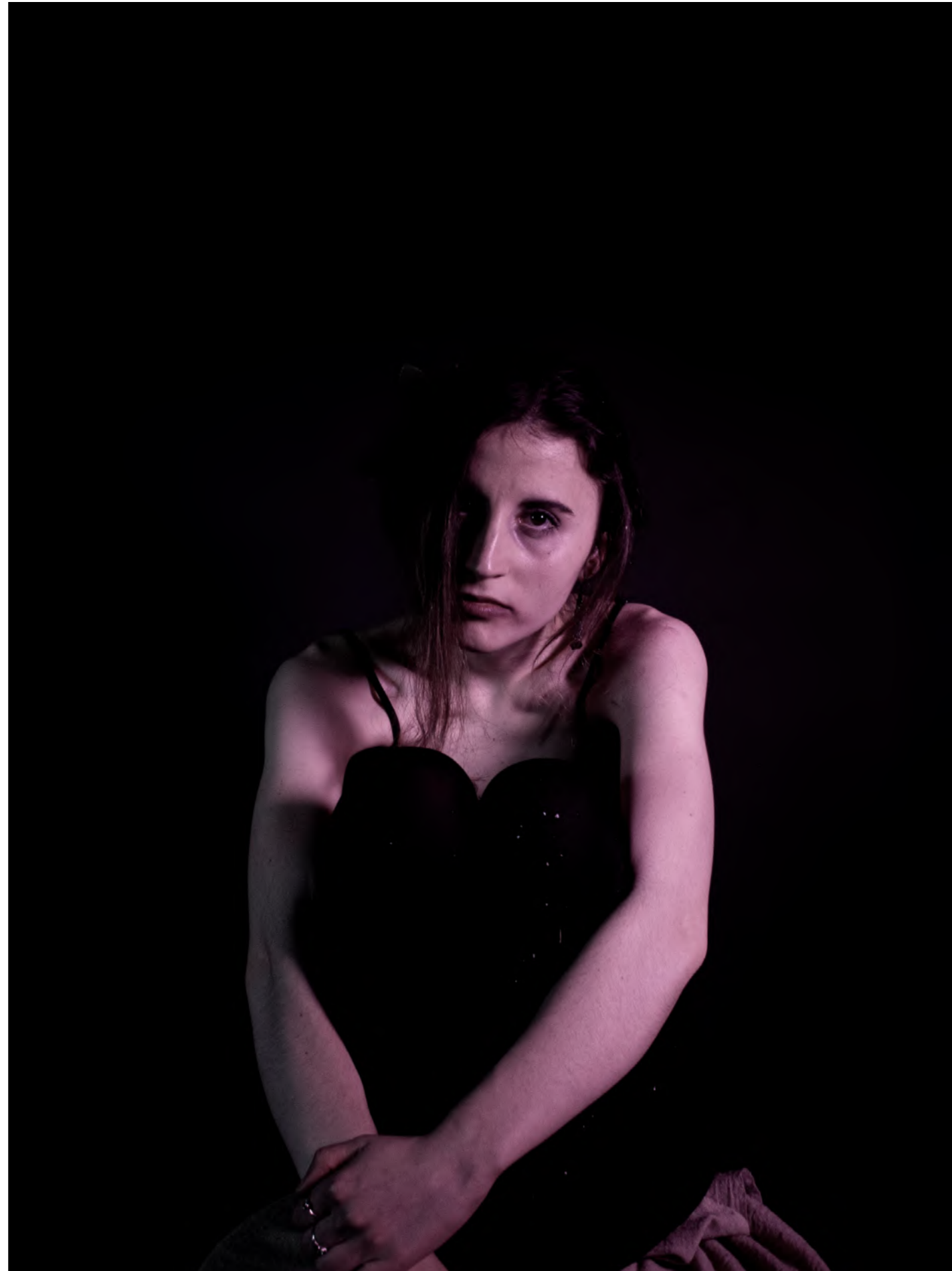


Figura 127-Retrato VII



Figura 128- Retrato VIII



Figura 129- Retrato IX



Figura 130-Retrato X

LUCÍA MARTIALAY

Martialay trabaja su obra en base al trauma provocado por diferentes situaciones que le han atravesado. Emplea la pintura al óleo y colores vivos -amarillos y burdeos primordialmente- brillantes y de gran saturación debido a su expresividad, su fácil mezcla y sus resultados tonales. En su obra trata su trastorno de estrés posttraumático, habla del duelo y de la resolución de ese duelo. Martialay al abrir vulnerablemente su dolor a través de la pintura logra generar un diálogo entre la persona que sufre y la persona que observa, haciéndonos partícipes.



Figura 131-Entrañas. Horror. Dolor-Óleo sobre lienzo

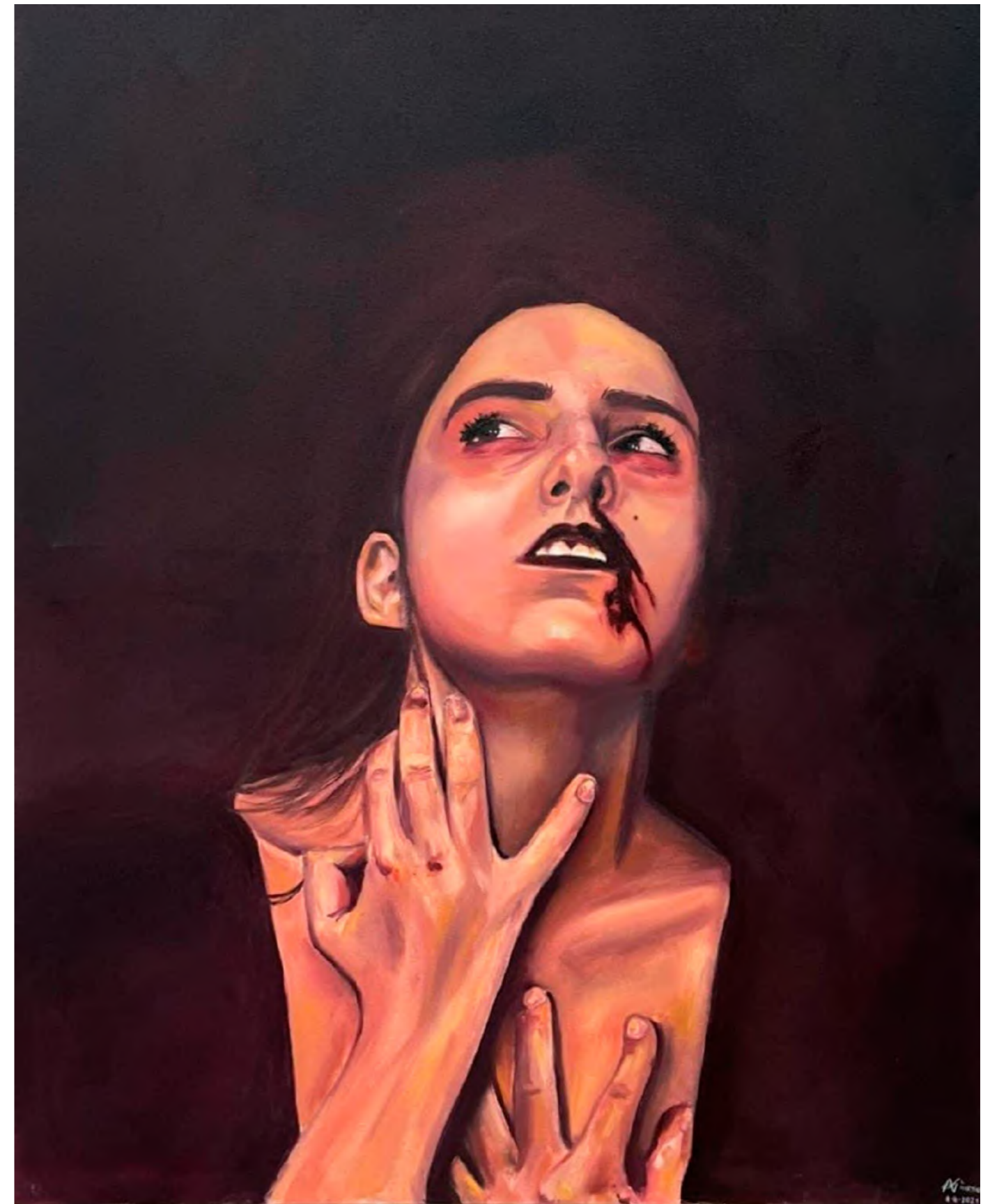


Figura 132-Reminiscencia intermitente del recuerdo-Óleo sobre lienzo

CANDELA ZAMORA

Candela Zamora en estas tres pinturas denuncia la violencia estética que reciben las mujeres. Expresa mediante una pincelada rápida, suelta, expresiva y con mucha carga su búsqueda de liberación y una concienciación sobre el cuerpo femenino.

Los colores carmín, morado y ocre se mezclan con el marrón, evocando una sensación de amargura, y con el azul, que llama a la tristeza. El carmín, tratado con fuerza en las pinturas, nace como crítica al rosa que se ha asociado a la mujer dulce y dócil, y expresa en su lugar rebeldía y potencia.

Mediante su pincelada suelta y la abstracción, los cuerpos parecen estar retorciéndose y deshaciéndose, reflejando una sensación de dolor. Es ese sufrimiento que viven las mujeres de manera interna ante la violencia estética y ante el odio -de la sociedad y de ellas mismas- por sus propios cuerpos porque el sistema les ha enseñado desde niñas que es el cuerpo malo, el incorrecto, y el inferior.



Figura 133- *Cómo habla una mujer*-
Óleo sobre cartón



Figura 134-*La noche eterna*-Óleo sobre lienzo

CLARISA PEÑA

Clarisa Peña crea su obra a partir del propio trauma. En estas tres piezas Peña expresa su rabia y ansiedad ante la violencia de género. La injusta realidad que atraviesan la mayoría de las mujeres y que se pone en duda, se trata de ignorar y tiende a juzgarse como una "exageración". Cuando en verdad estos traumas marcan sus vidas. Las tres obras muestran frases que se repiten, como un eterno castigo para que se graben en la mente del espectador. Están rodeadas de bocas de monstruos que las destruyen, como todas esas personas que ponen en duda el relato de la víctima. Las palabras acaban volviéndose insignificantes ante la fuerza de los monstruos que las persiguen.

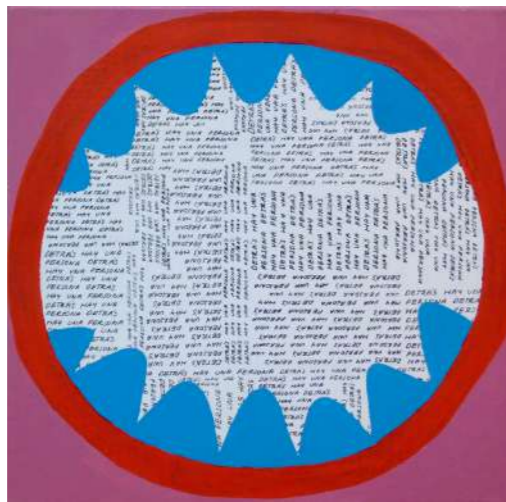


Figura 135-*Detrás hay una persona*
Acrílico sobre lienzo



Figura 136-*Lo que recuerdo*
Acrílico sobre lienzo

BLANCA SOTO

Soto a partir de la costura expresa la dualidad que existe en la identidad humana. Una prenda que cubre el cuerpo, que comunica al mundo exterior parte de quién es la persona como individuo. Sin embargo ¿Quién es el ser humano cuando nadie ve? Mediante el día y la noche Soto metaforiza en esta prenda el contraste entre la verdad y la mentira, el ojo que ve y el ojo que llora, un ojo que se planta de frente y un ojo que se vuelve vulnerable en soledad. El ojo es la identidad, el espíritu que cambia y se adapta al medio, al trauma. Una identidad que se deconstruye y se vuelve nada cuando el cambio, el miedo y el odio atraviesan a la persona.

