



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA TÉCNICA

TÍTULO DE LICENCIADO EN ARTE Y DISEÑO

**La belleza como cliché: la feminidad como un elemento
de consumo masivo**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Jiménez Iglesias, Leonardo Andrés

TUTOR: Espinoza León, Diego Baltazar, Mgs.

LOJA – ECUADOR
2019



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2019

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mtro.

Diego Baltazar Espinosa León

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación **La belleza como cliché: la feminidad como un elemento de consumo masivo** realizado por el profesional en formación: Leonardo Andrés Jiménez Iglesias cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto como en el contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, febrero 2019

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Leonardo Andrés Jiménez Iglesias declaro ser autor del presente trabajo de titulación: La belleza como cliché: la feminidad como un elemento de consumo masivo, de la Titulación de Artes plásticas y diseño gráfico, siendo el Mtro. Diego Baltazar Espinoza León director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad.”

f).....

Autor: Leonardo Andrés Jiménez Iglesias.

Cédula: 1724177678

DEDICATORIA

A mis padres por su confianza y apoyo incondicional en todo momento.

A mis hermanos Renato y Michelle por sus palabras de aliento.

A Dios por brindarme calma, paz y tranquilidad.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia quiero agradecer a mis padres Leonardo y Marisol, quienes a través de su esfuerzo constante, me han ayudado a conseguir este sueño tan anhelado.

Así mismo, a mi hermano Renato quien es mi principal fuente de inspiración y motivación, también expreso mi gratitud a Michu, por sus palabras de aliento, y sobre todo por ser una gran hermana.

Quiero dar las gracias de manera especial a Génesis, por su amor, paciencia y ánimo durante todo este arduo camino.

A mis amigos David, Paty y Briggette, de quienes aprendí mucho e hicieron de este proceso una experiencia muy satisfactoria.

Para finalizar agradezco a mi tutor Diego Espinoza quien supo guiarme y aconsejarme durante mi formación como profesional, y a su vez, a la Universidad Técnica Particular de Loja, institución que hizo que todo esto sea posible.

INDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	I
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I COSIFICACIÓN SEXUAL	5
1.1 El actual estereotipo de belleza femenino.....	6
1.2 El culto al cuerpo	9
1.3 Problemática social.....	15
1.4 La mujer como publicidad	20
1.4.1 Mujer – Bella.....	21
1.4.2Mujer - sexo - erotismo.....	22
1.4.3Mujer - ama de casa	23
CAPÍTULO II EL NEOEXPRESIONISMO	26
2.1 Introducción a la vanguardia	27
2.2Características del Movimiento	30
2.3La influencia de los nuevos fauves en Ecuador.....	32
2.3.1 Nelson Román	35
2.3.2 Ramiro Jácome	37
2.3.3 Washington Iza	38
2.3.4 José Unda.....	40
2.4 Artistas Referentes.....	42
CAPÍTULO III OBRA FINAL.....	49
3.1 Fundamentación	50
3.2 Experimentación	52
3.3 Registro y análisis de la obra final.....	56
3.3.1 Calladita te vez más bonita	56
3.3.2 Le falta, le sobra, no me convence.....	57
3.3.3 Anuncie aquí lo que quiera.....	58
3.3.4 Tatai que rico	60
3.3.5 Made in C H I N A	61
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES.....	64
BIBLIOGRAFIA.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fotografía publicitaria de la marca Reebok.....	19
Figura 2. Fotografía publicitaria de cerveza Brahma.....	19
Figura 3. Fotografía programa de televisión nacional.	19
Figura 4. Mascarada.....	36
Figura 5. El Dorado.....	36
Figura 6. Sin título.....	37
Figura 7. Sin título.....	38
Figura 8. Balanceo.....	39
Figura 9. Caballo y luna.....	40
Figura 10. Sin título.....	41
Figura 11. Sin título.....	41
Figura 12. Fotografía del artista Manuel Ocampo.....	42
Figura 13. Istasyon Vill.....	43
Figura 14. Twelfth Statio.....	44
Figura 15. Cristo gusano con su nariz.....	44
Figura 16. Fotografía de James Ensor.....	45
Figura 17. The Dangerous Cook.....	46
Figura 18. Old woman with mask.....	46
Figura 19. Skeletones trying to warm themselves.....	47
Figura 20. Guambra que no llora no mama.....	53
Figura 21. Famoso color piel.....	54
Figura 22. Apropiación “Virgen alada”	54
Figura 23. Chamos piñata.....	55
Figura 24. Pajazo y a dormir.....	55
Figura 25. Calladita te ves más bonita.....	57
Figura 26. Le falta, le sobra, no me convence.....	58
Figura 27. Anuncie aquí lo que quiera.....	59
Figura 28. Tatai que rico.....	61
Figura 29. Made in C H I N A.....	62
Figura 30. Captura de pantalla del Test del Objeto Sexual (TOS)	68
Figura 31. Desarrollo obra Made in C H I N A.....	69
Figura 32. Composición obra Tatai que rico.	69

RESUMEN

El presente trabajo de fin de titulación tiene como objetivo el desarrollo de una propuesta artística conformada por cinco obras pictóricas de varios formatos, que pretenden exponer al espectador los principales aspectos negativos de la actual cosificación femenina, a través, de un estilo Neoexpresionista.

El propósito de emplear como referente creativo a la vanguardia alemana, radica estrictamente en las particularidades técnicas y conceptuales, que son propias del movimiento, las cuales permiten, en primera instancia, potenciar el aspecto visual y conceptual del proyecto, generando así una lectura más clara y acertada del tema.

Palabras clave: cosificación femenina, neoexpresionismo, vanguardia, propuesta, aspectos negativos.

ABSTRACT

The objective of the present end-of-degree project is to develop an artistic proposal consisting of five pictorial works of various formats, which aim to expose the viewer to the main negative aspects of the current feminine reification, through a Neoexpressionist style.

The purpose of employing the German avant-garde as a creative reference, lies strictly in the technical and conceptual particularities that are characteristic of the movement, which allow, in the first instance, to enhance the visual and conceptual aspect of the project, thus generating a clearer reading and right of the subject.

Keywords: female reification, neoexpressionism, avant-garde, proposal, negative aspects.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como tema central la actual cosificación femenina, la cual, se puede definir como el acto de reducir la imagen de la mujer únicamente a su aspecto físico, a través de su cuerpo ya sea entero o partes del mismo, todo esto mediante aquella idea equívoca donde se sostiene que, la figura corporal es el único medio capaz de representar en su totalidad al género femenino.

Esto, ha generado que se lleve a cabo el manejo desmesurado de la imagen de la mujer, específicamente dentro de la publicidad, medio que por lo general tiene como recurso visual el uso constante de la figura femenina, con la finalidad de atraer futuros consumidores. Sin duda, esto conlleva a que la mujer sea catalogada, observada y hasta considerada como un elemento u objeto de consumo cotidiano que debe satisfacer las necesidades del consumidor, y que, a la par necesita cumplir con los estereotipos de belleza que predominan en la sociedad actual.

La característica principal de la actual cosificación femenina, radica en la afectación que ésta genera en las mujeres, lo cual, conlleva a la adoración de falsos estándares de belleza corporal, problemas psicológicos y alimenticios, la autocosificación y un culto extremo por el cuerpo perfecto.

La investigación de esta problemática social se realizó por el interés de conocer el impacto y las características negativas que generan este tipo de imágenes, donde su punto central es la figura femenina. Este hecho se ha convertido en algo cotidiano a la hora de llevar a cabo una campaña publicitaria visual o audiovisual en nuestro país. Esto permitió identificar cuan arraigado se encuentra el concepto de cosificación dentro de la publicidad, mediante el Test del Objeto Sexual (TOS), diseñado por la socióloga Caroline Helman, el mismo que permite identificar si existe o no la acción de cosificación a la mujer dentro de las imágenes, para lo cual, basta con obtener una respuesta afirmativa a una de las siete interrogantes que se plantean dentro del test.

En el ámbito profesional, como futuro artista visual, el interés surgió con la intención de desarrollar una propuesta, dentro de la plástica, que permita mostrar dichas cualidades que son perjudiciales para la sociedad, pero que, a su vez los medios de comunicación se encargan de mostrarlas como algo positivo y natural. Todo esto a

través de retomar un estilo pictórico, como es el neoexpresionismo, que facilita el desarrollo de las obras de acuerdo a las propiedades técnicas y conceptuales propias del movimiento.

La metodología del proyecto se enfocó en obtener la mayor cantidad posible de información con respecto a la cosificación sexual, así extraer los principales elementos de esta problemática, con la intención de relacionar aquel conocimiento con los aspectos esenciales del ensayo “La salvación de lo bello”, para que a futuro funcionaran como instrumentos de creación a la hora de desarrollar las obras mediante la exploración de una propuesta neoexpresionista.

Para la realización del presente proyecto se dividió la investigación en tres secciones específicas. La primera, se concentra en el estudio de la cosificación sexual femenina, específicamente, en él por qué es un problema de índole social, las consecuencias que éste genera y cómo la publicidad se beneficia de todo esto. A su vez, se logró enlazar toda esta información en conjunto con la ideología de Byung Chul Hang con respecto a las cualidades de la belleza en nuestros tiempos.

En la segunda sección, se procedió a investigar el movimiento neoexpresionista alemán, teniendo en cuenta su historia, sus principales representantes y la influencia que éste tuvo en el arte ecuatoriano. Para finalizar, dentro del capítulo se realiza una explicación minuciosa de los principales referentes artísticos que se toman como guía para el desarrollo del trabajo pictórico.

Dentro del tercer y último apartado se aborda de manera detallada la propuesta pictórica. Es en esta última parte donde se explica en primera instancia el contexto general de la obra, además de señalar y especificar como se aplicaron todos los conocimientos previos para el desarrollo del proyecto. Finalmente se pueden observar cinco cuadros, que son el resultado de un proceso de experimentación e investigación continuo, llevado a cabo durante la formación artística profesional.

CAPÍTULO I
COSIFICACIÓN SEXUAL

1.1 El actual estereotipo de belleza femenino.

Actualmente nos encontramos en una etapa social del me gusta (i like it), esto quiere decir que el ser humano ha optado por erradicar aquellas ideas, noticias o imágenes negativas de su entorno, nuestra atención se centra directamente en todo aquello que nos transmita la mínima sensación de alegría o tranquilidad.

Es así que hoy en día lo pulido, lo terso y lo impecable logran obtener toda nuestra atención, esto se debe a que estas características físicas no representan ningún daño para la persona, más bien, estas anulan o eliminan por completo la negatividad. Se puede decir, hasta cierto punto, que estas cualidades son dignas de la perfección en cuanto a lo estético, ya que solo generan una respuesta positiva en nosotros.

Toda esta admiración por aquellas características físicas, que son propias de un objeto, se ha convertido hoy en día en la base fundamental a la hora de hablar de belleza femenina. Esto ha generado que el cuerpo de la mujer este expuesto a constantes críticas con referencia a su aspecto físico, de esta manera surge aquel canon de belleza que predomina en la actualidad, el mismo que se lo relaciona con la perfección, y se destaca por la voluptuosidad, delgadez, por lo terso y lo moldeable.

Si la tersura —como resulta evidente— es una causa principal del deleite para el tacto, el gusto, el olfato y el oído, también habrá que reconocerla como una de las bases de la belleza visual, sobre todo una vez que hemos mostrado que esta cualidad se la puede hallar, casi sin excepción, en todos los cuerpos que se consideran unánimemente bellos. (Han, 2015)

La idea de estar delgada se ha convertido en una de las principales características de este nuevo canon de belleza que predomina en la sociedad, difundiéndose de manera constante a través de los diversos medios de comunicación, lo que da como resultado una aprobación por parte del público, tanto femenino como masculino.

El aceptar aquel estereotipo con respecto al cuerpo de la mujer trae como consecuencia el sometimiento al mismo, es decir, la mujer debe hacer todos los sacrificios necesarios para alcanzar dichos estándares, como si se tratase de una ley universal que ejerce sobre la sociedad, por lo tanto, se debe cumplir a cabalidad.

Es preciso mencionar que la intención de fijar aquellos estereotipos por parte de los medios de comunicación, es netamente lucrativa, no se trata de establecer un modelo para mejorar la salud de la persona, simplemente se busca vender un producto en específico, y la mejor forma de hacerlo es empleando la figura de la mujer; esto conlleva a que dentro de la sociedad se enfatice la necesidad por ser y verse delgada ante los demás.

El constante bombardeo de imágenes de mujeres con cuerpos esculturales se ha convertido en un recordatorio para la sociedad que así es como se ve o se debería ver una mujer, caso contrario está no puede ser catalogada como sexy, hermosa o femenina.

Una de las principales características fijadas por el actual estereotipo son las medidas corporales femeninas, es a partir de estas que el cuerpo puede ser considerado como “correcto”, por lo que la mujer necesariamente debe moldear su cuerpo de acuerdo aquellos cánones de belleza; pero no todo se define en cuanto aquellas medidas, también está el factor “imperfecciones”, cualquier detalle que altere aquella perfección visual de la figura debe ser eliminado o permanecer oculto ante las vista de los demás, es por esta razón que el acné, las estrías, la celulitis, etc., no deben estar presentes en la figura femenina, debido a que toda aspereza llega a estropear la belleza.

Dentro de toda esta obsesión por un cuerpo perfecto, sin alteraciones negativas para el espectador, sobresale una característica que en la actualidad es una de las más importantes y trascendentales al hablar de belleza, se trata de lo terso, cualidad que se aplica de manera concurrente a la mujer dentro de las imágenes publicitarias.

Es en este punto donde la piel de la figura femenina cobra un gran impacto visual, puesto que esta deber ser impecable y radiante, estamos hablando de la estética de lo pulido y lo terso que busca generar siempre un disfrute visual en el espectador, erradicando de manera constante cualquier elemento que irrite o moleste a la vista.

