



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS  
POSGRADO EN ARTES VISUALES

*LA MUJER NUEVA, LA MUJER SALVAJE Y LA MUJER MONSTRUO.*  
TRES MOMENTOS EN LA IMAGEN DE LAS MUJERES EN LA PROPAGANDA  
SOCIAL DEL SIGLO XX

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN ARTES VISUALES

PRESENTA

MARICELA MÁRQUEZ VILLEDA

DIRECTORA DE TESIS  
MTRA. BLANCA GUTIÉRREZ GALINDO

MÉXICO, D.F. MAYO 2009





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Índice

Índice.....	5
Introducción .....	6
Capítulo I. <i>La mujer nueva</i> . Ruptura con las viejas formas de representación .....	15
I.1 Del constructivismo al realismo socialista, involución en la representación gráfica de las mujeres rusas.....	16
I.2 Conflictos bélicos, guerras mediáticas de los Hércules femeninos.....	39
Capítulo II. <i>La mujer salvaje</i> . Afirmación de las mujeres como creadoras de imágenes de propaganda social.....	61
II.1 Las sufragistas inglesas y el reclamo de la imagen de las mujeres.....	62
II.2 <i>El edificio de las mujeres</i> , virtudes y egoísmos en las nuevas formas de representación gráfica femenina.....	88
Capítulo III. <i>La mujer monstruo</i> . La contemporaneidad y las derivas de las nuevas imágenes femeninas .....	115
III.1 <i>Las Guerrilla Girls</i> , desencuentro con la imagen gráfica ideal de las mujeres.....	118
III.2 Mujeres Zapatistas, encuentro con la imagen no ideal de las mujeres.....	135
Conclusiones .....	169
Fuentes de consulta (básicas).....	185
Fuentes de consulta (complementarias) .....	192

*La mujer nueva, la mujer salvaje y la mujer monstruo.*

**Tres momentos en la imagen de las mujeres en la propaganda social del siglo XX**

## **Introducción**

La imagen gráfica de las mujeres ha pasado por un largo proceso de desarrollo, sobre todo en el siglo XX, el cual se caracterizó por la intención prevaleciente de ruptura con los viejos cánones de representación gráfica. Si entendemos como imagen, la representación visual de algo, la diversidad de elementos que se ha puesto en representación de las mujeres, permite comprender que esta imagen se ha modificado de manera radical dependiendo del momento histórico social, de las corrientes artísticas en boga, de la menor o mayor participación de las mujeres como autoras, y del avance de los Estudios de Género en diferentes esferas de conocimiento.

Al referirnos particularmente a la imagen de las mujeres dentro de la propaganda,<sup>1</sup> podemos identificar momentos muy específicos dentro de dicho desarrollo, ya que la propaganda social, en su afán de lanzar una serie de mensajes que buscan influir en el sistema de valores y en la conducta de un público específico, ha sido un factor fundamental en la fabricación de referentes gráficos femeninos; de ahí el interés de esta investigación de analizar en tres diferentes momentos la construcción de ciertos referentes femeninos, su consolidación y su repercusión en la actual forma de concebir la imagen de las mujeres, dentro de la propaganda social en particular y en el diseño gráfico en general, considerando que éste es el oficio que se encarga de idear y proyectar gráficamente dichos mensajes visuales.

En mi trabajo como diseñadora gráfica en el medio de la propaganda social, específicamente dirigida a las mujeres, me ha inquietado el uso cotidiano de las imágenes para referir temas relacionados con las mujeres, ya que pienso que las ideas que se quieren

---

<sup>1</sup> *El término propaganda deriva del concepto propagar, difundir, diseminar un concepto, apelando al intelecto y a las emociones del público al que va dirigido y apoyándose principalmente en los medios masivos de comunicación. En esencia la propaganda trata de convencer y modificar opiniones y juicios de la población como un todo... El objetivo de la propaganda no es únicamente influir y sembrar ideas en la gente, sino provocar acciones y crear reflejos condicionados.* YEHYA, Naief, *Guerra y propaganda. Medios masivos y el mito bélico en Estados Unidos*, Barcelona, Paidós, 2003, págs. 38-43.

transmitir no siempre están respaldadas de manera adecuada por dichas imágenes; además, considero que el radicalismo de ciertos grupos feministas y la constante añoranza por el uso de imágenes pertenecientes a otros momentos históricos, han conducido de alguna manera a que el diseño gráfico actual, trabaje con representaciones gráficas de las mujeres que pueden estar emitiendo mensajes equivocados o al menos confusos para el público. Por ejemplo, la supresión total de ciertos símbolos representativos de las mujeres por considerarlos estereotipados, (cualquier tipo de figura que insinuara usar vestido o falda, tener cabello largo o en coletas, cuerpo con curvas o con senos, usar zapatos de tacón o zapatillas, rostros y cuerpos de trazo fino, y el uso de elementos florales en torno a la figura de la mujer, entre muchos otros); en contraparte con el recurrente uso de la imagen femenina oprimida y victimizada, han contribuido a que la imagen de la mujer se polarice. Por un lado, la construcción de imágenes de mujeres donde se sacrifica cualquier esencia de lo femenino, y en consecuencia las coloca más cerca de la imagen del varón. Y por otro lado, el regreso a las representaciones de la mujer débil, enferma o violentada y cuyo efecto se ha comprobado que es contrario al que se espera, ya que apoyan la identificación de las mujeres con estos modelos, en lugar de contribuir a que éstas se deslinden de ellos.

El diseño gráfico, como disciplina dirigida a elaborar y proyectar mensajes visuales con la intención de comunicar ideas de la manera más clara e inmediata posible, contempla siempre la premisa de trabajar con convenciones gráficas comprensibles para un público en específico, pero ¿qué pasa cuando estas convenciones gráficas se estancan y ya no corresponden al momento histórico ni al discurso que se quiere dar a conocer? Esta es la parte coyuntural de esta investigación, ya que sin duda, estoy de acuerdo con que hay que suprimir ciertos elementos en la representación gráfica de las mujeres porque han dañado de manera importante no solo su imagen, sino el cómo ellas se visualizan como parte de una sociedad; también considero que no es prudente perder de vista las especificidades de cada grupo femenino en esta representación gráfica, porque el encasillamiento en estereotipos ya sea victimizados o masculinizados, constituye un golpe mortal en la

construcción de nuevas derivas para el desarrollo de las mujeres, que nos conduciría a un mundo donde las mujeres o se siguen viendo como mujeres inmoladas o se conciben únicamente como remedo de los varones.

A partir de lo anterior, esta investigación ha sido trazada en tres ejes fundamentales, en los cuales se persigue analizar la aparición de ciertas formas de representación gráfica de las mujeres y su repercusión en subsecuentes momentos, dichos ejes de estudio se plasman en tres capítulos. El primero, *La mujer nueva, ruptura con las viejas formas de representación* me parece de vital importancia precisamente porque significa la aparición en el siglo XX de nuevas formas de representación gráfica de las mujeres, que se separan de la tradicional imagen decimonónica; lo que más me interesa de este primer capítulo, es analizar cómo la imagen tradicional de las mujeres transita hacia esta nueva iconografía caracterizada principalmente por la imagen masculinizada de la mujer, dentro de qué circunstancias se da este tránsito y cuál es su repercusión en la construcción de la imagen de la *mujer nueva*; además, es importante observar el fuerte papel de la propaganda social que alcanza también cuantiosos logros como factor fundamental en el cambio de conciencia y de conducta de las mujeres. Por otra parte, es en este período de transición en que se conciben muchas de las imágenes que continúan vigentes en el imaginario de la propaganda social feminista, por ejemplo la imagen del cartel *Libros para todos los campos del saber* (fig. 1), obra central del constructivismo ruso al servicio del socialismo, diseñada por Rodchenko en 1925, continúa siendo utilizada hasta nuestros días para diversos fines que tengan que ver con las mujeres.

Del mismo modo, los conflictos bélicos entre las grandes potencias, supieron aprovechar muy bien el entusiasmo de las mujeres por identificarse con modelos diferentes a los ya tradicionales, lo cual abrió el camino para que rusos y estadounidenses emprendieran una guerra mediática donde a la imagen de la mujer masculinizada le tocó estar en el frente de batalla. Gracias a esta circunstancia, muchas de estas imágenes, se convirtieron en grandes mitos, por ejemplo, la imagen de *Rosie la ribeteadora* (fig. 37),

creada por el ilustrador J. Howard Miller en 1942 por encargo del ejército estadounidense con el fin de reclutar mujeres para la fabricación de misiles de guerra, ha sido convertida en uno de los iconos favoritos de varios movimientos feministas.

En conclusión, el asunto de este primer capítulo es analizar ¿cómo se da un cambio tan marcado en la imagen gráfica de las mujeres? ¿Qué tanto esta nueva iconografía femenina responde a las expectativas de las mujeres de principios del siglo XX? Y ¿cuáles son las derivas que estas nuevas imágenes van tomando y que les han permitido no solo tener gran repercusión, sino también continuar vigentes en el diseño gráfico y la propaganda social de la actualidad?

El segundo eje de estudio, *La mujer salvaje. Afirmación de las mujeres como creadoras de imágenes de propaganda social*, tiene como principal objetivo el acercamiento a las representaciones gráficas femeninas creadas por mujeres. Si bien, este momento convive en temporalidad en ciertos periodos con el de la *mujer nueva*, lo que destaca en este segundo capítulo, es que el estudio está dirigido a los materiales de propaganda social donde se pueda constatar cierta autoría femenina, por lo cual me referiré principalmente a las conocidas como la Primera y la Segunda Olas feministas. La primera, ocurrida a principios del siglo XX y encabezada por el grupo llamado *The Suffragettes*,<sup>2</sup> tuvo lugar en Inglaterra y probablemente marcó la pauta para que las mujeres se consolidaran como autoras de materiales de diseño gráfico. Lo que más me interesa del movimiento sufragista inglés, es que las mujeres reclamaron ser ellas mismas las que se hicieran cargo de su imagen y conducirla hacia su principal objetivo: la reivindicación de la igualdad de los géneros a través de la obtención del derecho al voto femenino. Hilda Dallas y Caroline Watts, activistas del movimiento sufragista y artistas gráficas de la época, al mando de Christabel Pankhurst, a quien se le atribuye la autoría intelectual de la imagen gráfica de las *Suffragettes*, diseñaron una serie de carteles con fines propagandísticos,

---

<sup>2</sup> Se les llamó *The suffragettes* al grupo de mujeres militantes del ala más radical del Movimiento Sufragista Inglés. MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 36.

donde sus principales referentes gráficos provenían de la evocación a la mitología femenina, a tal grado que convirtieron la imagen de la santa heroína francesa Juana de Arco (fig. 53) en el símbolo de su movimiento. Otra de las características de la iconografía de las *Suffragettes* fue que sus representaciones femeninas, en oposición a las de la *Mujer nueva*, conservaban rostros y cuerpos femeninos estilizados del tipo *Art Nouveau*; lo que se puede interpretar como un factor distintivo entre las imágenes concebidas por mujeres para las mujeres y las que eran hechas para mujeres, pero con fines distintos a los intereses de las mismas, es decir, me parece un indicio importante de la idea gráfica que las mujeres de esa época tenían de ellas mismas.

La segunda ola, iniciada a mediados de los años 60, y que dió como resultado la instauración del *Edificio de las mujeres* en Los Angeles California en 1970, el cual fue un proyecto encabezado por Judy Chicago, Sheila Levrant de Bretteville y Susan Shapiro, que consistía en la difusión y dignificación del trabajo de diseñadoras gráficas y artistas visuales. En este marco, Shapiro y Chicago fundaron el *Programa de Arte Feminista*, a la vez que Sheila Levrant inició el *Programa de Diseño para Mujeres*, ambos para el Instituto de Arte de California. Estos sucesos hacen que esta etapa resulte fundamental en la consolidación de las mujeres como autoras de sus propias imágenes, sobretodo porque llevaron hasta la última consecuencia su filosofía de enfocarse no solo en el desarrollo de las habilidades artísticas, sino también en el desarrollo de la sensibilidad y la identidad de las mujeres, y la efectiva traslación de estos elementos a su trabajo artístico. Es una época muy fecunda en cuanto a simbolismo femenino se refiere, sobre todo bajo el ejercicio del esencialismo y el apropiacionismo como prácticas artísticas consolidadas del feminismo de los 60 y 70. Los logotipos más emblemáticos de los movimientos feministas nacen en este período, por ejemplo el ya tradicional puño contestatario femenino dentro de un círculo (fig. 68), surge de los movimientos radicales de mujeres del 68. La creación de esta serie de simbolismos se dio porque una de las principales características de las teorías feministas y que permeó fuertemente en las mujeres creadoras de imágenes, fue la *deserotización* de la

imagen femenina, es decir, ésta no debía ser más objeto de placer del público masculino, por lo tanto, las mujeres buscan soluciones gráficas basadas en el esencialismo y el apropiacionismo, donde ya no es necesario que aparezca la figura de la mujer, se trabaja en nuevas metáforas visuales y se opta por otros elementos para representar a la mujer. Esta búsqueda va desde la controvertida metáfora de la mujer esfinge como la “gran madre” en el cartel de liberación femenina diseñado por la artista sueca Mónica Sjöö en 1969 (fig. 69), hasta la sustitución de la imagen de la mujer por el símbolo genético del gameto femenino, en el cartel de Sheila Levrant para la Primera Conferencia de Mujeres en el Diseño en 1975 (fig. 75).

De esta manera, lo fundamental en este segundo capítulo es definir y estudiar ¿Cuáles fueron los referentes gráficos a los que acudieron las mujeres para construir una imagen que cubriera sus expectativas y se adecuara a sus diferentes requerimientos y demandas sociales, en dos momentos cruciales para la emancipación de las mujeres: La Primera y la Segunda Ola del Feminismo? ¿Mediante qué estrategias feministas las mujeres militantes de estos movimientos trabajaron en su autorepresentación gráfica? Y a partir de ahí tratar de concluir ¿Cuáles pudieron ser las características fundamentales en las imágenes femeninas de propaganda social concebidas en el marco de estos dos movimientos feministas, y cómo incidieron dichas características en la construcción de un nuevo ente femenino?

