



Memoria de Grado
Katy Yaneth Vanegas Rojas



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Facultad de Artes

**Universidad de Antioquia
Facultad de Artes
Departamento de Artes Visuales
Medellín - Colombia, 2022**

John Jairo Arboleda Céspedes
Rector de la Universidad de Antioquia

Gabriel Mario Vélez Salazar
Decano de la Universidad de Antioquia

Alejandro Tobón Restrepo
Vicedecano de la Universidad de Antioquia

Julio César Salazar Zapata
Jefe del Departamento de Arte visuales

Lindy María Márquez Holguín y Fredy Alzate Gómez
Coordinadores Área Talleres Integrado y Grado

William Anthony Evanco
Asesor de memorias de grado

Docentes Área Talleres Integrado y Grado
Docentes del departamento de Artes Visuales
Fotografía y Video

Katy Vanegas Rojas
Redacción

Pierre Brassau
Diseño

Katy Yaneth Vanegas Rojas
Contenido y fotografía

The image features an abstract composition of dark teal, angular shapes against a coral background. The shapes are scattered across the frame, with a large, complex shape on the left and several smaller, more defined shapes on the right. A light pink, semi-transparent rectangular area is positioned in the lower right quadrant, partially overlapping the teal shapes. The overall aesthetic is modern and minimalist.

Memoria de grado
para optar por el título de
Maestra en Artes Plásticas.

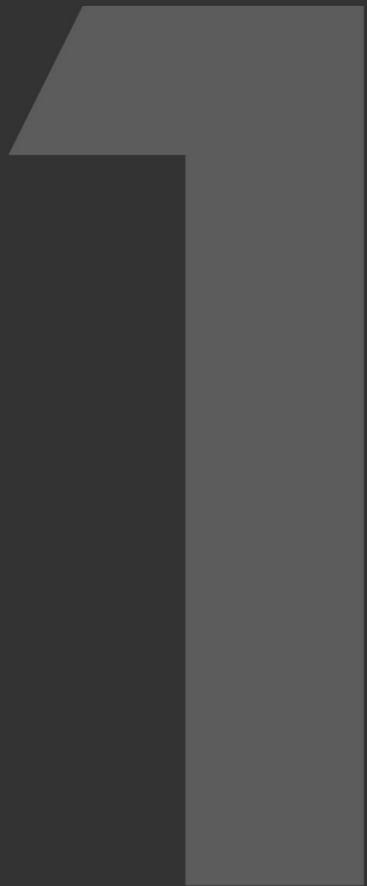
Dedicada al cosmos y
a mi familia.

ÍNDICE

1.	Declaración de artista: Mi compromiso con el arte.....	4
2.	Carta de navegación.....	6
3.	Razones de las búsquedas emprendidas.....	9
4.	Una mirada desde la experticia.....	12
4.1.	Nociones claves.....	14
5.	Referentes artísticos.....	30
6.	Obras: Mis configuraciones y proyecciones.....	43
7.	Proyecto de grado.....	62
8.	Hoja de vida.....	77
9.	Bibliografía.....	79



DECLARACIÓN DE ARTISTA





"El arte permite testimoniar el tiempo en que se vive"

David Manzur. ARTBO 2014

Indago a través de mi práctica artística conceptos relacionados con cuerpo, erotismo y seducción, que asumo desde la cotidianidad y la naturaleza del ser, para ponerlos en tensión con los estereotipos establecidos sobre belleza, poder y placer, que provienen de la sociedad de consumo, así como de las diferentes estrategias que se ponen a circular en los medios masivos de comunicación.

Planteo propuestas que señalan el cómo la mediatización de las relaciones sociales ha desdibujado valores identitarios y ubica la representación del sujeto en el lugar de la imitación de ideales estereotipados que ocultan la verdadera esencia del ser.

Los signos que direccionan el pensamiento colectivo, que nos impacta constantemente por diferentes canales de comunicación o en el mismo espacio público, los apropio para establecer un diálogo entre la realidad dada y el espectador, a través de propuestas basadas en post producción, que definen proyectos de instalación con atmósferas inmersiva o interactivas, o videos que pervierten las hipnotizantes estrategias de campañas publicitarias o de la industria del entretenimiento.

No intentó censurar, pero si llevar elementos críticos que permitan al otro interpelar frente algunas situaciones que ocurren en el contexto en que transcurre su vida.

CARTA DE NAVEGACIÓN



“El arte no reproduce lo visible, lo hace visible”

Paul Klee

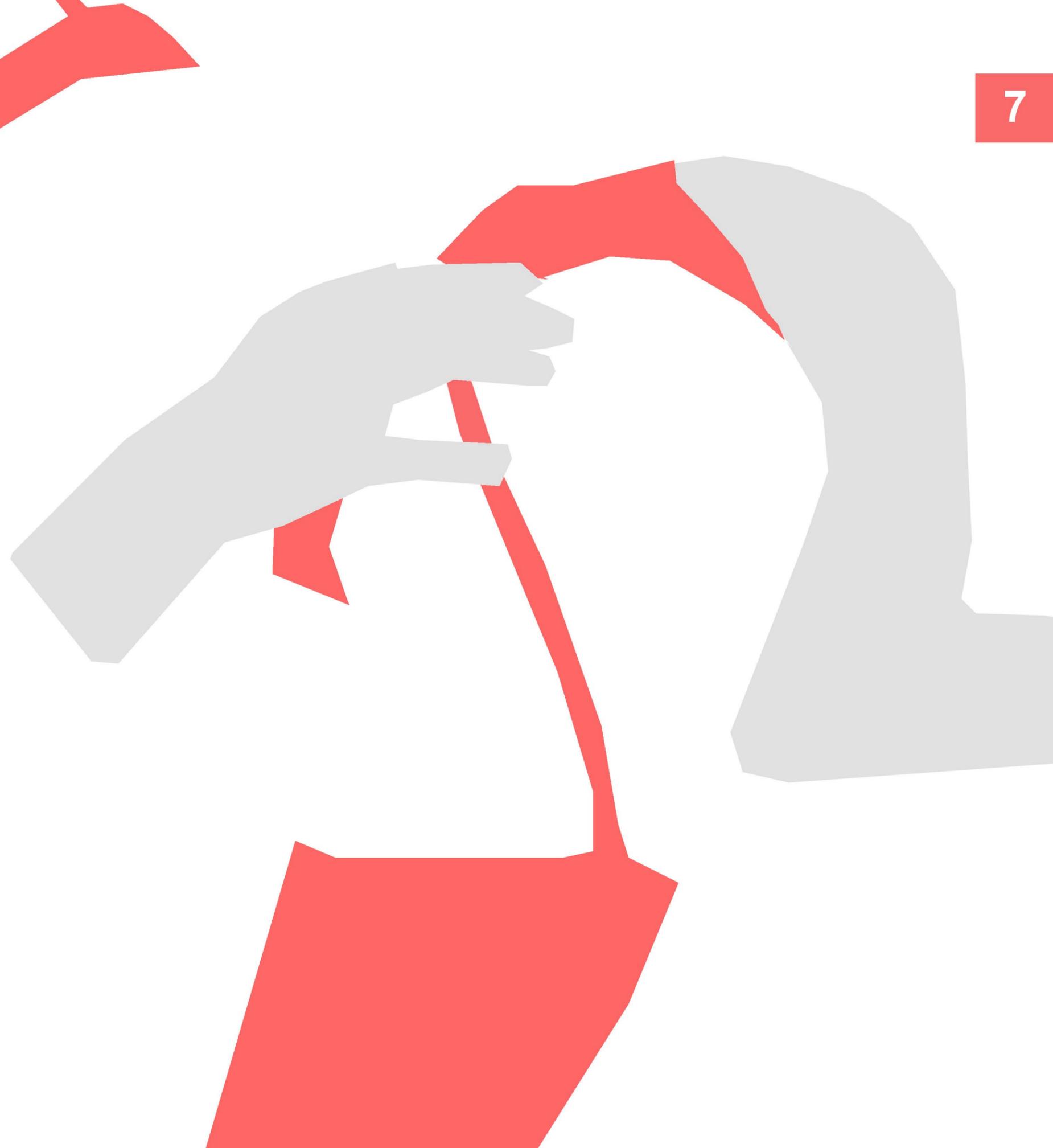
En el siguiente proyecto de creación e investigación se explicitan las inquietudes acerca del erotismo y la seducción en contraste con la cosificación del cuerpo de la mujer, en el mundo de consumo y la seudocultura que en torno a ello se ha construido.

Inicialmente presentaré los intereses y las búsquedas que en mi práctica artística me han permitido explorar este campo, bajo la mirada de algunos teóricos y académicos que han posibilitado configurar el marco teórico y conceptos claves que emergen tras la investigación.

Posteriormente, abordo algunos artistas plásticos tanto nacionales como internacionales para referenciar y soportar desde otra mirada plástica los procesos creativos y de formalización que forman parte de este proyecto.

Paso seguido, propongo un recorrido por las tres propuestas en orden cronológico, que han sido antecedentes y detonantes para este proyecto y adjunto referentes artísticos o temáticos que acompañaron la reflexión cuando los estaba realizando, para dar cuenta de los trayectos investigativos por los cuales he navegado.

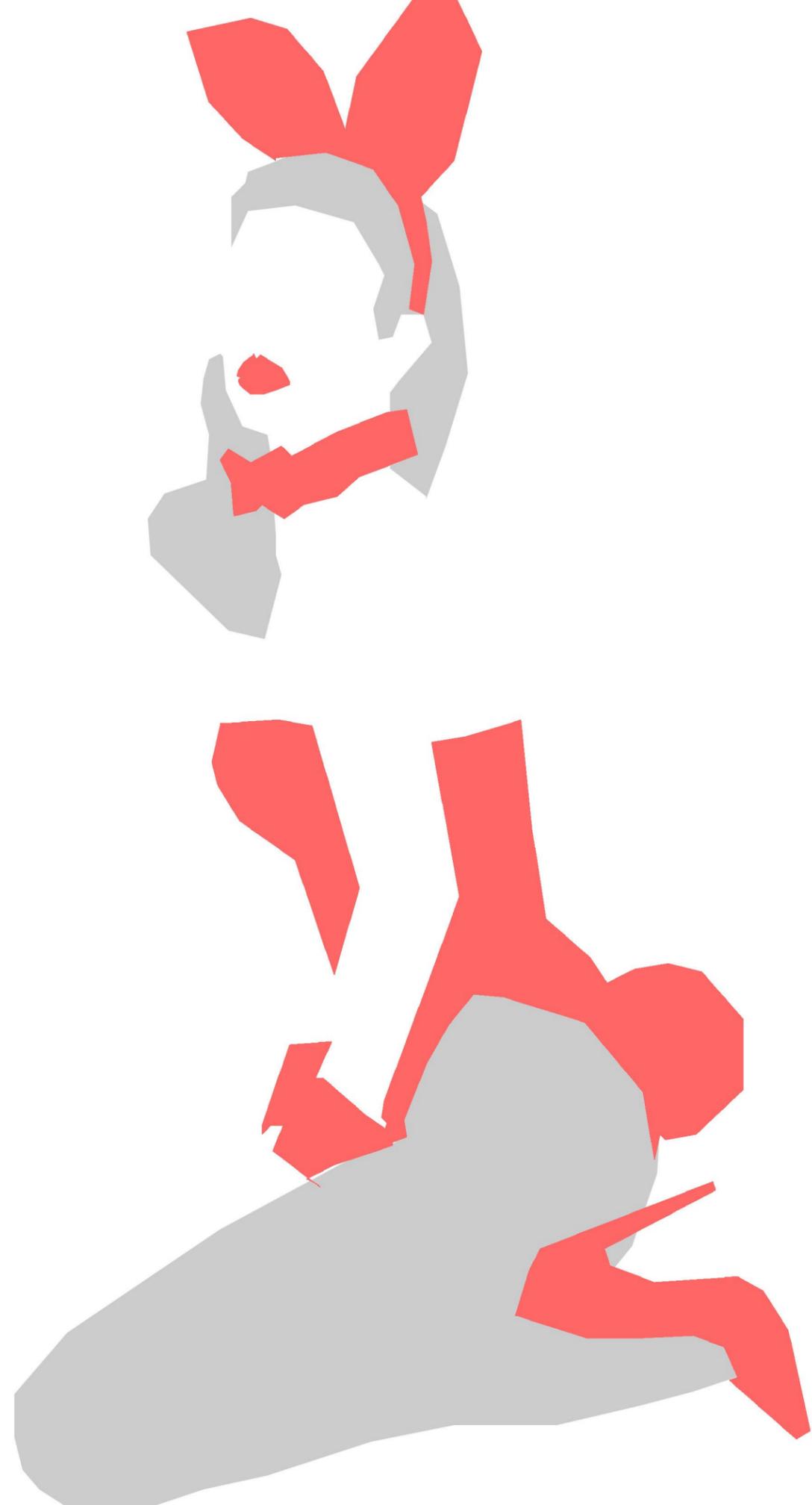
Finalmente, expreso las formas de hacer y operar (metodología) para establecer conexiones con las informaciones encontradas en la investigación, los signos detonantes para las experimentaciones y las configuraciones dadas.



LO PROBLÉMICO

En la sociedad actual de consumo y considerada líquida a la cual alude Zygmunt Bauman, las situaciones y valores de la vida se resignifican, exponiéndose cada vez al cambio. En esa misma línea se encuentra el erotismo y la seducción, tópico abordado desde diferentes esferas de conocimiento: la historia, la filosofía, el arte (pintura, escultura, cine, fotografía): asumido el erotismo como un conjunto de estímulos sensoriales que exhalan e incentivan la atracción entre dos o más personas.

En palabras de George Bataille, el erotismo es la aprobación de la vida hasta la muerte (Bataille, 1997) condición que se vuelve inherente al ser humano y que lo acompañará a lo largo de su existencia. En esa medida, se observa en la sociedad cómo la idea de lo erótico ha permeado lo publicitario, generando situaciones de cosificación del cuerpo. donde se ejercen presión social frente a los estereotipos sobre este para que su apariencia sea aceptada. Frente a lo anterior, como generar situaciones reflexivas que contribuyan a la reinvención del potencial del erotismo y la seducción, desde lo cotidiano en oposición a la cosificación del cuerpo.