Ante la violencia estética las mujeres acaban perdiendo su identidad, ya que se les impone un molde en el que encajar y que es igual para todas, no habiendo espacio para la diferencia. Un solo tipo de cuerpo y un solo tipo de cara. Lo diferente siempre será señalado como incorrecto.



Figura 137-*HAZ-ENVÉS-Traje*

JIMENA MARTÍN

MADAME FIASCO

Madame Fiasco es una instalación donde la artista Jimena Martín critica los estereotipos que recaen sobre la mujer en función de su manera de vestir.

A partir de su propia ropa, Jimena ha vestido a estos maniqués en base a las diferentes etiquetas que recaen sobre las mujeres a partir de su apariencia. Si sales de fiesta y llevas un vestido escotado entonces eres una "facilona". Si llevas chándal entonces eres una "choni". Si llevas lencería eres una "guarra". Si eres madre entonces debes ser la que se ocupe de la casa.

Jimena con esta instalación pretende comunicarnos que ella puede salir de fiesta, ser madre, ponerse cómoda o ponerse más elegante y no por ello va a perder o a ganar puntos en su reputación social. Ella es una persona con diferentes facetas y responsabilidades. A la contra, no ocurre esto con los hombres. Cuando un hombre es presidente de gobierno se le presenta como tal a la sociedad, nunca se leerá un titular como "Pedro Sánchez, padre de dos hijas y presidente"

THE MALE GAZE

En "The male gaze" Jimena Martín contrasta la mirada masculina con la mirada femenina respecto al concepto de "sensualidad femenina". En el lienzo observamos a una mujer en ropa interior de encaje, fumando y bebiendo se observa en el espejo. Esto simbolizaría como el hombre ha concebido a la mujer "sexy" es decir, como un objeto sexual que encaja en los cánones estéticos impuestos por el varón.

En el reflejo nos encontramos a una mujer real en ropa interior, exenta de todo tipo de sexualización por el mero hecho de estar en ropa interior, que está en actitud relajada.

Jimena con esta imagen pretende hacer reflexionar sobre los estereotipos y las imposiciones absurdas que el hombre pone sobre las mujeres.



Figura 138-Madame Fiasco-Instalación

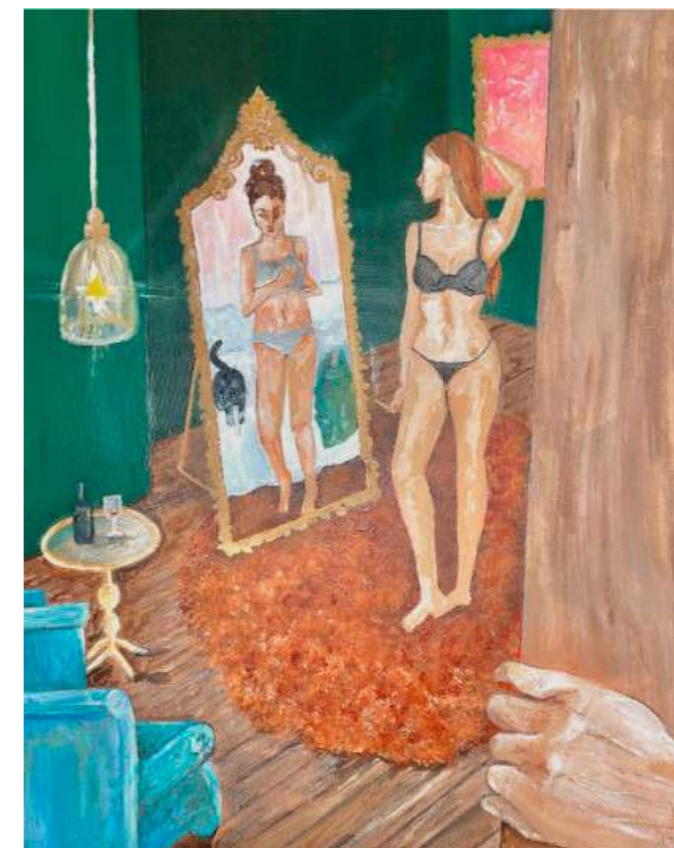


Figura 139-The male gaze-Acrílico sobre lienzo

JOSE ROZALEM

“Hiperbelleza metaficcional” es una máquina del futuro que expresa la relación entre el mundo virtual y el mundo físico. Rozalem explora la realidad física como aquella “repleta de ordinariéz”. Una realidad plena de materia, de imperfección y de mediocridad. Mientras la realidad virtual es aquella en donde todo es posible. Es una dimensión idílica, utópica, perfecta y estética.

Esta máquina posibilita hacer realidad, en el mundo virtual, los ideales que tenemos en el mundo físico. Refleja el contraste y relación entre ambas dimensiones que conviven entre sí.

La obra genera un choque entre los inalcanzables cánones estéticos impuestos sobre la mujer y la realidad física. Estos cánones que solo se podrían materializar en el mundo virtual donde todo es posible.

Rozalem mezcla colores brillantes, bellos y tranquilos -azul, plateado y blanco- con texturas inquietantes que remueven al espectador. Inquietud que se incrementa cuando se descubre la parte trasera de la obra, donde unos tubos negros y espesos se enrollan entre sí en una extraña danza.

Rozalem en esta antítesis entre materiales y realidades ofrece una simulación que hace reflexionar sobre el posible futuro que amenaza al ser humano.



Figura 140-Hiperbelleza metaficcional-Escultura



Figura 141-Detalle de Hiperbelleza metaficcional



Figura 142-Detalle de Hiperbelleza metaficcional

LARRUP

“La chica de (l) cristal” es una radiografía a la comercialización de los cuerpos de las mujeres. Larrup a través de su obra denuncia la cosificación e industrialización que el sistema ejerce sobre el cuerpo femenino. Señala la vulneración de la dignidad e individualidad de las mujeres cuando sus cuerpos pasan a ser objeto sexual y de placer de una inmensa mayoría masculina. Vulneración que hoy día se vende bajo un discurso neoliberal. Este discurso quita el foco de atención sobre la cuestión de qué es lo que hace a los varones encontrar como excitante la vejación hacia las mujeres en las industrias de la pornografía y la prostitución. Larrup nos mira directamente para preguntarnos qué conduce a la sociedad a concebir de esta manera al desnudo femenino y nos invita a realizar un ejercicio de empatía hacia estas mujeres.

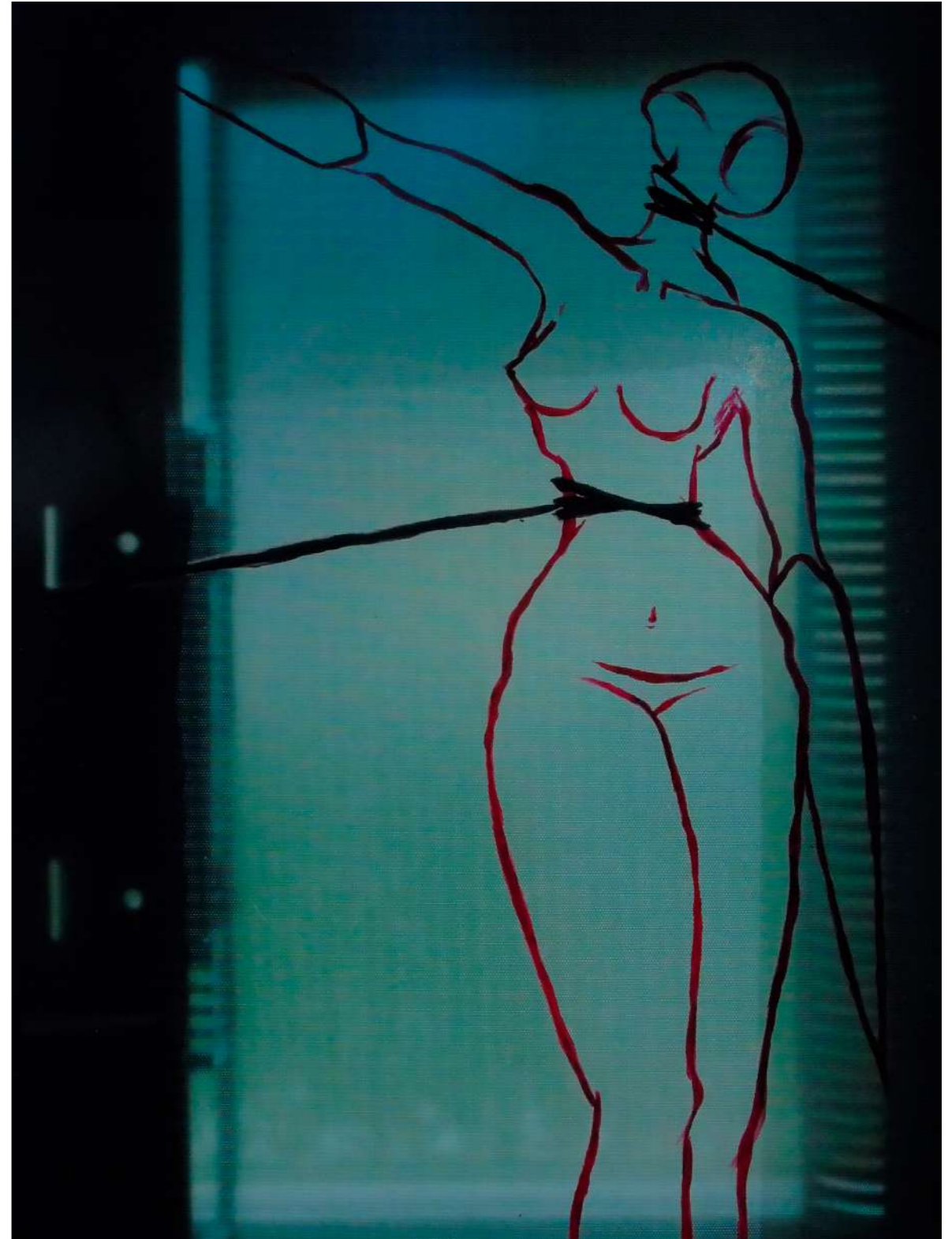


Figura 143-La chica de(l) cristal-Acrílico sobre pantalla

MARTA FERNÁNDEZ

Marta trabaja a partir de materiales reciclados. Con su obra manifiesta su conciencia por la crisis climática, invitándonos a repensar la manera en la que consumimos.