Incluso Byugn Chul Han manifiesta que

Por otra parte, déjese que un objeto pierda tantas bases de la belleza como se quiera: con tal de que conserve esta única cualidad (la tersura), siempre seguirá gustando más que casi todos los demás objetos que no la tengan. (Han, 2015)

Esta cualidad propia de los objetos es una de las más aplicadas con respecto al aspecto físico de la mujer, donde su piel siempre debe ser tersa, sin ningún tipo de imperfección, como es el caso de bello, cicatrices, estrías, celulitis, etc., estas cualidades no son bien vistas socialmente y deben ocultarse, y en el mejor de los casos desaparecer.

Todo este cuidado extremo está ligado a su vez con la delgadez, aspecto que es de real importancia dentro de los actuales cánones de belleza femenina. Así, la mujer de hoy en día debe ser delgada de cintura, brazos y espalda, y a su vez, debe ser voluptuosa en piernas, glúteos y senos, por su puesto con una simetría entre todas las partes del cuerpo, además no se puede olvidar que su actitud siempre debe ser coqueta y sensual.

Uno de los ejemplos más claros y cercano con referencia al estereotipo de belleza, es la muñeca Barbie, objeto que cumple con todas las características anteriormente mencionadas, es prácticamente perfecta ya que literalmente lo tiene todo, pero el problema radica cuando este sencillo juguete pasa a ser visto como un modelo obligatorio a seguir.

Esta obsesión por conseguir el cuerpo perfecto ha generado que las mujeres se sometieran constantemente a diversas cirugías plásticas, uno de los casos más resientes e impactantes es el de la modelo Valeria Lukyanova, conocida como “La Barbie humana” debido a la perfección de sus medidas corporales, quien se ha sometido a diversas intervenciones quirúrgicas para modificar su apariencia física con la intención de parecerse lo más posible a la muñeca, quien llegó a convertirse en su modelo ideal de belleza.

Claramente la obsesión por el cuerpo perfecto es una de las principales características de la sociedad del siglo XXI, se lleva a cabo una búsqueda constante e inalcanzable, pero esto a su vez genera en el ser humano una inconformidad que crece continuamente afectándolo tanto psicológica como físicamente.

Aquel esfuerzo por alcanzar dichas cualidades físicas, que no son propias de la persona, ha generado que las aptitudes del ser humano pasen desapercibidas. Nos encontramos en una etapa social de consumo, llegando al extremo de vernos como objetos que agraden a la vista de los demás, tratando de erradicar de nuestro cuerpo

todas aquellas imperfecciones que son propias del ser humano, esto demuestra que existe un rechazo directo sobre lo natural, específicamente sobre nosotros mismos.

1.2 El culto al cuerpo

Socialmente el ser humano se encuentra en una etapa excesiva de control, la misma que esta asociada con el extremo positivismo, concepto que tiene como énfasis remplazar todos aquellos aspectos negativos que le suceden al ser humano, por acciones y afirmaciones positivas que le permitan obtener el control total de la situación.

Es de tal manera que hoy en día existe una obsesión, muy marcada, por todo aquello que sea brillante, liso, simétrico y voluptuoso. Al observar detenidamente, podemos darnos cuenta que todas estas características que tanto nos deslumbran son propias de objetos, son cualidades que nos transmiten tranquilidad y seguridad, no irrumpen de manera negativa en nuestra psiquis, sino más bien, actúan como una especie de placebo que nos llena de tranquilidad y felicidad.

Hoy nos hallamos en una crisis de lo bello en tanto que se lo satina, convirtiéndolo en objeto del <<me gusta>>, en algo arbitrario y placentero, que se mide por su inmediatez y su valor de uso y de consumo. (Han, 2015)

El problema no radica en centrarse en ser positivos, sino en el momento en el que el ser humano decide que aquellas características propias de un objeto deben ser aplicables en la persona como tal, es de esta manera que a la figura femenina se le adjudican aquellas propiedades físicas de un elemento inerte artificial, en cuanto se refiere a voluptuosidad, simetría y pulcritud, como si se tratase simplemente de un objeto que se puede moldear a gusto y necesidad personal.

Aplicar estos atributos artificiales al ser humano de forma natural, resulta ser una tarea muy complicada de conseguir, y es justo en ese momento, donde se desarrolla una obsesión por alcanzar aquellas cualidades físicas que son consideradas como algo correcto y que pasan de ser propias de un objeto, para llegar a ser vistas, vendidas y entendidas como algo natural del ser humano, en este caso específico de la mujer.

Es en ese instante donde nuestra racionalidad entra en una lucha con la vanidad, como si se tratase de una situación de vida o muerte, con la mera intención de que el

cuerpo deba encajar para ser observado como una figura correctamente adecuada a las exigencias estéticas de la sociedad.

Actualmente la imagen corporal se ha convertido en una prioridad para el ser humano, debido a que socialmente nos encontramos en una etapa de apariencia, es decir que nuestro físico constituye nuestra carta de presentación ante el mundo, ocasionando que las personas optemos por cultivar el exterior, dejando de lado todos aquellos aspectos internos propios del ser. “La inteligencia, la bondad, el ingenio, son valores añadidos que encarecen el producto, pero, a fin de cuentas, perfectamente accesorios.” (Crit, 1975)

Una de las principales problemáticas que surge con respecto al culto corporal es la afectación de la autoestima personal. Esto se produce en el momento en que la identidad personal mide su aceptación social a través su cuerpo, a través del cual recibe comentarios tanto a favor como en contra por parte de conocidos y extraños, determinando si la figura del cuerpo puede ser considerada como hermosa y sexy, todo esto se da única y explícitamente a través de la apariencia, no importan las cualidades y ni las capacidades de la mujer.

El constante cuestionamiento del cuerpo femenino genera que la sociedad establezca ciertos rangos de belleza, según los cuales posibilitan la decisión de aceptar o rechazar al cuerpo según su estado, esto conlleva a que las personas, en este caso mujeres, que no son consideradas como sexys sometan su cuerpo a diversas alternativas para poder modelar su figura y ser aceptadas; de esta manera, hoy en día los gimnasios, las dietas y las cirugías estéticas se encuentran en auge, las mismas que ofrecen al consumidor lograr aquel sueño anhelado.

La cara ya no tiene que ser el aspecto del alma. Si la naturaleza no ha sido generosa hay que remediar el desastre. Y si el hambre, el sudor y las lágrimas no son suficientes, aún se puede derramar la sangre en el quirófano para mayor gloria del ideal imperante (Crit, 1975).

Es así que hoy en día la autoestima se encuentra ligada de manera directa con el aspecto físico que poseemos, nuestro cuerpo se ha convertido en un elemento capaz de medir la aceptación de los demás, debido a que, según la forma de este se nos cataloga como gordos, delgado o fitness; esta categorización genera una inseguridad en aquellas personas que no logran encajar en aquel pensamiento con respecto a un

cuerpo correcto, lo cual ha generado en los últimos años diversas enfermedades debido a la intención de alcanzar una figura impecable.

Sin duda es una problemática que perjudica a ambos sexos, sin embargo, el género femenino es el que mayormente se ve afectado, debido específicamente a que se ha creado una relación directa entre el término belleza y mujer, actuando como un condicionante para definir que es bello y que no lo es, haciendo que nos centremos solamente en el aspecto físico de la figura femenina, dejando de lado el ámbito intelectual, sentimental o espiritual.

La ciencia, la tecnología y el mercado se han aliado para poner a disposición de los aspirantes el arsenal necesario para conquistar el objetivo. [...] Los gimnasios se han multiplicado en progresión geométrica y se han convertido en sofisticados salones donde se cierran negocios y se busca pareja. Los supermercados se han llenado de alimentos más caros y menos sabrosos que, bajo la etiqueta de light, prometen al consumidor saciar su apetito sin remordimientos de conciencia y sin sustos en la báscula (Crit, 1975).

Hoy en día existen diversas alternativas para alcanzar la perfección de aquellos estereotipos impuestos por la sociedad, podemos encontrar desde dietas milagrosas, ejercicios de alto rendimiento, hasta las famosas cirugías estéticas, las mismas que son consideradas como una de las mejores alternativas a la hora de moldear el cuerpo al gusto de la sociedad.

Por otra parte, y sin menor afectación, está el permanente bombardeo de imágenes a la cual nos encontramos sometidos desde muy corta edad, aspecto que genera incertidumbre e inquietud en el espectador. Es común hoy en día observar y recibir infinidad de contenido visual, el mismo que en su gran mayoría tiene como contenido central a la figura femenina, la cual se destaca específicamente por su cuerpo, es decir, por tener una silueta delgada, estilizada, de piernas largas y senos grandes, con una actitud coqueta y seductora acompañada de un vestuario que deja muy poco a la imaginación.

La afectación de este contenido en el género masculino da como resultado el aceptar únicamente este estereotipo de belleza, donde la voluptuosidad del cuerpo es la única forma en que una mujer puede ser vista y catalogada como sexy. En cuanto se refiere al género femenino, le surgen dudas con respecto a su propio cuerpo, llegando a

cuestionarse a sí misma; además existe la tendencia de aceptar aquellos modelos de belleza como únicos e irrefutables, con la intención de llegar a ser como estos, e incluso mejor.

El estar pendiente de manera constante de aquellos estándares de belleza, genera una angustia creciente en la persona, manifestándose notoriamente en su autoestima, lo que da como resultado negativo una obsesión extrema con el estado físico, por consiguiente, el individuo pasa a convertirse en presa de aquellos estereotipos que están latentes en la sociedad. La dignidad e identidad humana se vuelve más vulnerable y frágil a la hora de buscar una solución a dicho problema, etapa donde la persona puede llegar a enfrentar trastornos psicológicos y alimenticios, como es el caso de la anorexia, bulimia nerviosa y la tanorexia.

Claramente existe una diferenciación muy marcada entre este tipo de problemáticas, sin embargo, todas buscan un mismo fin, el de poder cambiar o transformar la apariencia corporal de manera drástica y con la mayor brevedad posible.

El estudio de Wolf (como se citó en Moscoso, 2011) enfatiza que en las represiones alimentarias que sufren las mujeres desde muy pequeñas, enmarcándose en un sistema de satisfacción-rechazo que finalmente, en la edad adulta, las llevará a una completa represión de su apetito oral. Esta autora nos informa que el modelo impactante de la delgadez femenina “no es una obsesión por la belleza de las mujeres, sino una obsesión por su obediencia [...] las dietas se han convertido en una obsesión normativa”.

La extrema preocupación por nuestro aspecto físico, y el cuerpo como tal, constituyen hoy en día una permanente fuente de consumo para la sociedad, generando en el ser humano una constante obsesión por la figura y a su vez, el rechazo hacía uno mismo.

La perfección logra convertirse en una especie de credo, una ley que debe ser cumplida en su totalidad; esta problemática no reconoce clases sociales ni razas, es algo que nos afecta por igual, la única diferencia está en la forma en que logramos resolver aquella problemática, “ (...) de acuerdo con Casanova (como se citó en Moscoso, 2011) son las mujeres blancas las que más sufren por alcanzar los ideales imperantes de belleza, mientras que las mujeres afroamericanas tienen una mayor autoimagen y aceptación de su propio cuerpo”.

Actualmente el concepto de belleza está relacionado directamente con el ser delgada, ideal que ha logrado posicionarse dentro de la sociedad, encargándose de consolidar este pensamiento en las personas, para lo cual emplea los medios de comunicación como un agente de expansión; además de las presiones sociales y culturales que surgen acorde al tema, haciendo que el individuo centre toda su atención en su aspecto físico, con la finalidad de que este se vea estéticamente correcto, para lo cual acuden a todas las opciones posibles que el mercado es capaz de ofertar.

El constante desarrollo y crecimiento de los estereotipos de belleza tienen como base fundamental los factores socioculturales, los cuales permiten que estos estándares logren consolidarse de manera indefinida en la sociedad, y a su vez, estos se fundamentan a través de aquellos modelos culturales de belleza que se destacan por estar en constante desarrollo; a esto se le agrega el actual consumismo social, lo cual favorece de manera directa a la publicidad, la cual aprovecha y logra sacar partido a la falta de autoestima que sufre el consumidor, para así establecer dichos modelos de belleza que se encargan de seducir al público, con la única intención de consumir y adquirir los productos que le permitan alcanzar esa imagen que observa a diario.

En la mente de la mujer se asocian ideas, donde el ser delgada se relaciona directamente con el bienestar de la persona, es decir, piensa que al poseer dichas cualidades estéticas goza de ciertos beneficios, como el ser observada como alguien poderoso, de éxito, independiente y autosuficiente, cualidades que no están permitidas para aquellas mujeres que carecen de un físico envidiable, un ideal que se “afirma” con las *top models*, quienes son admiradas y respetadas por su aspecto, trabajo y los logros que consiguen a través de este.

Además de todo lo descrito, es preciso mencionar el impacto que generan los diversos medios de comunicación, específicamente la televisión, quien juega un papel crucial a la hora de hablar de una belleza delgada, debido al gran poder de difusión que tiene en la sociedad. Es a través de esta vía por la cual el espectador puede observar constantemente y en diversos contextos aquella imagen de una mujer sexy, joven y correctamente proporcionada, fortaleciendo de esta manera el ideal de belleza que predomina en la sociedad.

Algunos autores puntualizan la obsesión narcisista por el cuerpo orientada al esteticismo y consumo. Así, el cuerpo en sí se ha convertido en un “símbolo de

estatus, juventud, salud, energía y movilidad, una vez que se ha disciplinado por la dieta y los ejercicios convenientes” (Astudillo, 2010)

La mujer de hoy en día cuenta con una presión infundida por aquella belleza perfecta que se vende a diario, a pesar de tener una mayor libertad social, con respecto a décadas pasadas, la figura femenina sigue sobrecargada de tapujos que la limitan a desarrollar su crecimiento como tal, y una de las principales problemáticas que la aqueja, es su apariencia.