En el tercer capítulo *La mujer monstruo. La contemporaneidad y las derivas de las nuevas imágenes femeninas*, se pretende hacer un análisis de las imágenes que a partir de los 80 se generan como producto de nuevas agrupaciones femeninas con inquietudes diferentes; como las *Guerrilla Girls*, cuyo primordial objetivo era denunciar la discriminación de género y racial en la selección de artistas representados en galerías y museos. Este grupo, que se caracterizaba por el uso de tácticas de guerrilla, para promocionar la presencia de las mujeres en el arte, se distinguió por la realización de medios impresos de propaganda social en los que solían sustituir la figura femenina en

obras de la pintura clásica por mujeres con máscaras de gorila, cambiando así, drásticamente el mensaje (fig. 84). Así, estas mujeres enmascaradas constituyeron un movimiento paradigmático y sintomático de una nueva forma de representación femenina que permitió abrir la puerta a agrupaciones de otras latitudes, que si bien ya se venían gestando o habían existido desde antes que las *Guerrilla*, es en este momento que se muestran con más fuerza y logran desequilibrar de forma importante el aparente orden simbólico que el mundo parecía haber encontrado. Sumado a lo anterior, el auge en los Estudios de Género, la cada vez mayor participación de las mujeres en diferentes esferas sociales y artísticas y el surgimiento de nuevos reclamos sociales principalmente de Latinoamérica y de Medio Oriente, provocaron que la imagen de las mujeres se diversificara enormemente,<sup>3</sup> lo cual ha tenido grandes ventajas, pero también desventajas, por un lado, ha permitido que voces reprimidas de mujeres hayan sido escuchadas; pero también ha conducido a la producción de una serie de materiales de propaganda social que resultan confusos debido a que el manejo de la imagen gráfica de las mujeres está volviéndose cada vez más arbitrario. En este sentido, el diseño gráfico y la propaganda social, se convierten en herramientas fundamentales para la erradicación o la consolidación de los mitos femeninos, sobre todo en el caso de las mujeres indígenas, ya que debido a la poca participación en los ejercicios de autorepresentación gráfica que tradicionalmente habían tenido, casi siempre habían sido terceros los que decidían y se hacían cargo de la forma en que éstas aparecían en las imágenes de propaganda social. Fue hasta la última década del siglo XX que las mujeres indígenas empezaron a participar cada vez más en los procesos de representación gráfica de la cual eran objetos y comenzaron a aportar propuestas que parecían desafiar las premisas feministas más estables en lo que respecta a lineamientos gráficos de representación.

En esa temática y bajo el auspicio de los Estudios de Género, se tomó como caso de análisis la iconografía femenina de algunos de los materiales de propaganda social del

---

<sup>3</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 208.

*Ejército Zapatista de Liberación Nacional*, para analizar el manejo actual de la imagen gráfica de las mujeres y la forma en que las nuevas caras del feminismo inciden en la construcción de esta nueva iconografía. Una serie de cuestionamientos aparecen a la hora de confrontar estas nuevas imágenes que se rebelan contra cualquier forma de universalidad y reclaman la consideración a sus especificidades, que además se encuentran marcadas por la triple característica de otredad: mujeres, indígenas, pobres.

En este tercer capítulo, los cuestionamientos son: ¿Qué derivas de relectura ofrece la Tercera Ola Feminista frente a una iconografía femenina donde las mujeres aparecen enmasacradas, fraccionadas y representadas solo por una parte de su cuerpo, o donde aparecen muy pequeñas con respecto al soporte gráfico, o disfrazadas de un hombre armado? ¿Cuál es la postura de las actuales teorías feministas ante las formas de representación gráfica de las que han sido objeto las mujeres Zapatistas y que de alguna manera se deslindan de los cánones ideales de representación que el feminismo hubiese augurado?

En resumen, a través de tres momentos de la historia gráfica de las mujeres, lo que esta investigación pretende aportar es una serie de elementos que ayuden a explicar la construcción social de la imagen de la mujer en relación con sucesos sociopolíticos fundamentales en el siglo XX, mediante una exploración visual, un análisis comparativo de imágenes, primordialmente de propaganda social, y su correspondiente documentación histórica; que nos puedan dar pauta para comprender cómo se han construido los vínculos entre las imágenes femeninas de circulación masiva, la subjetividad y el ejercicio del poder. Con este esbozo se persigue incidir de alguna manera en la práctica del diseño gráfico, sobre todo al tratar de dilucidar el origen y significado de ciertos referentes gráficos femeninos muy recurrentes. Así, quizá sea momento de especular acerca de hacer una renovación en este conjunto imaginario, y empezar a pensar seriamente en la forma en que repercuten las imágenes de las mujeres en la construcción de una nueva feminidad.

## **Capítulo I.**

### ***La mujer nueva. Ruptura con las viejas formas de representación***

En su libro *La mujer nueva y la moral sexual*, Alejandra Kolontay utiliza el término *la mujer nueva* para designar a la mujer que emerge en paralelo a la construcción del socialismo en la Europa del Este en la primera década del siglo XX; si bien, Kolontay afirma que esta nueva mujer sólo puede ser concebida como producto del derrocamiento de los viejos esquemas sociales y la consecuente implementación del socialismo, también es cierto que a principios del siglo XX en Europa se respiraba una atmósfera de cambio y ruptura con todo lo que representara la tradición decimonónica, por lo que el concepto de *lo nuevo* cobra relevancia y se impone en todas las esferas de la sociedad y la cultura europea.

La propaganda social no permanece ajena ante lo anterior, sobre todo en el contexto de los grandes conflictos bélicos de la primera mitad del siglo XX, tales como la Revolución Rusa y las dos guerras mundiales. Dichos conflictos bélicos, en su imperioso deseo de ganar adeptos, generan una inmensa cantidad de productos de propaganda social, con lo cual se convierten en parteaguas en el manejo de la imagen gráfica del momento. Asimismo, su inminente necesidad de persuadir a las mujeres para apoyar diferentes acciones, permite desarrollar nuevas formas de representación femenina, con las cuales se garantice la identificación y la respuesta por parte de ellas. Pero ¿es realmente benéfico para la imagen de las mujeres este desarrollo en su representación gráfica? Para dar una respuesta a esta interrogante habría que analizar una serie de imágenes de este período, considerando la premisa de que dicha representación obedece a intereses muy particulares que casi siempre se corresponden con los beneficios del grupo dominante y se contraponen en consecuencia, con muchos de los intereses auténticos de las mujeres, además la poca participación de las mujeres en su propia representación deja también lugar a la especulación. Aún a pesar del panorama desolador, quizá algo pueda rescatarse dentro de esta largo proceso: la intención de ruptura con la vieja tradición y la apropiación de ciertos

simbolismos por parte de los movimientos feministas de posguerra podrían considerarse como factores interesantes en la construcción de una nueva feminidad; solo habría que ser muy cuidadoso en los elementos que se retoman y en los que se desechan, porque hay que recordar que *las imágenes no solo re-presentan un mundo cargado de significación, sino que contribuyen, a su vez a producir significados.*<sup>4</sup>

### **I.1 Del Constructivismo al Realismo Socialista, involución en la representación gráfica de las mujeres rusas**

De acuerdo con Alejandra Kolontay, la *mujer nueva* ya se venía gestando desde las últimas décadas del siglo XIX, pero se le había negado la existencia en aras de conservar intacto el orden social imperante, representado principalmente por el capitalismo; por lo tanto, con la instauración del sistema socialista, Kolontay plantea que las condiciones para el desarrollo de esta mujer nueva están dadas, sobre todo porque en el Código Soviético, el Partido Comunista *concede los mismos derechos a la mujer desde los dieciocho años que al hombre. Protege el trabajo de la mujer mediante leyes especiales. Ha organizado el socorro y la protección a la maternidad, y ha emprendido una fuerte campaña contra la prostitución.*<sup>5</sup> De la misma manera que Kolontay pugna por la presencia de una mujer nueva, los artistas rusos hacen lo propio y se cuestionan cuál será la función del arte en la construcción de la naciente Unión Soviética, surgiendo de esta manera el Constructivismo Ruso. Debido a que incluso antes de la revolución rusa ya existía un semillero de creación artística, experimentación y vanguardismo representado por artistas rusos pre-revolucionarios como Valentín Serov, Mijail Vrubel y Victor Borisov-Musatov, que ya habían planteado nuevas formas de representación artística, el camino para la llegada de los constructivistas ya estaba de alguna forma preparado. Por lo tanto, los artistas que

---

<sup>4</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.175.

<sup>5</sup> KOLONTAY, Alejandra, *La mujer nueva y la moral sexual*, Buenos Aires, Claridad, 1922, pág.11.

emergieron con la revolución bolchevique, se basaron en una tradición muy fecunda, además de la substancial influencia que obtuvieron de los cubistas franceses, futuristas italianos y simbolistas, aunado a la importante recarga de entusiasmo y espíritu libertario del *Proletkult* (cultura proletaria).<sup>6</sup> De esta manera, el Constructivismo se convertiría en una de las más importantes formas de arte del incipiente sistema social de la Europa del Este.



Fig. 1. Cartel de Alexander Rodchenko, *Libros para todos los campos del saber*, URSS, 1925.

El constructivismo nació casi de forma paralela con la revolución bolchevique y se mantuvo en la escena hasta poco tiempo después de la muerte de Lenin en 1924; este movimiento, encabezado por Vladimir Tatlin, Alexander Rodchenko, Varvara Stepanova, Lyubov Popova y El Lissittsky, contó con el apoyo de Lenin para llevar a cabo

<sup>6</sup> De acuerdo con Lunacharsky, la propuesta teórica básica de la *Proletkult* era: que toda cultura del pasado podría denominarse burguesa, que de ella – si exepuamos las ciencias sociales y la técnica (y aún con reservas) – nada merecía la pena salvarse y que el proletariado comenzaría a destruir la vieja cultura y a crear la nueva inmediatamente después de la revolución. (Lunacharsky, *Comisario de arte y educación en la unión Soviética en 1922*). Citado en FER, Briony, *Realismo, racionalismo, surrealismo*, Buenos Aires, 1936, Editorial Akal, pág. 274.

experimentaciones con respecto a nuevas formas de representación en el arte y el diseño; los artistas del Constructivismo concebían la práctica del diseño ligada a la producción como un medio de integrar el arte en la reconstrucción de la sociedad, y perseguían la creación de un diseño estético total para cambiar los hábitos de comportamiento de la sociedad soviética. Por lo cual, sus experimentaciones se reflejaron de forma inmediata en los materiales de propaganda social, principalmente en los carteles, ya que partían del supuesto de que *el póster estimulaba el pensamiento, expresaba la indignación, bullía de entusiasmo, provocaba risa, respondía al instante a los acontecimientos y comunicaba sin retraso las noticias.*<sup>7</sup>

Estos materiales estaban al servicio del futuro de la nueva Unión Soviética, como queda de manifiesto en el cartel *Libros para todos los campos del saber* (fig. 1), obra central del constructivismo ruso diseñada por Alexander Rodchenko en 1925, donde se visualizan las principales características formales de este movimiento artístico. La precisión en el trazo y en el acomodo de cada unidad componente, así como el juego de líneas diagonales y la economía de elementos y colores, sumados al rostro de una mujer típicamente proletaria que con gran fervor arenga al público espectador. Rodchenko, El Lissitsky y Strakhov entre muchos más, otrora artistas visuales independientes, se unieron a los bolcheviques para encargarse de la realización de la propaganda social soviética, cuyo principal objetivo era difundir y legitimar la ideología socialista, mediante imágenes que reflejaran espíritu de libertad y entusiasmo por construir una nueva sociedad; esta propaganda intentaba persuadir a las masas proletarias de sumarse y aceptar con agrado las prácticas que el Estado llevaba a cabo, y sobre todo incidir en la convicción de que la revolución era relevante para la vida cotidiana.

---

<sup>7</sup> WOODS, Alan, “El marxismo y el arte. Introducción a los escritos de Leon Trotsky sobre arte”, Fundación *Federico Engels*, 20 de diciembre de 2000. [http://www.engels.org/cuader/5\\_arte/ma1.html](http://www.engels.org/cuader/5_arte/ma1.html).



Fig. 2. Cartel de Adolph Strakhov, *Mujeres emancipadas, construyen el socialismo*. Unión Soviética, 1920.

Bajo esta dinámica, donde una de las grandes promesas del socialismo había sido la vindicación de los derechos de las mujeres, el Constructivismo perfila la imagen de la nueva mujer rusa en base a características muy específicas, las cuales se expresan con claridad en el cartel *Mujeres emancipadas, construyen el socialismo* (fig. 2), de Adolph Strakhov, donde ponderan las formas abstractas geométricas y un ágil sentido de la composición principalmente a partir de diagonales, además del regreso al uso de los colores primarios. La figura de la mujer pierde todas las características de sus antecesoras, ya que los trazos gruesos y angulosos que forman su rostro y su cuerpo, la deslindan de las representaciones femeninas frágiles, ensoñadas y absolutamente sexualizadas de la tradición decimonónica, principalmente de algunas obras pictóricas realizadas en esa época, como por ejemplo la serie de *Bañistas* (fig.3) pintada por Renoir en las últimas décadas del

siglo XIX y primera del XX; donde las mujeres con sus cuerpos rollizos, gráciles y redondeados responden a la mirada masculina de deseo, representada por el autor, y *frente a la amenaza de una nueva mujer, que aspira a ocupar el espacio masculino sus desnudos proyectan una imagen de unidad y armonía naturales en la que todo (sobre todo las mujeres) están en su sitio*<sup>8</sup>. O por otro lado, imágenes del simbolismo ruso como *Jóvenes mujeres en el Volga* (fig. 4) de Kuzma Petrov-Vodkin, pintado en 1915, que casi en la víspera de la Revolución Bolchevique delinea con suaves trazos a un grupo de mujeres que tranquilamente se preparan para tomar un baño en el Río Volga, ajenas a cualquier intento de transgredir el orden social y simbólico imperante.



Fig. 3. Pierre-Auguste Renoir, *Bañista sentada*. Paris, 1914.



Fig. 4. Kuzma Petrov-Vodkin. *Jóvenes mujeres en el Volga*, Moscú, 1915.

<sup>8</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.137.



Fig.5. Cartel de Caroline Watts, *Sufragio femenino*, Londres, 1908.

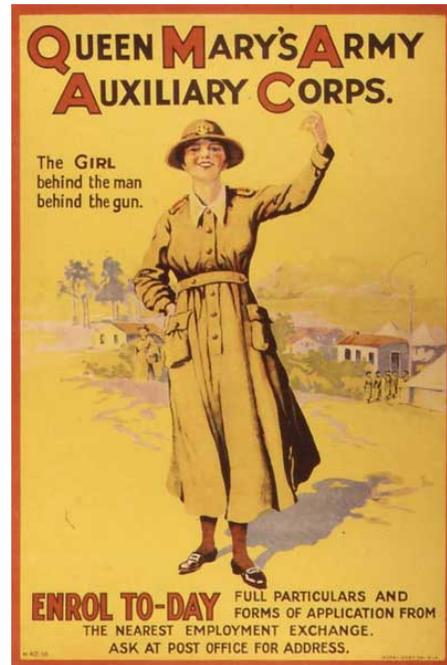


Fig. 6. Cartel anónimo, *La mujer detrás del hombre, el hombre detrás de las armas*. Londres. 1918.