RAZONES DE
LAS BÚSQUEDAS
EMPRENDIDAS



“La Sociedad moderna líquida es aquella en que las condiciones de actuación de sus miembros cambian antes de que las formas de actuar se consoliden en unos hábitos y en una rutina determinadas”

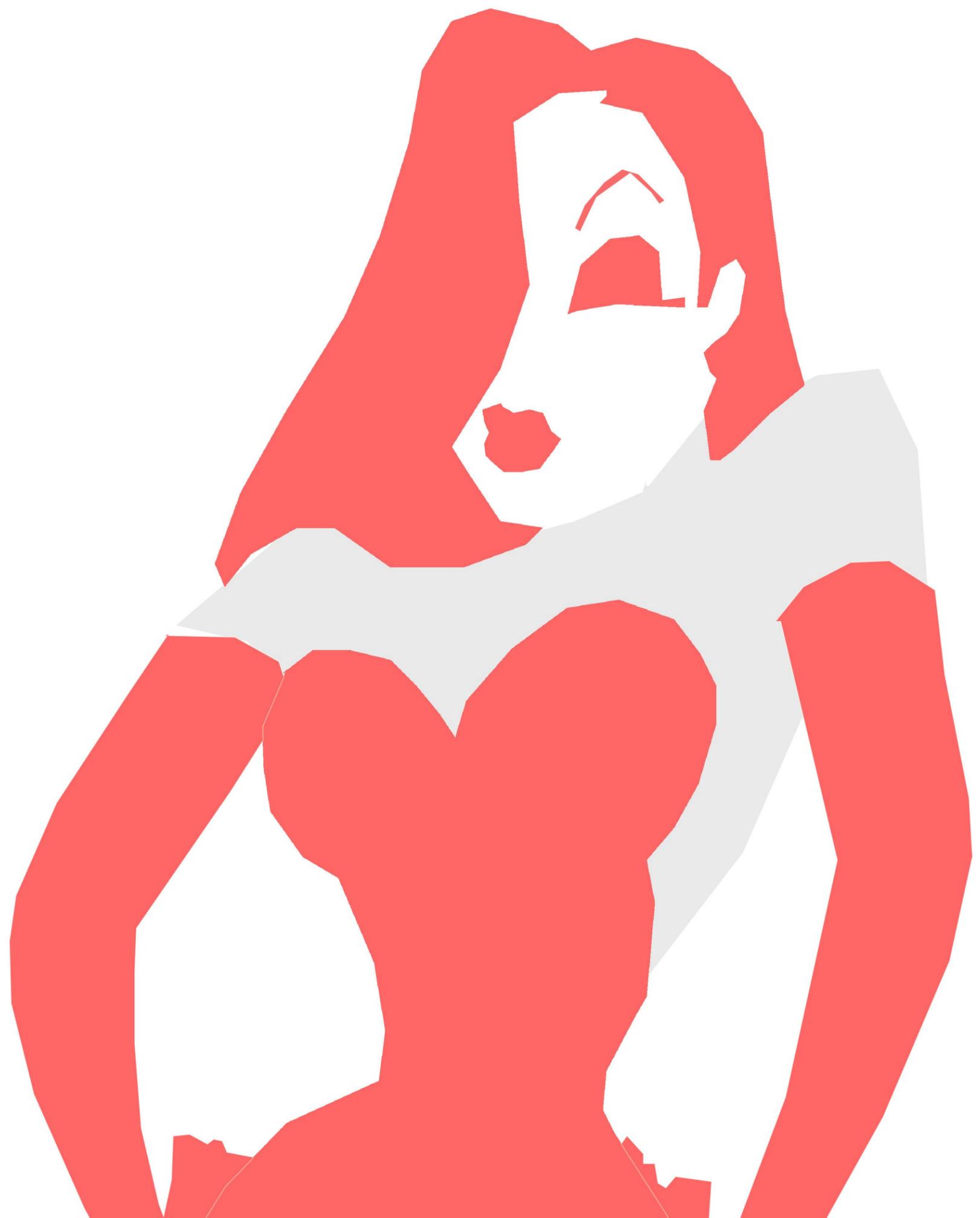
(Bauman, Vida líquida, pág. 9)

Habitamos un espacio y tiempo determinado, el cual nos envuelve haciéndonos olvidar lo frágil, intuitivos, olfativos y sensibles que somos. Nos sumerge en un estado de hipnosis generado por la mediatización de los medios de comunicación y sus diferentes estrategias publicitarias para imponer elementos relacionados con la tendencia en moda, viajes, accesorios, alimentación entre otros.

Este proyecto se enmarca en la necesidad de evidenciar diferentes estrategias mediante las cuales se ha cosificado el cuerpo, estereotipado las conductas y estilos de vida de las personas, en especial el de la mujer, a quien le han impuesto como vestirse y adecuarse a un mundo de apariencias e imaginarios contruidos a partir de la idealización del cuerpo y la felicidad del mismo.

Es por ello que esta propuesta pretende rastrear aquellos signos y elementos que se han privilegiado en la sociedad de consumo en los que se afectan la imagen de las mujeres en sus espacios cotidianos tanto en ámbitos laborales, sociales y familiares, sumergiéndose en un simulacro de idealización con escenas y medidas perfectas. A su vez generar experiencias reflexivas en las que se pongan en tensión conceptos como el cuerpo, la belleza, la autoimagen, seducción y erotismo en contraposición a la cosificación del cuerpo.

¿Cómo generar situaciones reflexivas frente a la cosificación del cuerpo en la sociedad de consumo como acto político? es la pregunta que orienta este proceso en el que busco problematizar las diferentes estrategias de adoctrinamiento empleadas que buscan generar imaginarios colectivos que no corresponden a la realidad.



PREMISAS

“La premisa de que el hombre es un fin en sí mismo, no un medio para alcanzar los fines de otros; de que la vida del hombre, su libertad y su felicidad son suyas por derecho inalienable”

Ayn Rand

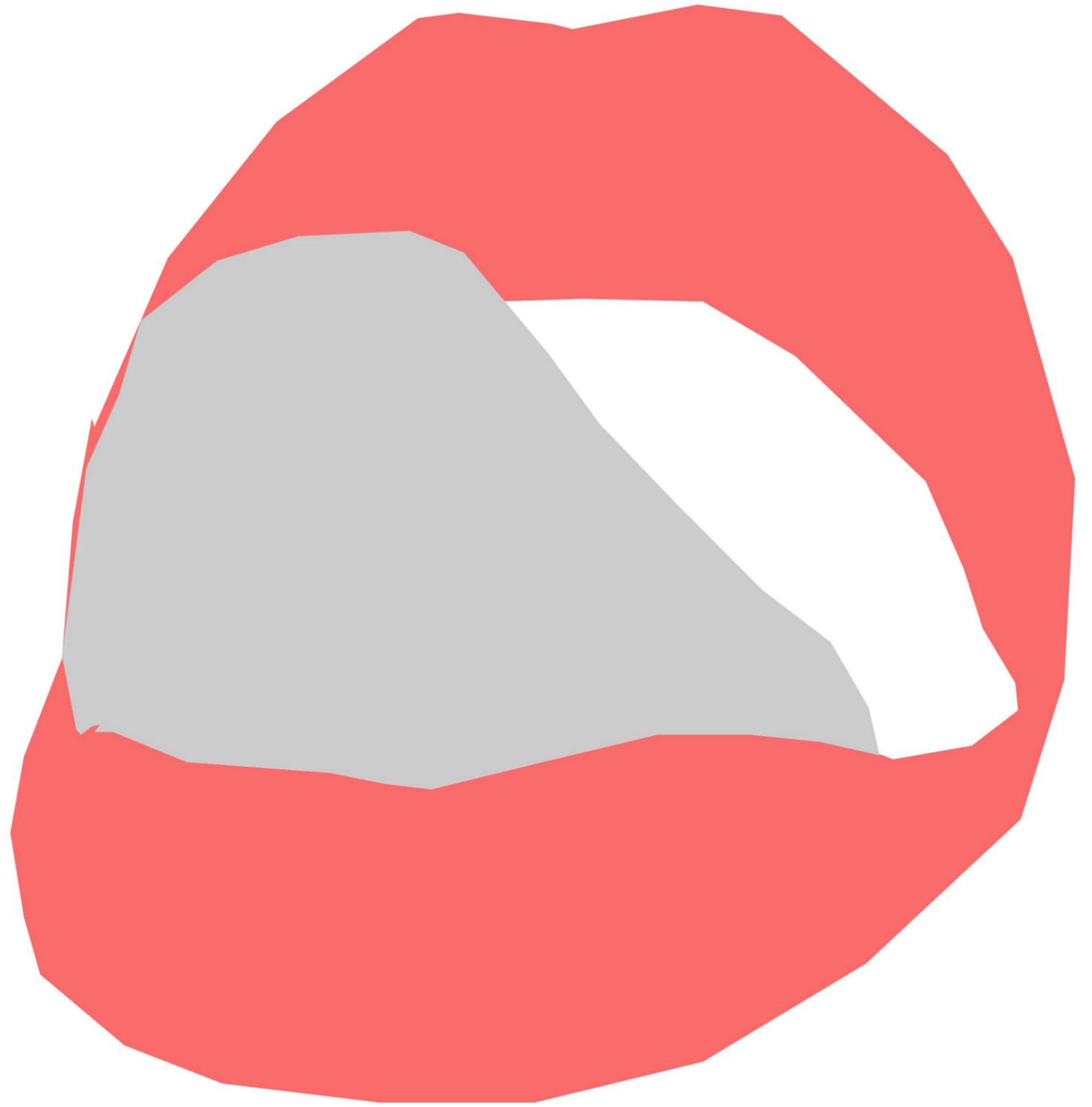
A lo largo del proceso he tenido varias premisas en aras de comprender cuál es el ámbito investigativo en el que ubicaré mis diálogos y reflexiones

2017

- Explorar el erotismo desde las narrativas y sentires cotidianos individuales y traducirlos en agregados sensibles

2018

- ¿Qué ha ocurrido en el contexto actual que la erotización del mundo ha pasado a la sexualización del mismo? Planteamientos reflexivos y críticos.
- ¿Cómo genera crítica del arte frente a la cosificación del cuerpo en una sociedad consumista?
- Generar situaciones de crítica y reflexión frente a la cultura de la piel y la exhibición.
- El erotismo como protesta política frente a la cosificación del cuerpo.
- Consecuencias del paso de la erotización del mundo a la sexualización del mismo.
- Mostrar el potencial del erotismo y la seducción en contra posición con la cosificación del cuerpo y elementos de presión social
- Explicar el porqué de estos gráficos y la importancia dentro del desarrollo de la investigación



UNA MIRADA DESDE
LA EXPERTICIA

4

Juhani Pallasmaa, reflexiona un poco acerca de la priorización que se le ha dado en la cultura al ojo. (Pallasmaa, 2005) plantea que la vista y el oído son ahora los sentidos socialmente privilegiados, mientras que se considera a los otros tres como restos sensoriales arcaicos como una función meramente privada y, normalmente, son suprimidos por el código de la cultura. Ampliar

Zygmunt Bauman (Bauman, 2003) en su texto la modernidad líquida, en la que afirma que la disolución de los sólidos, es el rasgo permanente de la modernidad, ha adquirido por tanto un nuevo significado, y sobre todo ha sido redirigida hacia un nuevo blanco: uno de los efectos más importantes de ese cambio de dirección ha sido la disolución de las fuerzas que podrían mantener el tema del orden y del sistema dentro de la agenda política. De tal manera que en la actualidad las situaciones y experiencias se vuelven más gaseosa, poco concretas, las cuales duran poco y se encuentran en constante movimiento.

Así mismo el momento de la modernidad fluida, son los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y las acciones colectivas, las estructuras de la comunicación y coordinación entre las políticas de vida individuales y las acciones políticas colectivas. (Bauman, 2003) permitiendo la configuración de una sociedad que surge del resultado de la suma de intereses, sobre necesidades creadas por el mismo sistema con el ánimo de que circule el consumo y la utilización de bienes y servicios.

En este siguiente apartado trataré de abordar algunas perspectivas teóricas que dan soporte a los ámbitos abordados en esta investigación relacionados con las búsquedas, reflexiones y experimentaciones dadas. Cabe aclarar que el proceso de investigación de manera inicial se centró en el deseo, la seducción, el erotismo y como estos se iban desvaneciendo en la sociedad actual, proponiendo reflexionar muy desde la sensibilidad, el sentir y donde el espectador se involucrara con las obras. Sin embargo, mediante búsquedas y nuevas configuraciones la inserción en los medios masivos de comunicación, me permitió navegar en otras lecturas y lenguajes para ampliar en campo de acción y reflexión.

En esa línea traigo a colación algunos autores que han teorizado acerca de la sociedad de consumo, la presencia de los sentidos en la construcción de los agregados culturales, el erotismo, la seducción y la sociedad líquida.

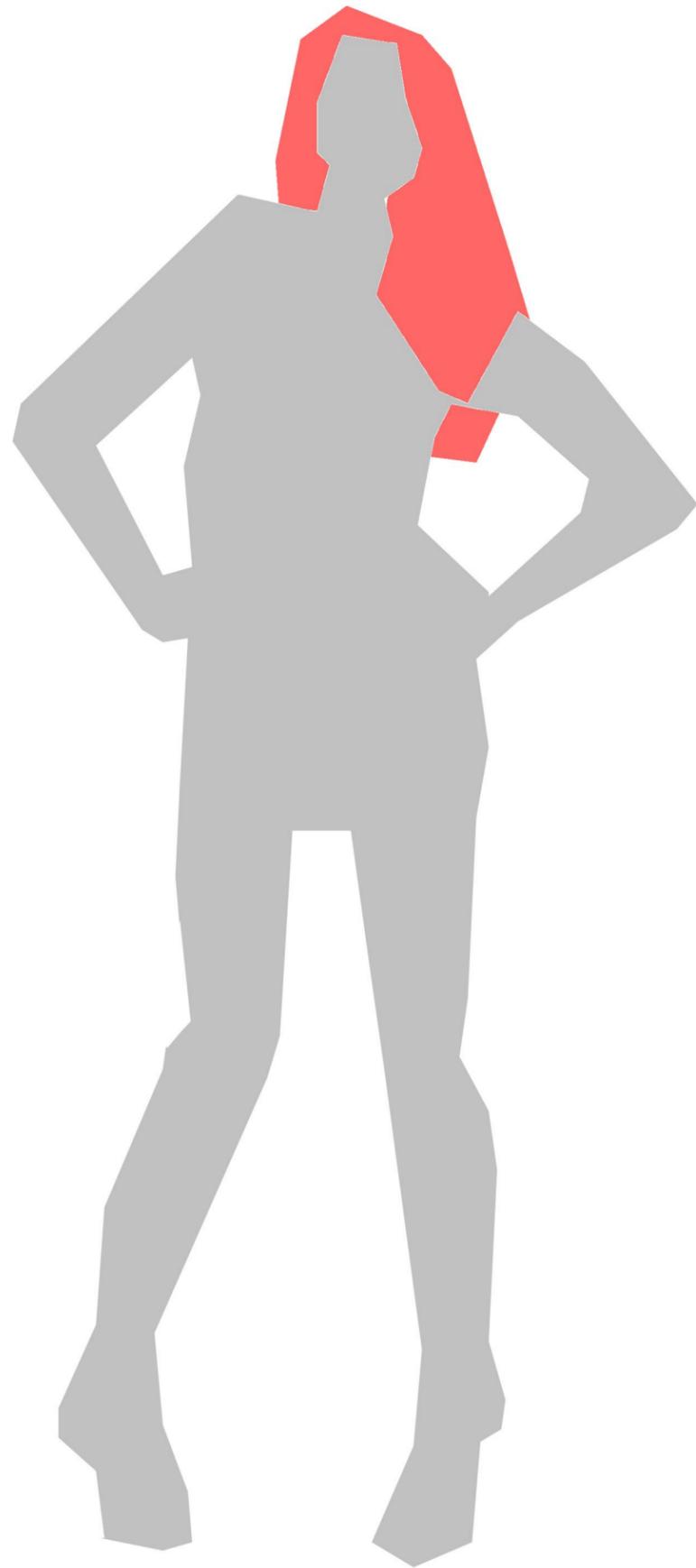
George Bataille desde su quehacer como ensayista, novelista y poeta, ha incursionado en el mundo de lo sensible y (Bataille, 1997) expresa que toda la operación del erotismo tiene como fin alcanzar al ser en lo más íntimo, hasta el punto del desfallecimiento. El erotismo, tal como la inteligencia lo toma en consideración como cosa, es, con el mismo título que lo es la religión, una cosa, un objeto monstruoso. Además, enuncia que el erotismo y la religión se nos cierran en la medida en que no los situamos resueltamente en el plano de la experiencia interior. Los situamos en el plano de las cosas, las que conocemos desde fuera, si cedemos, aunque sea sin saberlo, a la prohibición.

En ese mismo orden de ideas se encuentra Jean Baudrillard ensayista y sociólogo francés. Dentro de su campo de trabajo e investigación (Baudrillard, 1981) analizó las modernas sociedades de consumo, centrándose en los medios de comunicación como creadores de simulacros (manipulación de información, cifras oscilantes) y de la cultura virtual como concreción de un mundo hiperreal en que los sujetos pasan a ser objetos. Nos muestra cómo la cultura construye una realidad que obedece a unos intereses particulares, que propende por inducir y alienar al otro y los otros. Es por ello que, la seducción es siempre más singular y más sublime que el sexo, y es a este al que le atribuimos el máximo precio. En ocasiones se convierte en una constante para el diseño de estrategias y acciones puntuales frente a la comercialización de productos y servicios.