Son las mujeres quienes lamentablemente están ligadas al término, hermosura; no se ha logrado romper por completo este vínculo que de cierta manera las atormenta, ya que existe una presión directa en cuanto a cómo se ven, actúan, se visten y se comportan ante los demás; cabe recalcar que esta tensión no surge solo por parte de los hombres, sino que también se da por un grupo de mujeres quienes aceptaron como legado, la belleza.

Investigaciones recientes demuestran que las mujeres atractivas, exitosas y dueñas de sí misma llevan una “subvida” secreta que envenena su libertad con ideas sobre la belleza. Es una vena oscura de odio hacia sí mismas, una obsesión con el físico, un terror de envejecer y un horror a la pérdida de control. (Wolf, 1992)

Este culto por el cuerpo desencadena que la mujer presente ciertas limitantes al momento de querer disfrutar de su aspecto físico, debido a que constantemente se autoevalúa corporalmente, convirtiéndose la figura femenina en una esclava de su belleza, es decir, que su estado emocional depende directamente de su aspecto físico. Todo ello origina una adoración constante hacia aquellos modelos impuestos por la sociedad.

Toda esta realidad produce una tensión, como si se tratase de un juego, dentro del cual la mujer se esfuerza diariamente por alcanzar dichos estereotipos, que en su mayoría son poco realistas, y en el momento que siente que está a punto de lograrlo, las reglas del juego cambian, y esos estándares se modifican y ahora resultan ser más exigentes de lo que eran anteriormente, y es de esta manera que la mujer empieza nuevamente el juego, manteniendo esa incertidumbre de si será capaz esta vez de llegar a su objetivo.

1.3 Problemática social

El acto de cosificar hoy en día constituye un problema significativo dentro de nuestra sociedad, sin duda, se trata de un tema que nos involucra a todos por igual, pero que afecta en mayor medida al género femenino. Esta práctica costumbrista de utilizar a la mujer como un objeto en la publicidad, ha generado diversos conflictos dentro del grupo afectado, desencadenando específicamente en problemas psicológicos y trastornos alimenticios.

Es preciso mencionar que la cosificación tiene como base fundamental el término belleza, es decir, que para que se pueda llevar a cabo este acto, la mujer primero debe ser considerada como un ser físicamente hermoso. Es de esta manera que en la actualidad se llegó a establecer un patrón dominante con respecto a la belleza, el mismo que se caracteriza por la voluptuosidad, la delgadez y la sensualidad de la figura femenina, todo esto relacionado con el bienestar personal y la seguridad que ejerce la belleza en la mujer.

Este hábito negativo de cosificar, a su vez, crea concepciones erróneas en los espectadores masculinos, quienes llegan a aceptar este modelo de belleza femenina, centrándose estrictamente en los estereotipos que observan de manera constante en imágenes publicitarias.

Según Barkty (como se citó en Sáez, Valor-Segura, & Expósito, 2012) “Se entiende como cosificación sexual a la reducción de una mujer en su cuerpo o partes de éste, con la percepción errónea de que su cuerpo o partes del mismo pueden representarla en su totalidad”.

Al momento de reconocer a la mujer netamente por su aspecto físico, esta llega a ser observada como un objeto de deseo sexual, el mismo que está obligado a mostrarse y actuar así dentro de la sociedad, lo cual conlleva a generar una afectación directa en su bienestar, estado físico, psicológico y social.

Fredickson y Roberts (como se citó en Sáez, Valor-Segura, & Expósito, 2012) afirman que la continua exposición a situaciones en las que las mujeres son sexualmente cosificadas, hace que éstas se perciban a sí mismas como objetos, interiorizando la mirada de un observador externo. Este fenómeno se denomina *autocosificación*, y se manifiesta por la autovigilancia entendida como “un continuo seguimiento de la apariencia corporal”.

Los actos de cosificación pueden darse en diversos contextos y manifestarse de maneras distintas, por ejemplo a través de los medios de comunicación, en las redes sociales, con las interacciones interpersonales, en el trabajo, en centros educativos, etc., llegando a provocar emociones negativas, como es la ansiedad y la vergüenza, sentimientos que se presentan estrictamente cuando la mujer empieza a cuestionarse sobre su figura, generando dudas con respecto a su cuerpo, preguntándose si este cumple con los estereotipos de belleza que rigen en la sociedad, dando como resultado una constante autoevaluación.

De acuerdo a Spitzack (como se citó en Urdangarin Aranbarri, 2015) (...) las mujeres tienden a asociar la autovigilancia con amor propio, salud y logros personales. Por último, la creencia de control hacia el cuerpo se refiere a la responsabilidad que toman las mujeres del aspecto de sus cuerpos. Aceptan que controlar la apariencia corporal no es ningún esfuerzo y que sus cuerpos sirven como medida estándar para su propia valoración personal.

Es necesario mencionar que la cosificación sexual actúa como una forma más sutil de generar una discriminación sexista, la cual afecta en mayor medida al género femenino, pese a que en la actualidad el hombre también es cosificado, con la diferencia de que la presión social que se impone al aspecto físico masculino es menor en comparación al de la mujer.

Existen dos tipos de sexismo, el primero conocido como hostil, el cual se caracteriza por menospreciar y degradar a la figura femenina como un ser inferior al hombre, a su vez manifiesta que una mujer solo debe ser valorada por su aspecto físico. Por otra parte, está el sexismo benévolo, el mismo que se demuestra a través de conductas de tono afecto-positivo, estas consisten en emitir halagos hacia el género femenino, con la intención de que ella lleve a cabo aquellas actividades para las cuales fue nombrada o establecida con anterioridad, como es el caso de cuidar a los hijos, cocinar, estar en casa, etc.

Liss, Erchull y Ramser (como se citó en Sáez, Valor-Segura, & Expósito, 2012) afirman que el disfrute de la sexualización ocurre cuando la mujer encuentra la atención sexual basada en su apariencia como positiva y reforzante. Numerosos estudios apoyan que la sexualización es una forma de controlar a las mujeres (Gill, 2008), mientras que otros defienden que la sexualización es

una manera de empoderamiento que hace que las mujeres asuman el control de su sexualidad. (Baumgaerden y Richards, 2004)

Una de las principales consecuencias de la autocosificación se da en el momento que la mujer se encuentra expuesta a diversas situaciones cosificantes, esto conlleva a que la figura femenina vea como algo normal aquellos escenarios y acepte la idea errónea de que sus capacidades y habilidades están ligadas únicamente a su apariencia física, lo cual a futuro puede desencadenar en cambios emocionales y problemas alimenticios.

Fredrickson y Roberts (como se citó en Moya-Garófano, Megías, Rodríguez-Bailón, & Moya, 2017) especifican que la mirada cosificadora se da fundamentalmente en tres escenarios: a) en encuentros interpersonales y sociales, donde las mujeres son miradas de este modo con más frecuencia que los hombres (Hall, 1984); b) cuando se recrean encuentros centrados en miradas cosificadoras en los medios de comunicación, (por ejemplo a través de anuncios donde los hombres aparecen mirando directamente a la mujer); y c) en la exposición constante a imágenes de cuerpos o partes del cuerpo de mujeres también por los medios de comunicación, (lo cual no se limita solo a la pornografía, sino también a películas, anuncios, revistas femeninas, artes visuales, fotografía deportiva...).

Queda claro que las mujeres están sometidas de manera directa a la cosificación de forma permanente, además, esta se manifiesta en diversos contextos o situaciones, las mismas que no son favorables para el bienestar del género femenino, es así que Calogero (2011) señala aquellas conductas que son determinadas como cosificación:

la mirada al cuerpo de las mujeres, los comentarios sexuales sobre sus cuerpos, los silbidos o pitidos con el coche, ser fotografiadas con un teléfono móvil, ser expuestas a imágenes sexuales en los medios o pornografía, el acoso, la violencia sexual y la violación. (Garofano, 2016)

Las situaciones mencionadas anteriormente son hoy en día parte de nuestro entorno social, es algo muy común observar publicidad de índole sexista, escuchar piropos denigrantes y encontrarse con noticias de abuso sexual en contra del género femenino, lastimosamente, este tipo de comportamientos no han logrado ser erradicados, más bien han ido en aumento, creando un ambiente de inseguridad.

Actualmente, existe una contaminación visual que satura al espectador diariamente, sin embargo, la mayoría de estas imágenes que receptamos tienen un factor en común, el cual se refiere al uso de la figura femenina como parte de la composición, ya sea de cuerpo entero o cierta parte del mismo, generalmente senos o glúteos.

A simple vista este tipo de contenido no parece agredir a la mujer, y se lo llega a concebir como algo natural, por tal motivo la socióloga americana Caroline Heldman diseñó el Test del Objeto Sexual (TOS), el mismo que permite determinar si existe o no la cosificación dentro de una imagen. Para afirmar está problemática basta con que una de las siete preguntas planteadas sea afirmativa. El test sirve como guía para evaluar de mejor manera las imágenes que recibimos a diario, logrando así, entender y comprender si el contenido de las mismas es cosificante o realmente informativo.

Es preciso señalar que dentro de nuestro entorno social es muy común observar como el acto de cosificar está presente de manera constante en diversos medios publicitarios y de comunicación, es alarmante que una sola imagen cumpla con más de tres requisitos establecidos en el TOS.

Esto demuestra que la mujer de hoy en día se ha convertido en un elemento decorativo y de distracción para la sociedad, no solo se la muestra como un objeto de seducción, sino también como un ser frágil que necesita el cuidado y la protección del hombre. Es muy poco común o casi nulo observar contenido visual en el que se muestre a la mujer como una persona independiente, fuerte y solvente, capaz de llevar a cabo roles o actividades que han sido adjudicadas estrictamente para el género masculino.

Imágenes que cumplen con los requisitos de cosificación sexual:



Figura 1: Fotografía publicitaria de la marca Reebok
Fuente: https://redpub2.files.wordpress.com/2011/09/greebok_easytone11_web.jpg
Elaborado por: https://redpub2.files.wordpress.com/2011/09/greebok_easytone11_web.jpg



Figura 2: Fotografía publicitaria de cerveza Brahma
Fuente: <https://devadiprivo.files.wordpress.com/2012/12/brahma-cerveza-para-hombres.jpg>
Elaborado por: <https://devadiprivo.files.wordpress.com/2012/12/brahma-cerveza-para-hombres.jpg>



Figura 3: Fotografía programa de televisión nacional.
Fuente: <http://cdn.rts.com.ec/files/2016/02/18/Noticia.jpg>
Elaborado por: <http://cdn.rts.com.ec/files/2016/02/18/Noticia.jpg>

1.4 La mujer como publicidad

En la actualidad la imagen de la mujer es uno de los recursos visuales mayormente utilizados a la hora de llevar a cabo una campaña publicitaria, es algo muy común observar una infinidad de anuncios donde la figura femenina es de por sí el personaje principal, pero no precisamente por sus capacidades y cualidades intelectuales, sino más bien, se trata de su aspecto físico, es su cuerpo quien se lleva todo el protagonismo y las admiraciones del público.

Se puede definir a la publicidad como “una técnica de comunicación masiva destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio, a través de los medios de comunicación y con el objetivo de motivar al público hacia una acción. (Figuroa, 2011)

Los medios de comunicación constituyen actualmente la principal vía de información, es a través de estos que recibimos un sin número de contenido, el mismo que hoy en día está enfocado directamente al consumismo, creando en el espectador la necesidad de adquirir un producto en específico, en este caso se sobre entiende que el elemento a consumir es el cuerpo, debido a las diversas campañas publicitarias que tienen como protagonista la figura femenina. De esta manera la publicidad crea un nuevo estereotipo de belleza, el mismo que es aceptado por la sociedad y que a futuro se convierte en un modelo idóneo a seguir y conseguir.

Peña y Fabretti (como se citó en Rizzo-González, 2015) señalan que la publicidad juega un papel decisivo como instrumento de comunicación social, siendo capaz (...) de conformar modelos colectivos de valores y comportamientos, ofreciendo al público no solo productos, sino también modelos de actitudes, formas de vida e imágenes paradigmáticas que orientan y en muchos casos definen las necesidades y los deseos de las personas.

En la actualidad el término belleza está relacionado a la felicidad y el confort. Se ha llegado a instaurar en el pensamiento social que el bienestar emocional depende estrictamente del aspecto físico, se considera que para estar en plenitud se deben cumplir con aquellos requisitos estéticos impuestos, caso contrario se crea la falsa imagen de que aquella persona es alguien infeliz, y que lo seguirá siendo hasta no lograr encajar dentro de los estereotipos establecidos.

La delgadez extrema acompañada de una actitud coqueta y seductora son los principales “valores” que se transmiten en los medios publicitarios, es a través de este tipo de imágenes que las distintas marcas promocionan sus productos.

Este acto de cosificación ejerce presión de manera directa sobre el género femenino, el mismo que acepta estos ideales, dando como resultado el ejercer aquellas normas con respecto a su apariencia y una constante autoevaluación de su figura, forma de actuar, vestimenta y comportamiento; es por tal motivo que las mujeres desean conocer y estar al tanto de todos aquellos productos que les permitan estar a la altura de dichos modelos, con la finalidad de poder ser observadas, valoradas y aceptadas por su entorno.

Dentro de las diversas campañas publicitarias es posible identificar de manera directa el uso de la mujer como aquel elemento principal, sin embargo, las funciones que estas desempeñan varían de acuerdo al producto o servicio que se oferta. El papel que desarrolla la figura femenina dentro de la publicidad está basado directamente en tres estereotipos, los más empleados para atraer consumidores, los cuales se encargan de clasificar a la mujer según su aspecto y funcionalidad.

Los estereotipos más utilizados en la publicidad actual son:

Mujer – bella: la imagen física y su cuidado es en la publicidad, uno de los objetivos clave en la vida de una mujer.

Mujer-sexo o erotismo: Presentar a las mujeres como objeto sexual.