Por otra parte, en cuanto a la propaganda impresa, antes del cartel de Strakhov, ya se habían dado varios pasos en la transformación de la imagen femenina, por ejemplo y como un caso destacadísimo de la participación de las mujeres como autoras, es importante mencionar los materiales de propaganda de las mujeres sufragistas en Inglaterra (fig. 5), ya que ambas alas en que se dividió el movimiento, moderado y radical, produjeron una cantidad considerable de material, que ejemplifica que ya empezaban a gestarse rasgos importantes en el nuevo discurso gráfico de la imagen de las mujeres. Por otra parte también es necesario mencionar que durante la primera guerra mundial emergió una gran diversidad de imágenes propagandísticas en las cuales la representación gráfica de las mujeres transitaría por diferentes facetas, de las cuales destacarían tanto la tradicional imagen maternal (fig. 6), hasta el prototipo de la sensual mujer que incita a los hombres a enlistarse en el ejército.

Además, en cuanto a las imágenes publicitarias de la época, éstas se encontraban colmadas con dos estereotipos de mujer que Brham Dijkstra clasificaría en su libro *Ídolos de perversidad* como la monja hogareña y la vampiresa o *female fatale*. La monja hogareña representaba a la mujer ideal que nunca buscaría confrontarse con el hombre y se mantendría siempre abnegada en la esfera del espacio privado, el hogar, los jardines y los balcones, y cuya imagen serviría de distintivo a las revistas de moda para las mujeres de clase media y alta (fig. 7). En contradicción a la monja hogareña surgió la figura de la vampiresa, mujer de moral cuestionable que irrumpe en los espacios públicos, y cuyo mejor ejemplo del momento fue encarnado por Mata Hari (fig. 8), exótica bailarina asesinada a finales de la primera guerra mundial, acusada de traición, y que después de su muerte se convirtiera en un icono del cine, la televisión y la publicidad.



Fig. 7. Portada de revista *The delineator*, Londres, 1908.

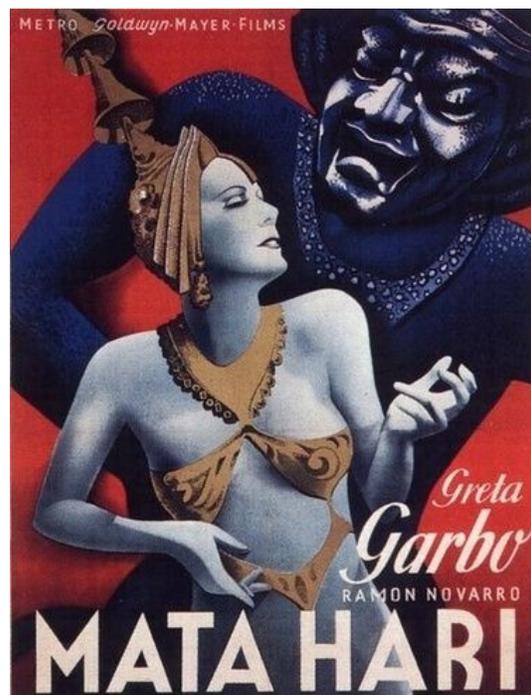


Fig. 8. Cartel anónimo para la película *Mata Hari*, USA, 1931.

A grandes rasgos, este era el contexto gráfico en el que surgió la imagen del cartel *Mujeres emancipadas construyen el socialismo* (fig. 2), donde la imagen femenina con sus nuevas particularidades gráficas adquiere características que la asemejan más a un hombre, a una especie de *Hércules femenino*<sup>9</sup> (fig. 9), que al igual que el héroe de la mitología griega, se distinguía por exhibir gran tamaño y fuerza, y sobre todo extraordinaria valentía y disposición para la acción. Precisamente son esas características las que la convierten en una imagen paradigmática en la construcción de nuevas formas de representación gráfica de las mujeres, porque se separa en forma y contenido de sus antecesoras y de sus contemporáneas.



Fig. 9. La figura de Hércules, visto aquí en la pintura *Hercules y la hidra*, de Antonio Pollaiuolo, (1475), se ve reflejada en los personajes de la propaganda social hecha por los constructivistas rusos, como se puede ver en estos carteles de Gustav Klutsis, a finales de la década de los 20.

Desde una perspectiva iconológica, el cartel de Strakhov trabaja con elementos de transmutación de las formas tradicionales de representación femenina, para ahora presentar una imagen que dista en gran medida de la mujer como elemento erótico y que el arte

<sup>9</sup> Toby Clark utiliza el término *Hércules femenino*, para referirse a las mujeres trabajadoras de la industria en la Unión Soviética de las décadas 20 y 30, quienes se caracterizaban por realizar trabajos pesados en largas jornadas laborales. CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 89.

occidental y la publicidad habían explotado hasta la saciedad. Transforma a la mujer de un sujeto pasivo a un sujeto activo, la mujer ya no está para ser observada por los hombres, persigue una misión diferente, que es la de captar la atención de las mujeres e inducir una acción en su conducta. Si bien, en lo formal el Constructivismo Ruso tuvo sin duda una fuerte influencia del movimiento cubista, en lo conceptual, *Mujeres emancipadas* (fig. 2), es diametralmente opuesto a las representaciones femeninas en las obras cubistas, principalmente porque éstas seguían siendo concebidas bajo la vieja tradición pictórica en la cual se prevé la presencia de un espectador masculino. En tal caso, en cuanto a intención, esta imagen se emparenta de mejor manera con la obra plástica de la pintora alemana Käthe Kollwitz, quien en su trabajo dentro del expresionismo, deja de manifiesto su enorme compromiso social y muestra dramáticamente, principalmente en *La viuda* y *¡Nunca más la guerra!* (fig.10), un esbozo de la mujer de entre guerras.



Fig. 10. Käthe Kollwitz, *¡Nunca más la guerra!*  
Alemania, 1924.

El cartel de Strakhov (fig.2), ilustra la imagen ideal de la nueva mujer para la incipiente sociedad socialista, la cual tenía que ser una mujer emancipada, que sin dejar de moverse en el espacio privado del hogar, se visualizara también como un elemento de la dinámica progresiva de la nueva sociedad soviética. De ahí que el escenario que fondea la imagen, está compuesto por las siluetas de unas humeantes fábricas, símbolo por excelencia del progreso y la modernidad a la que tanto apostó la Revolución Rusa; los bolcheviques afirmaban que el desarrollo de la técnica era el resorte principal del progreso, el cual conduciría a la Unión Soviética a un desarrollo económico cualitativo, que la sacara de la miseria y el atraso en el que se encontraba, lo que a su vez incidiría directamente en la liberación de la mujer, de otra manera, dicha idea de liberación sólo sería una fantasía. Así lo apuntaría Trotsky, en *La revolución traicionada*,<sup>10</sup> recuento ensayístico escrito en 1936: *La emancipación verdadera de la mujer es imposible en el terreno de la miseria socializada*. De esta manera, el Constructivismo, uno de cuyos principales objetivos era transmitir las ideas de la revolución, aplicó con claridad los elementos gráficos que fueran referentes idóneos de técnica, progreso y desarrollo; así, las humeantes fábricas que aparecen detrás de la figura femenina, junto con efigies de complejas maquinarias o lugares de trabajo, se convertirían en una constante en diversos materiales de propaganda rusos (fig. 11), de la misma manera que otros recurrentes elementos del cartel de Strakhov se convirtieron en importantes referentes de la revolución y el proletariado, por ejemplo la bandera roja, añeja representante de la lucha obrera y el pañuelo sobre la cabeza, símbolo por antonomasia del trabajo proletario.

---

<sup>10</sup> TROTSKY, Leon, “La revolución traicionada”, Moscú, 1936. Esta edición: *Marxists Internet Archive*, versión digital *Célula II de Izquierda Revolucionaria*, España, 2002, Html: [//eprints.cddc.vt.edu/marxists/espanol/trotsky/index.htm](http://eprints.cddc.vt.edu/marxists/espanol/trotsky/index.htm)

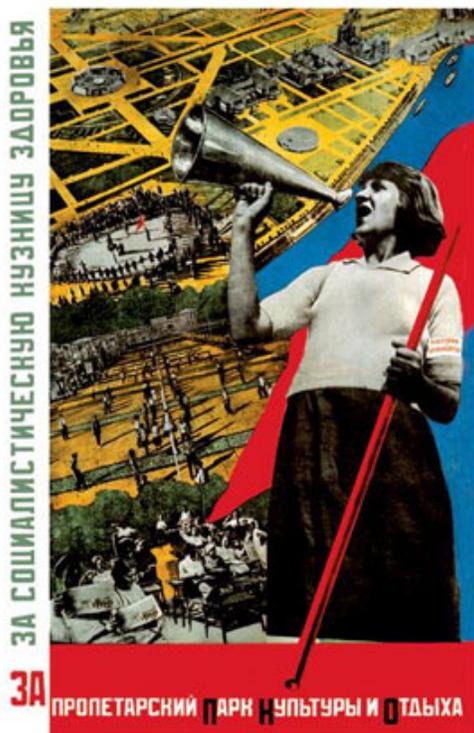


Fig. 11. Cartel anónimo, *Por el proletariado*, Moscú, década de los 20.

Como ya se dijo, los constructivistas trabajaron con una imagen idealizada de las mujeres, en cuanto a que las retratan mirando con entusiasmo hacia un futuro donde la vanguardia tecnológica y el progreso, aunados a la promesa de la repartición del poder entre el proletariado, y la vindicación de los derechos de las mujeres, construirían un mundo perfecto; es decir, la utopía socialista está representada en la imagen de la mujer del cartel de Strakhov de la misma manera que en los jóvenes del cartel *Los constructivistas* hecho en 1929 por El Lissittsky (fig. 12). Elementos recurrentes como la cabeza erguida, la mirada fija en un punto lejano, el ángulo y el encuadre de la imagen que sugieren que los personajes se desplazan hacia adelante, así como un diseño tipográfico claro y reduccionista, y el uso de los colores rojo y negro, responden a la expectativa constructivista de reconstruir la sociedad a partir de la creación de un diseño estético funcional, que ayudara a cambiar los hábitos de comportamiento de la población soviética,

o como ellos decían para *organizar la psique de las masas*.<sup>11</sup> En esta *organización de la psique*, las mujeres eran fundamentales en cuanto a que estaban a la espera del cumplimiento de la promesa de recuperación de sus derechos, lo que les hizo mantener la confianza en la nueva estructura social, hasta que la utopía empezó a desmoronarse tras la muerte de Lenin, ya que los líderes que lo precedieron jamás cumplieron con las promesas hechas al incipiente feminismo ruso encabezado por Alejandra Kolontay.

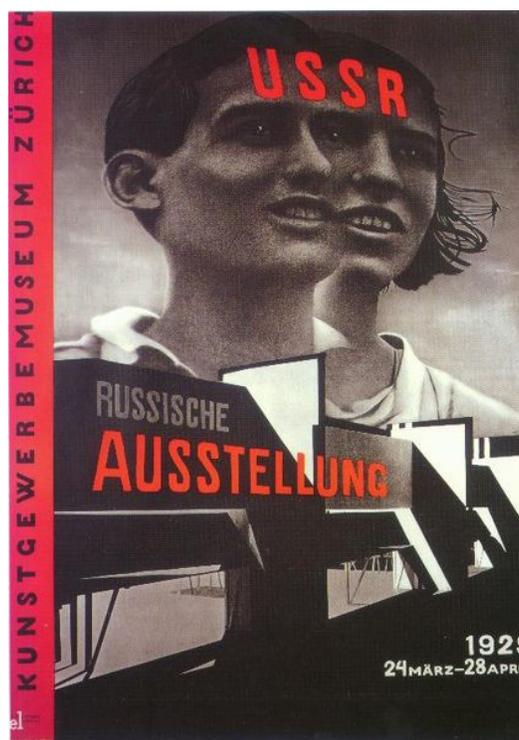


Fig. 12. Cartel de El Lissitzky. *Los constructivistas*. Relativo a la presentación de trabajos de los constructivistas rusos en Zurich. 1929.

Por otro lado, si bien es cierto que los bolcheviques si contemplaban como factor fundamental de su política la recuperación de los derechos de las mujeres, que arrastraban años de dependencia económica y muchas de ellas, principalmente las campesinas vivían en una pobreza infame; el Marxismo, los bolcheviques, Lenin y Trostsky siempre se

<sup>11</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 82.

pronunciaron en favor de las acciones para la emancipación de la mujer, aún contra la fuerte resistencia de algunos *soviets*. Grandes proyectos en pro de las mujeres vieron la luz en los primeros años de la Unión Soviética, por ejemplo en 1920, Lenin y un grupo de mujeres fundarían el *Zhenotdel*,<sup>12</sup> conocido como el primer departamento u oficina gubernamental en el mundo expresamente creado para apoyar a las mujeres, y que fuese dirigido por la misma Kolontay, asimismo y como consecuencia, también se creó el *Rabotnitsa* (obrero), medio impreso encargado de difundir los avances y propuestas por parte de los bolcheviques con respecto a la causa femenina. En general muchos de los planteamientos feministas que se han manejado y que son vigentes en la actualidad, nacieron de la Revolución Rusa de 1917; la idea de la familia mutable y sujeta al cambio histórico, leyes a favor del aborto, unión libre, guarderías comunitarias, apoyo a la maternidad y la lactancia, así como al desarrollo y la participación de las mujeres en la política llegando a convertirse éstas en auténticas líderes y camaradas.

Lo que también es cierto, es que el término igualdad se interpretaba de tal forma que la mujer tendría que emular al varón en derechos y obligaciones, de ahí que, como ya se apuntó, una de las principales características de la representación femenina en la propaganda realizada por el Constructivismo Ruso, fue la imagen de la mujer masculinizada, lo cual tuvo que ver en gran medida con la intención de ruptura total con las imágenes anteriores, pero también con el cumplimiento de uno de los principales preceptos constructivistas donde se establece una gran oposición a la expresión del “yo”,<sup>13</sup> es decir, se

---

<sup>12</sup> En noviembre de 1917 tuvo lugar la primera conferencia de mujeres impulsada por el partido comunista, y en noviembre de 1918 se celebró el primer Congreso de Mujeres Trabajadoras de toda Rusia. El congreso fue organizado, entre otras compañeras, por Alexandra Kollontai. Se decidió la creación de comisiones para la agitación y la propaganda entre mujeres trabajadoras, que más tarde se convertiría en el Departamento de Mujeres del Partido o *Zhenotdel*. Los métodos políticos que tenía que desarrollar el *Zhenotdel* fueron diseñados por Kollontai, quien veía que la misma opresión que sufrían las mujeres llevaba a su falta de implicación en la vida política.