NOCIONES

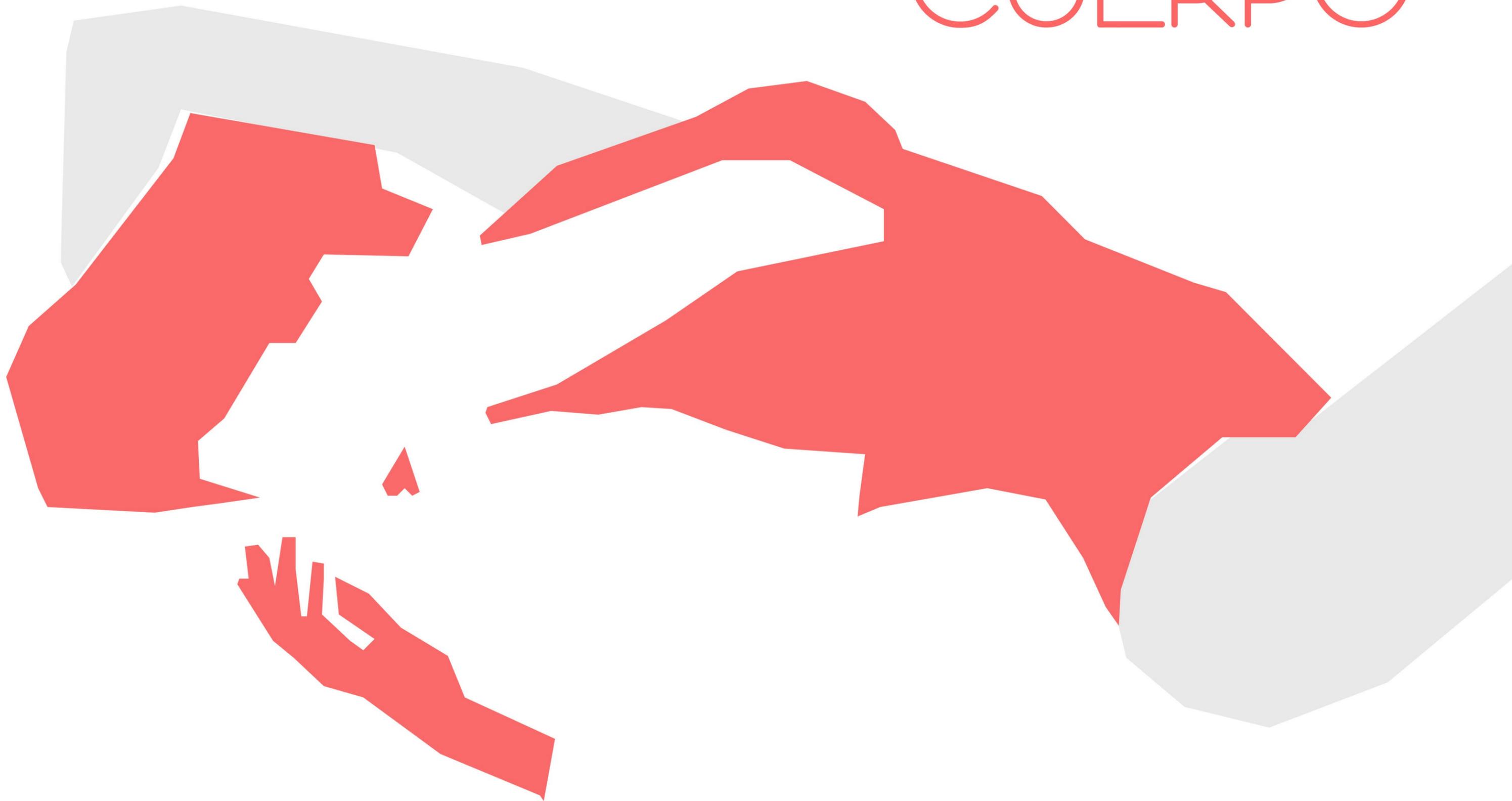
CLAVES

4.1



En este apartado relaciono algunos conceptos claves dentro del desarrollo de este trabajo, los cuales permiten ganar en comprensiones y sirvieron de soporte para reflexionar sobre los elementos que fueron emergiendo en la medida que me adentraba a lo sensible, pero también a lo masivo de los medios de comunicación.
A saber:

CUERPO



Desde la filosofía griega el cuerpo es ante todo materia, distinta y opuesta a la no materia entendida como razón, amor, inteligencia, espíritu, alma etc. Desde Parménides se le concede a la no materia un status superior, el status del ser. La materia, en cambio, resulta un obstáculo para la trascendencia del ser; obstáculo que, sin embargo, en gran parte de la cosmovisión griega, es capaz de ser domesticado a tal punto de “colaborar” con la razón. Este es el papel que, en parte, se le asigna a la gimnástica o arte del gimnastés. (Crespo, 2003)

Desde el existencialismo (Satre, Marleau-Ponty, Marcel) instala en el mismo sentido la fórmula “ser cuerpo”. Este “ser cuerpo” no está determinado por una convicción biológica ni puramente inspirado en una postura materialista, sino en la experiencia, en la “vivencia” del ser. El hombre es cuerpo porque corporalmente siente, piensa, se mueve, se relaciona. La trascendencia de lo humano consiste en ser cuerpo y ser más que cuerpo, siempre desde la realidad material que el cuerpo conforma. El cuerpo aparece, así como una representación, una dimensión simbólica: una cristalización particular de los significados del colectivo social que supone/incluye la dimensión material de lo real (Taviera, 2010)

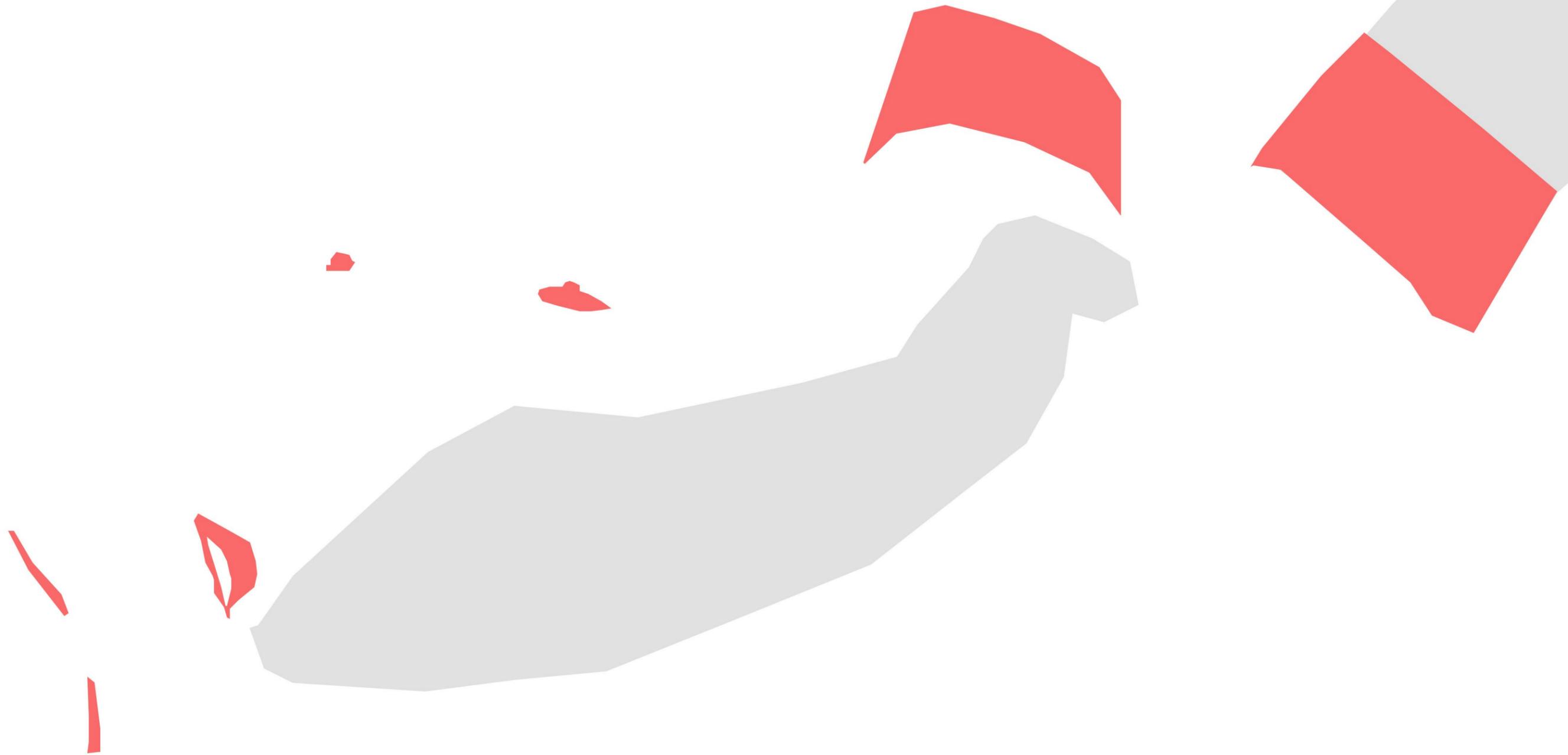
Asumido el cuerpo como construcción social, el ser humano experimenta diferentes cuerpos en función de los diferentes roles que, en tanto actor tipificado, pueda llevar a cabo en la sociedad. En este sentido, el hombre tiene un cuerpo, se experimenta a sí mismo como entidad que no es idéntica a su cuerpo, tiene un cuerpo a disposición. Del mismo modo, la experimentación que cada ser humano tiene de su cuerpo estará íntimamente relacionada con la trama sociocultural de su origen. La vivencia corporal de una mujer hindú suele ser muy diferente a la de una mujer occidental americana. (Crespo, 2003)

El cuerpo como realidad construida desdibuja sus contornos individuales para aparecer como un cuerpo literalmente social, del cual cada cuerpo singular es un ejemplo particular, particularmente construido en la confluencia de significados privados y sociales, familiares y culturales, sencillos y complejos, presentes y pasados; cuya historia comienza antes del nacimiento y se prolonga más allá de la muerte no sólo en los términos que ha señalado el psicoanálisis sino en el sentido de un cuerpo cuya incorporación a la cultura le exige in-corporar en sí mismo a la cultura. (Crisorio, 1998)

Foucault (1994) en su caso, considera que el cuerpo no es una superficie neutral con respecto a la historia, entendiendo a esta última no como un lento movimiento de progreso sino como el resultado del constante juego azaroso de las dominaciones. El cuerpo, además de constituir la sede material de procesos fisiológicos y metabólicos, queda prendido en el interior de poderes muy ceñidos que, a partir de los siglos XVII y XVIII (la edad clásica para Foucault), se vuelven tan eficaces como sutiles (Crespo, 2003)

Desde el campo más del arte (Ortiz, 2009) expone que el cuerpo como representación artística tiene tanta historia como las pinturas de Altamira; sin embargo, el cuerpo como objeto de arte, como protagonista, como ente que experimenta mutaciones y metamorfosis, incluso transgrediendo la realidad. Realiza un recorrido histórico del cuerpo desde una mirada estética y como en la actualidad el cuerpo sigue siendo objeto de estudios para prácticas y tendencias artísticas.

EROTISMO



El erotismo involucra a la persona de forma íntegra: física y psicológicamente, representa la forma en la que expresa para sí y los demás, sus deseos, fantasías y sentimientos más íntimos. Son innumerables las distintas maneras en la que cada uno de nosotros lleva o no a la realidad estos deseos, y manifiesta su “ser erótico”: desde una cena romántica en la playa hasta una sesión de sadomasoquismo, un trío o intercambio de pareja, por mencionar algunas. No todas estas manifestaciones eróticas son de carácter exótico ni rayan en lo extremo. (Morales, 2019)

Erotismo es el conjunto de estímulos sensoriales que exaltan e incentivan la atracción entre dos personas. La palabra erotismo designaba originalmente al amor apasionado unido con el deseo sexual, sentimiento que fue personificado en el dios griego Eros. (Coronado, 2018)

¿Pero quién era Eros? (Meguerian, 2019) plantea que el mito de Eros y Psique narra la lucha por el amor y la confianza entre Eros (o Cupido) y la princesa Psique. En la mitología, Eros representaba el poder sobrecogedor del amor, que por su fuerza puede también destruir. La palabra “psyche” puede ser traducida como “vida” y como “alma”. Se cuenta entonces como la historia del dios del amor y una mortal atraviesan situaciones de intriga y traición, pero también de deseo de recuperar lo perdido a costa de los sacrificios impuestos por la Diosa Afrodita.

Tiene una relación evidente con la sensualidad y la sexualidad. Sin embargo, el erotismo va más allá de la sensualidad, dado que comprende expresiones faciales complejas, acciones corporales y las manifestaciones verbales. El erotismo se manifiesta a través de la liberación de ciertas endorfinas causadas por la estimulación mental y visual. Comprende expresiones faciales, acciones corporales y manifestaciones verbales. A su vez este término está vinculado con la emoción y atracción de los sentimientos, es decir, conductas y actitudes manifestadas que incitan a la interacción y actividad sexual

El ser humano por ello está en búsqueda constante de manifestar su ser erótico, acudiendo a un lenguaje erótico. Cabe aquí la pregunta cuando se manifiesta el erotismo, esta se involucra de manera integral: lo físico y lo psíquico, representa la forma como expresa para sí y los demás sus deseos, fantasías y sentimientos más íntimos. Dentro del lenguaje erótico no existe una característica específica, por tanto, involucra todos los sentidos, sensaciones y emociones; intercambio de miradas, palabras, gestos. (Carvajal, 2015)

En esa media entonces, (Carvajal, 2015) enuncia que el erotismo en cualquiera de sus formas permite que el hombre se ponga en cuestión, es decir, es una experiencia que consiente en que la vida íntima vibre a través de las fuerzas que intervienen en la experiencia erótica, en contraposición con los afanes del mundo moderno, pues el erotismo es la apertura al instante donde el hombre se envuelve en violencia, muy contrario al mundo cotidiano, en el cual éste refiere su vida a la conservación a partir de los proyectos. Como la cotidianidad establece formas de hacer y de pensar en las que las personas se vuelven más públicas y ajenas a sus percepciones y sensaciones.

Según (Bataille, 1997) El erotismo, es la aprobación de la vida hasta la muerte. En esa misma línea, “La exuberancia de la vida, es el sentido fundamental de la reproducción es la clave del erotismo” “Todos los animales sexuados acceden a la actividad reproductiva, pero solo el hombre ha hecho de su actividad sexual, una actividad erótica”

Para George Bataille, dentro de su discurso argumenta que somos seres discontinuos y que nos pasamos la vida buscando la continuidad, por ello habla de tres tipos de erotismo, el erotismo de los cuerpos, de los corazones y del sagrado. El erotismo de los cuerpos tiene de todas maneras algo pesado, algo siniestro. Preserva la discontinuidad individual, y siempre actúa en el sentido de un egoísmo cínico. El erotismo de los corazones es más libre. Si bien se distancia aparentemente de la materialidad del erotismo de los cuerpos, procede de él por el hecho de que a menudo es sólo uno de sus aspectos, estabilizado por la afección recíproca de los amantes.

Todo ser va en busca de su continuidad. El terreno de lo ser erótico es a violencia, es decir, el erotismo es una violación del ser. Toda la operación el erotismo tiene como fin alcanzar al ser en lo más íntimo, hasta el punto de desfallecimiento” (Bataille, 1997)

Al hablar de erotismo también se puede remitir a la exaltación del amor físico desde el campo artístico, ya sea literatura, cine, teatro, pintura o escultura. Como ejemplos se pueden destacar en películas Instinto básico (1992) o Nueve semanas y media (1986), desde la pintura, La maja desnuda de Goya o El baño turco de Ingres, y desde la escultura El beso o El baño de Venus de Rodin. (León, 2019)

SEDUCCIÓN



“Cómo ya no es posible definirse por la propia existencia, sólo queda por hacer un acto de apariencia sin preocuparse de ser, ni siquiera de ser visto. Ya no: existo, estoy aquí; si no: soy invisible, soy imagen, look.”