Mujer-ama de casa: la reducción de la mujer a la función reproductiva y atribución exclusiva del cuidado de la familia y el hogar. (Torrelles, 2008)

1.4.1 Mujer – Bella

El uso de la imagen femenina dentro de este contexto hace referencia estricta y únicamente a su aspecto físico, vendiendo al público la idea de un cuerpo “perfecto”, el mismo que tiene como característica principal el ser delgada, además de inmortalizar a toda costa la juventud, rechazando rotundamente todas aquellas “imperfecciones” propias del cuerpo.

Naomi Wolf, llama el mito de la belleza. Defiende que la sociedad enseña a las mujeres a medir el logro, la satisfacción y la importancia personal en términos de apariencia física, pero este mito fija cánones de belleza inalcanzables para la mayor parte de las mujeres. (Torrelles, 2008)

Esto da como resultado que la mujer relacione su belleza estrictamente a su aspecto físico, lo cual conlleva a un esfuerzo excesivo por alcanzar aquellos estándares, con la intención de sentirse plena, pero a su vez surge la necesidad de agradar y satisfacer al pensamiento masculino, el cual se centra directamente en aquella belleza comercial. Esto genera dentro de los hombres una idea incorrecta con respecto al aspecto físico de la mujer, quienes incluso llegan a convencerse que la figura femenina puede ser catalogada como un objeto o propiedad, por lo tanto, está debe satisfacer a sus necesidades.

La continua difusión de imágenes con respecto a una figura delgada y proporcionada genera en el espectador aquella idea falsa de perfección, la misma que se ve reflejada en el actuar y pensar femenino, puesto que las mujeres aprueban como correcto dichos cánones, los cuales no son nada más que una idea totalmente alejada de la realidad.

El anuncio propone una mujer que es bella porque periódica y puntualmente se tiñe, depila, micropigmenta, porque adquiere indeseables rituales de alimentación, ejercicio y cuidados físicos, e incluso visita alguna vez al cirujano y a menudo, los pseudosanatorios de los centros de belleza. (Andr & Campo, 2006)

1.4.2 Mujer - sexo - erotismo

La mujer dentro de este tipo de publicidad desempeña el rol de un ser seductor, el mismo que puede sacar provecho de su belleza, como también el de una figura sexual que está presta a los servicios y deseos del hombre. Es precisamente en este escenario donde la mujer es vista y entendida netamente como un objeto de placer visual, al cual se lo puede emplear en cualquier contexto, con la única finalidad de promover un producto, no importa si existe o no una relación directa entre éste y la modelo.

Esto se debe a que la mujer la han convertido en un elemento placentero, el mismo que es reemplazable y editable según las necesidades del mercado, sin importar si transgreden o no a su figura, no es necesario mostrar un cuerpo entero, basta simplemente con utilizar una parte del mismo, todo esto con el objetivo de embellecer el producto final.

La figura femenina no solo funciona como un simple elemento que acompaña la mercancía, también se sirve de su sensualidad y erotismo para mostrarla como escaparate, su cuerpo se ha utilizado como un espacio donde colocar diversos productos que satisfagan diversas necesidades del consumidor, con la intención de mostrar algún artículo en específico. Es preciso mencionar que aquella postura que adquiere la modelo debe ser seductora, con la finalidad de atraer consumidores. “La belleza no sólo se define en la publicidad con una demarcación de centímetros físicos, sino a su vez, bajo la condición de la aplicación de un producto en venta” (Andr & Campo, 2006).

1.4.3 Mujer - ama de casa

Al hablar de familia u hogar la primera imagen que se viene a la cabeza es la de la madre con su hijo en los brazos junto a su marido al lado. Históricamente se ha considerado la figura femenina como la que siempre está al cuidado de sus hijos, la casa, la atención al marido y todo lo que ello implica.

De este modelo se han servido los medios publicitarios para seguir manteniendo esta idea, aunque de alguna manera en la actualidad este tipo de ideología ha disminuido en cierta medida; sin embargo, los contenidos visuales con relación a los quehaceres del hogar siguen vinculados con la figura femenina.

Es muy común observar imágenes asociadas a la limpieza con la figura femenina, la misma que siempre tiene una sonrisa, viste de manera elegante e irradia paz y tranquilidad, además de poseer un rostro impecable, sin ningún tipo de arruga o mancha en su piel, haciendo hincapié en aquel ideal de que las imperfecciones no son sinónimo de belleza.

coincidiendo con Lomas (como se citó en “LA MUJER EN LA PUBLICIDAD. HACIA NUEVOS DISCURSOS Ángeles Feliu Albaladejo Dolores Fernández

Poyatos," 2008) que se sigue transmitiendo en muchos de sus manifiestos «prejuicios acerca de la presunta superioridad masculina en lo relativo a su capacidad intelectual, a su liderazgo, a su eficacia y a su aptitud en relación con determinadas profesiones».

Es importante mencionar que en la actualidad se está generando cierto contenido publicitario, dentro del cual se muestra a la mujer realizando actividades que anteriormente eran consideradas exclusivas del género masculino. Sin embargo, esta práctica no logra desvincularse completamente de aquellos clichés sexistas, donde la figura femenina está atada a ser una buena ama de casa.

Los aspectos mencionados anteriormente son aquellas estrategias utilizadas por la publicidad con la única finalidad de atraer potenciales consumidores, para lo cual el recurso creativo empleado consiste en comparar objetos con sujetos, de esta manera todas aquellas características propias de una persona pasan a ser reemplazadas netamente por las de un elemento funcional, dando como resultado un contenido estereotipado, acción que se ve en mayor medida ligado a la imagen femenina con respecto a la masculina.

Esta constante negativa de emplear a la mujer dentro de la publicidad, solo consigue enfatizar la postura dominante del hombre en la sociedad, es gracias a este tipo de imágenes que los estándares de belleza se han convertido en el único camino para alcanzar la felicidad. Sin duda los medios publicitarios tienen la capacidad de expandir aquellos ideales, por tal motivo su contenido debe ser analizado en gran medida, y no solo debe desarrollarse con la intención de vender un producto a toda costa, por ende, es necesario examinar la afectación que este puede llegar a generar en el público.

Se puede entender que el uso actual de la publicidad ya no solo se enmarca en atraer nuevos consumidores a través de contenido visual, sino que a su vez se ha convertido en uno de los principales medios para el desarrollo del "me gusta", es gracias al uso de imágenes que tienen un alto contenido de positivismo que logran enganchar al público en general.

Son precisamente los anuncios publicitarios donde en mayor medida se puede observar aquella obsesión por la perfección estética, refiriéndome al uso de la mujer como un elemento decorativo como si de un objeto se tratase; todo este tipo de información se puede relacionar con un aspecto muy similar que ocurre dentro del arte

de nuestro siglo, precisamente con el trabajo de Jeff Koons, quien desarrolla obras artísticas (de objetos), que tienen todas las características físicas que el ser humano admira hoy en día, las mismas que fueron mencionadas anteriormente, es decir, que él genera realmente un arte del me gusta.

No pretende saturar al espectador, su fin consiste en desarrollar un tipo de arte que sea entendido y admirado por todos, no desea que el espectador genere un pensamiento crítico hacia su trabajo, solo interesa que este sea agradable a la vista. “En Jeff Koons, [...], no hay ningún desastre, ninguna vulneración, ninguna quiebra, ningún agrietamiento, y tampoco ninguna costura.” (Han, 2015)

Claramente la relación entre la cosificación sexual femenina y la sociedad del me gusta, tiene como tema central aquella perfección estética que busca agradar a todos por igual.

Es en este punto, donde la vanguardia neoexpresionista genera un quiebre rotundo, respecto a aquellas características físicas, técnicas y conceptuales nombradas anteriormente. Con los postulados de este movimiento artístico, las obras propuestas en este proyecto llegan ocasionar diversas reacciones y pensamientos críticos en el espectador; por consiguiente, el resultado final respecto a la propuesta, evita en gran medida, el caer en aquella práctica costumbrista del me gusta.

En opinión de Gadamer, la negatividad es esencial para el arte. Es su herida. Es opuesta a la positividad de lo pulido. En ella hay algo que me conmociona, que me remueve, que me pone en cuestión, de lo que surge la apelación de tienes que cambiar tu vida. [...] Lo pulido y terso tienen una intención completamente distinta: se amolda al observador, le sonsaca un <<me gusta>>. (Han, 2015)

CAPÍTULO II
EL NEOEXPRESIONISMO

2.1 Introducción a la vanguardia

Cabe recalcar que durante los años cincuenta existió una época marcada notablemente por el nazismo, lo cual generaba un complejo de culpa en la sociedad. Esto a su vez se vio reflejado en el ámbito artístico, puesto que Alemania no encontraba la forma de destacar dentro de la plástica, es por este motivo que toman de referentes a las vanguardias extranjeras, como es el caso del informalismo parisino y del expresionismo abstracto norteamericano, que a futuro se convertirá en uno de los pilares para el desarrollo del movimiento como tal.

El constante flujo de información que se generaba en la época permitió que se desarrollara una abstracción mimética, dando como resultado un cambio brusco en cuanto al manejo de la historia y el presente del alma alemana, en cuanto a la forma que los artistas románticos desarrollaban este pensamiento, con la única intención de erradicar todo aquel sufrimiento generado por el nazismo.

Los artistas alemanes encuentran en la pintura el medio más eficaz y directo para reencontrarse con sus raíces, y a su vez con aquella tradición cultural que pasaba por desapercibida tras la Segunda Guerra Mundial, “claramente los alemanes tienen un sentido de hacer historia del arte, un sentimiento de que si uno no es alemán no puede comprender que hacer arte hoy supone introducir la historia en la historia del arte”. (GUASCH, 2000)

Es preciso mencionar que entre 1905 y 1920, se desarrolló el expresionismo como tal, movimiento dentro del cual el eje central de su producción está basado en la expresión de las emociones. Esta nueva vanguardia se consolidó en dos grupos de artistas, el primero Die Brücke (El puente), quienes buscaban en sus trabajos espontaneidad y una fuerza creadora honesta acorde a sus emociones, destacan Emil Nolde, Max Pechstein y Kees van Dongen. El siguiente grupo surgiría en 1911 con el nombre de Der Blaue Reiter (El jinete azul), cuyos representantes prestaban una mayor importancia al elemento místico de la obra, con una producción artística de carácter más lírico, dentro de este grupo sobresalieron Gabriel Münter, Franz Marc, Vasili Kandinski y Paul Klee. “Die Brücke se separó en 1913 y Der Blaue Reiter desapareció víctima de la Primera Guerra Mundial.” (Phillips, 2013)

Posteriormente es entre los años cincuenta y sesenta, que la pintura alemana presenta un cambio con respecto al estilo, permitiendo así que se desarrolle una pintura experimentalista abstracta, la cual decide no prestar mayor importancia a los comentarios externos que se generan en la época, más bien, se centra en una búsqueda personal

a partir de 1957, tuvo un decidido apoyo en la figura de Jean- Pierre Wilhelm, que fundó la Galería 22 en el número 22 de la Kaiserstrasse de Düsseldorf, galería por la que en tres años de existencia pasaron los más significativos artistas informalistas y expresionistas franceses y norteamericanos (como Jean Fautrier y Robert Rasuchenberg, entre otros. (GUASCH, 2000)

A continuación, con artistas como Georg Baselitz, Karl Hödicke y Bernard Koberling, se pretende establecer referencias propias dentro del movimiento, para lo cual se deja de lado influencias extranjeras del pop, minimalismo y posminimalismo norteamericano, además de sustituir la abstracción por la figuración, con la finalidad de generar un arte más expresionista, y que a su vez tenga relación con la tradición germánica, sin dejar de lado los conceptos de modernidad de la época.

Según C.M. Joachimides, no hay que considerar este nuevo arte alemán como un remake del expresionismo histórico de principios del siglo XX, en el sentido de que los artistas mencionados y otros se limitaron a interpretar a su manera, fuerte y violenta, las imágenes de la realidad sin poner en cuestión ni su estructura ni su esencia como entidad espacial. Mientras el expresionismo de grupos como Die Blaue Reiter y der Brücke tuvo como principal objetivo la liberación del individuo y la transformación de la sociedad sin un criterio formal preciso, los nuevos expresionistas carecían de intenciones trascendentes, eran aparentemente positivos, y partían de la afirmación de la autoridad de <<yo>> individual y de la versatilidad personal. (GUASCH, 2000)

Un aspecto a tomar en cuenta, con respecto a la consolidación del movimiento, son las aportaciones personales que surgen en el año de 1961, donde se genera una hibridación artística, que hace referencia a una combinación de trabajos tanto de artistas nacionales como extranjeros, esto permitió que diversos artistas logren identificarse con la corriente que empezaba a tomar fuerza con el pasar del tiempo, a su vez, surgieron diversos espacios los cuales estaban dirigidos a aquellas modas informalistas que empezaban a destacar en el entorno social.

Es a principio de los años ochenta, después de que Wolfgang Becker, en la exposición Die Neuen Wilden, catalogara a los artistas como Neue Wilden (nuevos salvajes o nuevos fauves), muestra en la cual se pudo observar un predominio de la pintura figurativa, expresiva y simbólica.

Es de esta manera que el nuevo arte alemán empieza a expandirse por diversas ciudades europeas, llegando hasta galerías en New York, donde genera una revuelta de opiniones, tanto a favor como en contra, esto se debe específicamente al uso de trazos energéticos, además del uso constante de la figura dentro de las obras, lo cual iba en contra de todo aquel ideal de abstracción, el cual se encontraba en su mayor apogeo en aquella época, por tal motivo, se decía que la actual pintura alemana carecía de aquel carácter crítico con referencia al arte moderno que se desarrollaba en ese momento, además se tildó al movimiento de ser autoritario y reaccionario, siendo catalogados los neoexpresionistas como creadores de un arte neoburgués.