D'ARMENGOL, Laia “Alexandra Kollontai Socialista y Feminista Rusa”, En *Lucha*, Septiembre del 2003.

[http://mujeresriot.webcindario.com/Alexandra\\_Kollontai.html](http://mujeresriot.webcindario.com/Alexandra_Kollontai.html).

<sup>13</sup> Briony Fer se refiere a la expresión del “yo” y de la fusión del pincel, la mano y el cuerpo en su libro *Realismo, racionalismo y surrealismo*, Buenos Aires, 1936, Editorial Akal, pág. 131.

niega la personalidad del artista, y en consecuencia, se evita cualquier referencia explícita a la diferencia sexual. De acuerdo con Briony Fer en su libro *Realismo, racionalismo y surrealismo*, en el Constructivismo la persona individual y la diferencia de sexo se debilitaban, realizándose el constructor; aunque se pretendía que el *término constructivista era un término neutral, sin género, en su uso social implicaba un tipo masculino: el ingeniero, el especialista burgués, el experto técnico ligado a la industria*.<sup>14</sup> De ahí que las representaciones de la mujer ideal tenían que emparentarse con los atributos físicos del hombre, el cartel *Mujeres emancipadas construyen el socialismo*, es sólo uno de los atisbos que muestra a la mujer, siendo anulada por la idealidad masculina. Sucediendo lo mismo en el cartel *Mujer trabajando en la batalla por el socialismo y contra la religión*, realizado en 1931 por B. Klinch y Koslinskii (fig. 13), que es todavía más enfático en la idea del constructor en cuanto a que la mujer aparece usando objetos de trazo y precisión, mirando hacia el horizonte y acompañada por un busto de Lenin colocado sobre un estante con libros y que dirige la mirada en la misma dirección que ella.

Aún cuando la Revolución Rusa había promulgado una teoría del arte no diferenciada de la artesanía, donde la producción de los objetos bien diseñados para su uso era un mejor valor que la expresión individual, lo que de acuerdo con María Teresa Beguiristain en su ensayo *Mujeres sabias del arte occidental*,<sup>15</sup> debería haber favorecido el trabajo de las mujeres, ya que la artesanía era su campo tradicional, no fue así, la vanguardia constructivista también dejó en segundo plano a las mujeres artistas, por lo tanto, la forma de representar gráficamente a las mujeres en carteles y propaganda en general fue atribuida principalmente a artistas varones, relegando a las mujeres a los diseños textiles y vestuario para uniformes y puestas teatrales.

---

<sup>14</sup> IBIDEM

<sup>15</sup> BEGUIRISTAIN, María Teresa, "Mujeres sabias del arte occidental", aparece en la versión PDF del compendio realizado en el marco del Congreso *XXV años de estudios de género. Mujeres sabias, entre la teoría y la práctica*. Coordinado por Pau Serrano Magdaleno, bajo el auspicio de la Fundación Isonomía para la Igualdad de Oportunidades, Universitat Jaume I, 2004, pág. 37. <http://isonomia.uji.es>.



Fig. 13. Cartel de B. Klinch y Koslinskii. *Mujer trabajando en la batalla por el socialismo y contra la religión*, URSS, 1931.

Es decir, lo que se puede leer tanto en el cartel de Strakhov (fig. 2) como en el de Klinch y Koslinskii (fig. 13), es que la Revolución Bolchevique basada en el marxismo, y representada gráficamente por el Constructivismo, consideraba la igualdad de los individuos en cuanto al sexo, mujeres y varones eran iguales, pero iguales a un prototipo masculino. Por lo tanto se deduce que en la representación gráfica femenina, el fetiche, lo que se coloca en sustitución de algo o alguien, es decir, la idealidad masculina, imperó sobre la mujer de la realidad y sobre las buenas intenciones constructivistas. En el sacrificio del “yo”, fueron las mujeres las que más perdieron, porque mediante la propaganda impresa del Constructivismo se construyeron modelos femeninos que imperan hasta nuestros días y que pueden ser justificados en su momento, ya que ciertamente era necesario romper con los viejos y apabullantes cánones de representación femenina y había que ser radical en esta ruptura, pero, en contraparte, el Constructivismo, en su efímera duración, se quedó corto en desarrollar un discurso gráfico más adecuado a las nuevas expectativas de las mujeres, y en

consecuencia, la fuerte influencia de estos modelos y la distorsión paulatina de la que fueron objeto, fructificó en una negación y una condena hacia una forma alternativa de construir la feminidad. Es decir, la frustración del movimiento constructivista y su gradual deformación, cortaron de tajo con las frescas ideas de representación que los artistas venían desarrollando, la utopía socialista fracasó y con ella también se malogró un interesante capítulo en el proceso de renovación de la imagen gráfica femenina; los trabajos de Varvara Stepanova (fig.14), Alexandra Exter y Lyubov Popova (fig.15), que muestran en su obra gráfica claros ejemplos de un proceso en desarrollo, de un verdadero proceso hacia la instauración de la mujer constructora, ya no tuvieron tiempo de permear hacia los materiales de propaganda social.

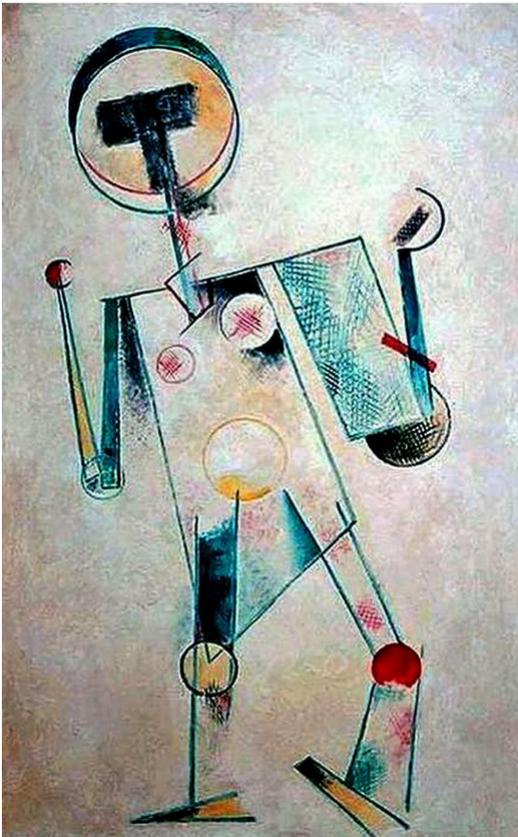


Fig. 14. Varvara Stepanova, *Figura humana*, URSS, 1920.



Fig. 15. Lyubov Popova, *Autorretrato*, URSS, 1915.

El principal problema con el que se confrontó el Constructivismo a la hora de configurar una representación femenina adecuada a las expectativas de la mujer nueva, fue que al ser el Constructivismo una corriente que se fundamentaba principalmente en las teorías marxistas, la causa femenina siempre iba quedar de lado, ya que el marxismo difiere del feminismo centralmente sobre la cuestión de cuál es la división fundamental de la sociedad, mientras para los marxistas, es de clase, es decir, explotadores contra explotados; desde un enfoque feminista se sostiene que es mujeres sojuzgadas contra varones opresores; es decir, en el marxismo una mujer obrera tiene más en común con sus colegas hombres que con una patrona, y por lo tanto la emancipación de la mujer se convierte en una tarea de la clase obrera en su conjunto. El feminismo por su parte opina que se trata de una cuestión patriarcal y sexista. De acuerdo a Griselda Pollock, las relaciones de poder entre varones y mujeres deben estudiarse desde otras perspectivas, porque el marxismo no las incluye, *el feminismo plantea nuevas áreas y formas de conflicto social que requieren de sus propias formas de análisis de las relaciones, la construcción social de la diferencia sexual, sexualidad, reproducción, trabajo y por supuesto, cultura.*<sup>16</sup> Y en consecuencia estas nuevas formas de análisis hubiesen permitido al Constructivismo otras derivas para la configuración de nuevos perfiles femeninos que rompieran con la vieja tradición representativa a la vez que dieran pauta, mediante el trabajo gráfico de mujeres y varones, a la concepción de la imagen de la mujer constructora que demandaba la nueva sociedad del siglo XX. Al no haber sido así, porque como lo escribió el historiador de arte Heinrich Wölfflin, *no todo es posible en todos los tiempos,*<sup>17</sup> las imágenes de la propaganda social del Constructivismo Ruso, constituyen un intento optimista para cambiar la iconografía femenina de masas, pero representan también una época de gran contradicción en diversos ámbitos, desde sociales hasta

---

<sup>16</sup> POLLOCK, Griselda, *Visión, y diferencia. Femenidad, feminismo e historias del arte*, (Vision and difference. Femininity, feminism and the histories of art). Londres, 1988, Routledge, pág. 20.

<sup>17</sup> WÖLFFLIN, Heinrich, *Conceptos fundamentales en la Historia del Arte*, Madrid, Espasa-Calpe, 1985, pág. 33-34.

artísticos. Estas imágenes con sus pros y sus contras formaron parte de un proceso que de inicio, sí tuvo la idea de transformar la forma en que la representación femenina se concebía en los medios impresos, pero que estaba de alguna manera condenado al fracaso porque desde el principio, el Constructivismo partió de interpretaciones marxistas que no contaban con las herramientas de los Estudios de Género que ahora ya existen, aunque ya había mucha literatura feminista y la propia Alexandra Kolontay fue una activa participante dentro de la estructura bolchevique, lo cierto es que las teorías marxistas y las teorías feministas no lograron coincidir a la hora de configurar una imagen más acorde con la nueva mujer del siglo XX.

A la caída del Constructivismo, dicho proceso no solo se estancó, sino que a medida que se deformaba el proyecto de nación bolchevique a manos de los estalinistas, este proyecto gráfico fue erradicado; pero siendo Stalin un conocedor de la eficacia de muchas de las imágenes producto de este movimiento, conservó algunos de los elementos estructurales y los tergiversó en aras de configurar la nueva forma de hacer “arte” en la Unión Soviética: el Realismo Socialista. La fórmula a base de mujeres, jóvenes y campesinos entusiastas y llenos de esperanza, se instaló como elemento fundamental de la propaganda estalinista (fig. 16), haciéndose un uso indiscriminado de ella para apoyar un discurso que fundamentalmente se basaba en mostrar “la realidad socialista”, la cual consistía en la visión del mundo interpretada a través del socialismo tal como la definía el Partido Comunista, es decir las mujeres, los varones, la juventud y la niñez eran representados a través de los mejores aspectos del presente, de una manera totalmente accesible para el público popular, e involucrados siempre en asuntos relacionados con la cotidianidad, el trabajo, la escuela y el deporte. Stalin se encargaba de promover y premiar a los artistas que mejor cumplieran la encomienda. Poco a poco cada una de las conquistas artísticas de la Revolución Rusa se fueron disipando a favor de la estrechez nacional, la ausencia total de imaginación, la aversión a la innovación y a la experimentación, así como la tendencia hacia el conformismo y el control. El proyecto de arte revolucionario se

colapsaba; suicidio, muerte temprana, exilio y arrinconamiento de los artistas constructivistas marcaron la fase de transmisión hacia el Realismo Socialista.



Fig. 16. Serafina Ryangina.  
*Cada vez más alto*. URSS. 1934.

Mucho se ha afirmado que el realismo socialista guarda grandes similitudes con el arte oficial de la Alemania nazi, principalmente por el afán de ambos de producir imágenes que idealizaban a los obreros y a los campesinos, y envolvían a sus líderes dentro de un culto a la personalidad; además de que ambas corrientes, coinciden también en que se convirtieron en un elemento sustancial de control del poder sobre las masas. A pesar de estas similitudes, hay aspectos significativos que los diferencian, primero: mientras el nazismo ponderaba en su iconografía una glorificación mítica del pasado, el realismo socialista pugnaba por borrar el pasado y dirigirse de forma entusiasta hacia el futuro; en cuanto a la imagen de las mujeres, los nazis las feminizan y enaltecen los vínculos de la mujer con la maternidad y con los elementos de la naturaleza y el Realismo Socialista retoma y consolida las imágenes de las mujeres masculinizadas que nacieron en la

vanguardia. El estilo pictórico que impera en el Realismo Socialista, combina aspectos *hollywodenses* de la época con elementos de ilustración de novelas populares románticas y de aventuras, como se muestra en la pintura de Serafina Ryangina (fig. 16) realizada en 1934 y que fue parte de la campaña para difundir el programa de electrificación de la URSS. Aquí, el papel que juega la mujer es acompañar al varón en la odisea de llevar el progreso a todos los rincones de la Unión Soviética; la vinculación erótica entre la mujer y el varón es superada por la relación de camaradas en el cumplimiento de una misión. La mirada eufórica de la mujer dirigida hacia arriba, a un punto a la distancia es también uno de los códigos recurrentes del Realismo Socialista e implica la presencia de la idea esperanzadora del camino hacia el futuro.

La imagen femenina en los primeros años del Realismo Socialista se contagia de una siniestra exaltación, sobre todo a partir de que Stalin abandona la política de construir el socialismo “a paso de tortuga” y adopta un plan de industrialización desesperadamente necesario, aunque acelerado a un ritmo inmisericorde y criminal. El desarrollo económico resultante trajo consigo un cambio cualitativo en las condiciones de la mujer trabajadora. Para que éstas pudieran trabajar, las guarderías y los comedores florecieron de la noche a la mañana en vecindarios y fábricas. Las líderes de lo que quedaba del *Departamento de Mujeres del Partido Bolchevique (Zhenotdel)*, entusiasmadas gritaban consignas:

*“¡Abajo la cocina!” “¡Destruiremos esta pequeña cárcel! Liberaremos a miles de mujeres del trabajo doméstico. Ellas quieren trabajar como el resto de nosotros. En una cocina de fábrica, una persona puede preparar de cincuenta a cien cenas diarias. Haremos que las máquinas pelen las papas, laven los trastes, corten el pan, remuevan la sopa y hagan helado.”*<sup>18</sup>

La atmósfera que se vivía en la URSS entre las décadas de los 30 y los 40, era de un gran arrebató, Stalin y el Partido Comunista iniciaron una agresiva campaña de medios

---

<sup>18</sup> STITES, Richard, *The women's liberation movement in Russia: feminism, nihilism, and bolshevism, 1860-1930*, England, Princeton University Press, 1978, pág. 428.

impresos promoviendo, en palabras de Toby Clark *un culto elitista de individuos sobrehumanos cuyos poderes se conjugaban con la épica tarea de la construcción socialista*,<sup>19</sup> en este proceso surgieron una serie de imágenes femeninas que apoyaban el discurso de la importancia de la participación de las mujeres en el mundo laboral y de su emancipación en términos generales, pero la realidad era otra, ya que el gobierno de Stalin echó hacia atrás los logros en materia femenina que se habían dado con el primer gobierno bolchevique, con lo que las mujeres se vieron obligadas a convertirse nuevamente en amas de casa bajo el tradicional y conservador concepto de la familia. El Realismo Socialista llevó a cabo todo un gran montaje para hacer creer a las mujeres que estaban siendo tomadas en cuenta en el frenético proceso de desarrollo de la URSS, incluso aplicó el concepto de *estajanovista*, que quería decir el héroe del trabajo, a la imagen de las mujeres, dando nacimiento a la heroína de la vida cotidiana, al *Hércules femenino* que se podía encontrar en el subsuelo trabajando en la construcción del Metro, o desempeñando un cargo público dentro del *Soviet* o cumpliendo labores en el campo o teniendo al cuidado a los hijos, de esta manera, la pintura *Trabajadora en el metro con martillo neumático* (fig. 17), ilustra muy bien la idealidad sobre la que el realismo socialista se basaba y que configuró un arquetipo femenino: una trabajadora incansable y valerosa soldado del Ejército Rojo, una heroína que personificó las ideas políticas del partido en el poder.