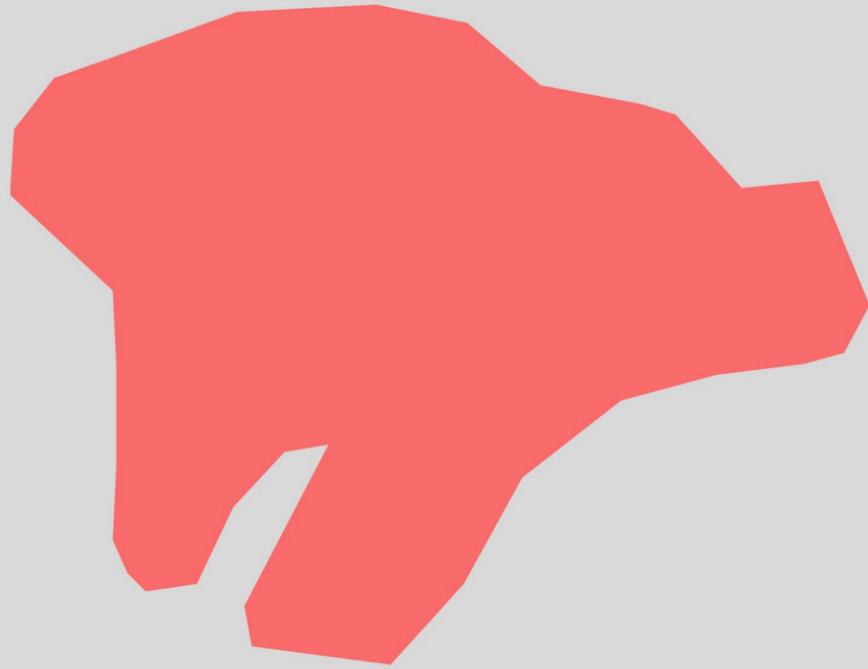
Jean Baudrillard

Término en los que muchos han teorizado y reflexionado, al respecto (Baudrillard, 1981) enuncia que “Sólo la seducción se opone radicalmente a la anatomía como destino. Sólo la seducción quiebra la sexualización distintiva de los cuerpos y la economía fálica que resulta” En esa misma línea (Baudrillard, 1981) plantea que “La seducción es más inteligente, lo es de forma espontánea con una evidencia fulgurante no tiene que demostrarse, no tiene que fundarse- está inmediatamente ahí, en la inmersión de toda pretendida profundidad de la realidad, de toda psicología, de toda anatomía de toda verdad. De todo poder. Nada le pertenece solo las apariencias”. (Baudrillard, 2005, pág. 17)

Jean Baudrillard hace énfasis en el hecho que el hilo conductor es la forma valor-signo, como forma universal que adquieren los objetos en la sociedad de consumo. “Lo simbólico no es ni un concepto, ni una instancia, o una categoría, ni tampoco una estructura, sino un acto de intercambio y una relación social que pone fin a lo real, que disuelve lo real y al mismo tiempo disuelve la oposición entre lo real y lo imaginario” (Baudrillard, 1981) Cabe resaltar que, los signos y lenguajes culturales no corresponden en realidad a aquello que se oferta , sino en los imaginarios que se edifican.

Cuando se factura la seducción, cuando se encasilla y se convierte en beneficios para otros, pierde su sentido, su esencia y se convierte en algo diferente, que distorsiona y aleja de la concepción, a propósito (Baudrillard, 1981) afirma que “La desnudez funcional lo borra todo con la espectacularidad única del sexo. Y cuándo la publicidad y el mercadeo fábrica situaciones cae en la producción, la seducción retira algo del orden de los visible la producción lo erige todo en evidencia, ya sea la de un objeto o, una cifra o un concepto”

DESEEO



“Las sociedades modernas se han convertido en fábricas de personas enfermas (...). Maniqués que dictan la moda y sirven de patrón de belleza para más de dos millones de mujeres. El culto al cuerpo excesivamente delgado difundido por los medios de comunicación está generando una psicosis social colectiva que asesina la autoestima y la imagen...”

(Martínez, 2015)

Otra palabra que ha dado sentido y norte a la investigación, En su libro (Punset, 2006) afirma que el deseo nos saca de nosotros mismos, nos desubica, nos dispersa y proyecta, nos vuelve excesivos, hace que vivamos en la improvisación, el desorden y el capricho, máximas expresiones de la libertad llevada al paroxismo.

El deseo reivindica la vida, el placer, la autorrealización, la libertad. Unos planifican su vida, mientras que otros la viven al ritmo que les marca el deseo. El deseo de vivir y de hacerlo a su manera. Por eso sus autobiografías son más descriptivas que explicativas, pues sus vidas no tanto se deben a los resultados u objetivos cumplidos, sino al sentido inherente al mismo proceso de vivir. Y este proceso, de uno u otro modo, lo establece siempre el deseo. Si bien el deseo rebosa incertidumbre acerca del itinerario, a muchas personas les garantiza la seguridad en cuanto a los pasos dados.

Desde un enfoque psicoanalista, Sigmund Freud y Lacan se han acercado a la definición y comprensión de este término, presente en sus estudios y reflexiones. (Daneri, 2015) retoma en Freud el concepto de deseo donde la realidad se construye por “el rodeo que tiene que dar el deseo para alcanzar su satisfacción”. Pero el llamado cumplimiento de deseo, es la alucinación, el camino hacia atrás. Generando una mirada retrospectiva de aquello que se desea y que es posible que se alcance o no.

De esa misma forma para Lacan según (Daneri, 2015) el deseo es deseo del deseo del otro, no solo deseo de un objeto, sino desear el deseo del otro. Como no es solo un asunto individual, sino que se vuelve colectivo. Allí cobra fuerza y potencial la influencia de las masas, lo medio de comunicación masivos, la publicidad y los estereotipos configurados

SENSUALIDAD



“La publicidad se basa en la observación de que un sujeto es en realidad dos: el que es y el que le gustaría ser”

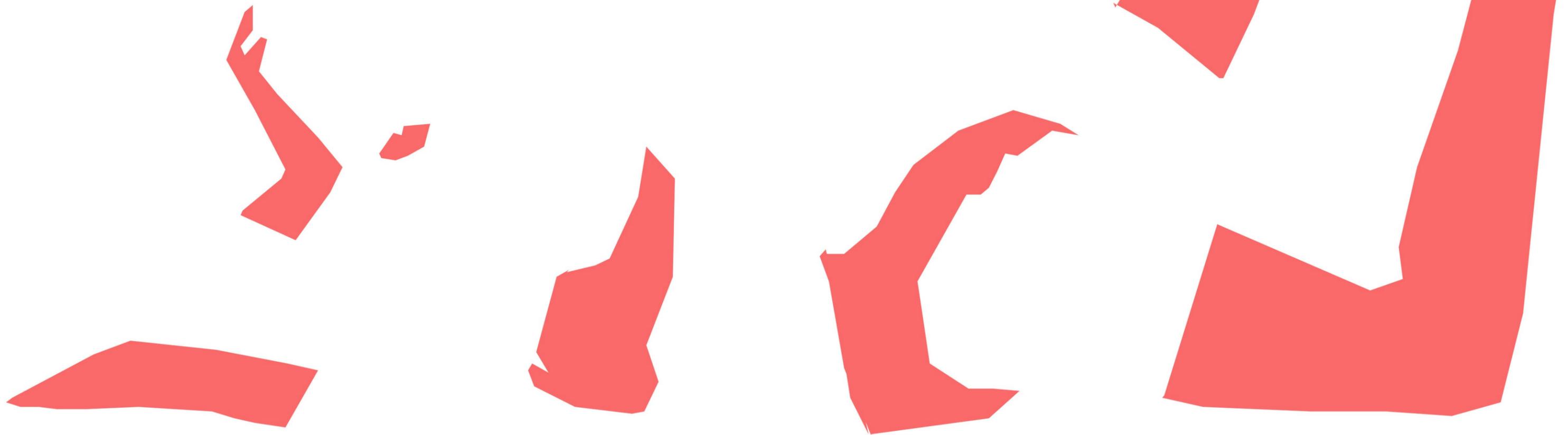
William A. Feather .

Se denomina sensualidad (término que procede del latín *sensualitas*), por lo tanto, a la cualidad que favorece la estimulación sexual. En el caso de las personas, la sensualidad se asocia a la personalidad y a la apariencia física: cuando estos dos factores logran despertar el deseo sexual en otros individuos, se dice que la persona es sensual. Debido a que la atracción sexual es subjetiva, no existe un único tipo de sensualidad. Sin embargo, hay características o elementos comunes que suelen ser compartidos a nivel social y que permiten afirmar que determinadas personas cuentan con una gran sensualidad, ya que atraen a muchos hombres y/o mujeres. (Definiciones, 2018)

Por su parte para (Luque, 2019) lo sensual se define como lo relativo a los sentidos y como aquello que satisface los placeres ligados a esos sentidos, especialmente de carácter sexual. Es decir, que la vinculación entre lo erótico y lo sensual viene dada por su carácter sexual.

Desde un enfoque más artístico (Parra, 2004) plantea que el erotismo y la sensualidad han estado presentes en las artes plásticas como una forma de culto al cuerpo, de honrar la belleza, tanto femenina como masculina. También en La Biblia está el erotismo presente, como en el Cantar de los Cantares. Según (Luque, 2019) explica cómo existían tratados medievales que regulaban cómo debían ser las relaciones sexuales entre los matrimonios, pues si bien era algo pecaminoso, era obligación de los cónyuges tener descendencia, además en la Edad Media se pensaba que si ambos no llegaban al clímax, la concepción no era posible, por ello la solución pasaba por tratar de disfrutar lo menos posible durante el acto, lo justo para poder lograr que la mujer quedara encinta. Este pensamiento, trajo terribles consecuencias para las mujeres, como que aquellas que quedaban embarazadas fruto de una violación, fueran culpadas, porque según esta teoría habrían disfrutado del acto.

COSIFICACIÓN DEL CUERPO HUMANO



“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo.”

Albert Einstein .

En relación a este concepto (Martínez, 2015) enuncia que en el fragmento de la novela “La dictadura de la belleza y la revolución de las mujeres” de Augusto Cury, hace que nos planteemos diversas cuestiones sobre el ideal de belleza femenino que se promueve en nuestra sociedad: ¿Quién contribuye a la creación de dicho ideal? ¿Por qué se vende un modelo de belleza inalcanzable?, ¿Por qué ese patrón se ha dirigido (en su mayoría) hacia la mujer?, ¿Qué tipo de mujer nos venden a diario?, ¿Por qué manipulamos y destruimos nuestro cuerpo para alcanzar esa “perfección”?

Como consecuencia, estas cuestiones nos remiten a la existencia de una presión social y colectiva sobre la corporalidad femenina, creada y fomentada por agentes sociales y empresarios visionarios como la industria de la moda, publicidad, cine y medios de comunicación. Que muestran una belleza irreal e insalubre (Martínez, 2015).

Como resultado del trato y manejo del cuerpo de manera social, este se convierte símbolo de la sociedad que cambia a lo largo de la historia/cultura y que está sujeto a la presión social. Una presión, que en la actualidad se dirige mayoritariamente a la corporalidad femenina, porque históricamente ha sido más vulnerable y ha estado más sometida a la imagen/estética. En esa medida, diariamente podemos ver una presión corporal que se fomenta con mensajes que venden la idea de que la perfección y la felicidad se pueden alcanzar con la juventud y delgadez. Según Alfredo Cruz y Jean Baudrillard, se trata de un mensaje que muestra que asistimos a una crisis sobre la corporalidad, porque se ha cargado de artificialidad y frivolidad. Reduciendo todo a la apariencia.

REFERENTES ARTÍSTICOS

5



REFERENTES NACIONALES

ADRIANA MARMOREK



*Artista plástica.
Bogotá, Colombia (1969)*

Los inicios artísticos de Marmorek están en el campo de la escultura, expandiendo después horizontes a la fotografía, el video y la instalación, hasta llegar a lo que ella define como “arquitectura del deseo”. Es este un concepto evolutivo y contemporáneo que define los parámetros de la actividad creativa de la artista colombiana, y que se constituye como elemento de análisis sociológico sobre el deseo en nuestro mundo actual.

El “pequeño laboratorio de alquimia” de Marmorek, como ella misma describe su trabajo, se compone de instalaciones y objetos escultóricos en torno a las relaciones humanas, particularmente a la sexualidad, de la que dice “es la energía más potente que existe y tiene muchos niveles de lectura. todo depende de quién la mira, y quien la mira, ya nunca mirará igual”

Los inicios artísticos de Marmorek están en el campo de la escultura, expandiendo después horizontes a la fotografía, el video y la instalación, hasta llegar a lo que ella define como “arquitectura del deseo” Es este un concepto evolutivo y contemporáneo que define los parámetros de la actividad creativa de la artista colombiana, y que se constituye como elemento de análisis sociológico sobre el deseo en nuestro mundo actual.

Ella se relaciona con mi obra en la medida que explora, investiga y genera agregados sensibles desde la reflexión por el cuerpo, el erotismo y la seducción.

Su discurso no se limita al elemento erótico, sino que incorpora también elementos sociales, históricos y humanos, fundamentalmente relativos al imaginario occidental y a su cuestionamiento.

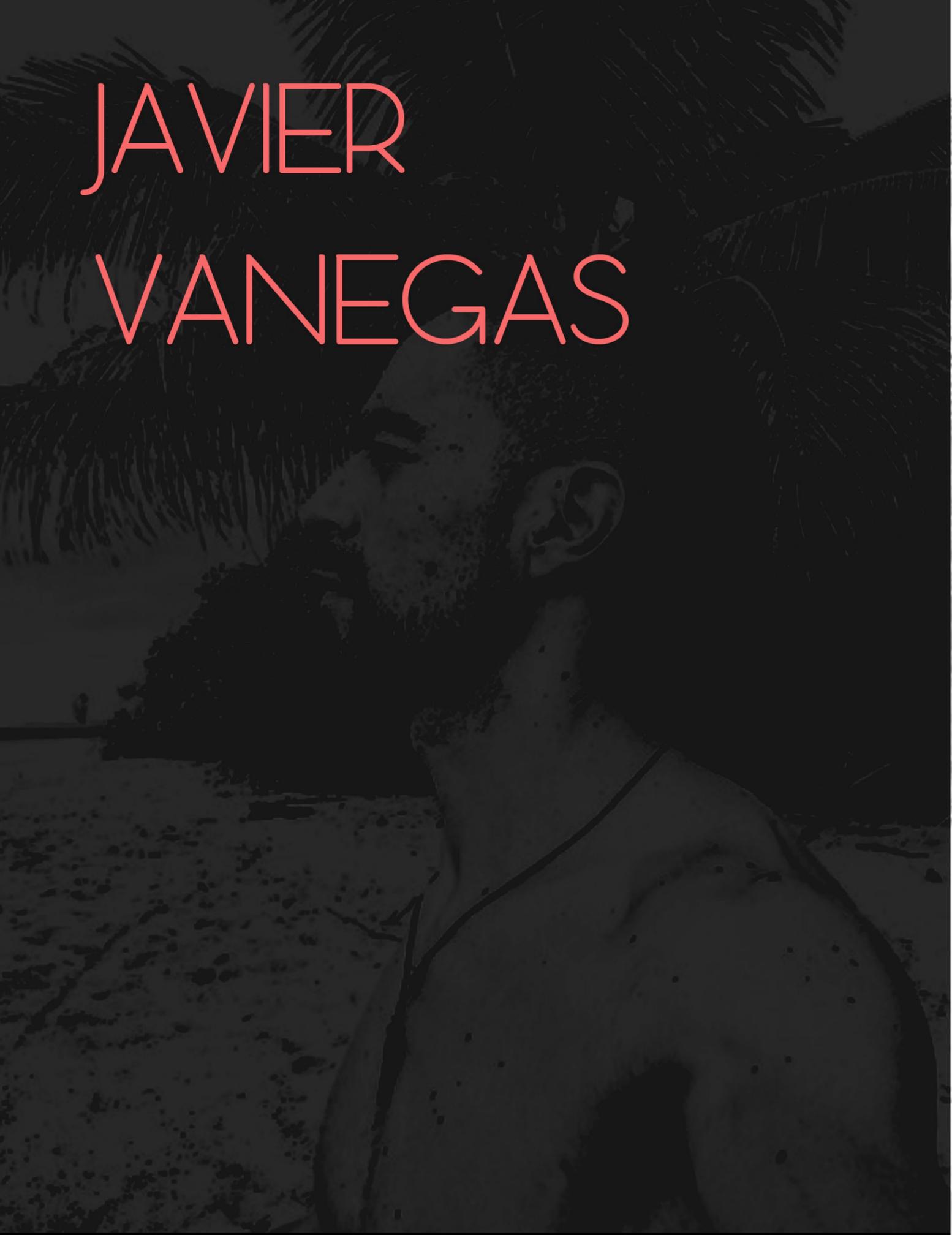
La intervención directa del espectador en la obra es fundamental. objetos como los espejos, los cuartos contruidos, las cajas semiabiertas, las ventanas o las proyecciones en paredes y techos sirven como conducto de voyeurismo, vigilancia, autoanálisis e introspección, confluyendo en él, siglos de tradición artística y de asimilaciones socioculturales. La acción participativa del espectador contribuye a la creación última y la completa.