Así mismo Benjamín H. D. Buchloh, manifestaba que aquellos artistas,

tampoco eran originales. Su “novedad” radicaba en su disponibilidad histórica actual, no en la innovación real de la práctica artística. Venían a recordarnos que la desaparición del paradigma moderno es un fenómeno tan cíclico en la historia del arte del siglo XX como la crisis de la economía capitalista en la historia política del mismo siglo. (Anna María Guasch, 2000)

Es preciso mencionar que el movimiento neoexpresionista alemán agrupa dos generaciones distintas, la primera cuenta con aquellos artistas nacidos antes de la Segunda Guerra Mundial, quienes constituyen los núcleos de Düsseldorf y Berlín, destacando en específico dos pintores, Gerhard Richter y Sigmar Polke, los cuales modificaron aquellas nociones del movimiento, que estaban consideradas en crisis de estilo, autoría, expresividad y autenticidad.

Posteriormente establecieron una oposición ideológica y formal en contra del arte pop norteamericano, el cual en ese preciso momento se manifestaba como la mayor vanguardia internacional por excelencia.

Los artistas de la segunda generación son nombrados como los nuevos expresionistas de Berlín, quienes en su mayoría provenían de la República

Democrática de Alemania, optaron por emplear al expresionismo como un símbolo de libertad, a través del cual los pintores eran capaces de evidenciar aquella relación entre lo personal y la realidad del momento en que se encontraban, además de establecer un compromiso con la historia.

Para estos creadores el lenguaje artístico constituía una de las principales bases de su pintura, como también la importancia de contenidos con las que se realizaban sus obras, es por tal razón que temáticas como las situaciones traumáticas que sufrió Berlín, la revolución, la angustia o incluso el miedo se pueden observar de manera recurrente en los diversos trabajos de los artistas.

2.2 Características del Movimiento

Los artistas alemanes no aceptaban la idea de pasar por alto todos aquellos acontecimientos hostiles y perturbadores que marcaron su vida de manera significativa, negaban de manera rotunda cualquier pensamiento con respecto a olvidar lo sucedido, no admitían el hecho de que la población ignore o reprima los sentimientos ocasionados por parte del nazismo, por tal motivo, los nuevos salvajes consideraron que era necesario afrontar lo sucedido de manera directa, como si se tratase de absolver a la nación con respecto a lo ocurrido, con la única intención de recuperar la dignidad y el orgullo que los caracterizaba, es por este motivo que toman a la pintura como el medio directo para entender la modernidad de la época, el mismo que les permitió rescatar y reencontrarse con sus raíces y tradición cultural.

Todo esto conlleva a que los neoexpresionistas muestren un rechazo a ciertas tendencias artísticas de la época, no pretendían emplear dentro de su trabajo aquellos lenguajes visuales procedentes de los movimientos europeos, más bien, “una de las metas planteadas consistía en recuperar las señas de identidad secuestradas por la ideología nazi cuyo hilo conductor lleva desde el romanticismo hasta el primer expresionismo alemán.” (Era, Entusiasmo, Triunfo, & Pintura, n.d.)

El regreso a la figuración es una de las principales y más notorias características del movimiento, pero cabe recalcar que la importancia no se centra únicamente en aquel rechazo por parte de los artistas con respecto a la abstracción, sino más bien, se trata de recuperar aquellos signos de identidad propios de una población, por tal motivo surge la motivación de incorporar a la figura dentro de su trabajo, [...] “alentando un

arte más expresionista y, por ende, más próximo a la supuesta tradición germánica, sin renunciar, no obstante, a los discursos de la modernidad.” (GUASCH, 2000)

La temática dentro de este movimiento artístico es realmente amplia y variada, es por esto que el trabajo de los neoexpresionistas abarca, en lo particular, temas controversiales de su época, aquellos aspectos que la población pasaba por desapercibidos, deseaba olvidar o simplemente no consideraban adecuado hablar de ellos, generando de esta manera una obra en torno a

[...] la situación traumática de una ciudad dividida y herida como Berlín hasta cuestiones y sentimientos más generales como la revolución, la angustia o el miedo sometido al tamiz de música new-wave y a una especie de cóctel filosófico-literario asentado en nombres tan dispares ideológica y cronológicamente como W. Whitman, F. Nietzsche, E. Verhaeren, E. Pound y W. Stevens. (GUASCH, 2000)

Por otra parte, la experimentación de la mancha en cuanto a materiales y color, es uno de los pilares que más destaca dentro del movimiento, lo cual conlleva a que exista una tendencia directa por centrarse estrictamente en la metodología de creación antes que, en el concepto de la obra como tal, un claro ejemplo de este pensamiento es el trabajo de G. Baselitz y A.R. Penck, quienes estaban interesados netamente “en el cómo de la pintura antes que el por qué”. (“Movimientos-Artisticos-desde-1945_Edward-Lucie-Smith,” n.d.), su intención radicaba específicamente en que el espectador llegue a cuestionarse el modo en que está hecha la obra y no en cuanto a lo que representaba el cuadro.

Dentro del trabajo de los artistas neoexpresionistas se puede apreciar esa constante experimentación de materiales, siendo los más empleados, el acrílico, la pintura industrial, la acuarela y el óleo, éste último era uno de los más utilizados por parte de los creativos.

Un aspecto muy particular del trabajo de los nuevos salvajes es aquella “obsesión” por la materia empastada, para lo cual generaban diversas combinaciones entre los elementos anteriormente mencionados y el uso de paja, yeso y arena, con la finalidad de obtener diversas texturas y volúmenes, todo esto aplicado dentro de grandes formatos, otra cualidad del movimiento, permitiendo que la obra sea visualmente más potente.

El término *fauve* (fiera en francés) fue adjudicado por primera vez en 1905 a los artistas parisienses, que presentaron una selección de obras propias del movimiento fauvista, quienes empleaban el color como un medio de expresión con referencia a los estados de ánimos de los creadores, no se pretendía llevar a cabo una representación realista del color. Las obras expuestas pertenecían a los artistas Henri Matisse, André Derain, Kees van Dongen y Maurice de Vlaminck, las mismas que estaban ubicadas al lado de un busto de estilo italianizante, a lo cual “Vauxcelles proclamó que la escultura era como <<*Donatello àrm les fauves*>> (*Donatello entre las fieras*). Los pintores recibieron con orgullo el término peyorativo *fauves*.” (Phillips, 2013)

2. 3 La influencia de los nuevos fauves en Ecuador

Es a partir de 1965, que dentro del Ecuador surge esa motivación directa por rescatar la figuración, se pretende retomar a la figura como eje central de la creación, como un punto de partida para denunciar aquellos aspectos negativos de una sociedad creciente y cambiante al mismo tiempo. El retornar al uso de la figura, es propio de aquella nueva generación impaciente y rebelde que desea mostrar al mundo su punto de vista con respecto al actuar de la sociedad de dicha época.

Dentro de esta nueva generación destacan un puñado de jóvenes de Quito y Guayaquil, siendo el de la capital un grupo más decidido por aquella neo figuración crítica, no se pretende generar una denuncia tibia, sino más bien contundente y directa que llegue al espectador. “Y en ese escuadrón quiteño se destacan, desde la hora misma de la irrupción, cuatro figuras: Nelson Román, José Unda, Washington Iza y Ramiro Jácome.” (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Es necesario entender, ¿qué motivó a aquellos jóvenes a entablar un diálogo directo entre su obra y el público?, ¿cuáles fueron esas problemáticas que incentivaron su producción artística?, y ¿qué les permitieron romper con aquellos esquemas estéticos que predominaban en el arte de aquellos años?

Claramente un aspecto trascendental para el desarrollo de su trabajo, se debe directamente a los diversos cambios políticos que sucedieron a partir de 1960 en adelante, aquellos sentimientos de insatisfacción y la necesidad de criticar de forma urgente las estructuras sociales que gobernaban, todas estas problemáticas se ven reflejadas dentro de las obras de este grupo de jóvenes artistas.

“Y-cosa que debió impresionar especialmente a nuestros jóvenes artistas- desde un centro de producción artística: el 12 de mayo, una veintena de grabadores salió de la I Bienal Internacional de Grabado y acudió al taller de litografía de la Universidad de París para hacer los primeros carteles revolucionarios, y el 14, artistas e intelectuales ocupaban la Escuela de Bellas Artes parisina para convertirla en espacios abiertos a la discusión. (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Aspecto que serviría a los cuatro mosqueteros como referente en 1968, cuando impusieron su anti-salón, rebelde y libre, como respuesta directa al salón guayaquileño de vanguardia.

Un aspecto sobresaliente en cuanto a motivación para este grupo de jóvenes, que empiezan a hacer eco dentro del mundo artístico, surge entre 1962 y 1971, período en el cual Latinoamérica se convierte en el centro de atención y aprecio mundial, gracias a las diversas obras literarias que se desarrollaron durante esos años, específicamente al género de la novela, llegando a tal punto de conseguir dos premios Nobel para América Latina, 1967 Asturias y 1971 Neruda.

Todo esto fue fuerte incentivo para ese puñado de jóvenes recién llegados a tan concurrida escena de las artes del nuevo mundo con vivos deseos de contribuir al bullente aporte de formas, no originales por completo, marcadas por el sello de latinoamericano, enraizadas en el nuevo mundo y con calidades que deslumbran a una novela europea refinada y envejecida. (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Por otra parte, dentro del arte empezaban a surgir ciertos indicios con respecto a la nueva figuración, se puede decir que la figura como tal empieza a surgir nuevamente, dejando de lado aquella época donde el arte abstracto gobernaba rotundamente; es así que artistas como Bacon empiezan a sobresalir a través del uso de la figura impactante, gracias a lo grotesco y a la deformación de la misma, creando así imágenes ricas en cuanto al poder visual. Jácome sería una de los mayores beneficiados de este contenido figurativo, cuyo trabajo será considerado como el más radical feísta dentro de los cuatro Mosqueteros.

Tábara, Villacís, Viteri han superado un primer momento figurativo para irse decididamente por informalismo, serialismo, signo y magia – Tábara-, texturas informales de valor sígnico – Villacís – y expresionismos abstracto - Viteri-. Cifuentes ha dejado la figura para un excelente dibujo; en sus óleos y obras de técnica mixta investiga en cromática, texturas y signos. (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

A principios de la década de los 60 es que el arte abstracto en Latinoamérica empezaba a dominar la escena artística, teniendo como punto de referencia el arte europeo y americano, sin embargo, la experimentación en cuanto a técnicas y materiales jugó un papel idóneo a la hora de la creación, permitiendo que no exista un estancamiento dentro de la vanguardia como tal. Es en este punto, donde la nueva figuración empieza abrirse camino, pero no con la mera intención de representar o ilustrar un hecho en específico de interés para los artistas, más bien, se pretendía exponer aquellas molestias sociales del momento, a través de un trabajo fuerte y vivaz, que no pase por desapercibido y sea capaz de perpetuar en el espectador.

A futuro los “Cuatro Mosqueteros” tuvieron la oportunidad de apreciar el trabajo de A Deira y Maccio en la Bienal de Quito, cuyas obras muestran una denuncia social y política grotesca propia de un tremendismo neo expresionista, lo cual permite a los jóvenes artistas apreciar aquella neo figuración que empieza hacer eco en el mundo del arte, y encontrar la forma de no caer en una mera representación de la figura, como si se tratase de una etapa ilustrativa.

Figuración quería decir dibujo. Y la impaciencia neo expresionista llevó a artistas latinoamericanos especialmente urgidos por necesidades comunicativas del arte al puro dibujo. (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Es en 1969 cuando los cuatro jóvenes irrumpen en Guayaquil, específicamente en el I Salón Nacional de Vanguardia- Salón de Mayo, no precisamente por su participación directa, sino por aquel rechazo que muestran en contra de esta actividad artística que se desarrolla en el momento; sin tenerlo en mente, llevan a cabo un “happening” sin planificar, “fueron a adosar sus telas sin marcar a los muros todavía no enlucidos de un edificio en construcción.” (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993), hecho catalogado como vandálico, por manchar aquellas paredes con frases provocativas en

contra del nuevo arte que se fomentaba en el salón, por lo cual fueron encarcelados.

Los cuatro artistas destacan por aquella figuración neoexpresionista que tiende al feísmo, de trazos libres pero fuertes con ciertos toques de ironía en cuanto a la representación, todo esto en referencia al dibujo, medio que logran explotar hasta llegar al punto de crear obras realmente impactantes a partir de una línea suelta y esporádica. La experimentación en cuanto a la mancha y la pintura de acción, es otro punto de interés para los Cuatro Mosqueteros.

2.3.1 Nelson Román

Román muestra desde sus inicios aquel interés por lo mestizo americano, específicamente por temas como la magia y las viejas costumbres, todo esto a través de un estilo que se caracteriza por la capacidad de conjugar la mancha y la línea, generando así obras de gran impacto visual, en las cuales se puede observar aquellos rasgos procedentes de la pintura de Goya, referente trascendental para el artista en cuanto al claro oscuro. “Su dibujo ha asimilado maneras de deformación feísta de Cuevas y Benedetto; su mundo de seres grotescos emerge de manchas poderosas con livideces goyescas.” (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Dentro de su primera etapa pictórica gana el “Premio de Paris” en 1972. “La obras de ese salón constituyen el primer momento grande del artista.” Destacan las obras Homenaje a César Dávila Andrade, “Tres grandes telas que ponían en conflicto cielos soberbios y extraños con gentes sumidas en tierras quemadas”, como también Camino a la Santísima Trinidad y El curandero.” (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

La segunda etapa de Román se centra en el grabado, medio artístico con el cual empieza a experimentar en París, permitiéndole descubrir diversas posibilidades para el dibujo y las medias tintas, lo cual conlleva a la creación de aquellos contrastes dramáticos de luz y tinieblas en su grabados.