Las nuevas imágenes femeninas, de entrada fueron bien aceptadas por las masas, ya que si había algo que se le criticaba al constructivismo es que producía imágenes que la gente no alcanzaba a comprender del todo, el mismo Lenin alguna vez se manifestó a favor de una iconografía más clara y más cercana al entendimiento del proletariado. En ese contexto, el Partido Comunista justificaba el trabajo del realismo socialista por que éste se fundaba en cuatro principios universales que a su vez habían sido tomados de las

---

<sup>19</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal/Arte en contexto, 2000, pág. 88.

tradiciones de la Rusia populista y de las ideas marxistas-leninistas: accesibilidad al público popular y reflejo de sus preocupaciones, expresión de los intereses de clase, temas relacionados con cuestiones concretas cotidianas y fidelidad a los puntos de vista del partido; claro, habría que mencionar que todos estos aspectos se matizaron bajo una autoridad legislativa rígidamente estalinista.



Fig. 17. Alexander Samoivalov, *Trabajadora del metro con martillo neumático*, URSS, 1937.

El material propagandístico de esta corriente que hacía alusión a las mujeres, retrataba a afanosas activistas que siempre exhibían un comportamiento ejemplar y las actitudes de una perfecta ciudadana (fig.18). Las mujeres masculinizadas del Realismo Socialista cumplieron una función rígidamente dogmática que encubría el retroceso en la consolidación de una nueva mujer independiente, con derecho a decidir sobre su cuerpo y con atribuciones a participar en la vida política, ya que para el gran perjuicio de las mujeres soviéticas, el Código familiar de 1936 criminalizó el aborto, de tal manera que las muertes

por aborto aumentaron de forma impresionante. Al mismo tiempo, el gobierno empezó a emitir “condecoraciones a heroínas” para las mujeres que tuvieran un gran número de hijos, mientras que los funcionarios de gobierno decretaban que en la Unión Soviética “la vida es feliz” y que sólo el egoísmo llevaba a las mujeres al aborto. El Código familiar de 1944 retiró el reconocimiento de los matrimonios de facto, restauró el denigrante concepto de ilegitimidad para los hijos nacidos fuera del matrimonio, abolió la coeducación en las escuelas y prohibió las demandas de paternidad.<sup>20</sup>



Fig. 18. Serie de carteles rusos y polacos de la década de los 30 y 40.

<sup>20</sup> “La Revolución Rusa y la emancipación de la mujer”, transcripción de un discurso de Leon Trotsky, publicado en *Spartacist* (edición en español), Núm. 34, Noviembre de 2006.

Es decir, el Realismo Socialista no era ni realista ni socialista; no reflejaba la realidad cotidiana de la Unión Soviética, se trataba más bien de una utopía descafeinada de los sueños y engaños de la burocracia estalinista que se deslindaba de los preceptos de pensadores como Bertold Brecht quien ya había afirmado que más allá de la cuestión de la forma, la realidad cambiaba constantemente y con el fin de representarla, los modos de representación deberían cambiar también; cosa que no sucedió a lo largo de varias décadas que el Realismo Socialista imperó como forma de arte en la URSS. Además, dichas imágenes se convirtieron en importantes referentes no sólo en otros países socialistas sino también en los capitalistas. El efecto de estas imágenes se dejó sentir inmediatamente en la imaginería de la propaganda social, sobre todo en la bélica, la cual jugó un papel muy importante en la primera pero sobre todo en la segunda guerra mundial, las naciones confrontaban a sus tropas en los campos de combate, pero al mismo tiempo grandes batallas tenían lugar a través de los diferentes canales mediáticos, donde los *Hércules femeninos* se diversificaban, nuevos modelos aparecían en escena y durante largo tiempo no se concedería una tregua que permitiera rediseñar la imagen gráfica de las mujeres.

## **I.2 Conflictos bélicos, guerras mediáticas de los *Hércules femeninos***

La Primera Guerra Mundial, es un parteaguas importante para la propaganda social, ya que varios de los países involucrados desarrollan enormes estrategias propagandísticas donde el principal objetivo era el de reclutar la gran mayoría de población masculina, además de exacerbar el sentimiento patriótico tanto en los soldados como en la población civil y alentar a dicha población para apoyar acciones en pro del conflicto bélico. Alemania, Unión Soviética, Italia, Inglaterra, pero sobre todo Estados Unidos llevaron a cabo una enorme estrategia de medios, donde nuevamente la imagen femenina se convirtió en un icono recurrente.

Para cubrir el primer objetivo, que iba dirigido principalmente al público masculino, se elaboró una gran cantidad de material donde las madres amorosas que despiden a los varones que parten a la guerra y las mujeres mayores regañonas que avergüenzan a los jóvenes porque no se han unido al ejército, son las figuras femeninas que prevalecen. En el uso de estas recurrentes figuras, se puede leer un trasfondo social que nos revela la concepción y los estereotipos femeninos que existían en este periodo, por ejemplo, en el cartel *¡Las mujeres de Gran Bretaña dicen ve!* (fig. 19), se explota el recurso de la madre-esposa afectiva y se alude inmediatamente a la mujer como símbolo de vulnerabilidad que pide al hombre que la proteja, es decir *se insiste en la concepción dominante de la masculinidad protectora y la feminidad indefensa.*<sup>21</sup>



Fig. 19. Cartel anónimo *¡Las mujeres de Gran Bretaña dicen ve!* Londres, 1915.

<sup>21</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal/Arte en contexto, 2000, pág. 108.

Por otra parte, al seguir buscando en los significados de las imágenes propagandísticas de este período, nos encontramos con lo que Linda Nochlin llamaría los *indicadores de la feminidad dentro de un contexto específico*;<sup>22</sup> debido a que en Estados Unidos e Inglaterra la imagen de las mujeres también se usó constantemente en las campañas de recolección de fondos para la guerra, principalmente en la compra de bonos que los gobiernos ponían a la venta, y que supuso una gran entrada de dinero para el sostenimiento de la guerra; mujeres de diversas edades aparecían en la propaganda aconsejando a otras mujeres que la adquisición de esos bonos era su forma de ayudar a los soldados en los campos de batalla. Por lo que dichos indicadores de la feminidad, aludían con frecuencia a los valores familiares tradicionales ya que se recurría con frecuencia a la imagen de la mujer como la *madre patria* que se ponía de ejemplo para que las demás mujeres hicieran lo mismo, mezclando de esta manera las obligaciones nacionales con las filiales y reforzando la idea de que las mujeres debían mantenerse como un gran pilar estabilizador de esos tiempos revueltos. Además la constante de los brazos desplegados en forma de *V* (fig. 20), implican la manera acogedora propia de las mujeres maternas de despedir, bendecir esperar y recibir a los esposos y a los hijos, con lo cual se reafirma la imagen femenina en su tradicional papel maternal, y nos remonta a las pinturas de Honore Daumier realizadas en el marco de la instauración de la República en la Francia de mediados del siglo XIX, y que mediante diversas alegorías proyecta lo que para él y sus contemporáneos era la imagen más positiva de las mujeres y que de ninguna manera debía verse amenazada: la maternidad. Por ejemplo, en *La República* (fig. 21), Daumier representa a la nación a través de una gruesa mujer de grandes pechos, sentada y en actitud pasiva sosteniendo la bandera francesa, a la vez que amamanta a dos niños, mientras uno más se refugia en su regazo; es decir, el estereotipo femenino de mediados del siglo XIX, se encontraba firmemente arraigado en la propaganda de los inicios de la Primera Guerra Mundial, era contundente, y ponía en claro cuál era el rol que se tenía asignado para las mujeres; la

---

<sup>22</sup> NOCHLIN, Linda, *Representing women*, Nueva York, Thames and Hudson, 1999, pág. 47.

fecundidad, la serenidad y la glorificación eran elementos vigentes en la concepción de dicho rol, lo cual queda de manifiesto en el cartel para la campaña de ahorro de comida, donde, nuevamente la gran Mamá nación se encarna en la piadosa imagen femenina y se reafirma como un modelo de lo doméstico y subordinado, a la vez de lo patriótico, sacrificado y casi santificado (fig. 22).



Fig. 20. Cartel de R.H. Porteous, *¡Mujeres! ayuden a los hijos de América a ganar la guerra*, Chicago, 1917.



Fig. 21. Honoré Daumier, *La República*, Paris 1848.



Fig. 22. Cartel de Paul C. Stahr, *Sé patriota*, Nueva York, 1918.

En el mismo contexto de la santidad, y enfatizando aún más la idea de la madre compasiva, la imagen femenina del cartel *La madre más grande del mundo* (fig. 23), realizado en apoyo a la campaña de la colecta navideña de la Cruz Roja, si bien, continúa referenciando a *La República* de Daumier, al contener una gran cantidad de referentes católicos se vincula más estrechamente con la pintura inspiradora de Daumier, *Caridad Cristiana* del pintor renacentista Andrea del Sarto. En ese tenor, pero aún más radical en cuanto a la combinación de simbolismos, el cartel alemán para apoyar la campaña de la Cruz Roja en su colecta de cabello de mujer (fig. 24),<sup>23</sup> donde ésta aparece haciendo alegoría al sacrificio, ya que su figura está colocada con respecto a la de una cruz, que si bien representa a la Cruz Roja, también refiere a la cuestión católica de la crucifixión, que en combinación con el tratamiento del cabello emulando un manto, la expresión del rostro, la posición en V de los brazos, así como el ambiente místico del entorno, redundan en el estereotipo de la mujer sacrificada, angelical y santificada.



Fig. 23. Cartel de Alonzo E. Foringer, *La Madre más grande del mundo*, USA, 1918.

<sup>23</sup> En la Alemania de la Primera Guerra Mundial el cabello de mujer se utilizó frecuentemente como materia prima sustituta de la piel y las fibras de cáñamo, para la realización de diversos utensilios, en MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 63.



Fig. 24. Cartel de Jupp Wiertz, *Peinando el cabello de las mujeres*, Alemania, 1918.

Hasta aquí, era clara la imagen de las mujeres que los medios propagandísticos de la primera guerra mundial querían difundir, la mujer maternal, estoica, sacrificada y patriótica, cuya función era de gran importancia para que la guerra se sucediera sin que las cosas al interior de cada país se salieran demasiado del control, era lo que se había dado en llamar *ayudar a ganar la guerra desde el terreno del hogar*.<sup>24</sup> Es decir, en la primera parte de la guerra, la participación de la mujer se limitó al ámbito privado, pero poco a poco, con el recrudescimiento del conflicto, la participación de las mujeres se ampliaría y eso traería como consecuencia que su imagen en los medios se transformara radicalmente.

A la par de la imagen de la mujer maternal, el estereotipo de la mujer sensual también era un recurso constante de la propaganda belicista; dicha imagen partía indudablemente de un planteamiento gráfico diferente, en el que muy al estilo del *Tío Sam* (fig.25), la mujer se dirigía al público masculino y enfáticamente le decía que lo necesitaba; es decir, en este discurso, las imágenes de la propaganda ya no pedían, sugerían o imploraban, ahora ordenaban e incitaban. En esta temática, el cartel *Te quiero para el*

<sup>24</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 70.

ejército (fig. 26), mediante el tratamiento de la imagen femenina, añade ciertas características de connotación erótica, personificadas por el arquetipo de la rubia seductora que deliberadamente provoca al espectador diciéndole que lo necesita, tomando ésta el lugar de la milicia, representada a su vez por la tosquedad del uniforme militar.



Fig. 25. Cartel de James Montgomery, *Te quiero para el ejército de los Estados Unidos*, USA, 1917.

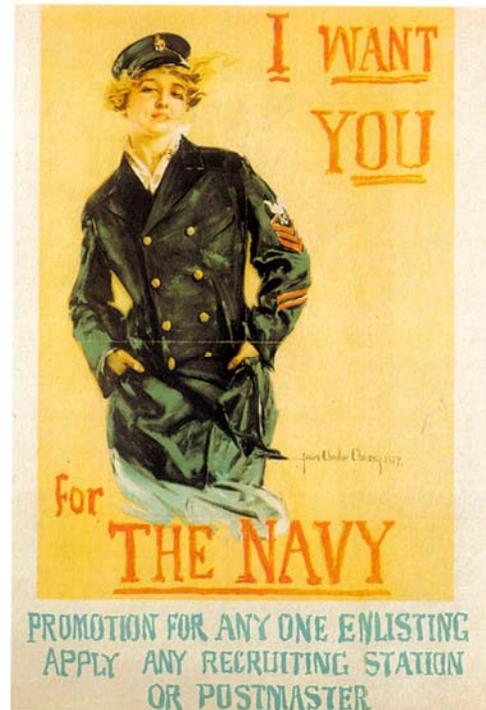


Fig.26. Cartel de Howard Chandler Christy, *Te quiero para el ejército*, USA, 1917.