1. A través del espejo .Adriana Marmorek. 2007

2. Lip- Stick. Adriana Marmorek. 2010





JAVIER VANEGAS

*Artista plástica
Bogotá, Colombia (1984)*

Es conocido por su versatilidad en el desarrollo de instalaciones y también en la fotografía. Este artista plástico actualmente es profesor de la universidad de Los Andes, de la Javeriana y de la Tadeo. Pero no solo de la cátedra vive el hombre: ha expuesto su obra en Inglaterra, Venezuela, Estados Unidos y, claro, en Colombia.

Trabajó como profesor del Departamento de Artes de la Universidad de los Andes donde ofreció la asignatura de Fotografía Experimental, igualmente estuvo a cargo de la asignatura Fotografía Artística en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y la clase Fotografía Avanzada de la Pontificia Universidad Javeriana. Desde el 2012 es miembro del Colectivo Si Nos Pagan Boys, iniciativa de autogestión independiente. Es el director y co creador del Salón Universitario de Fotografía, plataforma de difusión y visualización de las propuestas fotográficas que nacen en el ámbito de la educación superior de Colombia.

Además, ha añadido en las bienales internacionales de Asunción Paraguay y Curitiba Brasil. En la actualidad es uno de los artistas representados por la Galería El Museo, lo que le ha permitido exponer su obra en las ferias de São Paulo, Río de Janeiro, Londres, Miami, Lima, Caracas, Madrid, Nueva York y Bogotá.

La instalación está compuesta por 250 trampas dispuestas en el piso de la galería. El proceso fotográfico es conocido como emulsión de nitrato de plata. En el caso particular de las trampas la imagen es revelada sobre madera (pino).

Él se relaciona con mi obra en la medida que aborda la problemática del cuerpo y sus escenarios de exhibición de tal manera que el espectador pueda intervenir con sus obras.



1. *Human Tra (m)* p. Javier Vanegas. 2014
2. *Detalle.*

ANDREA REY



*Artista plástica
Bucaramanga, Colombia (1980)*

Maestra en artes. Se ha desempeñado como docente del Programa de Artes Plásticas de la Universidad Industrial de Santander, en su país natal y como coordinadora y tallerista de los Laboratorios de Artes Visuales del Ministerio de Cultura colombiano. Dentro de su trabajo artístico, ella realiza una investigación vinculada con la mujer y todas sus cicatrices que, a lo largo de su historia, recolectan, viven y perpetúan en sus cuerpos.

Andrea Rey plantea, estudié marcas, formas, movimientos, texturas de la piel y las llevé a la tela. Luego, llevé la tela y el encaje a tocar la piel, considerando lo que se estampa en ella en el transcurso del tiempo, a través de experiencias de contacto” En relación con la obra denominada Marcas de contacto, en la que se aborda la piel de la mujer, emulando en tela, tejidos y textiles que da cuenta de una memoria y una huella.

Frente a su trabajo Vanguardia 2020 afirma que Andrea frente a su exposición la enuncia como un trayecto que implicó una recolección creativa: coleccioné cicatrices, estrías, lunares y otras marcas de mujeres que pertenecen al mundo de mis afectos, al mismo tiempo recolecté telas y encajes de las artesanas.

Si bien su eje problémico central no es el consumo ni la cosificación del cuerpo, si retoma lo femenino como su objeto de estudio y de indagación plástica, mediante el recurso textil, el cual ha sido empleado en varias de mis obras para dar conexión con lo sensual y lo erótico. Marcas que han incidido en ellas y transformado su presente.

Dentro de sus obras se encuentra:



1. Retorno. Escultura blanda. Tejidos reutilizados. 2010
2. Móviles. Instalación (cabello, tela, hilo y madera) 2005



REFERENTES INTERNACIONALES



SILVIE FLEURY

*Artista plástica
Suiza (1961)*

En su trabajo: La armonía, el aura, la belleza y la sacralidad se convierten en foco de atención. Habla de la "belleza de lo aparente". "Sus obras adquieren valor por sí mismas, más allá de la publicidad o presentación de un logotipo" Su objetivo: estudiar el mecanismo que le permite comercializar su imagen. Busca subrayar los deseos del hombre unidos a los bienes de consumo que ellos simbolizan.

Plantea una crítica subversiva, según Weiven: La artista traza una línea que va del Pop Art al minimal recorrido y un fino sarcasmo que arremete con quienes idolatran el yo gratuito o verbergen el glamour por su forma simple. Recorre nuevos caminos, más allá de la confrontación con el fetichismo del consumo y del mundo de la moda:

Su trabajo plástico y artístico se vincula con mi trabajo en la medida que identifica signos, objetos y situaciones muy propios del universo femenino y los exagera, los hace visibles, planteando en ocasiones una crítica y reflexión directa frente a la objetivación de la mujer en el mundo actual de consumo y publicidad.



1. ELA 75K, Go Out. Escultura. 2000
2. Egoiste. Mural. 1993



BARBARA KRUGER

Artista plástica
Nueva Jersey, EE.UU. (1945)

Artista conceptual con un reconocido trabajo en el arte contemporáneo desde los 70's. Recurre al poder de la palabra, cuestionando los patrones y poderes establecidos.

Establece una relación en su obra una relación directa entre el arte y la publicidad. Se apropia de las imágenes publicitarias, t.v y cine, presente en vallas posters, parques públicos, y estaciones de tren. Dentro de sus temas se encuentran los estereotipos, la política, el cuestionamiento del poder, la sexualidad. Con sus imágenes apropiadas, plantea preguntas acerca de del feminismo, clasismo, consumismo, autonomía individual La mujer no es otra cosa que una víctima y deseo



1. Tu cuerpo es un campo de batalla. Grabado. 1989.
2. Look like us, talk like us, think like us, pray like us, love like us. Mural. 2019.

GUERRILLA GIRLS

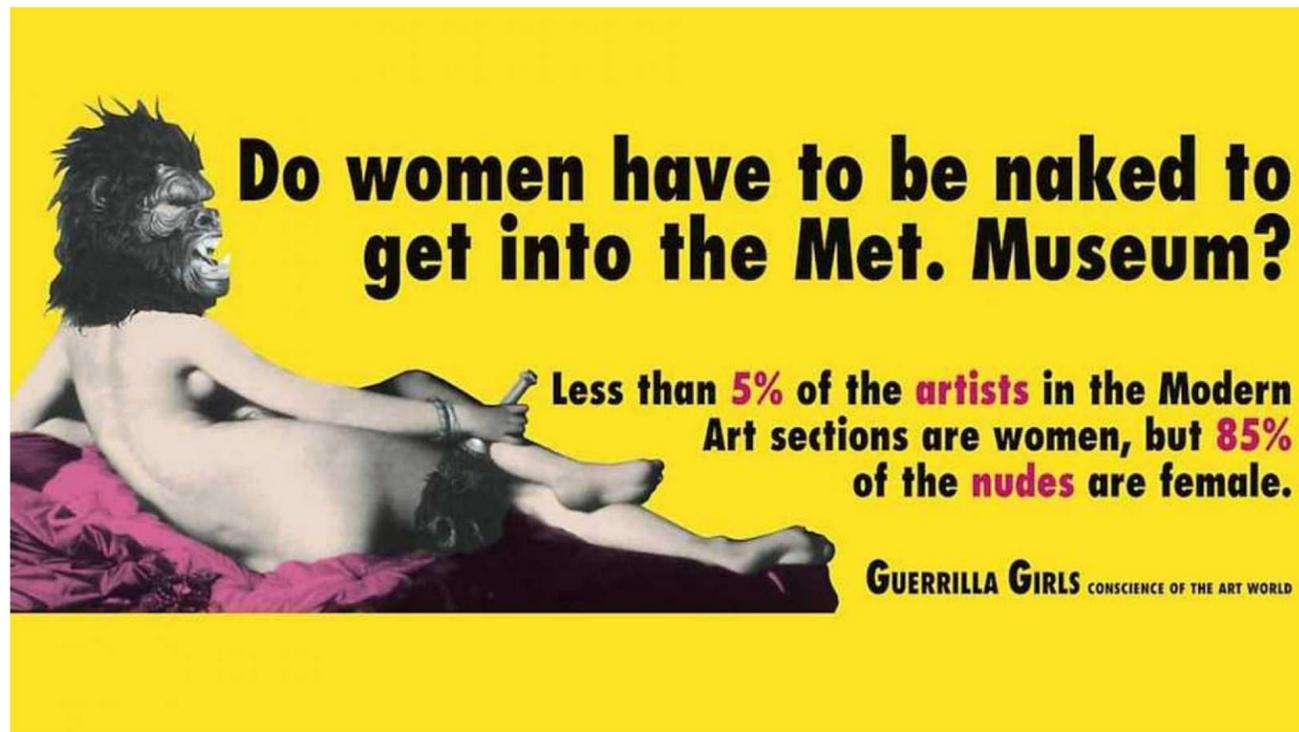


*Colectivo artístico.
Nueva York, EE.UU. (1989)*

Un grupo formado por mujeres con el objetivo de combatir el sexismo y el racismo en el mundo del arte. Se apropiaron del lenguaje visual de la publicidad para transmitir sus mensajes de una manera rápida y accesible.

Este colectivo dentro de sus formalizaciones utiliza el humor, los datos y lo visual para exponer la discriminación de género y étnica que (aún) se vive en el arte y el pop culture. La mezcla entre estética y estadística es muy poderosa.

Considero que el trabajo que ellas plantea va en sintonía con las búsquedas y aspiraciones que alimentan mis reflexiones y acercamientos plásticos a esta problemática, que cada vez va adquiriendo un tinte político. Una especie de denuncia abierta y libre para quien la desee revisar.



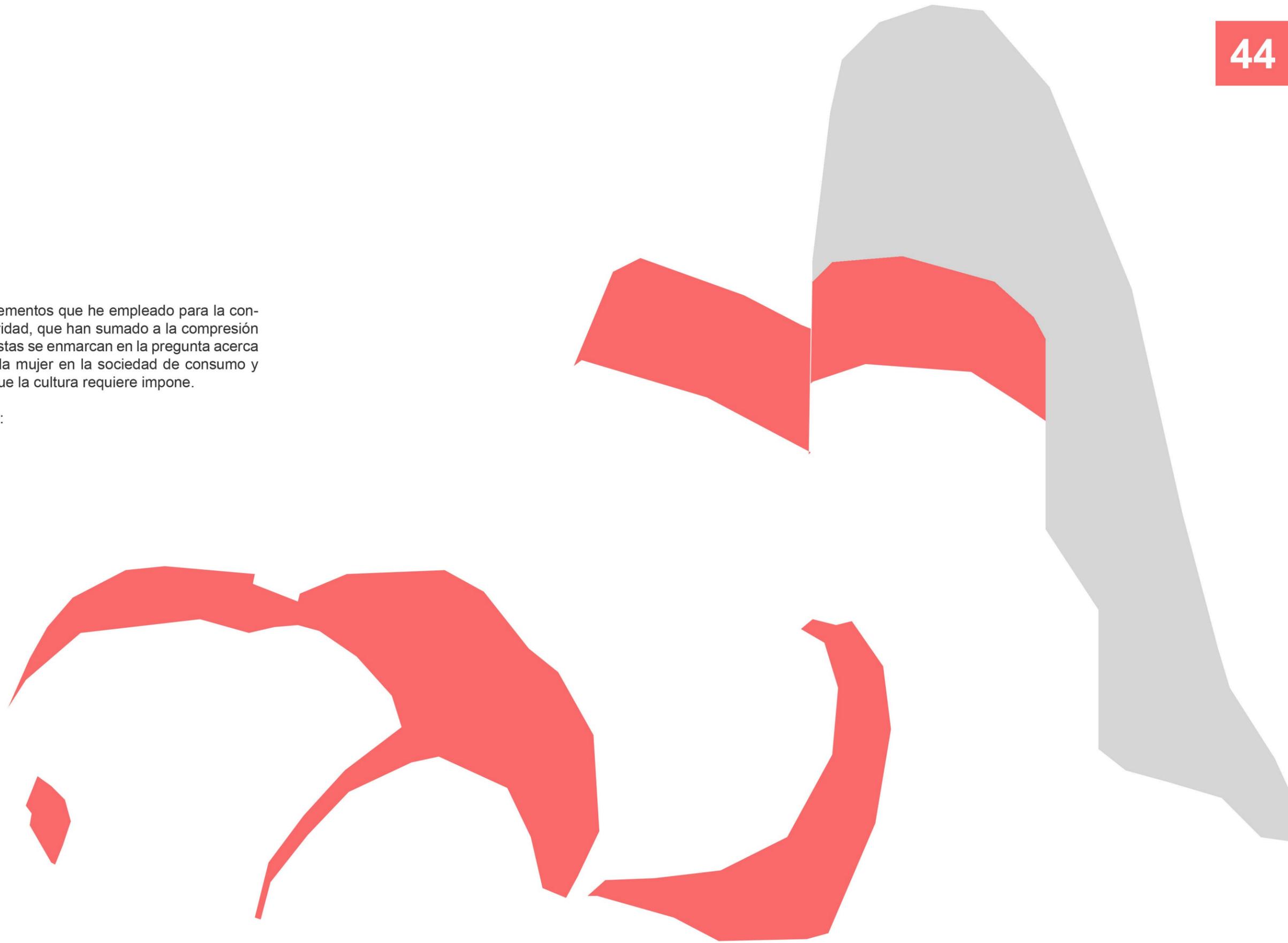
1. Do women have to be naked to get into the Met. Museum?.
Afiiche. 2012.
2. Guerrilla Girls' Greatest Hits Postcard Book. 1999.

CONFIGURACIONES Y PROYECCIONES



En este apartado me permito relacionar elementos que he empleado para la configuración de las obras realizadas con anterioridad, que han sumado a la comprensión y reflexión de la problemática seleccionada. Estas se enmarcan en la pregunta acerca de la utilización desmedida de la imagen de la mujer en la sociedad de consumo y cómo inciden en los estereotipos femeninos que la cultura requiere impone.

Dentro de las obras ejecutadas se encuentran:





TALLER INTEGRADO

1.

Erotic Express.

Técnica: *Instalación (Dos aros dispuestos con velos y plumas de color rojo. Calculadora. Bafle. facturas de pagos, seis parales)*

Dimensiones: *Variables.*

Año: *2018.*





Esta obra se ubica en el lenguaje erótico que se instaura desde lo auditivo, lo visual y táctil. Invita al espectador a formar parte de ella al atravesar el espacio acondicionado para realizar el recorrido. Se pretende por tanto generar una atmósfera que permita recordar desde las situaciones eróticas vividas y soñadas, simulando lo que ocurre en el mercadeo, es decir, venden un producto e invitan a degustar de este y en ocasiones no es gratuito.

La reflexión se genera a través de la dicotomía del intercambio de sensación por adquisición de un producto o servicio. Aludiendo a lo planteado por Buadillard, 2005 " Hilo conductor es la forma Calor - signo, como forma universal que adquieren los objetos en la sociedad de consumo" Esta se pone en escena, en el espacio físico, pero finalmente es el espectador quien interpela e interpreta.

Consta de dos aros adecuados con tiras de velos y plumas de color rojo intercalados de tres metros de largo. Suspendidos del techo. De tres paralelas a cada lado, formando un camino. De una calculadora al fondo del recorrido. De un bable con la canción de. Very Woman. Y finalmente, recibos de caja.

2.