Esta obra es una oda a todas esas mujeres que llevando el peso del patriarcado a sus espaldas han luchado por la igualdad. Mujeres que han dado su vida por reclamar justicia. Desde la historia más conocida hasta el anonimato más ordinario. Ser madre, ser víctima de violencia, ser independiente, ser limpiadora, ser hija, ser soltera, ser enfermera, ser ministra, ser jefa, ser catedrática, ser médica, ser escritora, ser filósofa, ser camarera, ser jueza, ser artista... Ser mujer. La espalda del chaleco simboliza este "techo de cristal". Un techo que con cada lucha feminista es más débil.

Como expresa Marta, el cambio está en nuestras manos.



Figura 144-Chaleco salva-vida Negro



Figura 145-Chaleco salva-vida Negro



Figura 146-Chaleco salva-vida Negro

JUAN CAMILO BONILLA

Bonilla satiriza a través de la ironía y la exageración el absurdo de los roles de género, en este caso el de la masculinidad frágil. A partir de estos collages Bonilla hace que el espectador sienta cierta vergüenza ajena ante el exceso de virilidad. Le hace replantearse qué papel tienen en la sociedad estos estereotipos y qué limitaciones hay en ellos. Qué sentido tiene realmente ser "masculino". A la contra se le hace cuestionar qué sentido tiene lo "femenino" y por qué los varones consideran un insulto el asemejarse a lo socialmente asociado a la mujer.



Figura 148-Collage digital II



Figura 147-Collage digital I



Figura 149-Collage digital III

MÓNICA PEZUELA

Mónica Pezuela expresa en "Ansiedad" la vorágine de sentimientos sobre pasantes que experimenta una persona en situaciones límite. Situaciones que huyen de su control, le paralizan y le hunden. Pezuela emplea un trazo nervioso y frenético que abandona a la mujer protagonista de la pintura en un mar de pensamientos ruidosos y confusión mental. La mujer queda expuesta en una posición vulnerable y mira con desesperación mientras las lágrimas caen por su rostro. El color rojo simboliza el peligro, el color azul la tristeza y el contraste entre ambos la más pura desesperación.



Figura 150-Ansiedad-Dibujo digital

LIN SUQUI PÉREZ

“Es ficción” retrata la realidad que hay detrás de las cámaras de la pornografía. Esta industria se sostiene bajo el pretexto de que los contenidos creados son “ficción” y por tanto inofensivos. Una ficción que sin embargo es realidad.

La penetraciones sin protección, los ahorcamientos, las vulvas operadas, las felaciones forzadas, la violación a niñas, las violaciones en grupo y todo un sinfín de prácticas violentas no son ficción. La mujeres que están siendo grabadas las están viviendo en sus carnes.

A partir de este retrato performático Caldés muestra al espectador el barro que esconde esta industria. Una industria que genera millones de ingresos al año a costa de la vulneración de los derechos de miles de mujeres.



Figura 151-Es ficción-Fotografía digital

TERESA CALDÉS

Teresa Caldés desarrolla su obra a partir de la violencia. Los traumas que han marcado su biografía le inspiran a denunciar la violencia y a expresar a partir de ella su lenguaje artístico. Caldés trata de incomodar al espectador que observa. Busca hacerle reflexionar y señalar injusticias sociales que se toleran al ignorar la realidad del problema.

En "Visceral" Caldés emplea la pintura abstracta para emocionar y liberar emoción. Trabaja la pintura al óleo de manera agresiva, cargándola de materia y expresividad. Colores como el rojo, el amarillo, el rosa y el azul representan la complejidad de una situación llena de contradicciones. "Visceral" trata de reflejar el estado interior de una persona que sufre y que busca ayuda. Persona que se siente sola y que, aunque lo intente, no dispone de los medios para salir de un entorno hostil.



Figura 152-Visceral-óleo sobre lienzo

En esta serie de collages Caldés a partir de la ironía y la exageración nos hace reflexionar sobre las diferentes lecturas sociales que damos al hombre o a la mujer.

A partir de composiciones y temáticas de obras clásicas -*El rapto de proserpina, Calle con buscona de rojo, Dánae recibiendo la lluvia de oro, Olympia y Crisálida*- Caldés sustituye la figura de la mujer por la de un hombre. De esta manera nos hace reflexionar sobre los prejuicios que tenemos en un primer vistazo al leer estas imágenes, que cuando se comparan con la original adquieren su sentido de denuncia y sucede entonces la reflexión ¿Por qué el cuerpo de la mujer ha de ser erotizado siempre que se presenta desnudo? ¿Por qué en la mayoría de representaciones la mujer se representa desnuda? Cuando se cosifica el cuerpo de la mujer, se presenta como un objeto de deseo para la mirada masculina, es una mujer que no tiene individualidad y cuya importancia reside siempre en su aspecto físico.

En *Varón recibiendo la lluvia de oro* se satiriza la desigualdad que existe en el mundo empresarial, donde la mayoría de empresas que lideran el sistema son dirigidas por hombres. En la versión del relato original, Dánae es violada por Zeus, cuyo semen es esa lluvia de oro. Ambos con posiciones relajadas y las piernas entreabiertas. Uno haciéndose rico, la otra siendo violada.

En *Calle con putero de rojo* se intercambian los papeles la prostituta protagonista del cuadro original por la del hombre putero consumidor de prostitución. Un hombre que siempre queda en el anonimato, sobre el que nunca recae ninguna culpa ni responsabilidad y que se camufla con el resto de la sociedad sin recibir ningún tipo de estereotipo concreto.

En *Olympio* el hombre protagonista mira de manera seductora a la cámara, sin necesidad de desnudarse el torso y sin recibir juicio alguno. En cambio en la versión original se representa una prostituta que, desnuda y segura de sí misma, causó furia a los críticos coetáneos de Manet por ser una persona concreta, con individualidad y que mostrara su desnudo de manera orgullosa. Sin embargo Manet no dejó de retratarla de manera erotizada y para el gusto del consumidor varón.

En el *Hombre huyendo de la tarea doméstica* se parte de un rapto -violación- de proserpina de Rubens. En ella un grupo de tres mujeres se unen para intentar evitar la tragedia. En el collage sin embargo se muestra la unión entre varones para evitar tomar responsabilidad en la tarea doméstica.

A nivel personal y a nivel profesional ¿Cuántos limpiadores varones conoce?

En *De niño a hombre* se critica la erotización que Pedro Saez Saez y otros artistas coetáneos hicieron de las niñas a finales del S.XIX. En *Crisálida* observamos a una niña que desnuda mira seductora al espectador, dejando atrás sus juguetes. Se representa así el paso de niña a mujer, a partir de la sexualización del cuerpo de la niña porque ser mujer supone ser sexualizada y gustar a la mirada masculina. Sin embargo, cuando un varón pasa de niño a adolescente no sucede ningún cambio brutal. Se le permite seguir jugando, seguir practicando deporte, y seguir teniendo aficciones muy masculinas como el mundo automovilístico y el alcohol.



Figura 156-Calle con putero de rojo-Collage digital



Figura 153-De niño a hombre Collage digital



Figura 154-El hombre huyendo del trabajo doméstico-Collage digital



Figura 155-De niño a hombre-Collage digital

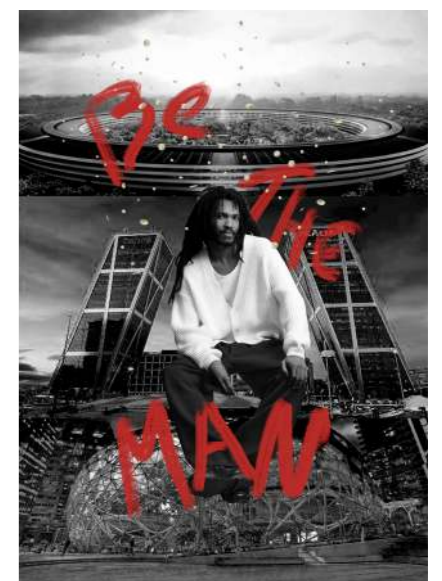


Figura 157-Varón recibiendo la lluvia de oro Collage digital

INVITACIONES Y PROMOCIÓN

A la hora de publicitar la exposición me dispuse a la creación de carteles de diferentes formatos. El estilo del cartel quería que fuera impactante, claro y directo, para que la información se recibiera fructíferamente.

Por ello empleé una tipografía palo de diferentes familias -Futura- que transmite la información de manera directa, objetiva y limpia. Al principio la utilicé en color negro pero este color impedía una buena lectura, por lo que la cambié a blanco en función de la ubicación del texto.

El fondo degradado emplea los colores azul y rojo, que son los colores identitarios de la exposición y que se emplean en varias de las obras participantes. El color rojo simboliza la violencia, la fuerza, la ira, el trauma, mientras que el color azul simboliza la tristeza, la angustia, la desesperación y la soledad. El degradado entre ambos refleja la convivencia emocional dentro de una situación de violencia, salir de un entorno, unas creencias y un espacio donde se vive el maltrato y la desigualdad es complejo, paradójico y está lleno de cambios. Creé varios prototipos hasta que di con el diseño que seleccioné como el definitivo

A continuación muestro los prototipos:



Figura 158-Prototipo 1



Figura 159-Prototipo 2



Figura 160-Prototipo 3

A continuación muestro los diseños finales:



Figura 161-Formato historia de Instagram



Figura 162- Formato publicación de Instagram



Figura 163-Invitación particular a la exposición



Figura 164-Formato CMYK para impresión

Para la promoción dentro de la universidad me puse en contacto con la encargada de marketing dentro del campus, Irene López, la cual también me puso en contacto con Yolanda Palazón. Tras lo cual tenía permiso para entregar los carteles a los bedeles de la UFV para que estos se encargaran de colgarlos.

Sin embargo esto no sucedió así, no sabemos aún el motivo, por lo que acudí al departamento de extensión universitaria y de actividades formativas complementarias, donde tras hablar con varias encargadas me dieron el permiso y el sello para proceder yo misma al reparto de carteles a lo largo del campus. Lo colgamos en la cafetería y en los lugares públicos de mucha afluencia.

Por otra parte procedí al envío de las invitaciones personales a través de correo electrónico, en donde invité a todo el claustro de profesores que me han dado clase durante estos cuatro cursos de grado

Así mismo invité a todas las artistas a visitar la exposición y a que trajeran a sus seres queridos. Por mi parte también traje tanto a familia como amigos.