El dibujo, con el ejercicio del grabado y la contemplación de los grandes maestros, cobra nueva fuerza. El dibujo es el que da a los más vigorosos trabajos de esta hora sus hirientes notas de sadismo, hipocresía, hartazgo hipocondríaco, grosería, bastardad. Con la cual el joven “mosquetero”, fiel al

espíritu de la irrupción, denunciaba y desnudaba. (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Posteriormente las pinturas negras de Goya se convertirían en una gran fuente de inspiración para el artista, esto es visible a la hora de desarrollar sus personajes grotescos dentro de aquellas atmósferas monstruosas, empleados para generar su discurso pictórico referente a la forma de ver e interpretar la realidad americana de su época, todo esto a través de amplios formatos donde el feísmo le permitían desarrollar un mensaje directo y penetrante.



Figura 4: Mascarada

Fuente: https://lahora.com.ec/contenido/cache/2c/el_mismo_pero_diferente_20110217092741-682x512.jpg

Elaborado por: https://lahora.com.ec/contenido/cache/2c/el_mismo_pero_diferente_20110217092741-682x512.jpg

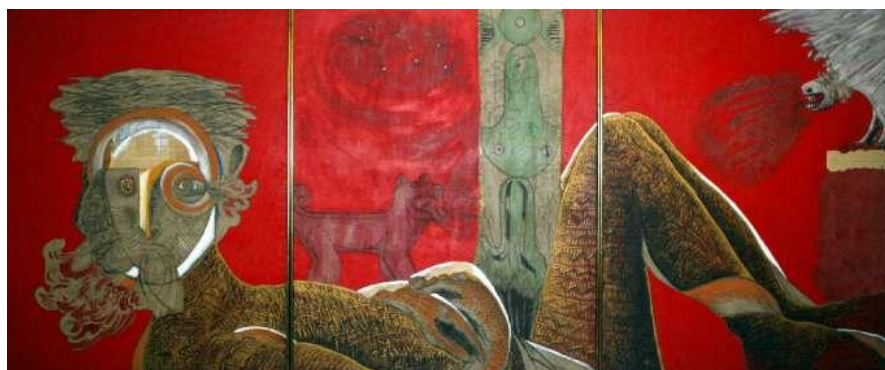


Figura 5: El Dorado

Fuente: https://lahora.com.ec/contenido/cache/2c/el_mismo_pero_diferente_20110217092707-682x512.jpg

Elaborado por: https://lahora.com.ec/contenido/cache/2c/el_mismo_pero_diferente_20110217092707-682x512.jpg

2.3.2 Ramiro Jácome

Tanto en Román como en Jácome, el aspecto mágico constituye un punto de partida para el desarrollo de su trabajo, empleando este recurso como un componente grotesco y absurdo, llevado al feísmo, no con la intención de usar lo mágico para evadir aquellas realidades que interesaban al artista. "Radicaliza su retórica para intensificar una visión de irónica de lo que en la sociedad halla de falso, cruel o ridículo." (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Es aproximadamente en 1976, donde su pintura se enfrasca en la fealdad, lo grotesco y lo mágico, lo cual conlleva al "planteo de soluciones espaciales que rompiesen lo que Jácome llamaba "moldes occidentales" de cosmovisión y una decisión de desmitificar "elementos iconográficos nacidos en nuestro colonialismo cultural". (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)



Figura 6: Sin título

Fuente: <http://www.artequito.org/wp-content/gallery/ramiro-jacome/jacome3.jpg>

Elaborado por: <http://www.artequito.org/wp-content/gallery/ramiro-jacome/jacome3.jpg>



Figura 7: Sin título

Fuente: <http://www.artequito.org/wp-content/gallery/ramiro-jacome/jacome2.jpg>

Elaborado por: <http://www.artequito.org/wp-content/gallery/ramiro-jacome/jacome2.jpg>

2.3.3 Washington Iza

Su trabajo en principio se caracteriza por estar ligado a sus raíces como tal, es decir, apreciar lo nuestro, tomando como referencias cromáticas piezas y textiles precolombinos, a través de los cuales va generando su propia paleta de colores, llena de tonalidades vibrantes, fuertes y de una alta carga emocional, que se manifiesta en sus obras de gran formato, en las cuáles se pueden observar su pasión por los símbolos y los signos, resultado de una constante investigación de la cultura india, ocasionando a futuro que su obra “

(...) pasó de los cuadros a trabajos modulares: obras que constaban de tres o cuatro paneles con variadas posibilidades combinatorias; trípticos enlazados por trazos dominantes o transparentes –así tres piezas vinculadas por el trazo quebrado del rayo.

Es alrededor de los años 70 donde Iza retoma aquella neofiguración mediante el dibujo, obteniendo resultados altamente sobresalientes con respecto a la técnica y estilo del artista, y “en 1980 gana el II premio en el VI Salón Nacional de Artes Plásticas con “Inmersión azul y mujer”, que trasluce ese deslumbramiento por el precolombino. (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Obra que destaca por el correcto manejo del color, en cuanto al uso correcto de la cromática y su dibujo delicado que se encarga de seducir al espectador.

Posteriormente, Washington Iza logra consolidar todas estas experiencias y estudios pictóricos en una nueva etapa artística que desarrollará a lo largo de su carrera, destacando principalmente por un dibujo feísta conjugado en aquella figuración estilizada y delicada, que logran sobresalir y tomar fuerza gracias a aquellos estudios previos de cromática precolombina, lo cual da como resultado “un color mestizo de sentidos –ocres y tierras con algo de arcilla, verdes y violetas graves y líricos, rojos sacros.” (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)



Figura 8: Balanceo

Fuente: http://www.elmuseovirtual.com/media/fotos/images/7834_01_med.jpg?act=040454

Elaborado por: http://www.elmuseovirtual.com/media/fotos/images/7834_01_med.jpg?act=040454



Figura 9: Caballo y luna

Fuente: http://www.elmuseovirtual.com/media/fotos/images/7835_01_med.jpg?act=040338

Elaborado por: http://www.elmuseovirtual.com/media/fotos/images/7835_01_med.jpg?act=040338

2.3.4 José Unda

Su trabajo explora la mancha como un recurso simbólico, ya no es utilizado simplemente como una destreza técnica, ni mucho menos como un acto inconsciente a la hora de la creación, más bien, se trata de un signo que aborda la importancia de los sentidos, conjuntamente con una expresividad energética.

Dentro de su trabajo se puede observar aquella influencia por parte del informalismo y expresionismo abstracto, que en sus inicios forman parte de la composición, específicamente como fondo para el desarrollo de sus obras. “Unda privilegiaría esta mancha, sintiendo que le permitía expresarse orgánica, visceralmente, sin intromisión de ese mundo en que él, mestizo marginado, se sentía extraño.” (Rodríguez Castelo & Jácome Durango, 1993)

Luego de varios años de ausencia, en la ciudad de Quito en 1991, el artista presenta una obra ya madura, técnicamente hablando, enfocada más hacia lo abstracto, donde la mancha sigue siendo el protagonista principal, es a través de este recurso, que Unda genera ciertos esbozos figurativos orgánicos, de animales y vegetación, los mismos que juegan con el espectador, quien tiene la ardua tarea de interpretar la obra en sí. Sin duda la mancha es el medio más eficaz empleado por el artista, quien es capaz de aprovechar aquella independencia propia de la técnica para desarrollar una obra inquietante y rítmica.

Los Cuatro mosqueteros dentro de la historia del arte ecuatoriano, aportaron de manera significativa a las futuras generaciones de artistas, quienes tienen como referentes a estos cuatro maestros de la plástica nacional, capaces de demostrar cuan necesario es generar una ruptura dentro del medio, cuando la práctica profesional empieza a caer en una constante monotonía de producción que no genera un discurso diferente al que se viene manejando años atrás, y que además, no se encuentra dentro de las exigencias sociales de la época.



Figura 10: Sin título

Fuente: http://www.artequito.org/wp-content/gallery/jose-unda/thumbs/thumbs_unda1.jpg

Elaborado por: http://www.artequito.org/wp-content/gallery/jose-unda/thumbs/thumbs_unda1.jpg



Figura 11: Sin título

Fuente: http://www.artequito.org/wp-content/gallery/jose-unda/thumbs/thumbs_unda2.jpg

Elaborado por: http://www.artequito.org/wp-content/gallery/jose-unda/thumbs/thumbs_unda2.jpg

2.4 Artistas Referentes

- **Manuel Ocampo** (1965 - Filipinas)



Figura 12: Fotografía del artista.

Fuente: <https://artefuse.com/wp-content/uploads/2012/11/Artist-Manuel-Ocampo-DH-600x399.jpg>

Elaborado por: <https://artefuse.com/wp-content/uploads/2012/11/Artist-Manuel-Ocampo-DH-600x399.jpg>

Su obra se caracteriza por abordar temas sociopolíticos de la actualidad mediante el uso de imágenes históricas, religiosas y laicas, las mismas que han generado una gran controversia en el público, llegando a considerar su obra como un acto de blasfemia. El trabajo de Ocampo está cargado de un fuerte simbolismo representando a través de diversos signos, los cuales son catalogados por el artista como elementos vacíos de contenido, haciendo referencia directa al significado que se les adjudicó a los mismos por parte de la sociedad.

Su estilo se caracteriza por una pincelada fuerte, el uso de colores vibrantes y potentes, además de la yuxtaposición de elementos, todo esto representado a través del humor negro y con ciertos rasgos macabros, lo cual ha permitido que su trabajo sea etiquetado como uno de los más importantes e influyentes dentro de la escena artística actual, llegando a ser uno de los artistas contemporáneos más sobresalientes de Filipinas.

Se puede decir que el trabajo de Ocampo, llega a ser hasta cierto punto ilustrativo, debido a la manera en que expone los temas, ya que la representación gráfica de su trabajo es muy clara y precisa, no teme mostrar su pensamiento y opinión con respecto a las problemáticas que aborda, es de esta manera que en su obra se

puede presenciar “las heridas psíquicas que penetran profundamente en el cuerpo de la sociedad contemporánea.” (Marie Kirkegaard Gallery, n.d.)

La actual obra del artista ha dado un cierto giro, específicamente en lo que se refiere al uso de imágenes de índole religioso, es de esta manera que se puede observar elementos totalmente distintos pero que mantienen una relación estricta con aquellas problemáticas que aquejan a la sociedad hoy en día.

Sin embargo, estos símbolos utilizados, constituyen una respuesta al imaginario propio del artista, quien decide enfocar su trabajo en un ámbito más misterioso, como si se tratase de una pesadilla constante, la misma que se encarga de seducir e invitar al espectador adentrarse en esta nueva propuesta pictórica caracterizada por tonalidades grises, negras y blancas, presentes en la representación de sus motivos más personales e idiosincrásicos, como dientes, huesos y fetos, los mismos que demuestran aquella atracción que siente el artista por la simbología religiosa.



Figura 13: Istasyon VIII.

Fuente: <https://www.artsy.net/artwork/manuel-oc-istasyon-viii>

Elaborado por: <https://www.artsy.net/artwork/manuel-oc-istasyon-viii>



Figura 14: Twelfth Station
Fuente: <http://bworldonline.com/the-Oriental-chrysalis-quittins-its-cocoon/>
Elaborado por: <http://bworldonline.com/the-Oriental-chrysalis-quittins-its-cocoon/>



Figura 15: Cristo Gusano con su nariz
Fuente: <http://www.elcultural.com/Revista/arte/Manuel-Ocampo-pintura>
Elaborado por: <http://www.elcultural.com/Revista/arte/Manuel-Ocampo-pintura>

- **James Ensor** (1860-1949)



Figura 16: Fotografía de James Ensor

Fuente: <http://horizonvipare.blogspot.com/2011/06/james-ensor.html>

Elaborado por: <http://horizonvipare.blogspot.com/2011/06/james-ensor.html>

Su trabajo se caracterizó estrictamente por llevar a cabo una crítica social y religiosa de su época, a través de una obra sarcástica y satírica mediante la cual denunciaba aquellos aspectos negativos propios de la clase burgués, para lo cual empleaba como recurso gráfico mascarar de carnaval, ocultando de esta manera el rostro de los personajes con la intención de transmitir aquella sensación de desconocimiento, con respecto a las verdaderas intenciones que tenía aquella figura representada.

A su vez, podemos observar dentro de sus diversos trabajos figuras grotescas, esqueletos, monstruos, etc., todos esto haciendo alusión al humor horrendo e irónico desarrollado por parte de El Bosco y Brueghel.



Figura 17: The dangerous Cook.

Fuente: <https://www.wikiart.org/en/james-ensor/the-dangerous-cooks-1896>

Elaborado por: <https://www.wikiart.org/en/james-ensor/the-dangerous-cooks-1896>



Figura 18: Old woman with masks.

Fuente: <http://www.wikiart.org/en/james-chronologicallyresultType:masonry>

Elaborado por: <http://www.wikiart.org/en/james-chronologicallyresultType:masonry>



Figura 19: Skeletons trying to warm themselves.
Fuente: <http://www.wikiart.org/en/james-ensor/all/works#!filterName-paintings-chronologically,results>
Elaborado por: <http://www.wikiart.org/en/james-ensor/all/works#!filterName-paintings-chronologically,results>

La selección de los referentes artísticos, se debe principalmente al estilo de pintura que los caracteriza, en sus trabajos se puede observar una técnica fuerte, en cuanto a la aplicación de los materiales, no se tratan de obras con un acabado satinado o relamido como es el caso de Jeff Koons.

Dentro de estas propuestas se pueden observar texturas propias del óleo y del acrílico, generando así asperezas e irregularidades; rompiendo de esta manera con aquella positividad ocasionada por lo terso y lo pulido, lo cual [...] invita al observador a la anulación de la distancia, a lo táctil o al *touch*." (Han, 2015)

Es en este momento donde el espectador pierde el interés por conocer la obra en sí, y llega a preocuparse más por el aspecto físico, sintiendo la necesidad de palpar los materiales y así obtener una sensación agradable a través del tacto.