Esta imagen se inscribe en un nuevo repertorio de figuras femeninas, cuya principal característica propagandística es apelar a un estímulo sexual, siguiendo la fórmula ya conocida y gastada en las artes visuales, de utilizar a la imagen de las mujeres como el objeto del deseo. La mujer es presentada con las características de una ninfómana, su mirada esquiva y su postura ligeramente arqueada, parecen decir al espectador “¡acércate!;” y los ojos obsesivamente hundidos en las cuencas, apoyan el mensaje, ya que para entonces ese era un recurso recurrente de la imaginaria masculina para representar a las mujeres que

ejercían la prostitución o las prácticas sexuales poco recatadas. Además, el vestuario masculino de la mujer, es también una provocación, ya que si bien a principios del siglo XX gran parte de la sociedad europea y estadounidense repudiaba a las mujeres que osaran portar algún tipo de atuendo masculino, sobre todo en un afán de reprimir la influencia de los movimientos sufragistas femeninos, también es cierto que la mujer sexualizada portando vestuario masculino era el fetiche perfecto en la consumación de las fantasías sexuales de muchos varones. Por lo tanto, el uso de este tipo de imágenes, clasificadas por Dijkstra entre *las flores venenosas, las ménades de la decadencia y las sirenas sollozantes*,<sup>25</sup> y que se oponían diametralmente a la imagen piadosa y maternal, se justificó porque los estudiosos de la psicología de la propaganda social sabían cuan perturbadoras podrían resultar, sobre todo en los varones más jóvenes que descendían de familias altamente conservadoras, ya que les permitirían dar rienda suelta a sus deseos reprimidos; el éxito fue tal que tan sólo en Estados Unidos de los nueve millones seiscientos mil hombres que se tenían reclutados en 1917, se aumentó a veinticuatro millones doscientos mil enlistados de entre 18 y 45 años en 1918. Podríamos decir, que la propaganda que se había basado en lo que Bram Dijkstra llamó *el gimoteo de las sirenas*<sup>26</sup> había funcionado, la mujer sexual con su mirada malévola se había consolidado como señuelo para conducir al hombre hacia su propia destrucción. El estereotipo de la mujer sexualizada y con malas intenciones hacia los hombres era un modelo que se había reafirmado sobre todo en la pintura de finales del siglo XIX, ya que pintores como Paul Cézanne, que a la vez que hizo grandes aportaciones al desarrollo de la pintura de vanguardia, también contribuyó con su trabajo para que la imagen de la mujer que quiere perturbar y dañar al hombre se consolidara (fig. 27).

---

<sup>25</sup> En su libro *Ídolos de perversidad*, Bram Dijkstra, dedica el capítulo “Las flores venenosas; las ménades de la decadencia y el tórrido gimoteo de las sirenas” para hablar de las representaciones femeninas en la pintura que pretendían mostrar cómo la mujer a través de sus atributos físicos, ofrecía seductoras melodías para debilitar el cerebro anhelante de la masculinidad. Básicamente fue un periodo caracterizado por la fascinación de representar a la mujer como encarnación del mal. Madrid, Debate, 1994.

<sup>26</sup> IDEM, pág. 258.



Fig. 27. Paul Cézanne, *La tentación de San Antonio*, Francia, 1880.

La última faceta de la imagen femenina en el periodo de la Primera Guerra Mundial, fue la de convocar a las mujeres tanto para reclutarse en el ejército, como para unirse en el trabajo en las fábricas. Esta etapa tuvo lugar debido al recrudecimiento de las hostilidades, que hizo necesario que más hombres acudieran al campo de batalla, dejando vacantes sus lugares de trabajo; de esta manera, se inició una fuerte campaña propagandística para invitar a las mujeres a sustituirlos. El discurso para dicha campaña se basó principalmente en combinar un alto contenido patriótico, con ofrecer cierta idea de empoderamiento femenino, lo que en Estados Unidos, Inglaterra y otras naciones funcionó muy bien, debido a que desde el inicio de la guerra, las mujeres habían tenido que declarar una tregua en la lucha que venían llevando a cabo para conseguir que se les otorgara el derecho al voto; por lo tanto el hecho de verse como mujeres emancipadas despertó nuevamente sus anhelos de libertad e igualdad que tanto las inquietaban. Fue así que empezaron a percibirse pequeños indicios de lo que en la Segunda Guerra Mundial se convertiría en la guerra de los *Hércules femeninos* (fig. 28).



Fig. 28. Cartel de Adolph Treidler, *Por cada peleador una mujer trabajadora*, USA, 1918.

En 1918, la primera guerra mundial terminó y aunque en varios países las mujeres fueron recompensadas con el derecho al voto, gracias al trabajo que hicieron en el tiempo que ésta duró, también fueron nuevamente replegadas al ámbito del hogar, ya que los varones estaban de regreso a las fábricas y oficinas. El sentimiento que las mujeres experimentaron fue de gran frustración, ya que si bien no todas perdieron sus empleos, las que los conservaron permanecieron en condiciones siempre más precarias que ellos. Sumado a esto, la guerra trajo consigo una gran cantidad de pérdidas en todos los aspectos, aún en los países que ganaron, se respiraba una atmósfera de desencanto, así lo manifestaron los movimientos de vanguardia que sobrevivían, principalmente el dadaísmo, que en general se caracterizó por protestar, burlarse y pretender destruir las convenciones artísticas, en el afán de crear una especie de anti-arte, los dadaístas afirmaban que si el arte que había existido hasta entonces no había podido evitar los conflictos bélicos, era porque no era un arte verdadero.

En este contexto, el trabajo artístico de la dadaísta Hanna Hoch,<sup>27</sup> nos da una idea de la situación social y anímica en la que se encontraba la mujer de entre guerras (fig. 29). Ya que en sus *collages* muestra una concepción del cuerpo femenino y de los valores de género cambiantes en ese período, aunque siempre con un toque de ironía y tratando de mezclar los rasgos europeos con los de culturas exóticas, así como fusionando elementos masculinos con femeninos, en un empeño de conciliación entre razas y géneros.



Fig. 29. Hannah Hoch, *Collage 13*, Alemania, década de los 20.



Fig. 30. Kate Kollwitz, *La viuda*, Alemania, 1924.

<sup>27</sup> *Hanna Hoch fue miembro del dadaísmo berlinés de 1917 a 1922, movimiento artístico que surgió como una oposición al pasado violento de la Primera Guerra Mundial. El grupo utilizaba las armas estéticas del collage y el fotomontaje como medio (anti-)artístico para impactar al público y, por lo tanto, como forma de oponerse a una situación considerada absurda. En Berlín el dadaísmo fue compromiso político antinazi con Georges Grosz, quien decía: "Mi arte debía ser sable y fusil: las plumas para dibujar eran fetos de paja si no tomaban parte en el combate por la libertad".*

*A pesar de su actitud anárquica a la par que revolucionaria, los dadaístas berlineses formaban en realidad una especie de club masculino con una jerarquía patriarcal en el que la presencia de las mujeres seguía siendo excepcional. De hecho, Hoch fue la única artista incluida en la Primera Feria Internacional Dadá en 1920. GROSENICK, Uta, *Mujeres artistas de los siglos XX y XXI*, Barcelona, Taschen, 2002, pág. 210.*

Por otra parte, la obra de la expresionista Kate Kollwitz, que siempre se caracterizó por contener un alto nivel de crítica social, nos deja ver la contradicción entre los diferentes sentimientos que las mujeres estaban experimentando con respecto a los efectos de la Primera Guerra Mundial y encontrándose ya en la antesala de la segunda; por un lado una fuerte actitud de protesta contra los conflictos bélicos, ya que Kollwitz casi siempre presentaba a las mujeres como entes activos y manifiestos, lo que contrasta con la actitud de una mujer devastada por los despojos de la guerra, como se puede ver en *La viuda*, (fig.30) grabado que Kollwitz realizara en 1924 y que de alguna manera representa lo que ella misma experimentaba ante la pérdida de uno de sus hijos a causa de la guerra.

Tanto la obra de Hoch como la de Kollwitz también nos permiten ver las directrices hacia las que se estaba moviendo la representación gráfica femenina hecha por mujeres y cuanto distaba con respecto a las imágenes propagandísticas con fines bélicos, por ejemplo, en el inter de las dos grandes guerras mundiales se sucedió la Guerra Civil Española, donde republicanos y rebeldes dieron continuidad al uso de los *Hércules femeninos*. Mucho se dice que la guerra civil española fue un campo de guerra donde las grandes potencias ensayaron y probaron sus nuevas adquisiciones de armamento; puede decirse también que esta guerra sirvió como un gran y sangriento ensayo en el uso de los *Hércules femeninos* dentro de la propaganda, ya que no se trataba solamente de mujeres masculinizadas, sino de mujeres con extremidades sumamente exageradas y desproporcionadas con respecto a sus cuerpos, tratando de esta manera de enfatizar la acción, el movimiento y la fuerza; en estas imágenes se permitió que las mujeres mostraran actitudes propias hasta entonces del género masculino; se les dotó incluso de mayor agresividad, ánimo y militancia que a los varones (fig.31). Este tipo de representación femenina se circunscribe en el grupo que Linda Nochlin llamó de las mujeres guerreras y que se remonta a las alegóricas pinturas *Jeanne Hachette en el sitio de Beauvais* y *Libertad guiando a la gente* (fig.32) de Jacques-Francois Le Barbier y Eugene Delacroix respectivamente. Y de acuerdo con Nochlin, la intención primordial de éstas

imágenes donde se muestra a una avivada y fuerte mujer liderando a un grupo de frenéticos combatientes, era azuzar a los hombres haciéndolos pasar por cobardes, mediante la proclama de que si era necesario que una mujer tomara el control es que las cosas no estaban nada bien; el discurso era sumamente ofensivo tanto para varones como para mujeres y se podría sintetizar en *Se hombre por ellos, si ellos son mujer en tu lugar.*<sup>28</sup>



Fig. 31. Cartel anónimo, *Paso a la mujer*, España, década de los 30.

Además, tanto las pinturas citadas como el cartel *Paso a la mujer* (fig.31) coinciden en mostrar a la mujer no como un agente pacificador, sino como un líder belicoso, lo que se contrapone con las propuestas gráficas de Hoch y Kollwitz. Dicha contradicción se debe a que, nuevamente, la imagen de las mujeres fue utilizada como una alegoría, es decir, es ficticia, no se trata de la mujer real, sino de una serie de personajes femeninos creados por

<sup>28</sup> NOCHLIN, Linda, *Representing women*, Nueva York, Thames and Hudson, 1999, pág. 40.

la imagería masculina, donde no se considera que piensan las mujeres o como se perciben ellas gráficamente. Por lo tanto, es permitido e incluso bien visto que en estas imágenes las mujeres exhiban un tipo de fuerza, y la actitud agresiva de un líder, exclusivas de los varones, porque se trata solamente de un constructo social adecuado a los intereses del momento. Además, dotar a las mujeres de atributos masculinos en los tiempos en que los varones estaban en la guerra, era también una forma de recordarles que esos lugares eran de ellos y que ellas estarían solo momentáneamente sustituyéndolos, pero los titulares siempre serían los varones. Es decir, de acuerdo con Linda Nochlin desde *la heroína de Zaragoza*<sup>29</sup> hasta *Rosie La ribeteadora* (fig. 37), el comportamiento masculino en la representación gráfica de las mujeres ha sido justificado por el hecho de que ellas están remplazando a los varones con el único objetivo de defender a la nación.



Fig. 32. Eugene Delacroix,  
*Libertad guiando a la gente*,  
Paris, 1830.

<sup>29</sup> *Agustina de Aragón, pasó a la historia por sus hazañas en la heroica defensa de Zaragoza durante los Sitios, en la Guerra de la Independencia Española de 1808 contra el ejército napoleónico.* BELTRÁN, Miguel, *Aragoneses ilustres*, Caja de ahorros de la inmaculada, Zaragoza, España, 1983, pág. 10.

Ya para la Segunda Guerra Mundial, los *Hércules femeninos* se habían fortalecido con una vasta cantidad de producciones gráficas de ambos bandos del conflicto; estas figuras femeninas masculinizadas eran una mezcla que contenía remanentes del ideal femenino del Constructivismo Ruso con los más característicos detalles de la imagen femenina del Realismo Socialista y la imponente figura femenina aria del nacionalsocialismo alemán. Es decir, aunque en el campo de batalla se podían identificar claramente las dos facciones, en el terreno gráfico el discurso era muy similar; ambos bandos coincidían en mostrar en su material de propaganda mujeres clásicamente arias, activas, fuertes y sanas. En este discurso, se encumbra el culto a la belleza aria y las imágenes de la propaganda se vuelcan hacia la concepción clásica del cuerpo perfecto: fuerte y poderoso (fig. 33).



Fig. 33. Cartel polaco anónimo, Varsovia, década de los 40.

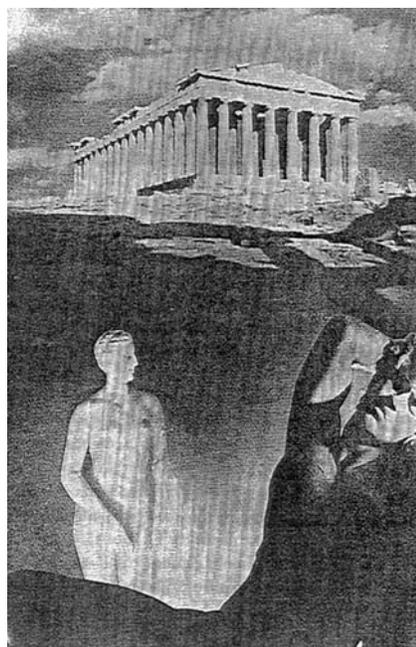


Fig. 34. Leni Riefenstahl, fotograma de la película *Olympia*. Alemania, 1934.

En consecuencia, el estilo artístico que predominó en esta nueva propaganda rechazó cada vez más la influencia de las vanguardias y se pronunció por un regreso al clasicismo, emulando la imagen de sus soldados, mujeres y varones con la figura del atleta de la antigua Atenas. Sumado a esto, el trabajo de artistas nazis, como el de la cineasta Leni Riefenstahl reafirmaba los estereotipos basados en los *Hércules femeninos*, ya que en sus películas *El triunfo de la voluntad* (1934) y *Olimpia* (1936) (fig. 34), si bien trata de hacer una representación positiva de la mujer, como triunfadora y activa, en esencia su propuesta cinematográfica obedece a las premisas nazis, y sobre todo, el tratamiento de las figuras femeninas se supedita a lo que Toby Clark llama *la interpretación fascista del cuerpo*.<sup>30</sup> En esta interpretación, Riefenstahl, de acuerdo a la ideología nazi, trata de reconciliar por un lado la imagen de la mujer alemana fuerte y vigorosa y por otro lado la natural sumisión adjudicada a las mujeres; obteniendo como resultado la representación de una enérgica mujer que canaliza sus fuerzas al servicio de la esfera doméstica y al cuidado de los hijos; a final de cuentas el discurso seguía siendo el mismo, ya que en esencia, la fuerza de la mujer se mediría de acuerdo a su sacrificio voluntario de concebir, criar y donar hijos para la guerra.