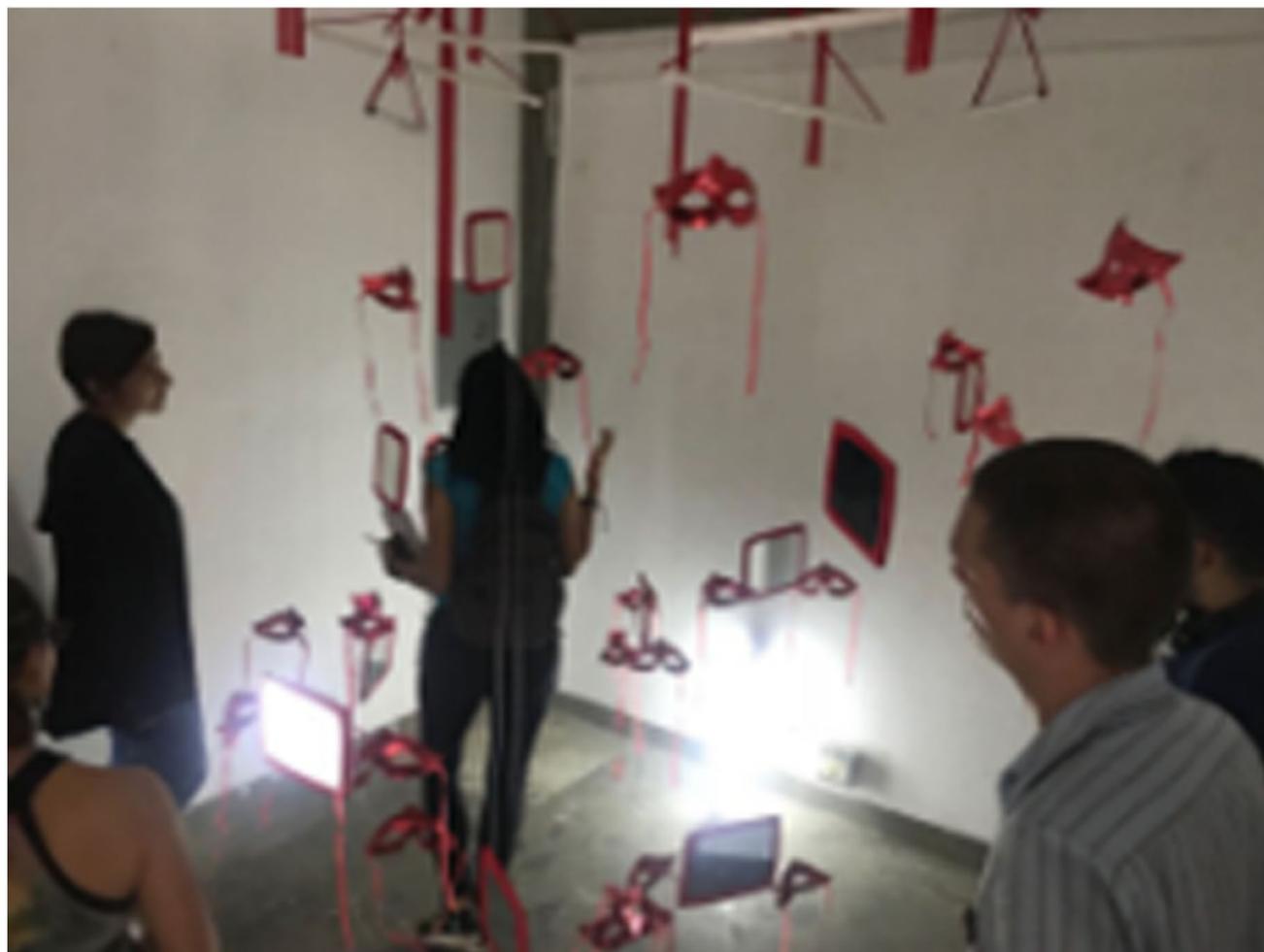
Libérate.

Técnica: *Instalación (10 espejos dobles, 20 Máscaras, elásticos, tubos de PVC, 2 lámparas de led.)*

Dimensiones: *Variables.*

Año: *2018*





Cada uno de nosotros habita con su ser público y otro privado. El público siempre está al servicio de la sociedad que acepta y avala el buen comportamiento de las personas mediante la regulación de sus actos y sentimientos; la norma determina las pautas que se deben asumir en el exterior. Pero qué pasa detrás de la trastienda, se seguirá siendo los mismos o en el espacio íntimo, se dará la oportunidad de liberarse y estar en su propio estado de reconciliación, sin presiones, miradas que juzguen y emergen nuestros deseos y placeres más ocultos.

La máscara con su dualidad en sí misma, ofrece la posibilidad de ocultar para liberar todo aquello que se encuentra reprimido, guardado “El antifaz oculta la identidad, esa es su función. Deseamos ocultar quiénes somos cuando nos disponemos a actuar de una manera que no “corresponde” con lo que se supone que podemos hacer. Desde el superhéroe hasta el verdugo, al usar el antifaz nos atrevemos a romper los límites de nuestro “deber ser” Carolina Alonso.

Esta obra explora lo erótico y lo placentero desde lo sensorial, específicamente en la mirada de sí mismo y de otros que también se disfrazan y camuflan, que ingresan al juego del “como sí”. Esto genera una atmósfera entre lo íntimo y lo mágico.

Consta de 20 máscaras rojas con 10 espejos dobles, ambos materiales suspendidos del techo, y dos lámparas de led.

3.

Babydolls.

Técnica: *Instalación (Tres babydolls, tres gan-
chos de ropa dobles, tres fotografías cilíndricas)*

Dimensiones: *Variables.*

Año: 2017





Esta obra se enmarca en el deseo mercantilizado que se ha generado a lo largo de historia en los diversos medios publicitarios sobre las prendas íntimas femeninas, en este caso los babydolls. Los materiales y texturas con los que son fabricados evocan situaciones de intimidad y erotismo en una sociedad mediatizada por los ideales de la imagen de mujer perfecta, feliz y exitosa.

Babydolls 2017, invita al espectador a acercarse a las prendas dispuestas en el techo con medidas poco convencionales, entrar a un juego de seducción y coqueteo, que le implica abrir la pieza para descubrir lo que hay en su interior. Cada asistente de acuerdo a sus construcciones personales y subjetivas, finalmente decide cómo interactuar con la obra. A esta dinámica el público está sometido constantemente, en el que como espejismo provocan una búsqueda insaciable por obtener el producto o el servicio ofertado.

En este sentido Álvaro Restrepo analiza que “El cuerpo ha perdido su dimensión sagrada. Diariamente lo vemos mutilado, torturado, asesinado. Se trata de rescatar el cuerpo individual para respetarlo, para habitarlo, para amarlo, con una dosis de sano narcisismo que se equipare a la autoestima”.

La obra consta de tres piezas (una negra y dos rojas) dispuestas en el techo con ganchos dobles, en su interior tres fotografías íntimas femeninas, pegadas en tres cilindros.

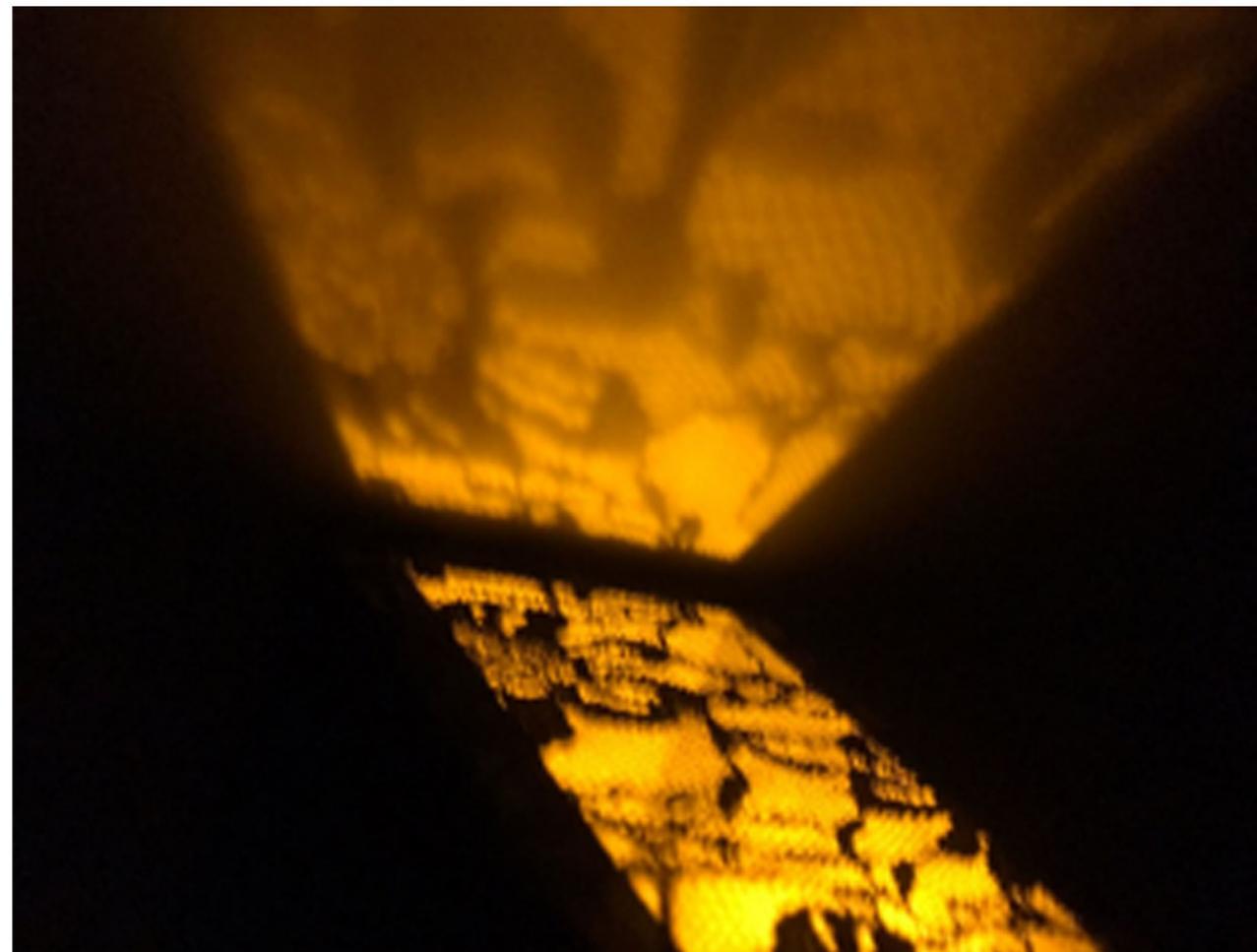
4.

Umbría.

Técnica: Instalación (Cubo de madera de 40 x 40 metros de falla tex con encaje, 1 vela artificial, baffle, lámpara de celular)

Dimensiones: Variables.

Año: 2018





La obra se ubica en un proceso de exploración por los sentidos y significados de los elementos que se encuentran presentes en el mundo de lo erótico y placentero. En esta ocasión se trata de una mirada más retrospectiva, donde se invita a formar parte al espectador que vivencia la experiencia de una atmósfera que nos invita a evocar momentos íntimos en relación con nuestro cuerpo, sentires y emociones eróticas y sensuales.

Las telas, los encajes, las transparencias han alimentado el mundo de las fantasías sensuales y eróticas que nutren la vida íntima y privada de cada persona, que solo se guardan en la memoria de cada quién, la cual se contrae y se expande de acuerdo al momento. Para Ernesto García Lo «íntimo» sería el ámbito tanto de los pensamientos de cada cual, de la formación de decisiones («lo aún no expresado y que probablemente nunca lo será»)

Es por ello que en esta obra se plantea un ejercicio de evocación del recuerdo íntimo y erótico, de aquellas las relaciones intra y extra personales con lo sensual, mediante la adecuación de una atmosfera que invite al viaje del recuerdo y el anhelo, en la cual la luz y la sombra se convierte en los cómplices propicios para tal fin.

Esta obra consta de un cubo de madera de tamaño mediano, forrado en encaje negro, dispuesto en el suelo en el medio de una habitación oscura con una lámpara de celular en su interior. Ambienta una canción de fondo.

5.

Transpiel.

Técnica: Instalación (Tubo de cortina 3 metros, malla doble, cadenas, tabla de 3 metros, encaje)

Dimensiones: Variables.

Año: 2018





Esta obra se ubica en un proceso de exploración por lo erótico, la seducción en relación con el consumo y la objetivación del cuerpo, donde la interacción con las obras posibilita espacios de diálogo entre la realidad enmarcada y las concepciones de quienes las habita.

Para Ernesto Neto artista brasilero “Lo que tenemos en común es más importante que lo que nos hace diferentes” y que más que el cuerpo, la piel que interactúa con los estímulos externos y los cuales obedecen a construcciones sociales y culturales que se expanden y encogen dependiendo de las tendencias y las búsquedas del mercado que no escatima en recursos y medios para esclavizar y amarrar.

Es por ello que en esta obra se plantea un ejercicio de tránsito sensorial que va desde lo visual y táctil, tanto para quien transita como para quien observa. Desde lo táctil, porque es enfrentarse en el camino con aquel elemento que es inherente a cada ser humano y desde lo visual como la piel se repliega y se acomoda, se torna volumen y movimiento. La piel se convierte en ese capital simbólico en términos de Pierre Bourdieu, para generar un discurso frente a los modos de vivir y pensar.

Esta obra consta de una gran cortina doble color durazno dispuesta en una varilla, la cual esta sujeta del techo en ambos extremos y en la parte inferior lleva una tabla, por la cual el espectador puede atravesar de lado a lado, En su interior lleva seis tiras de encaje distribuidas uniformemente.

6.

Balneum.

Técnica: Instalación (Cuadro de madera tapizada con cuerina negra y asiento de tapa de baño tapizado de color rojo)

Dimensiones: Variables.

Año: 2019





Esta obra se ubica en el espacio íntimo al cual cada persona tiene derecho y toma para sí en medio de la cotidianidad, del mundo de consumo, la objetivación del cuerpo y de sus emociones.

En esta ocasión quise remitir a la intimidad personal y al encuentro privado con cada ser. Uno de esos espacios es el baño, que trasciende el espacio físico y se carga de sentido al estar solo como la mismidad. Lugar confortable que roba minutos a nuestra rutina para contemplarlos, acariciarnos y dar desenfreno a nuestro erotismo.

La obra obedece a un proceso de decantación, de exploración, de síntesis y significado donde con elementos puntuales se busca referenciar espacios comunes, cotidianos y cargados de sentido

Es por ello que esta obra llamada *Balneum* baño en latín, remite a un encuentro evocativo del espectador con este espacio íntimo y propio para cada sí. Frente a estos procesos Ernesto Nieto hace referencia a que "La experiencia corporal nos lleva a un entendimiento del arte como un territorio placentero."

Esta obra consta de dos piezas: Cuadro de 60 x 60 madera tapizada con cuirina negra y asiento de tapa de baño tapizado de color rojo, las cuales se dispone en la pared.

7.

Artificium.

Técnica: Instalación (instalación 52 figuras de origami, Tapete, Volantes Piscina de pelotas)

Dimensiones: Variables.

Año: 2019





La sociedad actual se encuentra sumergida en situaciones diversas las cuales se suman unas con otras configurando realidad y representes. Muchos de ellos envueltos en engaños, promesas y expectativas que en pocas ocasiones se dan.

Con la instalación Artificium, pretendo colocar en tensión dos contextos sociales, uno de ellas la mercantilización del cuerpo como producto de placer y el juego evocando la época de infancia donde primaba la diversión y el disfrute por lo simple.

Empleo un medio de publicidad manejado en las calles de Medellín y del mundo, los volantes de servicios sexuales, los descontextualizo de ese ámbito y los configuro en un contexto infantil y de juego, donde convoco al espectador a recordar esta época a través de esta instalación.

En ella encontrarán diferentes figuras en origami, ya elaboradas evocando algunos juguetes con los que se pasan los tiempos de ocio y diversión o el material para construir el propio. Para ello se dispondrán material de la publicidad de servicios sexuales para construir las figuras en origami. Artificium, finalmente porque el espectador juega con la publicidad de un problema social que nos afecta a todos.

8.

La nuestra.

Técnica: Vinilo adhesivo.

Dimensiones: 150 x 150 cm.

Año: 2019

En un espacio social tan mediatizado por las tecnologías y por los medios masivos de comunicación, es importante hacer un paro en el camino, darse un respiro y observar detalladamente las dinámicas sociales que emergen a partir de estas lógicas. Ya que como lo plantea Baudrillard «Hay que plantear claramente desde el comienzo que el consumo es un modo activo de relacionarse (no sólo con los objetos, sino con la comunidad y con el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural.» La cual nos invade y determina.

Esta obra surge como producto de un proceso de revisión de la imagen de la mujer en la publicidad, analizar sus elementos históricos y sus aspectos evolutivos en contraste con campañas publicitarias significativas en tiempo actual.

Es así como, al reconocer la cosificación del cuerpo de la mujer, paso a una instancia menos denotativa a una crítica, en que se alza mi voz frente a una identidad colombiana y qué está ocurriendo con ella.



Prostituída

la nuestra

PROYECTO DE GRADO





Es necesario, trasegar por las aguas de a creatividad y la reflexión para que los agregados sensibles emerjan y fluyan.

En este apartado trataré explicitar y recoger el proceso de creación adelantado a lo largo de la carrera y que para este momento se recoge y concreta de alguna manera las inquietudes e intereses que ha movilizado mi hacer y pensar desde lo plástico.