Para Roland Barthes, el sentido del tacto es <<el más desmitificador de los sentidos, al contrario de la vista, que es el más mágico>>. La vista guarda

distancia, mientras que el tacto la elimina. Sin distancia no es posible la mística. La desmitificación convierte todo en degustable y consumible. (Han, 2015)

Dentro de la propuesta final se puede reconocer la influencia del movimiento neoxpresionsita, refiriéndose al aspecto técnico-práctico. Es a través de las cualidades propias del movimiento, que permite desarrollar una propuesta artística que va acorde a mi necesidad por expresar mi punto de vista con respecto a la problemática central del proyecto.

CAPÍTULO III
OBRA FINAL

3.1 Fundamentación

El constante bombardeo de imágenes, a través de los diversos medios de comunicación con respecto al estereotipo del cuerpo “correcto” que debe poseer una mujer, constituye uno de los principales estímulos para el desarrollo del tema a través de la pintura, medio artístico que permite mayor fluidez y espontaneidad a la hora de la creación. La afectación que genera este tipo de contenido visual en nuestro entorno social es una problemática que va creciendo con el pasar de los años, creando de esta manera falsos estándares de belleza en la población, ocasionando desde un rechazo al cuerpo como también trastornos psicológicos y alimenticios, los mismo que afectan notablemente al género femenino.

La intención de las obras consiste en resaltar aquellos aspectos negativos que surgen directamente de la problemática, específicamente cuando la mujer es utilizada como un objeto de deseo o decorativo que debe cumplir la estricta función de atraer consumidores. A simple vista, puede parecer que estas imágenes seductoras, las cuales nos hemos acostumbrado a ver, no generan daño alguno en el público y simplemente se trata de un contenido visual que muestra la realidad de una sociedad.

Claramente las respuestas a estas imágenes, en su gran mayoría, no son favorables; tanto el género masculino como femenino sufren una afectación directa, la única diferencia entre estos es que cada uno reacciona de manera distinta, por lo general, el hombre acepta aquellos modelos de belleza y genera una búsqueda constante en el medio que se desenvuelve, con la intención de encontrar una mujer que cumpla con todos los requisitos establecidos.

Por otro lado, en el caso de las féminas, el resultado se basa en hacer todo lo humanamente posible por obtener aquellas medidas estereotipadas que la sociedad les ha impuesto, con la intención de agradar al público más que a sí mismas.

Todas estas singularidades que sufre la persona afectada es lo que los medios de comunicación no desean mostrar, por el simple hecho de que al ser una sociedad consumista lo que se busca es generar en el público ideales de perfección relacionados de manera directa con la belleza; por tal motivo, evitan exhibir la realidad oculta, en cada imagen al consumidor.

El resultado de esta “perfección” desencadena en la construcción de una sociedad superficial y de baja autoestima, la misma que relaciona su felicidad con su cuerpo.

Dentro del trabajo, se puede observar aquellas situaciones en las que se somete y se utiliza la figura femenina directamente como un objeto, la intención es representar a la mujer, tal cual como se la ve o cataloga, dentro de los medios de comunicación, netamente como un elemento de consumo masivo, pretendo exponer aquellas características negativas que surgen en el momento en que la figura femenina pasa a ser valorada estrictamente solo por su aspecto físico.

El uso de la mujer para tratar el tema de la cosificación se debe a la necesidad de mostrar la realidad de la publicidad, el verdadero significado oculto tras cada propaganda o campaña publicitaria, donde la mujer se muestra de la manera más seductora posible pero siempre en el límite de la censura. Lo que se realiza en los cuadros es la manera de revelar lo que realmente ellos quisieran exponer y no pueden.

Es una obra cruda y directa, se pretende mostrar como la mujer está plasmada como un objeto y nada más, es solo un adorno o un elemento que forma parte del contenido, se puede observar de una forma inmediata como se ha perdido su derecho a elegir, ha dejado de ser una persona para convertirse en una simple pieza de un rompecabezas, que la sociedad cada vez acepta más y lo convierte en una realidad.

De esta manera es posible remarcar aquella afectación que genera el extremo positivismo en nuestra sociedad, para lo cual, se emplean aquellos recursos técnicos dentro de la plástica, que permiten desarrollar obras con aquellas características físicas que son consideradas como imperfecciones dentro de la publicidad, consiguiendo así expresar de mejor manera el punto de vista y posición, referente a la problemática y como se la desarrolla actualmente.

Cabe recalcar que el propósito no es realizar una copia en cuanto al concepto empleado por los medios publicitarios a la hora de lanzar un producto al mercado, teniendo como eje central de su campaña a la mujer, la intención de este trabajo es de carácter satírico, no se pretende desvalorizar al género femenino con las obras desarrolladas. El hecho de emplear la figura dentro de escenarios hostiles tiene como finalidad manifestar lo incorrecto que es degradar a la figura femenina a un simple objeto moldeable, que se ajuste a las necesidades de un mercado consumista.

3.2 Experimentación

Es preciso mencionar aquellos ejercicios pictóricos realizados anteriormente, los mismos que sirvieron para el desarrollo y creación de la obra final.

Claramente el aspecto figurativo se encuentra presente tanto en el trabajo final como en aquellos ejercicios de experimentación, por lo general todas las obras previas tienen como eje central la representación de la figura humana, ya sea hombre o mujer, independientemente de su edad. Esta notable repetición de la figura se debe estrictamente a la intención de generar un mensaje directo en el público, tratando de ilustrar el problema en específico, el cual va acompañado de diversos elementos simbólicos que ayudan a que el mensaje sea directo.

El trabajo realizado previamente, entre los años 2015-2016, consiste en una experimentación formal en cuanto a color, figura y concepto, todo esto desarrollado a través de la pintura. En principio la temática de la obra gira en torno a ciertos problemas sociales, como es el caso de la sexualidad, religión, el consumismo, la tecnología y su influencia en la niñez, etc., considerados como temas clichés por parte del estudiante. Dentro de este proceso de prueba, los trabajos realizados tienen un hilo conductor, el cual permite que las obras mantengan una relación directa entre sí, tanto en contexto como en técnica.

Los ejercicios de experimentación se caracterizan específicamente por una composición central, ubicando de esta manera a la figura humana como eje principal de toda la obra, y a su vez, el resto de símbolos alrededor de la misma. La ubicación de aquellos elementos por lo general es asimétrica, con la intención de evitar rigidez dentro de la composición, permitiendo de esta manera una lectura visual más clara con respecto a los símbolos que forman parte de la obra.

Otro aspecto a destacar dentro de los trabajos previos es el uso de la mancha, recurso técnico utilizado constantemente para el desarrollo total o parcial de los fondos como también para la creación de cada uno de los elementos, con la finalidad de no realizar una mimesis exacta en cuanto al color del objeto o sujeto a representar, todo esto mediante la aplicación directa del color sobre el formato.

Con respecto al aspecto cromático, este se basó en una búsqueda constante por generar un contraste visual entre tonalidades grisáceas, aplicadas en los fondos, y

colores vibrantes, los mismos que fueron empleados directamente en las figuras que componen la obra, con el propósito de resaltar aquellos elementos primordiales que permitan esclarecer el contexto del trabajo, a su vez, todo este proceso fue desarrollado sobre distintos formatos y dimensiones, con la intención de poder comprobar que tipo de superficie y escala aportaban de manera significativa a la obra.

La intención de este proceso de pruebas consistió en buscar un material, aparte del lienzo y la madera, que sea capaz de soportar el acrílico y el óleo, y que a su vez posea una superficie lisa la cual permita trabajar de manera fluida con los materiales mencionados anteriormente, es de esta manera que se optó por utilizar cartón maqueta como soporte adicional al lienzo, ya que este material cumple con los requisitos necesarios, además el tamaño del formato es óptimo para el desarrollo de las obras, puesto que, uno de los objetivos es elaborar una propuesta pictórica sobre formatos no menores a 90 cm de altura, con la finalidad de potencializar visualmente el contexto del trabajo.



Figura 20: Guambra que no llora no mama.
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez



Figura 21: Famoso color piel.
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez

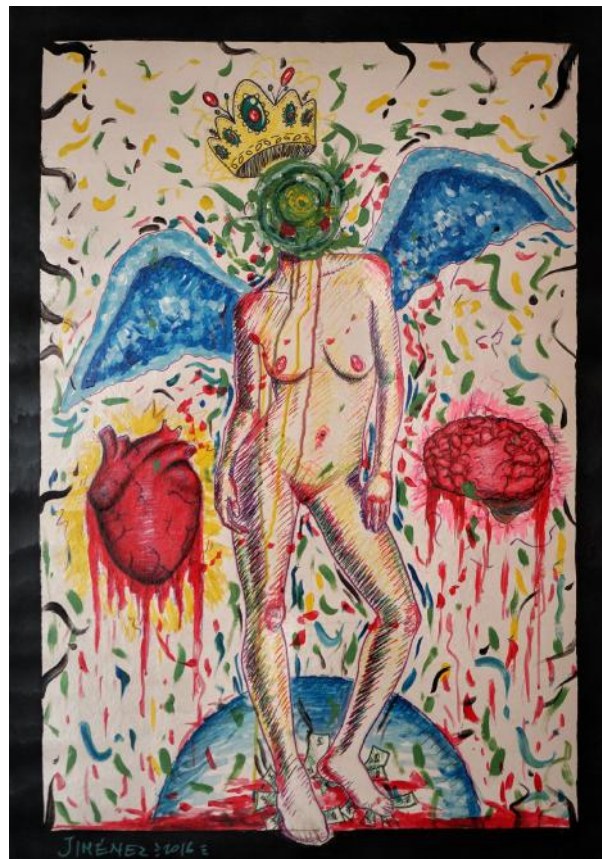


Figura 22: Apropiación "Virgen alada".
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez



Figura 23: Chamos piñata.
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez



Figura 24: Pajazo y a dormir.
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez

3.3 Registro y análisis de la obra final.

Dentro de este apartado se procederá a exponer la propuesta final, la misma que consta de cinco obras de diversos formatos, desarrolladas a partir de características propias del movimiento neoexpresionista, con la intención de mostrar gráficamente la opinión personal del artista con respecto al progreso del tema en la actualidad.

Para la creación de las obras, en cuanto a representación, en primera instancia se procedió a observar detenidamente el uso que le dan los medios de comunicación a la figura femenina, se analizó la composición de aquellas imágenes y el mensaje o producto que transmiten al espectador, con la finalidad de entender cómo se construyen el concepto de imagen dentro de estos medios.

3.3.1 Calladita te vez más bonita

La figura central de la obra es una muñeca Barbie, elemento representativo de la infancia femenina, la misma que se encuentra en una posición de sometimiento, amarrada de manera directa y brusca a un tubo de pole dance, impidiendo movimiento alguno pero siempre manteniendo una sonrisa grande, la cual resalta por el exceso de maquillaje disperso por todo su rostro. Este recurso visual de mostrar un semblante alegre ante una situación totalmente desalentadora, es tomado del referente James Ensor, con la intención de mostrar una actitud sarcástica y satírica, pero sin la necesidad de utilizar los mismos elementos gráficos que empleaba el artista para describir una situación en específico.

Así mismo se puede observar como la muñeca se encuentra totalmente desvestida, mostrando todo su cuerpo al descubierto, sin dejar espacio para la imaginación. Para finalizar, alrededor de ella llueven billetes, es el pago por su belleza absoluta, todo esto acompañado de frases que “halagan” aquellos atributos físicos que son observados por los hombres, quienes no logran saciar por completo su hombría.

Las tonalidades del fondo juegan con la muñeca, la luz alumbró todo lo que el espectador quiere y necesita ver para considerar si esta es bella y sexy, en penumbra se encuentran los expertos de la hermosura, ellos se manifiestan únicamente a través de frases cortas y del dinero. El cuerpo de la Barbie está marcado, como si se tratase de un ganado o de una propiedad, “Obediente”, palabra que utiliza todo “macho” para

definir el comportamiento correcto de una mujer y que la publicidad se encarga de enfatizar.



Figura 25: Calladita te ves más bonita.

Fuente: Leonardo Jiménez

Elaborado por: Leonardo Jiménez

3.3.2 Le falta, le sobra, no me convence

Tríptico realizado sobre cartón maqueta, muestra de manera directa los tres estereotipos, con respecto al aspecto, físico que se manejan hoy en día (delgada, gorda y “fitness”); el rostro de las mujeres se oculta, pero se puede observar pequeños rasgos del mismo, esto con la intención de centrar la mirada del espectador específicamente en su cuerpo. Cada una de las figuras se encuentra situada en el centro del soporte, rodeadas por un fondo oscuro, que permite observar todos los detalles característicos de la figura femenina, incluso aquellas cualidades que muchas veces pasan por desapercibidas.

Las mujeres se encuentran en una postura rígida, parcialmente desnudas, únicamente su sexo está escondido a la vista, es lo único que el público no puede juzgar, pero el resto del cuerpo no se salva de ninguna mirada, cada centímetro de aquella figura está expuesta a juicios personales, los cuales se encargan de validar o no su belleza como mujer.

Dentro de esta propuesta existe un factor central que permite potenciar el contexto de la obra, específicamente el aspecto técnico. Es en este punto donde se puede apreciar aquella influencia por parte del artista Manuel Ocampo, tomado como referencia la forma de resolver la anatomía femenina mediante el color, esto se logra a partir de aplicar el material (óleo) de manera directa a través de trazos fuertes y espontáneos, generando así empastes de pintura en ciertas partes del cuerpo representado. El objetivo de emplear esta técnica consiste en ir en contra de todas aquellas características físicas, nombradas anteriormente por Byung Chul Hang, que hoy en día son alabadas por el espectador.



Figura 26: Le falta, le sobra, no me convence.
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez

3.3.3 Anuncie aquí lo que quiera

De postura seductora y complaciente, se puede admirar la “belleza” de su cuerpo en todo su esplendor, no deja nada a la imaginación. Expuesta al público, aquella mujer muestra todos sus atributos (senos grandes, cintura delgada y piernas voluptuosas) en una posición sexy que muestra su sexo de manera directa, como si se tratase de un objeto que debe venderse. Su cuerpo está listo y preparado para ser empleado según las necesidades del consumidor, no presenta resistencia alguna, es más, su expresión transmite disfrute y algarabía, como si su mayor aspiración fuese ser vista y aceptada por todos, se podría decir que encontró su destino, por lo tanto, su felicidad.