En contraparte, a lo anterior, el trabajo de la artista Claude Cahun, quien trabajara con el grupo surrealista en el primer periodo de la Segunda Guerra Mundial, presenta en su obra fotográfica una interpretación de la figura femenina basada en un repertorio de identidades cambiantes, con la intención de parodiar los estereotipos femeninos y como una forma de manifestar su rechazo para adaptarse a ellos. Además, en sus autorretratos se representa de forma tal que se opone a la fantasía femenina que los surrealistas siempre manifestaron, ya que mientras Man Ray se reafirma en trabajar con la imagen de la mujer como el objeto del deseo, (fig. 35). Cahun rompe el esquema mitificado de la mujer como musa, madre y amante, para aportar una representación femenina donde la constante es la ambigüedad; y por otro lado, al mismo tiempo que la propaganda bélica se afanaba en

---

<sup>30</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal/Arte en contexto, 2000, pág. 66.

crear estereotipos femeninos, la obra fotográfica de Cahun perseguía el no crear nada parecido a una identidad para no negar otras; su obra se basaba en la constatación de la multiplicidad de identidades, en oposición a los modelos de identidad fija que tanto el arte clásico y la propaganda tendían a crear. Y debido a su homosexualidad, sus representaciones casi siempre andróginas, también persiguen romper las fronteras entre los roles de género, partiendo de la premisa *soy un hombre pero soy en realidad una mujer*<sup>31</sup> (fig. 36).



Fig. 35. Man Ray, *Velada erótica (Meret Oppenheim en la prensa)*. París, 1933.



Fig. 36. Claude Cahun, *Autorretrato*.  
Década de los 30.

La propuesta gráfica de artistas como Cahun, permite conocer, desde la perspectiva de una mujer de entreguerras, una forma de representación femenina donde de acuerdo con Patricia Mayayo *las identidades de género y de clase, en proceso de transformación, se desdibujan de tal forma que surgen zonas fronterizas desde el punto de vista social,*

---

<sup>31</sup> Citado en el ensayo “Claude Cahun. Imágenes fotográficas: representación y autorepresentación”, de Oliva María Rubio, en *Estudios online sobre género*, [www.estudiosonline.net/texts.htm](http://www.estudiosonline.net/texts.htm).

*espacios de indefinición y conflicto.*<sup>32</sup> Aunque cada vez estos espacios iban ampliándose y lograban de alguna forma poner en evidencia las contradicciones y fallas del discurso dominante, no podían competir realmente con la gran infraestructura propagandística ya que en los años más sangrientos de la Segunda Guerra Mundial, varios de los países involucrados llevaron a cabo importantes estrategias propagandísticas basadas en el estereotipo del *Hércules femenino*, con la principal intención de arengar a las mujeres a participar en las diversas facetas de la guerra: enlistarse en el ejército, unirse al trabajo en las fábricas y apoyar en el trabajo voluntario y de enfermería.

En este nuevo oleaje propagandístico habría que destacar que ahora ya estaba totalmente enfocado en que las mujeres tomaran lugar en el ámbito público, por lo cual, durante la Segunda Guerra aparecieron en la escena una serie de carteles apuntalando más de doscientos empleos diferentes para las mujeres. En Estados Unidos, *las mujeres fueron entrenadas para constructoras navales, soldadoras, remachadoras, trabajadoras del acero, trabajadoras para fábricas de municiones y operadoras de maquinaria de toda clase, impulsando la popular figura de Rosie la ribeteadora*<sup>33</sup>(fig. 37).

La figura de *Rosie la ribeteadora*, que fue la versión estadounidense más popular del *Hércules femenino*, conservaba elementos de las primeras figuras masculinizadas, pero lo que la caracterizó fue el contener una serie de simbolismos que le permitieron tener una amplia aceptación en el público norteamericano; en principio, el rostro de la mujer aunque con expresión ruda, estaba formado por un juego de ojos, boca, nariz y mentón de acuerdo a las proporciones de belleza de la mujer occidental. Ojos grandes, nariz mediana y afilada, boca carnosa y cejas arqueadas, formaban el rostro ideal que la cinematografía de

<sup>32</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.166.

<sup>33</sup> *Rosie la Ribeteadora fue el símbolo de las mujeres trabajadoras norteamericanas durante la Segunda Guerra Mundial. La derivación de los hombres hacia tareas militares y la necesidad de incrementar la producción industrial para sostener el objetivo armamentista condujeron al reclutamiento de mujeres como fuerza de trabajo. Así, las mujeres que trabajaban en las fábricas fueron denominadas.* MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 32.

Hollywood ya había encumbrado en figuras como Greta Garbo, Ava Gardner y Vivien Leigh (fig. 38). Los rostros femeninos armoniosamente estructurados se convierten en una constante en esta nueva iconografía, y aunque se enfatiza en ellos, lo masculino se conserva en la actitud y la indumentaria; es decir, esta nueva mujer tiene que ser fuerte pero también sensual, no como sus antecesoras que eran una cosa u otra. Además, se suman otros elementos que tiene la intención de darle un mayor alcance a la campaña, como la concesión de que *Rosie*, apareciera usando un pañuelo rojo con motas blancas, de particular uso en las mujeres de raza negra; sobre todo para tener un elemento de identificación con ellas, ya que en los hechos eran estas mujeres las destinadas a realizar los trabajos más pesados.



Fig. 37. Cartel de Howard Miller, *Rosie la ribeteadora*, USA, 1942.



Fig. 38. Fotografías de Greta Garbo, Vivien Leigh y Ava Gardner 1940-1950.

Por otra parte la frase que la acompaña *Podemos hacerlo (we can do it)* enarbola nuevamente los deseos de libertad y emancipación, lo que siempre funcionaba en la propaganda dirigida a las mujeres. Además en los años 40, con el desarrollo de la televisión, que permite darse cuenta del mayor impacto de los planos cortos y medios (fig. 39), el encuadre de las imágenes también cambia, ya que ahora se le apuesta más a estos que a los enteros, es decir, se buscan más los detalles que la generalidad del plano abierto; ya que *la inmediatez del rostro sin cuerpo remarca la repentina intensificación del vínculo entre lo individual y lo público.*<sup>34</sup>



Fig. 39. Cartel de Abram Games, *Únete al ATS (Servicio de auxilio territorial)*, Londres 1941.

<sup>34</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal/Arte en contexto, 2000, pág. 106.

En conclusión, la imagen de *Rosie la ribeteadora*, al igual que todas las que de ella derivaron, tuvieron una gran repercusión en el público, sobre todo por la incorporación de los elementos de la cultura popular que para entonces la televisión y el cine ya difundían masivamente; mostrar rostros de mujeres bellas, que además reflejaran audacia, equilibrio, fuerza y decisión, se convirtió en la nueva fantasía masculina para representar a las mujeres. Un sinnúmero de representaciones gráficas de *Rosies* aparecieron en la propaganda, aunque había diversidad, la constante era manejarse dentro del lenguaje de la cultura popular, que además de la influencia del cine y la televisión, ahora incluía elementos del *comic* impreso, dotando de esta manera de una actitud relajada y graciosa a la figura femenina (fig. 40).



Fig. 40. *Rosy la ribeteadora*, Ilustración de Norman Rockwell para la portada de *Saturday Evening Post*, USA, 1943.

Nuevamente, nos encontramos frente a la construcción de una imagen basada totalmente en un simulacro, ya que si bien, las *Rosies* si existieron, fueron mujeres que nada o poco tuvieron que ver con Garbo, Gardner o Leigh; las más de 6 millones de mujeres que acudieron a trabajar en las fábricas, fueron mujeres de las clases más bajas, principalmente de raza negra, la gran mayoría no tenían esposo y sí varios hijos que mantener; se sometieron a largas jornadas de trabajo en condiciones de constante peligro, de ahí que 37,000 mil de ellas perdieron la vida en accidentes laborales y otras 210,000 sufrieron mutilaciones o invalidez a causa del manejo de material explosivo. En conclusión, quizá no sea prudente juzgar la imagen de *Rosie La ribeteadora* como positiva o negativa, ya que como menciona Griselda Pollock *es mejor tratar de comprender el papel activo de dicha imagen en la construcción de categorías de juicio como sexismo, patriarcado, racismo, etc.*<sup>35</sup> En ese aspecto, dicha imagen ayudó en gran medida a construir y preservar una idealidad femenina desde el punto de vista del varón occidental, de raza blanca y clase media. Pero dicha idealidad sirvió también para que las mujeres construyeran una forma de percibirse, de conocerse, aquí aplica bien la sentencia de Sheila Rowbotham acerca de que *las mujeres se conocen a sí mismas a través de mujeres hechas por los hombres*<sup>36</sup>. Es decir, esta imagen es de un contenido ambiguo, ya que es el resultado de un constructo masculino que maneja a su gusto la figura femenina; pero por otro lado las mujeres se apropian de ella y algunas más, algunas menos, la dotan de nuevos significados y la toman como bandera. Es quizá esta reapropiación la que rescata a *Rosie la ribeteadora* de pasar a la historia únicamente como una imagen más del instrumento de control social, ya que las mujeres, si no en el momento, sí en los posteriores movimientos feministas, retomaron ésta y otras imágenes que ya existían en la imagería popular y en muchos de los casos revirtieron el mensaje para beneficio de sus propias necesidades.

---

<sup>35</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.165.

<sup>36</sup> IBIDEM.



## Capítulo II.

### ***La mujer salvaje. Afirmación de las mujeres como creadoras de imágenes de propaganda social***

Del movimiento sufragista inglés de principios del siglo XX al movimiento de liberación femenina de los años setenta en Estados Unidos, podemos abordar el cómo y bajo qué circunstancias artísticas, sociales y políticas las mujeres se salen de los cánones tradicionales de representación mediante un impetuoso y desafiante proceso de apoderamiento de las imágenes femeninas convencionales.

A su peculiar manera, en Inglaterra, las mujeres sufragistas se confrontan a una poderosa estructura patriarcal que tenía perfectamente configurado el constructo femenino ideal, al cual alimentaba día con día bajo los auspicios de la ciencia y el arte decadente. En esta confrontación, las militantes inglesas de principio de siglo desarrollan una serie de imágenes donde el manejo de su autorepresentación permite vislumbrar los esbozos de una representación femenina que se eleva de objeto-pasivo a sujeto-activo.

El sufragismo de las mujeres inglesas tiende fuertes lazos con las feministas estadounidenses de los setenta, en principio por tratarse de movimientos cuyo motor es generar, apoyadas en un nuevo discurso gráfico, un cambio en la estructura social existente, el cual se traduzca en mejores condiciones de vida para las mujeres. Las mujeres de los setenta, al igual que las sufragistas de principios del siglo XX tuvieron que confrontar a la sociedad, a pesar de que el movimiento de liberación femenina se generó en una atmósfera donde se respiraban aires de transformación y libertad, el feminismo tuvo que fraguar su movimiento aparte, debido a que en los demás movimientos nuevamente las mujeres quedaban encasilladas en el mismo rol, ya que estos no consideraban importante la emancipación de las mujeres.

Los movimientos de liberación femenina aportan al imaginario gráfico, una serie de herramientas que en mayor o menor grado continúan en uso hasta nuestros días, además es importante destacar que gracias a estos movimientos se pudo iniciar una serie de revisiones históricas más o menos profundas de la presencia autoral de las mujeres tanto en el arte como en el diseño gráfico.

Las sufragistas y las feministas reclamaron construir su imagen, diversos referentes gráficos aparecieron en el arte y el diseño hecho por mujeres: heroínas, Amazonas, y valquirias mitológicas forman parte del discurso femenino. La pregunta es ¿En base a qué elementos hacen la elección de estos símbolos para representarse a sí mismas?

## II.1 Las sufragistas inglesas y el reclamo de la imagen de las mujeres

En su libro *La mujer criminal*, Lombroso y Ferrero definieron a las mujeres salvajes, *como aquéllas que eran miembros de los movimientos de mujeres*,<sup>37</sup> y consideraban que el futuro de la feminidad estaba en peligro, ya que todo indicaba que la degeneración se estaba desarrollando en la propia naturaleza de la mujer:

*...decían “una actividad mórbida de los centros físicos intensifica las malas cualidades de las mujeres y las induce a buscar alivio en malas acciones; cuando la piedad y el sentimiento maternal están ausentes, y en su lugar aparecen fuertes pasiones y tendencias eróticas, desarrollando una fuerza muscular mayor y una inteligencia superior para la concepción y la ejecución del mal, es obvio que la potencial semicriminal que es la mujer normal se debe transformar en un criminal de hecho mucho más terrible que cualquier hombre.”*<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> DIJKSTRA, Bram, *Ídolos de perversidad*, Madrid, Debate, 1994, pág. 289.

<sup>38</sup> Citado en IBIDEM.

Las mujeres de finales del siglo XIX y principios del XX, sobre todo las que se mostraban interesadas en construir nuevos parangones para los roles femeninos de la época, se hicieron acreedoras no sólo a las anteriores sentencias, sino a una estigmatización de mujer malvada cuyo mayor deseo era dañar y destruir a la especie masculina; bajo esta premisa, artistas y científicos se encargaron de desplazar el absoluto dualista de la mujer-madre totalmente sumisa, al de la devoradora de hombres totalmente destructiva. El impacto de las campañas en pro de los derechos de las mujeres, principalmente de las sufragistas, hizo aparecer reacciones temerosas de muy diversa índole, dichas reacciones fueron múltiples y contradictorias, ya que al tiempo que se echó mano de la ciencia para demostrar de manera infalible la inferioridad intelectual de la mujer, el artista decadente de fin de siglo representó su angustia y su temor ante la amenaza de los nuevos tiempos que se avecinaban a través de la imagen de una poderosa, perversa y devoradora *mujer fatal*, presente en infinidad de manifestaciones del arte finisecular.



Fig. 41. Gustav Moreau, *Edipo y la esfinge*, París, 1864.

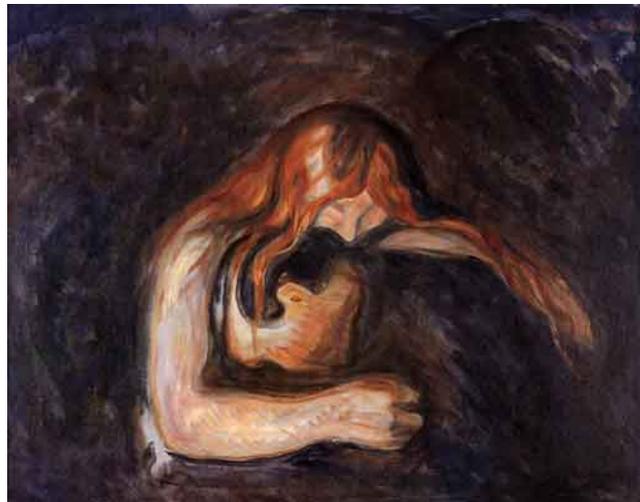


Fig. 42. Edward Munch, *La vampira*, Oslo, 1895.