La mujer en la sociedad de consumo sigue estando presente en mis cuestionamientos y planteamientos que, al contrastarlos con los efectos y estrategias publicitarias, permitieron configurar una propuesta que se encuentra en sintonía con las búsquedas y diálogos establecidos en los diferentes talleres de integrado.

En concordancia con lo anterior, Consumo , luego existo es el nombre que este proyecto lleva en relación a la cosificación del cuerpo , los estereotipos creados por los medios masivos de comunicación, la sociedad de consumo y secretos para ser y estar en sociedad.

OBJETIVOS



1. Identificar las maneras como la publicidad ha incidido en los imaginarios colectivos de las mujeres de la ciudad.
2. Plantear situaciones reflexivas in situ sobre la comercialización del cuerpo a través de la publicidad.
3. Proponer agregados sensibles que permitan interrumpir la cotidianidad del ciudadano para cuestionar acerca del consumismo y la cosificación de la mujer.
4. Interpelar contextos en los que la sociedad de consumo instaure sus estrategias de comercialización en la ciudad de Medellín.

METODOLOGÍA

Para este proceso investigativo acudiré a la etnografía ya que me permite la recolección de información frente a mis intereses en espacios reales mediante testimonios, entrevistas, grabaciones, fotografías; también el rastreo información en textos y medios digitales, revisión y análisis del campo semántico construido a partir de mis búsquedas conceptuales y formales.

En esa misma línea, juego con los materiales, las atmósferas, texturas que me permiten traducir en el lenguaje plástico mis reflexiones y observaciones, en el que establezco un diálogo entre la cosificación del cuerpo y la sociedad de consumo, mediante la problematización del contexto donde se dan estas dinámicas.

Para tal fin diseñaré preguntas que estén relacionadas con los hábitos de consumo en las que se ven enfrentadas las mujeres de la ciudad de Medellín. Se realizaron entrevistas a mujeres de manera virtual debido a las circunstancias en las que vivimos por el Covid-19. Estas se registran en audio, texto y fotografía. Este material luego será analizado a la luz de la necesidad o no de consumo que ellas manifiestan, dentro de sus cotidianidades.

También se realizarán registros fotográficos y análisis de contexto de espacios de ciudad que han sido designados por la sociedad de consumo como aquellos lugares donde se oferta, se vende, se cambia o se incide en la opción de compra. Se hará revisión y análisis del maniqués como arquetipo del cuerpo humano para plantear situaciones estéticas y reflexivas en el contexto del comercio.



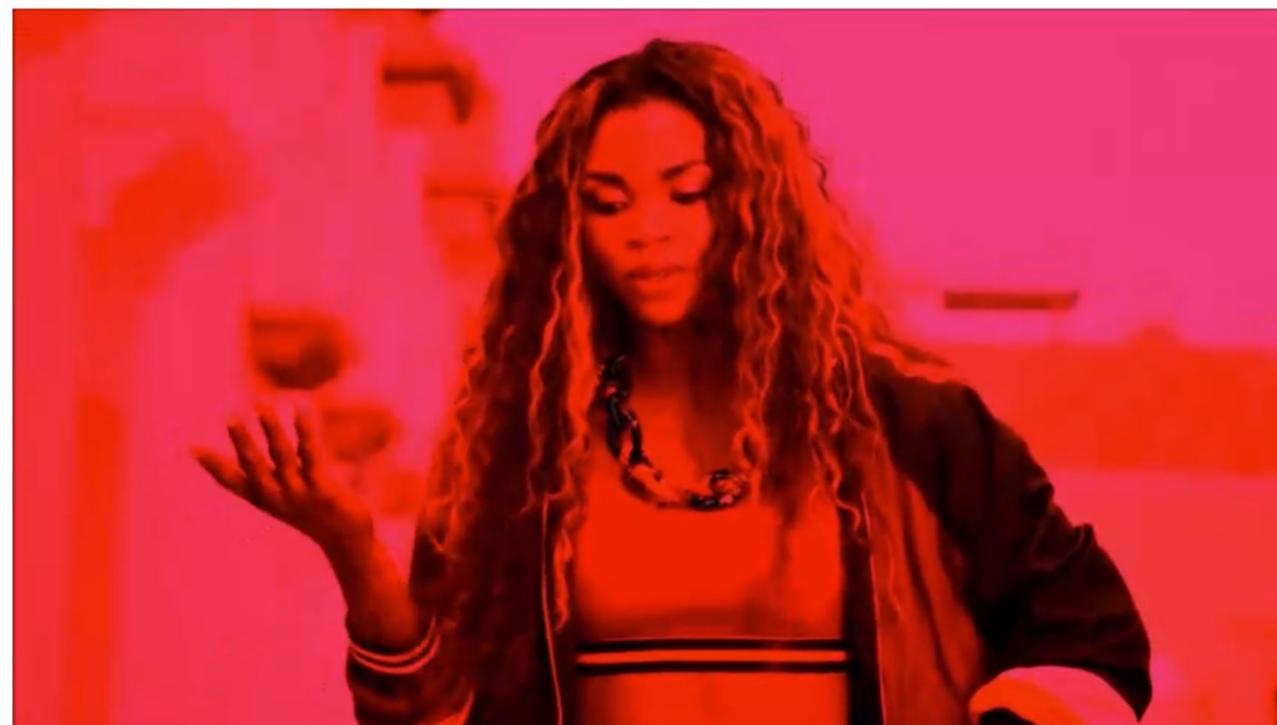
1.

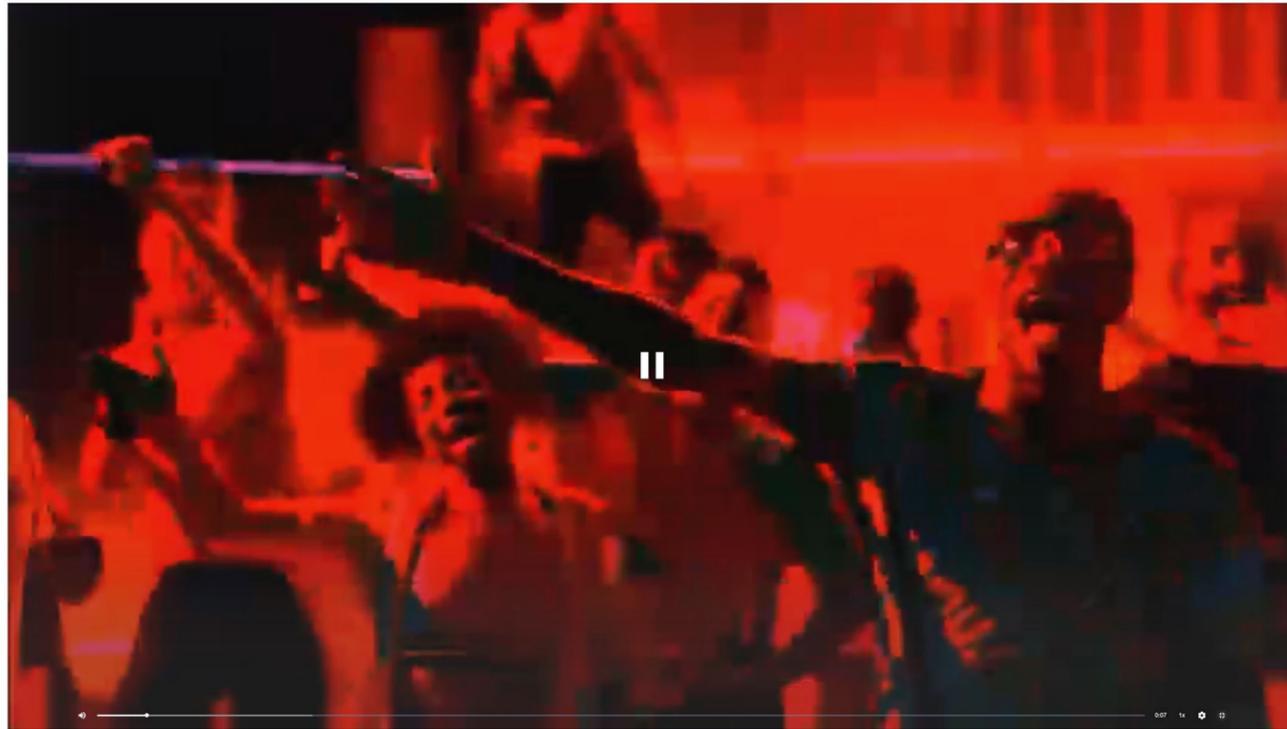
Hipnosis.

Técnica: Vinilo adhesivo.

Dimensiones: 150 x 150 cm.

Año: 2019





Vivimos inmersos en la cultura del show donde constantemente nos someten a imágenes, sonidos y situaciones que buscan alterar nuestros sentidos y emociones, invitándonos a tomar decisiones sin analizar o revisar sus implicaciones. En este sentido la publicidad nos contamina, nos asfixia y en ocasiones plantea pautas de comportamiento y modos de estar.

Hipnosis surge como producto del análisis de las campañas publicitarias de las cerveceras colombianas que, a través del color, el movimiento o escenarios atractivos, incitan y promueven de manera explícita la liberación y el desenfreno.

La obra es una apropiación de un video de campaña publicitaria real de la marca xxxxxxxxxx, en el cual hago énfasis en un fragmento en particular, para generar un ambiente sugestivo y así, hacer evidente los artificios publicitarios que se producen

Esta obra consta de un video que tiene como duración 3.02 minutos, el cual proyecta a la pared a través de un Video Beam, de bafles para amplificar el sonido y un reflector rojo con efectos.

2.

Muñecas talento.

Técnica: Video multicanal 2"40 min. (4 monitores con intervalos y transferencias cruzadas)

Año: 2020





Cada vez más estamos sumergidos en una dinámica social que nos conduce a asumir conductas determinadas, condicionadas estas, por los agregados culturales que consumimos día tras día. Hago referencia entonces a las campañas publicitarias y producciones televisivas que se han ido instaurando en la cotidianidad de manera pasiva y silenciosa, una imagen perversa sobre el deber ser de la mujer, construido por unos modelos representacionales que distan del valor ético que debería mediar en la sociedad colombiana. Muñecas Talento se enmarcan en dos fenómenos que se han presentado en nuestro contexto colombiano.

Por un lado, se encuentra la producción acelerada de las novelas que muestran la vida de las jóvenes inmersas en las estructuras del narcotráfico, su estilo vida y todas las condiciones que implica el ascenso social que pervierte sus ideales de vida; y por el otro, una apuesta de la alcaldía de Medellín, con la reivindicación de la concepción de la mujer a través del concurso Mujeres talento, el cual se viene desarrollando desde el año 2003 y que remplazado el reinado de belleza de la feria de Flores, algo relevante dada la tradición machista que se tiene en la región. Planteó, por tanto, un diálogo cargado de dicotomía en entre estos dos acontecimientos, que generan tensiones culturales y ponen en escenarios diferentes las realidades de las mujeres de la ciudad y del país.

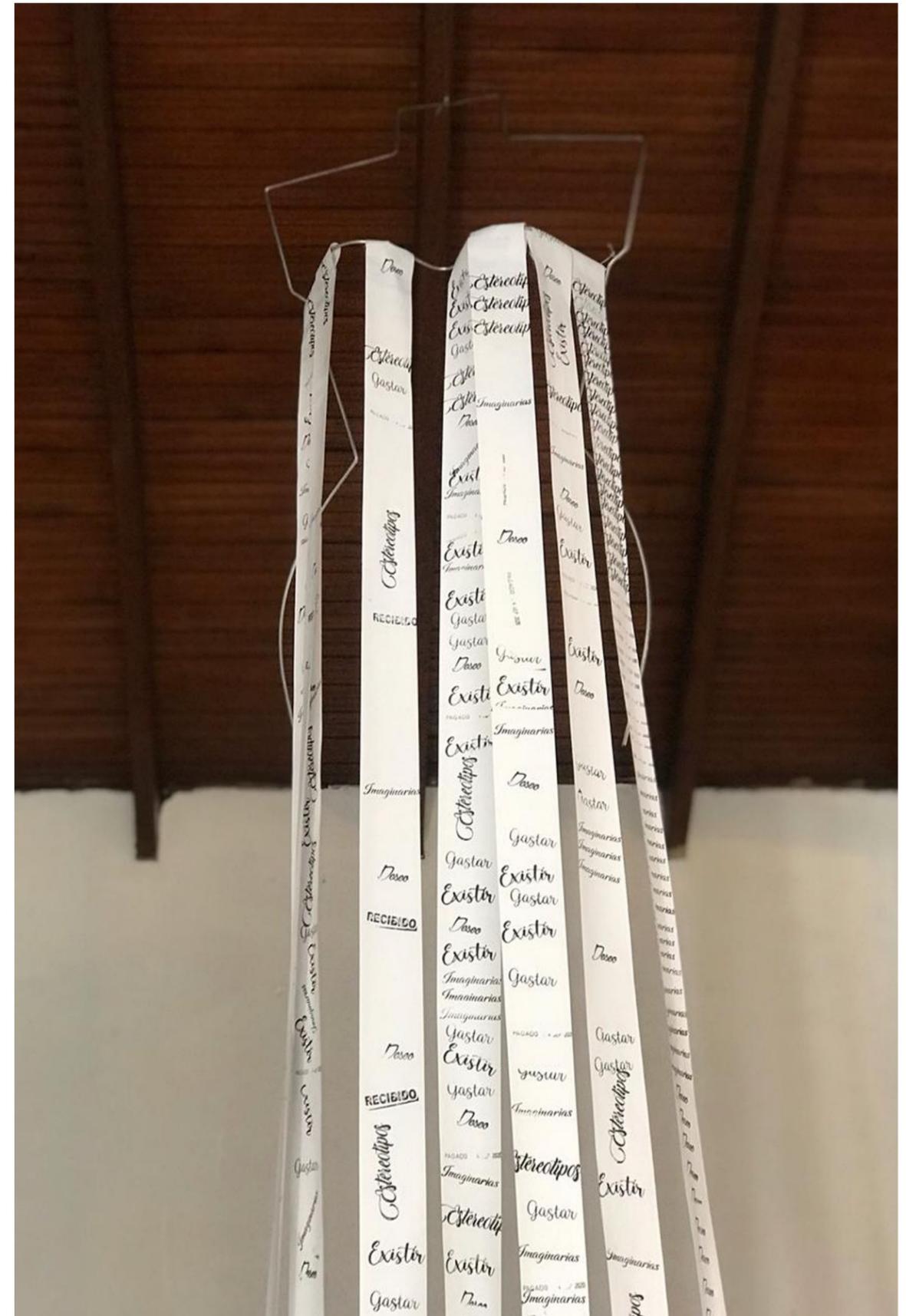
El video tiene consigo varios elementos como ralentizar o acelerar escenas, los cuales constituyen un potente recurso para transmitir emociones, ideas, acción y más. las pistas musicales se cruzan trasladando letras que pordebajea la calidad de mujer, con escenas de reconocimiento de género.