FOLLETO

A su vez diseñé un folleto acordeón de 5 caras para recordar la exposición, en dos formatos -A4 y A3-

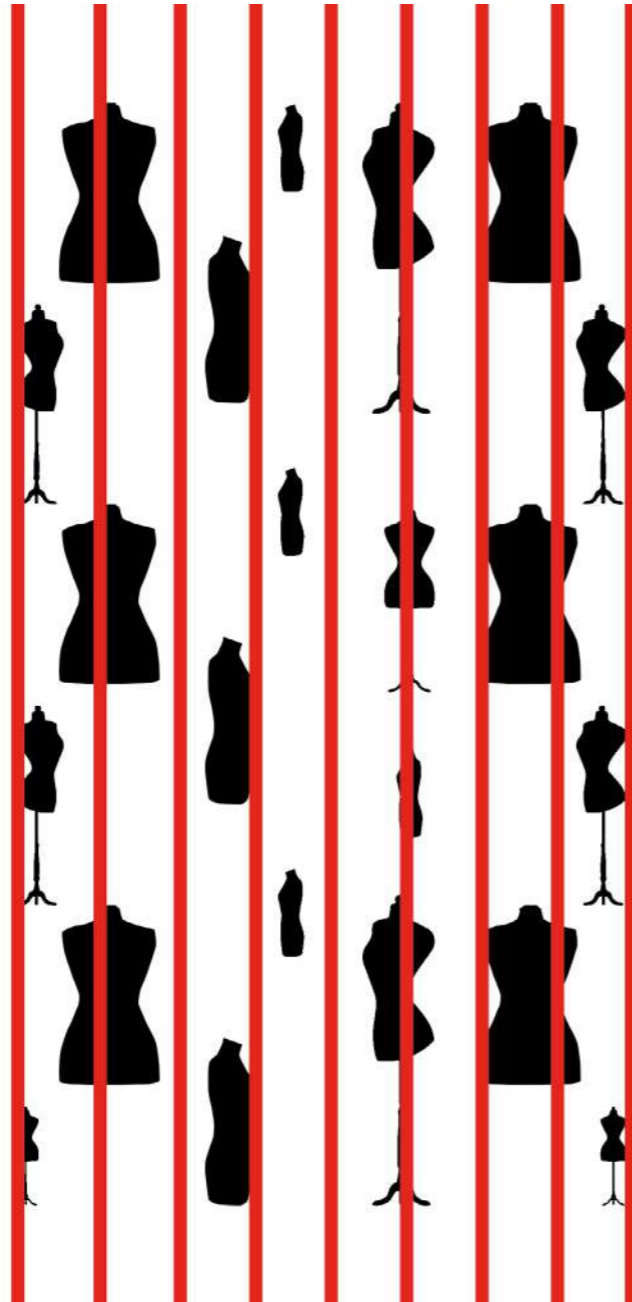
La exposición presenta un trabajo colectivo formado por la sociedad de artistas de la UFV, unidas en la lucha contra la violencia machista que en la actualidad se camufla bajo los discursos neoliberales y el consumismo.

Industrializadas busca crear conciencia sobre los límites de nuestra libertad y romper con la mercantilización del cuerpo de la mujer que se da en las industrias de la pornografía, la prostitución y la estética.

El hilo conductor de la exposición es la violencia contra el cuerpo de la mujer. Un cuerpo que durante siglos ha sido cosificado, violado y usado por el varón. En ámbitos como la historia del arte la premisa de "separar obra de autor" perpetúa la cultura de la violación. El hecho de no abordar la historia de una manera crítica nos condena a repetir injusticias y a blanquear la violencia ejercida.

VIOLENCIA ESTÉTICA

Según la SEMG (2018) los trastornos de la conducta alimentaria se tratan de la tercera causa de enfermedad crónica en la adolescencia. Según datos de la asociación TAC de Aragón hasta el 20% de las personas con anorexia nerviosa puede llegar a intentar suicidarse en algún momento de sus vidas y alrededor de 400.000 personas en España (2023) sufren algún TCA, de ellas 9 de cada 10 son mujeres y niñas y 3 de cada 4 tienen entre 12 y 24 años. Todos



estos datos solo son parte del reflejo que la presión estética causa en las mujeres. La extrema delgadez es el canon que el sistema exige en las mujeres. Un canon vendido por la publicidad, el marketing y los roles de género. Que lo femenino se asocie socialmente a lo bonito, lo dulce, lo delicado -y por tanto lo débil- encadena a las mujeres a encajar en un mismo molde. Todo lo que se salga de él será castigado pasiva y activamente.

La cultura de dieta, las revistas y las industrias de la moda y de la estética encarcelan a la mujer y la obligan a intentar alcanzar un cuerpo y un rostro que son imposibles. Que solo son factibles en una dimensión idealizada de la realidad.

PÉRDIDA DE IDENTIDAD

Intentar encajar en estos cánones conlleva a la pérdida de identidad. El sistema patriarcal al cosificar el cuerpo femenino y criarlo para ser admirado, para gustar y para seducir, acaba con la individualidad de las mujeres y las educa para que desde niñas acepten esto como lo natural. Al no encajar en lo establecido por el sistema hay una pérdida de salud mental y física, ya que se enseña a odiar al cuerpo no normativo y a buscar un único tipo de cuerpo y un único tipo de mujer.

El feminismo lucha por un sistema en el que no exista el género y, por ende, no exista tampoco presión estética alguna sobre ninguna persona.



Teresa Caldés
Es cultura de la violación, 2024

CULTURA DE LA VIOLACIÓN

Industrializadas habla de la cultura de la violación que se perpetúa en la historia del arte y en las instituciones culturales. Es necesaria una relectura de los cuadros y mitos que se enseñan en las escuelas y que son base de la cultura occidental. Obras como "Metamorfosis" de Ovidio relatan múltiples violaciones de varones a mujeres que se excusan bajo la premisa de que son "Historias apasionadas de amor" y que hoy fundamentan parte del "amor romántico". La exposición nos hace repensar la historia y conciencia sobre la cosificación del cuerpo femenino y el origen del deseo sexual masculino violento.

Comisa

INDUSTRIALIZADAS

Violencia sexual y cultura de la violación

EXPOSICIÓN COLECTIVA

Figura 165-Folleto cara frontal

Jose Rozalem
María Albisu
Clarisa Peña
Andrea Rolpez
Lucía Martialay
Juanca Bonilla
Marta Fernández
Marta Pérez
Marina Moro
Candela Zamora
Blanca Soto
Jimena Martín
Larrup
Mónica Pezuela
Teresa Caldés



Lucía Martialay
Duelo III, 2022

VIOLENCIA SEXUAL

Las industrias de la pornografía y de la prostitución sobreviven y se desarrollan en base a la vejación de la mujer, de su cuerpo y de sus derechos. El hecho de que la mujer encuentre como salida "laboral" el vender su cuerpo es prueba de ello. Hay discursos neoliberales que defienden que la prostitución se trata verdaderamente de un trabajo y que es una forma más de libertad sexual femenina. Sin embargo, qué clase de libertad sexual queda cuando las relaciones sexuales obedecen a las demandas del "cliente" es decir, del deseo "sexual" masculino, y hay dinero de por medio. Industrializadas busca reflexionar sobre los procesos de socialización masculina que configuran la actual concepción de lo "viril"

y sobre el estereotipo de lo masculino. ¿Qué conduce al hombre a excitarse sexualmente con prácticas sexuales ejercidas a una mujer que en verdad no las desea? ¿Qué posibilita a los hombres a no desarrollar la empatía y a ser capaces de obligar a una mujer a tener sexo con ellos mediante dinero? ¿Qué les legitima para ejercer violencia? ¿Por qué la responsabilidad cae siempre sobre la mujer que se prostituye y no sobre el hombre que es putero?

LA MUJER DUEÑA DE SU DESNUDO

El desnudo de la mujer ha sido hasta el S.XX representado por los varones. Gracias a la lucha feminista las artistas poco a poco han podido acceder a la academia y al mundo de las Bellas Artes mostrando así su perspectiva del mundo.

Existe una diferencia radical entre cómo el hombre ha representado a la mujer y cómo la mujer se representa a sí misma y/o a sus compañeras. Como afirma Helena Sotoca, el arte patriarcal veía en el cuerpo de la mujer un objeto de deseo con dos posibles dimensiones. O bien se pintaba a la mujer "venus" -una mujer idealizada, sin identidad y de cuerpo canónico- o bien se retrataba a la mujer "terrenal" -aquella que por intentar ser dueña de sí misma y de su sexualidad, rápidamente pasaba a ser representada como la "femme fatale" o la prostituta. Ambas, de cuerpos perfectos y deseables, creadas para gustar y agrandar a la mirada masculina. En industrializadas la mujer se representa con dignidad, con conocimiento y aislada de todo



Candela Zamora
La noche eterna, 2022

tipo de cosificación y sexualización del cuerpo. La mujer puede estar desnuda y no por ello ser "provocativa" o una "guarra". Las artistas muestran a la mujer de manera natural, diversa y real. Se pone fin a obedecer al canon del cuerpo "bonito" que "merece" ser representado.

Industrializadas no trata sólo de denunciar la violencia de género, esta exposición trata de ir a la raíz del problema. El arte se vuelve así una herramienta no solo de reflexión sino de cambio. El arte no busca hablar únicamente de lo actual, sino que a raíz de lo actual y fundamentándose en el pasado puede ser la tinta para escribir el futuro.

Comisariada por Teresa
Caldés

INDUSTRIALIZADAS

Violencia sexual y cultura de la violación

EXPOSICIÓN COLECTIVA

Figura 166-Folleto cara dorsal

SECCIONES DE LA EXPOSICIÓN

La exposición finalmente se conformó en 7 secciones acompañadas cada una de un texto introductorio. A continuación se muestra cada sección junto con su introducción correspondiente.

BIENVENIDA:

<<La exposición presenta un trabajo colectivo formado por la sociedad de artistas de la UFV, unidas en la lucha contra la violencia machista que en la actualidad se camufla bajo los discursos neoliberales y el consumismo. Industrializadas busca crear conciencia sobre los límites de nuestra libertad y romper con la mercantilización del cuerpo de la mujer que se da en las industrias de la pornografía, la prostitución y la estética. >>

TEXTO COMISARIA:

<<Violencia estética. Pornografía. Prostitución. Cultura de la violación. ¿Qué sensaciones te provocan estas palabras? ¿Sientes asco o sientes atracción? ¿Dónde quedan los límites de lo ético? >>

INDUSTRIALIZADAS es la exposición que a través de diferentes lenguajes artísticos denuncia los trasfondos de estas cuestiones desde una perspectiva de género. A partir del comisariado de esta exposición, se da voz a un grupo de jóvenes artistas que son atravesadas por la sociedad actual que aportan a la reflexión social mediante su discurso, su acción y su obra. El arte se presenta así como herramienta de cambio y de pensamiento, como lengua de lo polémico y lo escondido. El arte es la puerta que abre hacia lo ignorado.

Esta exposición empatiza con la mujer víctima de violencia estética, violencia sexual y violencia machista. Buscamos dar luz a lo que socialmente se tolera y se muestra como “cool” pero que esconde esclavitud. Actualmente los discursos neoliberales utilizan la capitalización e industrialización del cuerpo de la mujer para encerrarla en una jaula invisible y posibilitar que el otro la perciba como tal: un objeto que mirar, comprar y usar.

En 2023 las víctimas de violencia de género alcanzaron la cifra de 58 mujeres asesinadas y de 57 menores huérfanos. Ante estos desoladores datos debemos actuar. Esta exposición evidencia la lucha social que queda por recorrer, porque cuando en la sociedad se viralizan y se toleran discursos de odio. Cuando se pone en duda la declaración de las víctimas. Cuando escuchamos “ni machismo ni feminismo”. Cuando los políticos prometen leyes abolicionistas pero nunca llega a alcanzarse ningún acuerdo. Cuando la media de niños que acceden a la pornografía baja a la edad de 8 años. Cuando no hay educación sexual pública. Cuando la desigualdad se viste de rosa. Porque cuando sucede todo esto es cuando tenemos que luchar más que

nunca. Estas problemáticas y violencias de género deben abordarse ya desde lo personal y lo social.