Su cuerpo irradia, literalmente brilla, como si se tratase de un objeto lujoso que deslumbra a cualquiera y a su vez genera deseo, todos la quieren poseer, y cómo no,

si es “perfecta” y además útil, se puede sacar provecho de ella, es por esto que su cabello es dorado y se extiende por toda la parte superior, acentuando aquella postura de seducción que tanto gusta. Rodeada de pasión, permite que su cuerpo sea admirado, además ayudada de su gestualidad pretende atraer a hombres y mujeres, no teme ser contemplada, lo disfruta, y que más se puede esperar si cumple con todos los requisitos que le han impuesto, es lo mínimo que se puede hacer por ella.

El aspecto figurativo es esencial para el desarrollo de la obra, se trata de una representación real del cuerpo femenino, pero no de la manera en que se acostumbra a mostrar en la publicidad. Más bien, se pretende generar un dibujo suelto, pero a la vez fuerte, y que además presente algunas deformaciones anatómicas, consiguiendo así formar una imagen que logre conmocionar, se busca llegar a hacer algo similar al estilo de Ramiro Jácome, desde una nueva perspectiva acorde a nuestro tiempo actual.



Figura 27: Anuncie aquí lo que quiera.

Fuente: Leonardo Jiménez

Elaborado por: Leonardo Jiménez

3.3.4 Tatai que rico

Es una diosa, en toda la expresión de la palabra, se la puede observar siendo admirada incluso por seres celestiales, quienes alaban su belleza corporal como si se tratase de una eminencia mundial, hasta ellos la desean y su postura los delata. En el centro de aquel escenario, su figura, es capaz de sobresalir de aquellos fluidos verdosos que transmiten asco e incluso inseguridad. Con respecto a su origen, ahí está ella, desnuda, mostrando sus enormes senos que combinan a la perfección con su cadera ultra delgada pero no ha perdido su pudor por completo, debe dejar “algo” a la imaginación, es así que su sexo está escondido, temeroso a ser observado, resguardado por un par de piernas carnosas capaces de seducir a cualquiera. A sus guardianes no les interesa que les falte el respeto, ellos están muy cómodos admirando su cuerpo, es más, se encuentran tan pendientes de este, que pasan por alto los detalles de su rostro, para qué detenerse en él, si lo que de verdad importa está bajo este.

Todo es penumbras en el ambiente, sin embargo, esto cambia cuando la observas, tiene la capacidad de irradiar “belleza”, la misma que se expande a aquellos elementos que la rodean, un grupo de máscaras que se encuentran a su disposición, todo depende de la situación y el objetivo a conseguir, su rostro podrá variar infinidad de veces siempre y cuando su cuerpo mantenga aquella perfección, caso contrario será remplazada, ella no tiene presente esta regla, solo se encarga de disfrutar de la atención y los beneficios que esto trae.

A nadie le interesa quiénes reciben toda esta basura, quiénes son los que deben luchar contra este ideal, que a pesar de ser negativo encuentra la forma de surgir y mantenerse en lo alto. Todos estamos infectados, sin embargo, debemos encontrar la manera de salvar a quienes aún tienen “esperanza” de salir victoriosos de esta lucha. Es la niñez a quien se debe ayudar, son ellos quienes empiezan a ser bombardeados por aquellos conceptos de perfección adjudicada a la belleza, no se trata solo de inocencia, sino de razón y de luchar por erradicar a tiempo aquellos aspectos que se encargan de formar una sociedad de apariencia y vanidad.

Es dentro de esta propuesta donde se usan en mayor medida los aspectos creativos y selectivos de Manuel Ocampo, en cuanto se refiere a composición, elementos y símbolos. La síntesis de ideas a objetos que desarrolla el artista dentro de sus trabajos, sirve como una especie de guía para entender y elegir de manera adecuada

los principales recursos visuales que permitirán proyectar el contexto de la obra, facilitando así una lectura más clara por parte del espectador.



Figura 28: Tatai que rico.
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez

3.3.5 Made in C H I N A

Su piel contrasta con el fondo rosa, color que tanto se le adjudica al género femenino, como si se tratase de un símbolo que las distingue por completo, el cual además se dice que es exclusivo únicamente para ellas, aún en pleno siglo XXI.

Se muestra apática ante aquellos elementos que la rodean, como si se hubiese acostumbrado a ellos desde hace mucho tiempo atrás, su mirada es conformista, no muestra ni la más mínima intención por rechazar la situación en que se encuentra, más bien, empieza a formar parte de aquel paisaje que la envuelve y que se encarga de definir su postura actual como mujer dentro de la sociedad. Hemos llegado a tal punto de asociar su figura como un objeto banal, que se compra, se usa y desecha, no interesa en lo más mínimo la esencia de la persona, simplemente se trata de obtener

una de ellas, pero siempre y cuando esta cumpla con las condiciones impuestas por la sociedad, caso contrario se rechaza el producto y se procede a buscar uno nuevo.

El sexo acompañado de una dosis de machismo parece ser el complemento perfecto para el dinero, un medio capaz de conseguir absolutamente “todo” en la actualidad, inclusive se puede adquirir personas, por esto no existe mejor forma de gastarlo que “comprando” mujeres, total ellas se exhiben para satisfacer las necesidades del público que las observa detalladamente, a través, ya no solo de los medios de comunicación sino de las diversas redes sociales, las mismas que se han convertido en una especie de catálogo para exhibirse, es aquí donde aquellos estereotipos de perfección y seducción tienen gran acogida, como si se tratase de una nueva religión donde se adora de una forma exagerada al cuerpo voluptuoso y delgado.

La presencia de la figura femenina rodeada de aquellos elementos banales y su respuesta expresada a través de un rostro que no demuestra importancia alguna, es el resultado de un estudio al trabajo de James Ensor, quien lograba representar a sus personajes dentro de situaciones o escenarios absurdos. Es curioso observar cómo se desenvuelven aquellos individuos en dichos espacios, lo hacen como si se tratase de algo natural y cotidiano, no genera una afectación en ellos, han llegado al punto de acostumbrarse y sentirse cómodos con todo esto, algo similar ocurre dentro de esta propuesta, su personaje central ya no es un extraño dentro de este ámbito, ahora forma parte primordial de él.



Figura 29: Made in C H I N A
Fuente: Leonardo Jiménez
Elaborado por: Leonardo Jiménez

CONCLUSIONES

Una vez concluido el proyecto de investigación se obtiene las siguientes conclusiones:

- Mediante este proyecto de fin de titulación se puede confirmar que los actuales estereotipos de belleza forman parte fundamental a la hora de hablar de cosificación sexual femenina debido a su capacidad de influencia en el género femenino, ocasionando que las mujeres lleguen a estar expuestas a una constante autoevaluación corporal, creando de esta manera un culto por el cuerpo.
- El uso de la imagen femenina dentro de las obras, permite mostrar al espectador los aspectos negativos de la cosificación sexual, los cuales son presentados en la actualidad como una característica propia y real que una mujer debe poseer.
- La presente investigación permitió identificar que, el acto de cosificar es un recurso visual muy empleado dentro de los medios de comunicación, específicamente en la publicidad, que se encarga de adjudicar aquellas características físicas que son propias de los objetos a seres humanos, en este caso a la figura femenina.
- El estudio correspondiente a la vanguardia Neoexpresionista permite desarrollar una propuesta pictórica que tenga la capacidad de impactar de manera visual al espectador, esto es posible gracias a los aspectos técnicos propios de la corriente artística.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que en primera instancia se lleve a cabo un proceso de experimentación con respecto a los soportes y materiales a emplear para el desarrollo de la obra, de esta manera es posible conocer y entender las cualidades de los elementos que se van a utilizar, para así poder estructurar de mejor manera el concepto del proyecto.
- Es aconsejable tener en cuenta el uso adecuado de escalas y dimensiones a la hora de llevar a cabo una propuesta artística, ya que estas características permitirán potenciar el trabajo final, o por el contrario pueden restarle importancia a la obra.
- Se recomienda investigar en mayor medida acerca de los proyectos artísticos que se desarrollan en nuestro país, de esta manera es posible encontrar referentes más cercanos a nuestra realidad, para así no basarnos solamente en referentes extranjeros, ya que dentro de la historia del arte ecuatoriano existen diversos artistas con propuestas plásticas muy bien fundamentadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Andr, S. D. E., & Campo, D. E. L. (2006). Monstruos sobre Eva, (January), 1–6.
- Anna María Guasch, A. B. O. (2000). Los manifiestos del arte posmoderno (p. 400). Madrid: Ediciones Akal, S.A.
- Astudillo, R. (2010). *La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria*. *Revista chilena de neuro-psiquiatría* (Vol. 48). <https://doi.org/10.4067/S0717-92272010000500007>
- Crit, I. El. (1975). *O d o. History, IV*.
- Era, L. A., Entusiasmo, D. E. L., Triunfo, E. L., & Pintura, D. E. L. A. (n.d.). La era del entusiasmo. El triunfo de la pintura y la era de los neoexpresionismos, 127–133.
- Figuroa, A. (2011). Imagen femenina, objeto del arte y de la sociedad de consumo, 41. Retrieved from <https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/4539/tesis257.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- GUASCH, A. M. (2000). *EI ARTE ULTIMO DEL SIGLO XX: Del posminimalismo a lo multicultural* (1ª ed.). Madrid: MMadrid : [s.n.], 2000.
- Han, B.-C. (2015). *La salvación de lo bello*. (Titivillus, Ed.).
- LA MUJER EN LA PUBLICIDAD. HACIA NUEVOS DISCURSOS Ángeles Feliu Albaladejo Dolores Fernández Poyatos. (2008), 1–10.
- Marie Kirkegaard Gallery. (n.d.). Manuel Ocampo – Marie Kirkegaard. Retrieved September 14, 2018, from <http://mariekirkegaard.com/artists/manuel-ocampo/>
- Moscoso, J. E. (2011). *Reinventando cuerpos*.
- Movimientos-Artisticos-desde-1945_Edward-Lucie-Smith. (n.d.).
- Moya-Garófano, A., Megías, J. L., Rodríguez-Bailón, R., & Moya, M. (2017). Spanish version of the Objectified Body Consciousness Scale (OBCS): results from two samples of female university students / Versión española de la Objectified Body Consciousness Scale (OBCS): resultados correspondientes a dos muestras de estudiantes univ. *Revista de Psicología Social*, 32(2), 362–394. <https://doi.org/10.1080/02134748.2017.1292700>

- Phillips, S. (2013). *Ismos: para entender el arte moderno*. (D. Breuer, Ed.). Iqon Editions Limited.
- Rizzo-González, C. P.-A. M. (2015). Propuestas artísticas de las artes visuales del Ecuador desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad Artistic proposals of visual arts of Ecuador since the second, 28(1), 139–154.
- Rodriguez Castelo, H., & Jácome Durango, R. (1993). *IZA, JACOME, ROMAN, UNDA - Los cuatro mosqueteros* (Fundación). Quito, Ecuador.
- Sáez, G., Valor-Segura, I., & Expósito, F. (2012). ¿Empoderamiento o Subyugación de la Mujer? Experiencias de Cosificación Sexual Interpersonal. *Psychosocial Intervention*, 21(1), 41–51. <https://doi.org/10.5093/in2012v21n1a9>
- Torrelles, E. (2008). Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género Autora : Noelia García Pérez Tutora : Mercedes Curto Polo. *Trabajo Final De Máster*, (4), 1–77.
- Urdangarin Aranbarri, G. (2015). Cosificación de las adolescentes en las redes sociales digitales. Retrieved from <https://addi.ehu.es/handle/10810/16124>
- Wolf, N. (1992). El mito de la belleza. *Debate Feminista*, 5, 209–219. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

ANEXOS

¿Cómo identificar si existe cosificación de la mujer?

La socióloga americana Caroline Heldman ha diseñado el **Test del Objeto Sexual** (TOS). Por el Camino de la Igualdad entre Mujeres y Hombres, retoma este test y lo ha complementado, pero la idea original de donde partimos es la de Heldman.

El Test del Objeto Sexual (TOS) permite identificar la presencia de cosificación sexual en las imágenes ante una respuesta afirmativa a cualquiera de las siete preguntas siguientes:

1. ¿La imagen muestra únicamente una parte o partes del cuerpo de la persona, especialmente busto, nalgas o cualquier otra parte del cuerpo que tenga connotación sexual?
2. ¿La imagen muestra a una persona sexualizada que actúa como soporte para un objeto, producto o servicio?
3. ¿La imagen muestra a una persona sexualizada que puede ser intercambiada en cualquier momento?
4. ¿La imagen muestra a una persona sexualizada que está siendo vejada o humillada sin su consentimiento?
5. ¿La imagen sugiere que la característica definitoria de la persona es su disponibilidad sexual?
6. ¿La imagen muestra a una persona sexualizada que puede ser usada como mercancía o como alimento?
7. ¿La imagen muestra a una persona sexualizada en donde se utiliza el cuerpo como si fuese un lienzo?
8. ¿Existe una evidente carga sexual en el comportamiento, postura, ropa y/o forma de hablar de las mujeres/hombres participantes?

Figura 30: Captura de pantalla del Test del Objeto Sexual (TOS)

Fuente: PDF TOS

Elaboración: Jiménez, Leonardo (2019)



Figura 31: desarrollo obra Made in C H I N A
Fuente: Jiménez, Leonardo (2019)
Elaboración: Jiménez, Leonardo (2019)



Figura 32: Composición obra Tatai que rico.
Fuente: Jiménez, Leonardo (2019)
Elaboración: Jiménez, Leonardo (2019)