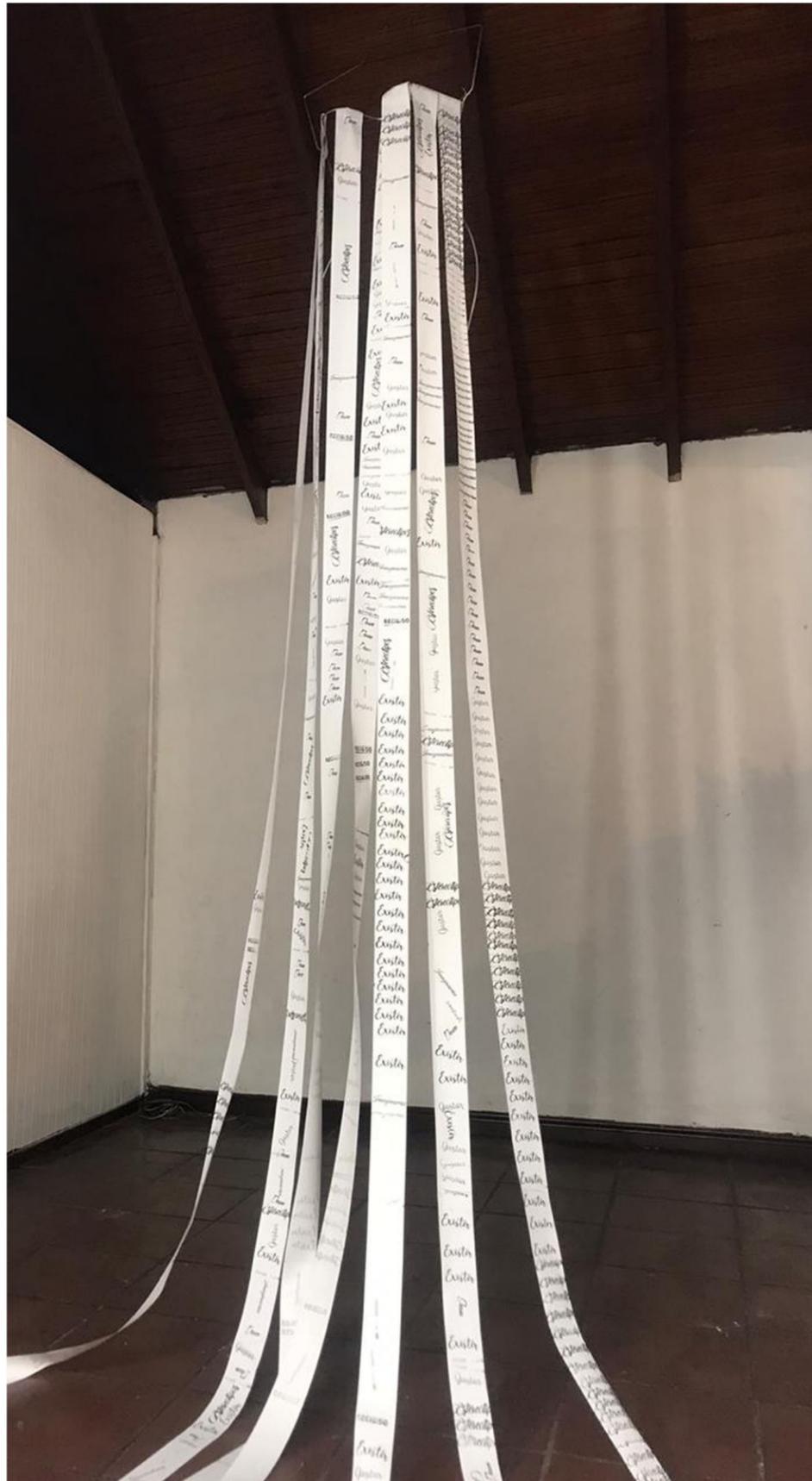
3.

Quimera I.

Técnica: Escultura (arquetipo en alambre con tirillas de caja registradora con sellos estampados)

Año: 2020





Quimera busca interrogar las estrategias de mercadeo que se han establecido en la sociedad de consumo en relación al cuerpo y a la explotación del mismo por los diferentes canales de difusión, publicidad y puntos de ventas.

Las ventas desmedidas que se presentan a diario en cada ciudad, o territorio en el que habitamos, quedan registradas en diminutos papeles, generalmente de color blanco. Un papel termosensible, que se vuelve testigo y dispositivo de memoria de los consumos que se generan, imponen e inducen.

Establezco una relación entre el cuerpo como aquel que es manipulable, maleable, explotado y comercializable a través del arquetipo; Con los sentimientos, emociones y sensaciones que son atravesados por el lenguaje y el gesto, como manifestación de poder y de configuración de imaginarios y estereotipos colectivos, mediante sellos sobre las tirillas de compra que dan cuenta de una transacción efímera.

Aquí el sello adquiere el carácter de ironía al poner en evidencia que detrás de una compra se está intercambiando (deseos, existencia, estereotipos, gastar, imaginarios) los cuales forman parte de una lista interminable de demandas y necesidades creadas.

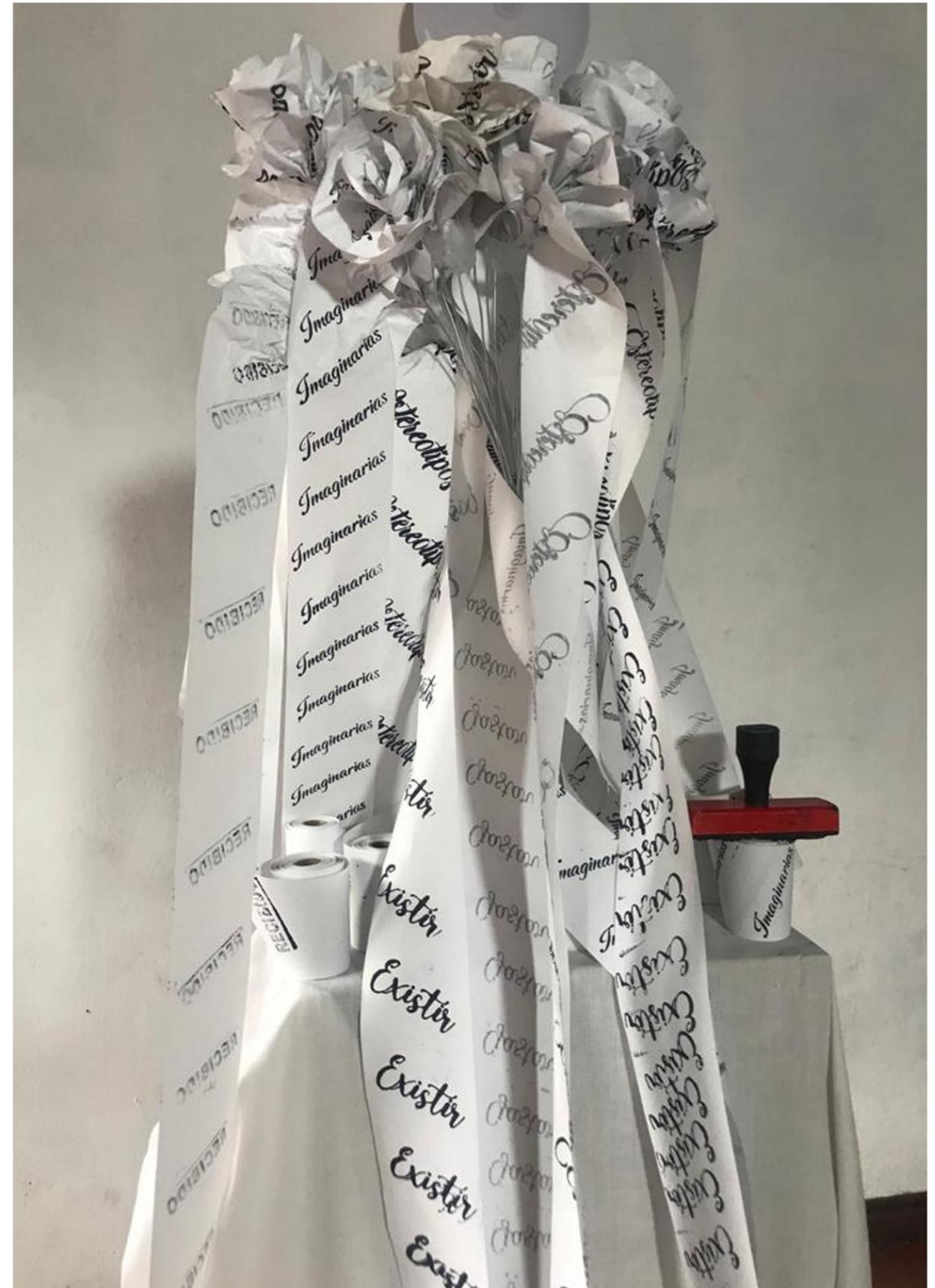
4.

Quimera II.

Técnica: Escultura (Flores de papel de tirillas de caja registradora y alambre).

Dimensiones: Variables.

Año: 2020





Quimera II nace de la inquietud por el consumo desmedido y cómo se construye unos imaginarios colectivos que son aceptados socialmente, al plantear cómo se debe ser y estar en un contexto dado

Buscar mostrar lo sutil y lo delicado de las flores al vincularse con la mujer como su imagen se alimenta de lo que se vende y publicita. Objeto delicado, bello, pero comercializable y manipule.

Un ramo configurado a partir de las tirillas de compra con la imprenta de palabras que se emplean de manera descontrolada en la sociedad de consumo.

5.

Pública.

Técnica: Apropiación de la valla publicitaria.

Dimensiones: Variables.

Año: 2020

Las imágenes se convierten un producto manufacturado infinito que aplazan el aburrimiento; cada persona que se ha mercantilizado consumiéndose a sí misma despreocupadamente sin tener el valor o ni siquiera la posibilidad, de afrontar su propia realidad existencial. Estamos hechos para vivir en un mundo inventado de ensueños.

Juhani Pallasmaa

El consumo ha permeado las dinámicas sociales en las que cada momento está regulado por sus prácticas y estrategias de marketing, estimulando la necesidad de comprar y de adquirir bienes y servicios que en ocasiones no se requieren de manera real, sino que se gestan como producto de un proceso de incitación y persuasión.

En estos espacios y medios la mujer sigue estando presente en las campañas publicitarias como imagen que ayudan a enganchar a los potentes clientes, acrecentando algunos imaginarios colectivos pertinentes para obtener ganancias. Publicidad mediante la apropiación de imágenes que han circulado en diferentes medios del concurso Mujeres talento de la alcaldía de Medellín que promueven la reivindicación de la mujer en la sociedad actual y de las vallas como recursos publicitarios ya reconocido socialmente, pretende plantear una dicotomía desde lo estético al contraponer las presentaciones de este concurso con las palabras empleadas desde el lenguaje publicitario.

Haciendo uso de lo público, en lo público que trata de hacer un llamado como desde lo cotidiano, el cómo se acepta la cosificación de la mujer en el campo de la publicidad, irrumpir un poco con el tránsito por las vías y captar la atención desde lo visual. La obra es un fotomontaje con apropiación de imágenes establecidas, ubicada en una valla real de la ciudad.

Concurso
Mujeres
jóvenes talento

Conoce las postuladas a la categoría

Deporte

recreación y actividad física

ENTRE
14 Y 17
AÑOS

DISPONIBLE



HOJA DE VIDA





KATY VANEGAS

ESTUDIOS

Licenciatura en Educación Primaria. Universidad de Antioquia. 2003

Magister en Educación. Universidad Pontificia Bolivariana. 2017

Maestro en Artes Plásticas. Universidad de Antioquia. 2022

EXPOSICIONES

INDIVIDUALES

Subasta artística. Facultad de Artes. Universidad de Antioquia. 2003

Concurso fotográfico. ADN. 2011

COLECTIVAS

fOTOS. Biblioteca pública 12 de octubre. Medellín.2022

Hipervínculos. Muestra de grado virtual. Facultad de artes. Universidad de Antioquis.2021

CONTACTO

317 6365859

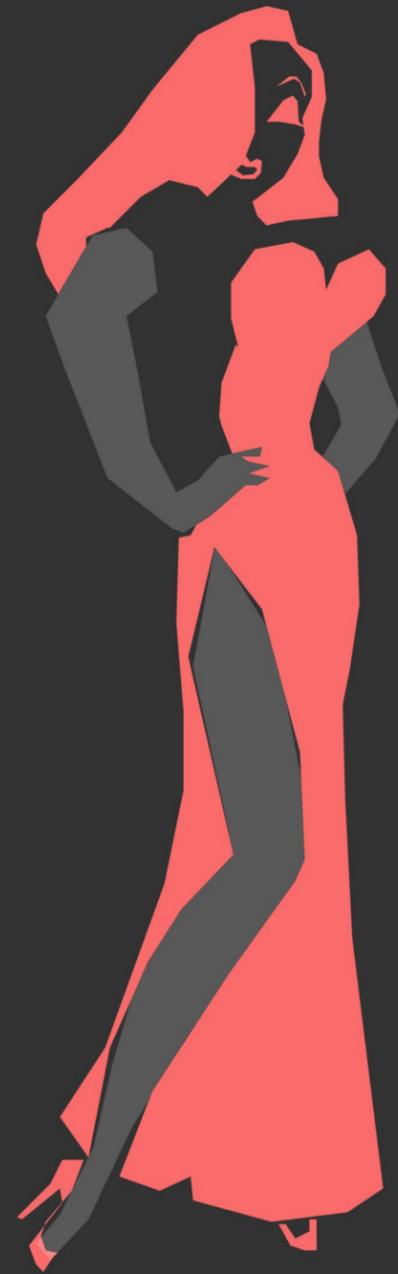
katyuska@gmail.com

BIBLIOGRAFÍA



- Bataille, G. (1997). El erotismo. Barcelona: Liberdúplex.
- Baudrillard, J. (1981). De la seducción. Madrid: EDICIONES CÁTEDRA, S. A.
- Bauman, Z. (2003). Moderniad líquida . Mexico : Fondo de cultura económica .
- Carvajal, M. V. (2015). El Sentido del Erotismo. Revista Ciencias y Humanidades. V. I, 125 – 150.
- contemporaneo, L. G. (13 de Mayo de 2018). La Galeria Arte contemporaneo . Obtenido de La Galeria Arte contemporaneo : <http://www.la-galeria.com.co/artistas/javier-vanegas/>
- Coronado, X. F. (29 de Julio de 2018). La jornada semanal . Obtenido de La jornada semanal : <https://www.jornada.com.mx/2012/01/29/sem-xabier.html>
- Crespo, C. C. (2003). Aproximacines al concepto de cuerpo. Perspectiva. Florianópolis,v.2, p. 229-247.
- Crisorio, R. L. (1998). Constructivismo, cuerpo y lenguaje . Educación Física y Ciencia, p. 75-81.
- Daneri, C. (29 de agosto de 2015). La cuestión del deseo en psicoálisis. Obtenido de <https://www.cristinadaneripsicoanalista.com/la-cuestion-del-deseo-en-psiconalisis/>
- Definiciones. (17 de marzo de 2018). Definiciones . Obtenido de <https://definicion.de/sensualidad/>
- Galeria, N. (15 de octubre de 2018). Cartagena Indias . Obtenido de <http://www.nhgaleria.com/new-page-1>
- León, C. c. (10 de agosto de 2019). Obtenido de Centro cultural de León : <https://m.facebook.com/1451701931735273/photos/a.1452631044975695/1460037600901706/?type=3>
- Luque, L. (2019). Erotismo y sensualidad: pervivencias visuales desde una perspectiva de género. Calle 14: revista de investigación en el campo del arte, 292-305.
- Martínez, R. R. (22 de octubre de 2015). Anthropologies: Antropología y diversidad . Obtenido de <https://www.anthropologies.es/cuando-la-sociedad-solo-ve-un-cuerpo-presion-social-sobre-la-corporalidad-femenina/>
- Meguerian, M. (13 de mayo de 2019). Letra urbana al borde del olvido . Obtenido de <https://letraurbana.com/articulos/el-mito-de-eros-y-psique/>
- Moderno, R. m. (s.f.). <http://andreaeysandoval.blogspot.com/2010/07/retorno-museo-de-arte-moderno-de.html>. Obtenido de <http://andreaeysandoval.blogspot.com/2010/07/retorno-museo-de-arte-moderno-de.html>
- Morales, M. C. (15 de octubre de 2019). Psicología y mente . Obtenido de Psicología y mente : <https://psicologiaymente.com/sexologia/erotismo>
- Ortiz, R. R. (2009). El cuerpo como objeto de arte. Deconstrucción , Filosofía , Teoría y crítica literaria.
- Pallasmaa, J. (2005). Los ojos dela piel . Barcelona : Gustavo Gili.
- Parra, E. (2004). Sexualidad transgresora en escritos femeninos medievales en . Cuerpo y género. La construcción de la sexualidad humana. , 267-296.
- Punset, E. (2006). El alma está en el cerebro. Madrid : Aguilar .
- Signo, B. d. (3 de Julio de 2020). Blog de signo . Obtenido de Blog de signo : <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/mujeres-artistas-sylvie-fleury>
- Sleepydays2. (16 de Agosto de 2020). Sleepydays2. Obtenido de Sleepydays2: <https://www.sleepydays.es/2019/02/barbara-kruger.html>
- Taviera, R. A. (2010). Fenomenología del entrecruce del cuerpo y el mundo en Merleau-Ponty. Unal .
- Vanguardia. (24 de enero de 2020). Vanguardia . Obtenido de Vanguardia : <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/cultura/marcas-del-contacto-la-piel-y-la-tela-sobre-el-cuerpo-de-las-mujeres-una-exposicion-de-la-artista-andrea-rey-JH1922128>





CONSUMO,
LUEGO EXISTO.