El hilo conductor de la exposición es la violencia contra el cuerpo de la mujer. Un cuerpo que durante siglos ha sido cosificado, violado y usado por el varón. En ámbitos como la historia del arte la premisa de “separar obra de autor” perpetúa la cultura de la violación. El hecho de no abordar la historia de una manera crítica nos condena a repetir injusticias, blanquear la violencia ejercida y a no educar en igualdad>>

1-VIOLENCIA ESTÉTICA: ENCAJAR EN EL MOLDE

<<Según la SEMG (2018) los trastornos de la conducta alimentaria se tratan de la tercera causa de enfermedad crónica en la adolescencia. Según datos de la asociación TAC de Aragón hasta el 20% de las personas con anorexia nerviosa puede llegar a intentar suicidarse en algún momento de sus vidas y alrededor de 400.000 personas en España (2023) sufren algún TCA, de ellas 9 de cada 10 son mujeres y niñas y 3 de cada 4 tienen entre 12 y 24 años. Todos estos datos solo son parte del reflejo que la presión estética causa en las mujeres. La extrema delgadez es el canon que el sistema exige en las mujeres. Un canon vendido por la publicidad, el marketing y los roles de género. Que lo femenino se asocie socialmente a lo bonito, lo dulce, lo cuidadoso, lo delicado -y por tanto lo débil- encadena a las mujeres a encajar en un mismo molde. Todo lo que se salga de él será castigado pasiva y activamente. La cultura de dieta, las revistas y las industrias de la moda y de la estética encarcelan a la mujer y la obligan a intentar alcanzar un cuerpo y un rostro que son imposibles. Que solo son factibles en una dimensión idealizada de la realidad.>>

2-PÉRDIDA DE IDENTIDAD

<<Intentar encajar en estos cánones conlleva a la pérdida de identidad. El sistema patriarcal al cosificar el cuerpo femenino y criarlo para ser admirado, para gustar y para seducir, acaba con la individualidad de las mujeres y las educa para que desde niñas acepten esto como lo natural. Al no encajar en lo establecido por el sistema hay una pérdida de salud mental y física, ya que se enseña a odiar al cuerpo no normativo y a buscar un único tipo de cuerpo y un único tipo de mujer.

El feminismo lucha por un sistema en el que no exista el género y, por ende, no exista tampoco presión estética alguna sobre ninguna persona.>>

3-VIOLENCIA SEXUAL: LA MIRADA MASCULINA

<<Las industrias de la pornografía y de la prostitución sobreviven y se desarrollan gracias a la vejación de la mujer, de su cuerpo y de sus derechos. El hecho de que la mujer encuentre como salida "laboral" el vender su cuerpo es prueba de ello. Hay discursos neoliberales que defienden que la prostitución se trata verdaderamente de un trabajo y que es una forma más de libertad sexual femenina. Sin embargo, qué clase de libertad sexual queda cuando las relaciones sexuales obedecen a las demandas del "cliente" es decir, del deseo "sexual" masculino, y hay dinero de por medio. ¿Qué conduce al hombre a excitarse sexualmente con prácticas sexuales ejercidas a una mujer que en verdad no las desea? ¿Qué posibilita sistemáticamente a los hombres a no desarrollar la empatía y a ser capaces de obligar a una mujer a tener sexo con ellos mediante dinero? ¿Qué les legitima para ejercer violencia? ¿Por qué la responsabilidad cae siempre sobre la mujer que se prostituye y no sobre el hombre que es putero?

Industrializadas reflexiona sobre los procesos de socialización masculina que configuran la actual concepción de lo "viril" y sobre los peligros de considerar la pornografía como una herramienta de educación sexual. Lo que ocurre en ella no es "ficción", la mujer que es abusada lo está siendo en la realidad. La pantalla facilita así eliminar la empatía y tolera la violencia contra la mujer.>>

4-TRAUMA: SUFRIR LA VIOLENCIA

<<Cuando la violencia atraviesa a una persona, impregna su huella en todos los ámbitos de su vida. Pasar por un trastorno de estrés postraumático, desarrollar trastorno obsesivo compulsivo, depresión, ansiedad o trastornos alimenticios, son algunas de las consecuencias de haber sufrido situaciones de violencia, de abuso y de acoso.

Las mujeres atraviesan diferentes situaciones violentas a lo largo de su vida. El hecho de vivir con miedo a salir solas a la calle, las relaciones de maltrato, las agresiones sexuales, el abuso de poder, la presión estética, el recibir presión por ser madres, el no encontrar el diagnóstico médico adecuado o el ver condicionada la manera de vestir y de ser en público son actos de violencia. La violencia machista se adapta al sistema y actúa de renovadas maneras para que la mujer obedezca, sin ser consciente de estar limitada.

A lo largo de esta sección, las artistas muestran desde la más pura vulnerabilidad cómo el trauma ha condicionado su vida, cómo lo experimentan y la desesperación por sentir soledad en el camino.>>

5- LA MUJER DUEÑA DE SU DESNUDO

<<El desnudo de la mujer ha sido hasta el S.XX representado por los varones. Gracias a la lucha feminista las artistas poco a poco han podido acceder a la academia y al mundo de las Bellas Artes mostrando así su perspectiva del mundo.

Existe una diferencia radical entre cómo el hombre ha representado a la mujer y cómo la mujer se representa a sí misma y/o a sus compañeras. Como afirma Helena Sotoca, el arte patriarcal veía en el cuerpo de la mujer un objeto de deseo con dos posibles dimensiones. O bien se pintaba a la mujer "venus" -una mujer idealizada, sin identidad y de cuerpo canónico- o bien se retrataba a la mujer "terrenal" -aquella que por intentar ser dueña de sí misma y de su sexualidad, rápidamente pasaba a ser representada como la "femme fatale" o la "prostituta terrenal". Ambas, de cuerpos perfectos y deseables, creadas para gustar y agrandar a la mirada masculina.

En industrializadas la mujer se representa con dignidad, con conocimiento y aislada de todo tipo de cosificación y sexualización del cuerpo. La mujer puede estar desnuda y no por ello ser "provocativa" o una "guarra". Las artistas muestran a la mujer de manera natural, diversa y real. Se pone fin a obedecer al canon del cuerpo "bonito" que "merece" ser representado.>>

6- HISTORIA DEL ARTE Y CULTURA DE LA VIOLACIÓN

Industrializadas habla de la cultura de la violación que se perpetúa en la historia del arte y en las instituciones culturales. Es necesaria una relectura de los cuadros y mitos que se enseñan en las escuelas y que son base de la cultura occidental. Obras como "Metamorfosis" de Ovidio relatan múltiples violaciones de varones a mujeres que se excusan bajo la premisa de que son "Historias apasionadas de amor" y que hoy fundamentan parte del "amor romántico" La exposición nos hace repensar la historia y conciencia sobre la cosificación del cuerpo femenino y el origen del deseo sexual masculino violento

7- POR LAS QUE NO ESTÁN. POR NOSOTRAS. POR LAS QUE VENDRÁN

<<Ahora ¿qué?

Industrializadas no trata sólo de denunciar la violencia de género. Esta exposición trata de ir a la raíz del problema.

El arte se vuelve así una herramienta no solo de reflexión sino de cambio.

Porque el arte no busca hablar únicamente de lo actual, sino que a raíz de lo actual y fundamentándose en el pasado puede ser la tinta para escribir el futuro.

¿Qué futuro queremos?

En la era de la desinformación y de los discursos de odio es cuando más importante resulta educar en espíritu crítico y en igualdad. El cambio se logra si hay colaboración entre todas las partes de la población y si desde el poder político reciben presión por parte de la sociedad que exige cambio. Es necesario traer insistentemente al debate social violencias como la estética, la pornografía y la prostitución.>>

DISEÑO Y CREACIÓN DE CARTELAS

En este apartado mostraré el proceso de diseño y elaboración de las cartelas que conforman la exposición.

A la hora de ejecutar el diseño de cartelas escogí un color negro de fondo sobre el que situaría un texto blanco, con la intención de mantener una atmósfera dramática a lo largo de toda la exposición.

La tipografía es también de palo, de la misma familia que la del cartel -Futura- que permite una lectura legible de la información.

A continuación muestro una ejemplo del diseño digital.

Una vez realizados los diseños procedí a imprimirlos en papel cartulina de 250gr, a recortar cartón pluma y a crear las cartelas en conjunto.

Título: *Y decidí regarme*

Autora: Marta Pérez

Fecha: 2024

Medidas: 100 x 70 cm

Técnica: Técnica mixta sobre lienzo

Clarisa Peña crea su obra a partir del propio trauma. En estas tres piezas Peña expresa su rabia y ansiedad ante la violencia de género. La injusta realidad que atraviesan la mayoría de las mujeres y que se pone en duda, se trata de ignorar y tiende a juzgarse como una "exageración". Cuando en verdad estos traumas marcan la vida.

Las tres obras muestran frases que se repiten, como un eterno castigo para que se graben en la mente del espectador. Están rodeadas de bocas de monstruos que las destruyen, como todas esas personas que ponen en duda el relato de la víctima. Las palabras acaban volviéndose insignificantes ante la fuerza de los monstruos que las persiguen.

MONTAJE

Para el montaje me encargué de la recogida de cuadros personalmente
A la hora de preparar las salas de exposición me dispuse a vaciarlas de todos los objetos que contenían -mesas, sillas, taburetes, cuadros, tableros, escaleras, caballetes- a limpiar el suelo y las paredes de manchas, grapas y marcas.

Tras realizar la limpieza me dispuse a colocar las obras sobre los caballetes y a, en función del plano, probar la disposición que pensé en un inicio.
Tras realizar los cambios necesarios, las salas fueron adquiriendo estructura
Después de esto solo quedó colgar las cartelas y textos en función de la distribución

ANÁLISIS DE RESULTADOS

ANÁLISIS DE RESULTADOS

INDUSTRIALIZADAS es un proyecto de comisariado que denuncia la violencia sexual y la cosificación del cuerpo que han sufrido y sufren las mujeres.

Desde la colaboración colectiva y desde la expresión artística diversa, se logra generar un espacio de reflexión en torno a problemáticas sociales. Se pone el foco en tres industrias del sistema que perpetúan la violencia machista, que son la estética, la pornográfica y la prostitucional.

A su vez la exposición centra su atención en analizar de qué manera se enseña el arte por parte de las instituciones culturales públicas y cómo ciertos relatos de cultura clásica son misóginos y perpetúan la cultura de la violación, siendo sin embargo blanqueados bajo el concepto de "historias apasionadas de amor"

Gracias al arte y a la expresión creativa se ha posibilitado traer sobre la mesa un debate en torno a las creencias que conforman nuestro lenguaje de género, en torno al origen de la erotización de la violencia por parte de la mirada masculina y en torno a las ideas patriarcales que esconden ciertos relatos clásicos, que representados, respetados y estudiados en las escuelas y en la educación, conforman las raíces de la cultura actual de occidente

1- LA EXPOSICIÓN

La exposición se inauguró el 10 de junio de 2024 y estuvo abierta al público hasta el 14 de junio inclusive, en el horario de 10:00 a 18:00 h siempre con la presencia de la comisaria Teresa Caldés, quién estaba disponible para el público y ofrecía explicaciones personales por las salas.

2- LAS SECCIONES

Las secciones de la exposición fueron las siguientes:

- 1-Violencia estética: Encajar en el molde
- 2-Pérdida de identidad
- 3-Violencia sexual: La mirada masculina
- 4-Trauma: Sufrir la violencia
- 5- La mujer dueña de su desnudo
- 6- Historia del arte y cultura de la violación
- 7- Por las que no están. Por nosotras. Por las que vendrán

3- VISITAS

La exposición recibió visitas de diversos grupos. Tanto trabajadores de extensión universitaria, como profesores del grado, como alumnos de la sociedad de teatro, como compañeros artistas, como familiares y amigos. Lo que nos demuestra que el trabajo de promoción resultó positivo.

4- DOCUMENTACIÓN DE LA EXPOSICIÓN

Para documentar el proyecto de comisariado se realiza un vídeo montaje -en el que interviene la comisaria ofreciendo un resumen del recorrido expositivo. El vídeo fue dirigido María Sotos artista encargada de toda la documentación en el día de la inauguración.

El enlace para acceder al vídeo montaje es el siguiente:

<https://youtu.be/0CoreXTvvsW?si=Y2iJq6SfYhyqJK7L>

Por otra parte aquí se muestran algunas fotografías del trabajo final expositivo realizadas y editadas por la comisaria Teresa Caldés





Figura 167-Día de inauguración de INDUSTRIALIZADAS



Figura 168-Día de inauguración de INDUSTRIALIZADAS



Figura 169- Día de inauguración de INDUSTRIALIZADAS



Figura 170- Día de inauguración de INDUSTRIALIZADAS



Figura 171- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Figura 172- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Figura 173- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Figura 174- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Figura 175- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Título: Olympo
 Autora: Teresa Collés
 Fecha: 2024
 Medidas: 21 x 29 cm
 Técnica: Collage digital

ES CULTURA DE LA VIOLACION

En esta serie de collages Collés a partir de la ironía y la exageración nos hace reflexionar sobre las diferentes lecturas sociales que damos al hombre o a la mujer.

A partir de composiciones y temáticas de obras clásicas el rollo de pasapero. Calle con buxo de oro. Dime recibiendo la lluvia de oro. Olimpia y Condiado. Collés sustituye la figura de la mujer por la de un hombre. De esta manera nos hace reflexionar sobre las presiones que tenemos en un primer vistazo al leer estas imágenes, que cuando lo comparamos con la original notamos un sentido de distancia y sucede entonces la reflexión ¿Por qué el cuerpo de la mujer ha de ser erotizado siempre que se presenta desnudo? ¿Por qué en la mayoría de representaciones la mujer se representa desnuda? Cuando se erotiza el cuerpo de la mujer se presenta como un objeto de deseo para la mirada masculina, es una mujer que no tiene individualidad y cuya importancia reside siempre en su aspecto físico.

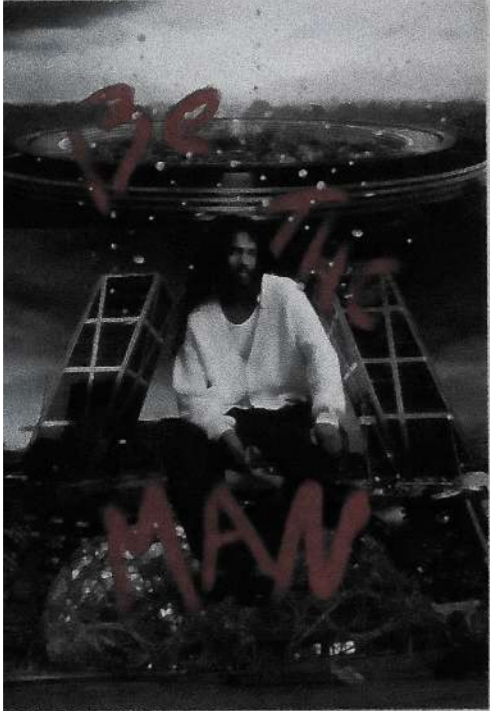
En Vanité recibiendo la lluvia de oro se satira la desigualdad que existe en el mundo empresarial, donde la mayoría de empresas que lideran el sistema son dirigidas por hombres. En la versión del robot original. Dime se erotiza por Dios, digo porque es una lluvia de oro. Amigos con posiciones retratadas y las piernas entrecruzadas. Uno siendo jefe del mundo, otro siendo violado.

En Calle con puros de oro se intercombinan los papeles la profeta protagonista del cuadro original por la del hombre quien consumidor de prostitutas. Un hombre que siempre queda en el anonimato, sobre el que nunca recae ninguna culpa ni responsabilidad y que se confunde con el resto de la sociedad sin recibir ningún tipo de estereotipo concreto.

En Olimpia el hombre protagonista mira de manera indiferente a la cámara, sin necesidad de desnudarse el torso y sin recibir juicio alguno. En cambio en la versión original se representa una prostituta que desnuda y se mira de ti mismo, como fante a los críticos culturales de Manet por ser una persona concreta, con individualidad y que mientras se desnuda de manera orgánica. Sin embargo Manet no dejó de retratarla de manera erotizada y para el gusto del consumidor varón.

En el Hombre jugando de la torca doméstica se parte de un rollo violación de prostituta de Rubens. En ella un grupo de tres mujeres se ven para intentar saber la hembra. En el collage sin embargo se muestra lo que sucede entre varones para evitar su responsabilidad en la torca doméstica. A nivel personal y a nivel profesional ¿Cuántas impudencias varones cometen?

En De niño a hombre se critica la erotización que Pedro Soto Tovar y otros artistas culturales hicieron de los niños o niñas del S. XIX. En Collés observamos a una niña que desnuda mira indiferente al espectador, dejando atrás sus inseguridades. Se representa así el paso de niña a mujer, a partir de la sexualización del cuerpo de la niña porque en mujer siempre se sexualiza y queda a la mirada masculina. Sin embargo, cuando un varón pasa de niño a adolescente no



Título: Hombre recibiendo la lluvia de oro
 Autora: Teresa Collés

Figura 176- Proyecto 1- INDUSTRIALIZADAS



S QUE ABRIERON EL CAMINO
OSOTRAS
S QUE VENDRÁN

AHORA ¿QUÉ?

Industrializadas no trata sólo de denunciar la
opresión de género. Esta exposición trata de ir a lo
profundo del problema.
El arte se vuelve así una herramienta no sólo de
crítica sino de cambio. Porque el arte no busca
representar únicamente de lo actual, sino que a raíz de
lo actual y fundamentándose en el pasado puede
intentar escribir el futuro.

¿Qué futuro queremos?
En esta era de la desinformación y de los discursos
de odio es cuando más importante resulta educar
el espíritu crítico y en igualdad. El cambio se
produce si hay colaboración entre todas las partes de
la sociedad y si desde el poder político reciben
respuestas por parte de la sociedad que exige cambio.
Es necesario traer insistentemente al debate social
temas como la estética, la portografía y la
cultura.

Este vestido negro es un
símbolo de la industria
textil y de la moda
de la época industrial.
El botón grande es un
detalle que resalta
la funcionalidad y la
practicidad de la
ropa de esta época.
Los bolsillos con
patrones coloridos
representan la
diversidad y la
creatividad de la
época.

Figura 177- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Figura 178- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS

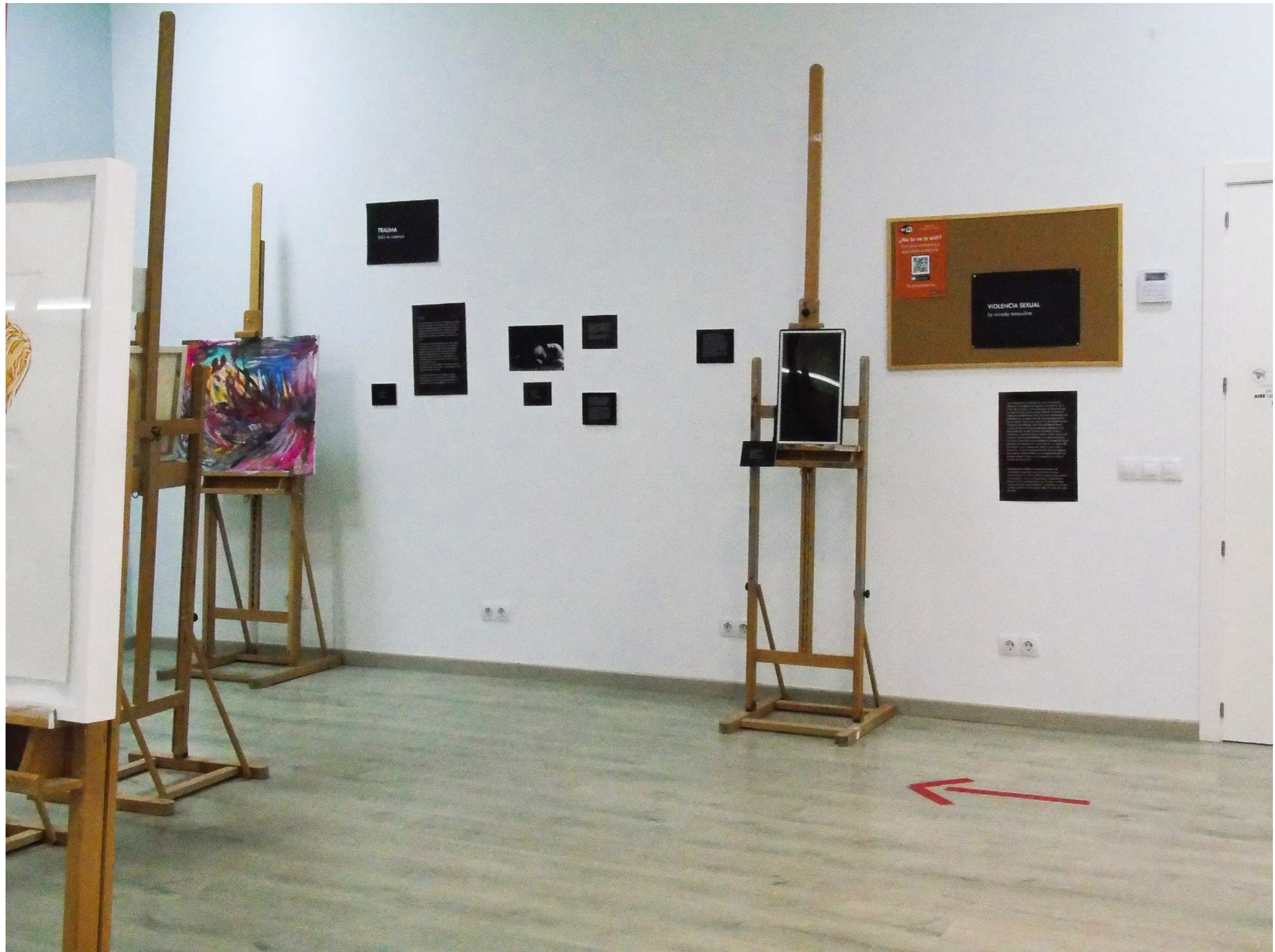


Figura 179- Proyecta 1- INDUSTRIALIZADAS



Figura 180- Proyecta 4- INDUSTRIALIZADAS



Figura 181- Día de inauguración de INDUSTRIALIZADAS



Figura 182- Proyecto 4- INDUSTRIALIZADAS



Figura 183- Proyecto 4- INDUSTRIALIZADAS



Figura 184- Proyecto 4- INDUSTRIALIZADAS

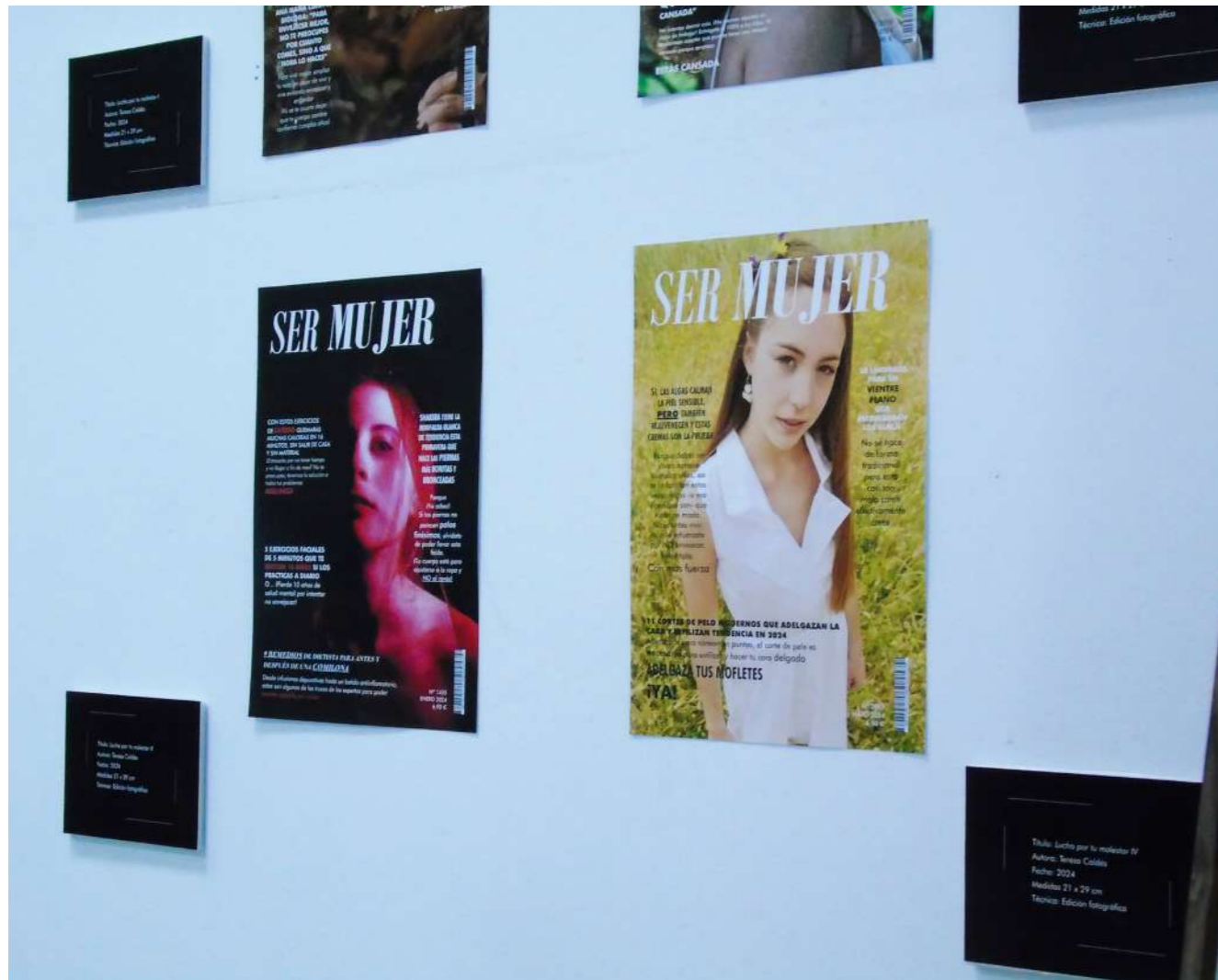


Figura 185- Proyecto 4- INDUSTRIALIZADAS

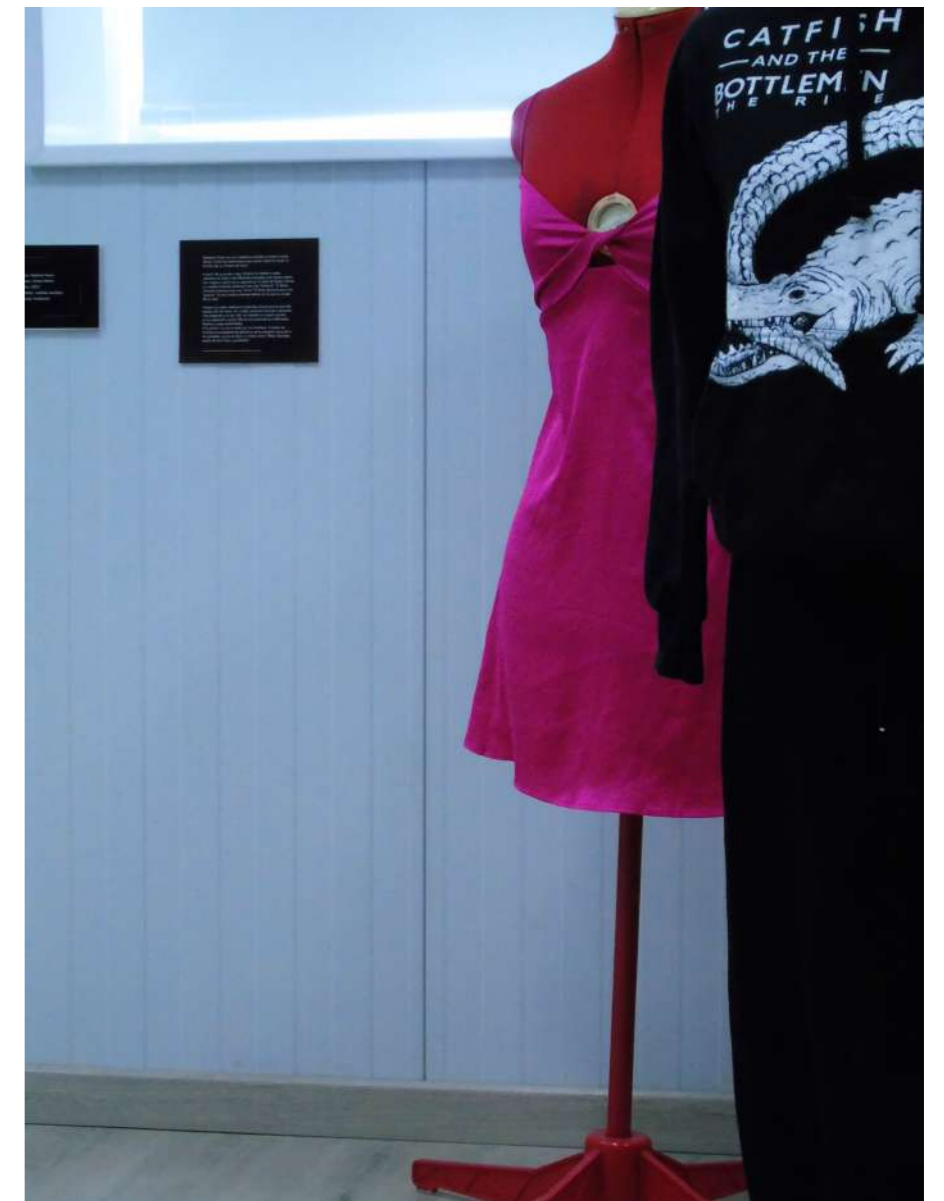


Figura 186- Proyecto 4- INDUSTRIALIZADAS



Figura 187- Día de inauguración de INDUSTRIALIZADAS

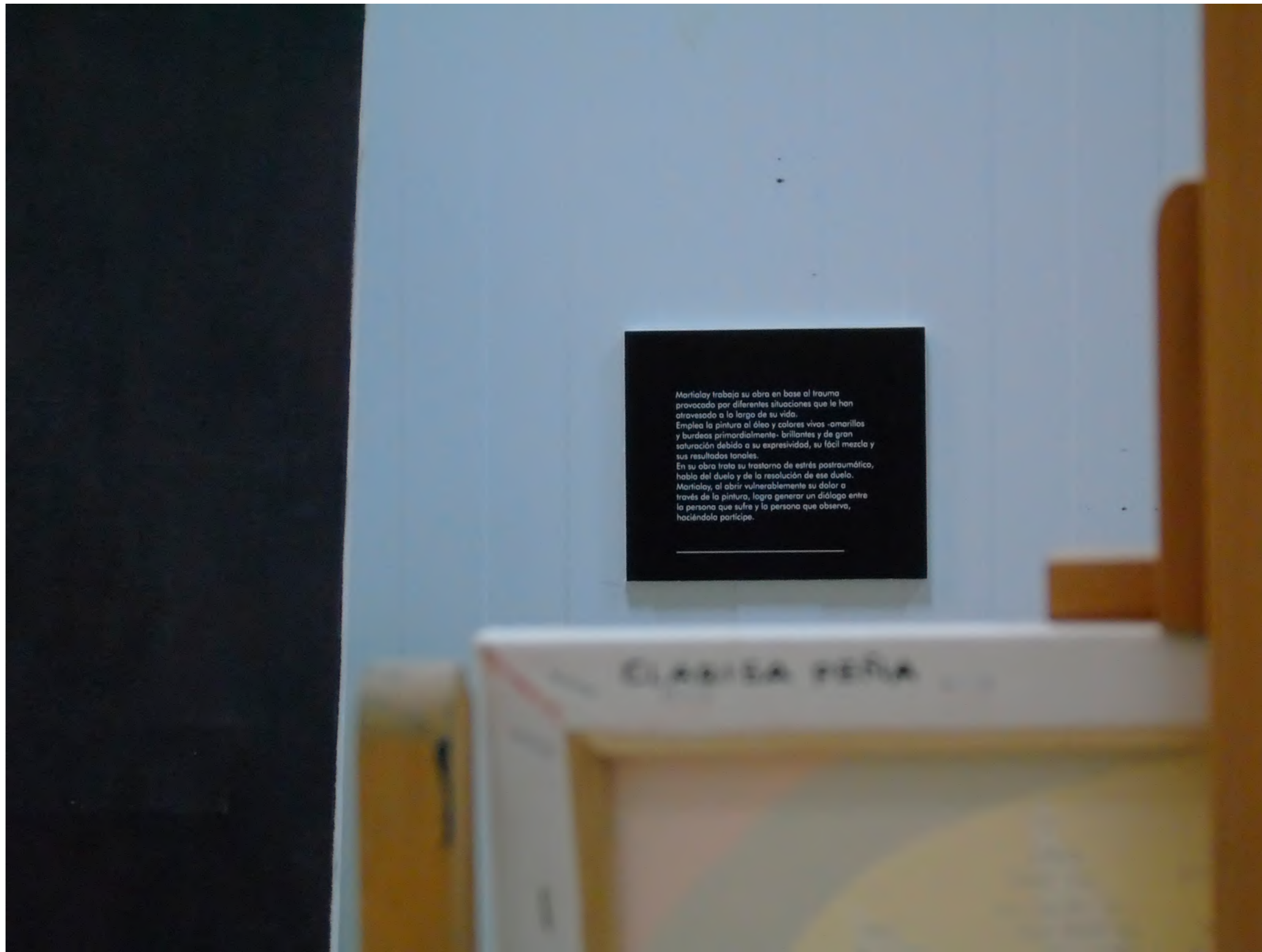


Figura 188- Proyecta 1- Detalle INDUSTRIALIZADAS



Figura 189- Proyecta 4- INDUSTRIALIZADAS

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

El objetivo principal de esta investigación creativa es realizar una exposición cuya temática aborde la violencia contra el cuerpo de la mujer a lo largo de la historia y en la actualidad, profundizando en las estructuras sociales que ejercen la violencia estética, la violencia sexual y que perpetúan la cultura de la violación -todas ellas son violencias que fundamentan la raíz de violencia de género.

La resolución de dicho objetivo culmina en "INDUSTRIALIZADAS" un proyecto de comisariado que busca integrar en una misma exposición diferentes lenguajes artísticos y diferentes artistas unidas por la lucha feminista.

Tras el análisis de los resultados obtenidos en este proyecto, hemos observado la posibilidad de establecer un espacio expositivo colectivo y de generar un debate social en torno a la violencia de género, a partir de la decodificación de las actuales y pasadas desigualdades y violencias contra la mujer:

- La mujer se percibe culturalmente como un objeto de deseo que debe agradar, gustar y seducir
- Esta cosificación de la mujer se aprende a partir de la socialización de género
- La presión estética es una forma de violencia contra la mujer
- La mirada masculina cosifica a la mujer y la consume en la industria de la pornografía y de la prostitución, interiorizan así los varones la violencia como algo excitante.
- Las instituciones culturales exponen sin perspectiva de género obras de arte que perpetúan la cultura de la violación

"INDUSTRIALIZADAS" ha sido posible gracias a la integración de saberes adquiridos a lo largo del grado de Bellas Artes. A partir de los fundamentos de la pintura y del diseño se han aplicado conocimientos y competencias obtenidos en asignaturas como: Gestión cultural y pedagógica del arte, historia de occidente, arte contemporáneo, modelado 3D, diseño editorial, ética y deontología profesional, creación experimental, grabado y prácticas de empresa. Además, gracias al plan de estudios he tenido la oportunidad de comenzar -desde el primer curso- a desarrollar un abordaje artístico en torno a la violencia y en torno a problemáticas sociales, que ha propiciado el descubrirme como artista y el cultivar en mí una vocación por el arte social.

La metodología aplicada ha permitido obtener la información necesaria y actual, argumentar con fuerza la investigación y planificar de manera positiva el desarrollo del proyecto creativo, así como el poder prevenir desajustes de espacio y cambios espontáneos en la organización. Cumpliéndose de esta manera los objetivos propuestos.

Los obstáculos encontrados en el desarrollo del proyecto se dieron a la hora de gestionar todo el proyecto bajo el control de una única persona -Teresa Caldés- ya que al depender de la colaboración del conjunto de artistas hubo varios incidentes que escaparon al control y que dificultaron ciertos procesos. Sin embargo, estos obstáculos se superaron y dieron lugar a un trabajo colectivo unido y motivado por la lucha feminista. Se comprueba así tras todo el recorrido que la causa social es el mayor de los motores para generar acción y cambio en los individuos y en la sociedad.

En el contexto de un posible desarrollo futuro de este proyecto, a un nivel teórico se plantea la profundización de la aplicación del arte como herramienta educativa en un sentido institucional. Por una parte, una educación pública que aborde desde las aulas la historia y la historia del arte con perspectiva de género. Por otra parte, ahondar con aún más profundidad a nivel museístico qué posibilidades de cambio hay, qué se ha hecho y qué falta por hacer. A su vez se plantea este trabajo de investigación como germen para desarrollar en un futuro talleres educativos que se presentarán a las instituciones públicas para tratar de abordar desde el arte la salud sexual e íntegra de las mujeres.

A nivel técnico, se plantea que el presente proyecto de comisariado se expanda hacia lenguajes más instalativos y performáticos -tanto en las obras como en la manera de presentarlas- en donde se de una mayor interacción entre obra y público y el espectador se sienta partícipe de la obra. Así como el presentar el presente proyecto y futuros a convocatorias de comisariado de la comunidad de Madrid y becas de creación artística. Además se plantea la opción de organizar residencias artísticas cuyo motivo de creación artística sea la lucha feminista, como una manera de provocar: Mayor conciencia, mayor movimiento social y mayor impacto del arte en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

ALARIO, M (2024) "Política sexual de la pornografía. Sexo, desigualdad, violencia" Ediciones Cátedra, ES. ISBN: 978-84-9134-842-9

BALLESTER, L; ROSÓN, C; FACAL, T, (2020) "Pornografía y educación afectivo sexual" Octaedro Editorial, ISBN: 978-84-18348-60-0

BALLESTER, L, ORTE, C Y OLIVER, J, (2013) "La casi-prostitución como consecuencia de la crisis para mujeres jóvenes en situaciones de grave precariedad. CAP La crisis social y el estado del bienestar: las respuestas de la Pedagogía Social" Oviedo, Universidad de Oviedo, ES.

MIRALLES, R (2020)–"LIBRE PENSAMIENTO El anarquismo: una ciencia subversiva" N° 102- capítulo "Cultura de la violación: una cuestión política", CGT, I.S.S.N: 1138-1124.

SERRET, E. (2015) "Identidad imaginaria: sexo, género y deseo" México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, ISBN: 978-60-7477-112-1

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA LA VIOLENCIA DE GÉNERO (2018) "Percepción social de la violencia sexual, informe", Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad. Centro de Publicaciones, ISBN: 978-84-7670-735-7

CENDÁN CAAVEIRO, M. S. (2022). Releyendo el surrealismo desde una perspectiva feminista. *Feminismo/s*, 39, 39-57 Disponible en: <https://feminismos.ua.es/article/view/18108>

COBO, R. (2015) "El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad" en "Investigaciones feministas", (6), pp. 7-19.

REYES FLORES, A (2024) "La precarización del trabajo femenino y la producción de contenido erótico a través de plataformas virtuales como actividad económica"

CHELLOUCHI, M (2021) "Trabajo erótico en Onlyfans en España. Experiencias y debates desde el feminismo" Disponible en: <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/180104> consultado en 14/04/2024

PULEO, A. (2019) "Claves ecofeministas. Para rebeldes que aman a la tierra y a los animales", Madrid, Plaza y Valdés, pp. 59-60. ISBN: 978-84-17-1212-11

GIDDENS, A. (2001) "Sociología" Madrid, Alianza Editorial, I.S.B.N: 978-84-1362-944-5

DE MIGUEL. A. (2015) "Neoliberalismo sexual" Ediciones Cátedra, ES. Formato Ebook

BIBLIOGRAFÍA

SOTOCA, H (2022) "Ni musas ni sumisas" Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U, ES. ISBN: 978-84-02-42656-7

SALANDER, J (2024) "Tu argumentario feminista en datos" Penguin Random House Grupo Editorial S. A. U, ES. ISBN: 978-84-19848-58-1.

PAZOS, T (2022) "La biología aprieta pero no ahoga" Editorial Planeta, S. A. ISBN: 979-84-493-3939-4.

SUBIRATS, M (1999) "Género y escuela" en C. Lomas (comp) "¿Iguales o diferentes? Género, diferencia sexual, lenguaje y educación" Barcelona, Paidós -pp-19-32

WEBGRAFÍA

- (1)
DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO, ESPAÑA, Ficha anual VÍCTIMAS MORTALES AÑO 2023, https://violenciagenero.igualdad.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/2023/VMortales_2023_act_01_02_2024.pdf
Consultado el 01/03/2024
- (2)
https://youtu.be/V5x6J6cq868?si=5MKv_EG0T1HiNtZo consultado el 30/04/2024
- (3)
https://youtu.be/7ozXQx_pyyA?si=XyqmVfP0IjjZh37h consultado el 15/04/2024
- (4)
<https://youtu.be/oH7axwK5YTY?si=nylrzP2uH3f28-W-> consultado el 15/04/2024
- (5)
<https://www.rabanne.com/es/es/invictus-landing-immersive> Consultado el 09/05/2024
- (6)
<https://www.rabanne.com/es/es/fragrance/p/olympaea--000000000065137847> Consultado el 28/04/2024
- (7)
<https://www.jeanpaulgaultier.com/eu/es/fragancias/linea-la-belle/la-belle-le-parfum-eau-de-parfum-intense> -Consultado el 05/05/2024
- (8)
<https://www.visituffizi.org/es/obras-de-arte/la-venus-de-urbino-de-tiziano/#:~:text=El%20cuadro%20fue%20un%20regalo,la%20mujer%20hacia%20su%20esposo.> Consultado el 26/04/2024
- (9)
<https://www.museothyssen.org/coleccion/artistas/cranach-lucas-viejo/ninfa-fuente> Consultado el 22/04/2024
- (10)
<https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/el-rapto-de-las-sabinas/cc1366b0-8f11-41c4-9f6b-7a76a79d5260?searchid=0102a757-90aa-2abe-6b78-bc705d9f7a9f> -consultado en 13/05/2024

WEBGRAFÍA

(11)
<https://www.publico.es/sociedad/prostitucion-espana-tercer-pais-consumo-prostitucion.html> Consultado el 20/03/2024

(12)
https://www.tiktok.com/@crisnorway/video/7268714749184068897?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7351773038708459014
Consultado el 23/04/2024

(13)
https://www.tiktok.com/@crisnorway/video/7262830928676916513?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7351773038708459014
Consultado el 23/04/2024

(14)
https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/155170/Martinez_Mila_Francesc.pdf?sequence=1 consultado el 22/04/2024

(15)
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-41851999000100011&script=sci_arttext consultado el 14/05/2024

(16)
MCDANIEL, A (2018) "Games for Girls? A Glance Inside the Gendered Language and Symbols of Videogame Marketing" Artículo consultado el 27/04/2024: <https://www.unimuenster.de/Ejournals/index.php/satura/article/view/3145/3120> consultado el 28/04/2024

<https://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/LaLuchaContraLaDesinformacion.aspx> -artículo consultado el 19/03/2024

OMS, Informe mundial sobre la violencia y la salud (2002) <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/725/9275315884.pdf> 3 -artículo consultado el 27/03/2024

<https://www.publico.es/mujer/cara-b-femenino-menor-ocupacion-precariedad-mayor-exclusion-masculino.html> 4 -artículo consultado el 02/04/2024

VILLALOBOS, A (1999) Artículo "Adolescencia y salud" https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-41851999000100011&script=sci_arttext consultado el 14/05/2024