Es decir, la lucha por el voto, costó a las mujeres confrontarse directamente con la autoridad masculina, y en este enfrentamiento, la representación gráfica de las mujeres deambuló de entre las terribles representaciones hechas principalmente por pintores simbolistas y expresionistas como Gustav Moreau (fig. 41), Otto Dix y Edward Munch (fig. 42), a las reveladoras pinturas florales de Georgia O'Keeffe (fig. 43), los controvertidos collages de Hannah Hoch (fig. 44), hasta los voluptuosos retratos femeninos de Tamara de Lempicka (fig. 45), pasando de manera importante por uno de los sucesos fundamentales en la construcción de la representación gráfica femenina del siglo XX, la propaganda realizada principalmente en Inglaterra por las mujeres sufragistas. Es decir, y como apuntara Edward Munch, *lejos de existir una única imagen del ser femenino aceptada por todos, múltiples tipos o ideales de feminidad se enfrentan en los documentos de la época.*<sup>39</sup>



Fig. 43. Goergia O'Keeffe,  
*Cana roja*, E.U., década de los 20.

<sup>39</sup> Citado en el ensayo de Teresa Gómez Trueba, "Imágenes de la mujer en la España de finales del XIX: santa, bruja o infeliz ser abandonado", en *La mujer en España, historia de una marginación*, Publicación on-line de la Universidad de Valladolid, mayo 1988, [www.vallenajerilla.com/berceo/garciacarcel/mujer-indice.htm](http://www.vallenajerilla.com/berceo/garciacarcel/mujer-indice.htm).



Fig. 44. Tamara de Lempicka, *Autorretrato*, París, 1929.



Fig. 45. Hannah Hoch, *Mujer bonita*, Berlín, 1920.

El movimiento sufragista de las mujeres inglesas, es fundamental si queremos anclar puntos de partida para analizar la evolución de la representación femenina en la propaganda social, sobretodo porque fue un suceso donde las mujeres, al estar enfrentando a las autoridades masculinas, no tuvieron otra opción que ser ellas las que se encargaran de dicha representación, aunque eventualmente hubo varones participando en favor de esta causa femenina, el movimiento del sufragismo femenino inglés se ha caracterizado por ser una época en que las mujeres reivindican su derecho a hacerse cargo de manejar su imagen en los medios masivos de comunicación, sobretodo en la propaganda social; de la misma manera, también es un momento de despunte para el desarrollo de la participación femenina dentro del ámbito grafico, así como en las comunicaciones y en las bellas artes.

Si bien, la lucha de las mujeres a favor del derecho al voto femenino, se remonta a mediados del siglo XVIII en los Estados Unidos, no fue sino hasta finales del siglo XIX cuando las mujeres como movimiento realmente manifiesto, emprendieron una espinosa batalla para que este derecho se les otorgara; aunque fueron las neozelandesas las primeras

en obtenerlo en 1893, fue en Inglaterra donde las acciones de las mujeres sufragistas tanto en lo individual como en lo colectivo, alcanzaron una proporción sin precedentes como lo constata la concentración conocida como *El domingo de las mujeres*, realizada el 21 de junio de 1908 en el Hyde Park de Londres y que congregó a casi 500,000 manifestantes; mujeres de diversos puntos de la ciudad y sus suburbios, asistieron ese domingo gracias a que las organizadoras habían realizado una extensa campaña informativa mediante carteles que pegaron en las calles y en autobuses, así como con folletos que repartieron en las afueras de fábricas, tiendas, hospitales y restaurantes; de acuerdo con Toby Clark,<sup>40</sup> el *Domingo de las mujeres* marcó un paso importante en la transformación histórica del arte de la manifestación, desde sus orígenes en las procesiones religiosas hasta el actual estilo de expresión política.

La importancia del alzamiento de las sufragistas inglesas y su apoyo en los medios de propaganda social, radica principalmente en que se convierte en un movimiento organizado conformado por una gruesa capa mujeres de todas las clases sociales; es decir, aunque las mujeres ya habían participado en otras movilizaciones políticas, esta es la primera que se considera como producto de un acto de conciencia feminista; de ahí que también haya pasado a la historia como la *Primera Ola Feminista*.<sup>41</sup> Como movimiento organizado, las sufragistas generaron una cantidad importante de propaganda que incluyó desde sencillas hojas volante, hasta una imagen corporativa perfectamente definida y con aplicaciones en una diversidad de productos como pañuelos bordados, insignias, uniformes

---

<sup>40</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 28.

<sup>41</sup> Existe cierta discrepancia en las teorías feministas, ya que algunas ubican al movimiento sufragista como *la segunda ola feminista*, remontando la primera hacia finales del siglo XVIII cuando en Francia, Olimpia de Gouges redacta la *Declaración de los derechos de la mujer y de la ciudadana* (1791) y Mary Wollstonecraft escribe en Inglaterra la obra *Vindicación de los Derechos de la Mujer* (1792). Lo cierto es que la versión más aceptada, y de acuerdo con Andrea Biswas es la que propone que la *primera ola feminista* abarca la generación de las sufragistas y de grupos en pro de los derechos de las mujeres, cuya lucha comenzó alrededor de 1880 y llegó a su final en los años cuarenta del siglo XX. Considerando los escritos de Gouges y de Wollstonecraft como importantes antecedentes de la lucha feminista. BISWAS, Andrea, “La tercera ola feminista: cuando la diversidad, las particularidades y las diferencias son lo que cuenta” *Revista Casa del Tiempo*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, septiembre 2004, pág. 66.

y trajes especiales para las dirigentes, es decir, las organizadoras planearon meticulosamente sus efectos sobre el público, *lo que confirió al movimiento una coherencia visual, y se sirvió de la moda como un medio de afirmación ideológica.*<sup>42</sup> Además, si bien muchas de las autoras de dichos materiales no eran artistas profesionales, lograron que las implicaciones de sus obras gráficas cuestionaran y pusieran en tela de juicio las ideas artísticas dominantes, sobretodo, el papel de la mujer como sujeto de representación gráfica. Dicha dimensión estética del movimiento se desarrolló en grupos artísticos como *La liga de las Artistas Sufragistas* creada en 1907 y *El Taller del Sufragio* constituido en 1909; ambos tenían como objetivo proporcionar a las mujeres formación en las artes y oficios que les ayudaran en la realización de una propaganda eficaz, la cual se basaba en el diseño de anuncios, estandartes y decoraciones en general. De la misma forma que estos grupos artísticos trataban de instruir a las mujeres con los conceptos técnicos y artísticos de la cuestión gráfica, también trataban de contrarrestar la cantidad de prejuicios acerca de que *las mujeres no tenían el talento ni mucho menos el genio creador para producir objetos artísticos.*<sup>43</sup> De ahí, que el principal objetivo de estos grupos, era perfilar una nueva imagen de las mujeres donde estas se visibilizaran como inteligentes, independientes y profesionalmente competentes.

En cuanto a la estética que las artistas sufragistas utilizaron en la representación femenina, esta también fue evolucionando de acuerdo a las diferentes facetas del movimiento, por lo cual resulta importante mencionar que aunque en el inicio la lucha sufragista parecía un gran conglomerado de mujeres peleando por una causa común, también es cierto que dentro del mismo movimiento dos grandes alas se fueron formando, dándose la separación definitiva en 1903 con el surgimiento del movimiento moderado, encabezado por Millicent Garret Fawcet y que se caracterizaba por hacer propaganda

---

<sup>42</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 31.

<sup>43</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 49.

pacífica a favor del sufragio femenino; y en contraparte *La Unión Social y Política de las Mujeres* (Women's Social Political Union), dirigida por Emmeline Pankhurst y su hijas Christabel y Sylvia Pankhurst, constituyeron la parte radicalizada del movimiento y fueron conocidas como las *Suffragettes*; sus acciones iban desde los tradicionales medios de propaganda como los mítines y las manifestaciones, hasta el uso de tácticas violentas como el sabotaje, el incendio de comercios y establecimientos públicos, o las agresiones a los domicilios privados de destacados políticos y miembros del Parlamento, por lo que fueron perseguidas políticas y varias veces llevadas a prisión.

En la primera fase del movimiento sufragista inglés, fue determinante que las imágenes femeninas utilizadas se apegaran a un diseño de identidad corporativa que básicamente fue definido por Sylvia Pankhurst, quien elaboró una serie de logotipos para construir la imagen corporativa del movimiento sufragista, con una gran influencia del Movimiento de Artes y Oficios de finales del siglo XIX, especialmente del artista socialista Walter Crane, quien había realizado mucho del trabajo gráfico para el Movimiento Laborista Inglés (fig. 46). Por otra parte, a Emmeline Pethick-Lawrence, se le atribuye la elección de los tres colores corporativos: púrpura, blanco y verde, que significaban dignidad, pureza y esperanza, respectivamente; el uso de estos colores se institucionalizó, de la misma forma que se estandarizó el *look* de las mujeres sufragistas, el cual se apoyó de gran manera en una imagen moderna, muy del estilo *Art Nouveau*, con fuerte influencia del trabajo gráfico de Alphonse Mucha, sobre todo en cuanto al uso de formas orgánicas, la simplificación y fluidez de la línea y la estilización de las figuras femeninas, que además lucen jóvenes, hermosas y saludables; dicha influencia se constata en los carteles realizados por la artista Hilda Dallas, para promocionar las dos publicaciones más importantes del movimiento sufragista, el primero *Votes for women* (fig. 47), que fue su periódico oficial entre los años 1907 a 1912 y el que lo sustituyó, *The suffragette* (fig. 48), publicación militante que se convirtió en uno de los medios más importantes para la difusión y apoyo de las ideas sufragistas hasta el final del movimiento.



• A GARLAND FOR MAY DAY 1895 •  
• DEDICATED TO THE WORKERS BY WALTER CRANE •

Fig.46. *A garland for May day*, cartel por Walter Crane, para el Movimiento Laborista Inglés, Londres, 1895.



Fig. 47. Cartel de la revista *Votes for women*, ilustración y diseño por Hilda Dallas, Londres, 1908.



Fig. 48. *The suffragette*, cartel de revista, por Hilda Dallas, Londres, 1912.

Esta vinculación de la propaganda sufragista con el *Art Nouveau*, es totalmente intencional en el sentido de que las *Suffragettes* estaban convencidas de que tenían que autorepresentarse de una manera en que la feminidad no fuera sacrificada, pero también tratando de conservar una imagen femenina acorde con la vida moderna; además, creían que un inteligente uso de la moda y de la feminidad desafiaría el estereotipo de la histérica y horrible sufragista, a la vez que le daría al movimiento apoyo y simpatía tanto del público como de la prensa;<sup>44</sup> ya que a lo largo de la lucha sufragista estas tuvieron que luchar contra la campaña de desprestigio que las autoridades conservadoras alimentaban día con día con panfletos y caricaturas donde se les ridiculizaba como la esposa autoritaria y dominante, la histérica o la amargada (fig. 49).

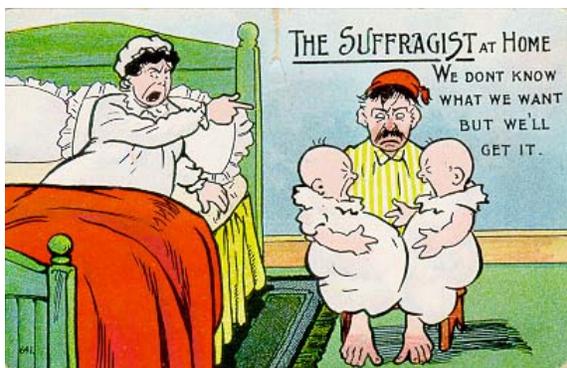


Fig. 49. Imágenes diversas de la contra campaña sufragista en Inglaterra y Estados Unidos, entre 1880 y 1914.

<sup>44</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 37.

Es decir, el trabajo gráfico de las *Suffragettes*, difirió de las representaciones femeninas de otros movimientos contemporáneos que insistían en utilizar la figura femenina masculinizada, esto lo hicieron como una táctica para confrontar la contracampaña de las autoridades, que por el contrario, utilizaron la figura femenina masculinizada para difundir dentro de la iconografía popular la imagen de la sufragista como *un tipo de mujer angulosa y delgada, carente de curvas sensuales propias de un cuerpo preparado para la maternidad*.<sup>45</sup> Al retratarla con un atuendo masculino y descuidado, trataban de mostrar la indiferencia de la mujer sufragista hacia su feminidad, con lo que representaban que lo que las mujeres realmente querían era ocupar el lugar de los hombres. Además, las representaciones de la mujer arrugada, de rasgos toscos y rugosos, sugerían que su edad de casadera hacía tiempo había pasado y que solo las quedadas y solteronas eran militantes del movimiento sufragista. De acuerdo con Patricia Mayayo,<sup>46</sup> la conclusión a la que las autoridades masculinas conducían con el uso de imágenes femeninas con dicha apariencia física, era que *si la mujer ha decidido dedicarse a la causa sufragista es porque carece de encantos femeninos; al mismo tiempo, carece de encantos femeninos porque, al dedicarse a la causa sufragista, se ha visto obligada a masculinizarse*. Es decir completaban un círculo donde las mujeres no tenían demasiadas alternativas, dicho círculo, se reafirmaba con lo que se llamaba la imagería culta finisecular, ya que como al principio se mencionó, algunos artistas e intelectuales apoyaron con su obra a consolidar los estereotipos femeninos que diluyeran el peligro de la presencia de la mujer militante. Por ejemplo en la pintura, por un lado proliferaron los desnudos femeninos inmersos en paisajes paradisíacos (fig. 50), y por otro las representaciones de las malignas mujeres que de alguna u otra manera victiman, presionan o dañan a los varones.

---

<sup>45</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.159.

<sup>46</sup> IBIDEM



Fig. 50. Gustav Klimt, *Danae*, Viena 1907.

Como estrategia, las *Suffragettes* decidieron eliminar algunos elementos de la tradicional representación femenina, principalmente los referentes a la maternidad, ya que éste no era un elemento que ellas quisieran destacar, al contrario, la imagen de la mujer maternal era uno de los estigmas que las mujeres inglesas de principios de siglo XX querían quitarse de encima. Aunque eliminaron varios elementos de dicha tradicional representación, también decidieron conservar otros: cuerpos estilizados, rostros bellos y delicados, y ornamentos florales fueron parte fundamental del discurso gráfico del movimiento sufragista inglés, solo que en contraparte le agregaron elementos que chocan con la aparente armonía del cuadro, cadenas rotas, rejas abiertas, y diferentes metáforas alusivas a la libertad y a la militancia, conviven con estilizadas figuras femeninas, como se puede ver en los primeros emblemas del movimiento sufragista inglés (fig. 51). Es decir, las *Suffragettes* afirmaron la feminidad para reinventarla como moderna y en esta reinención, utilizaron frecuentemente el recurso de retomar imágenes de la mitología femenina, desde la figura alada con trompeta que designaron como su logotipo (fig. 52), hasta la emblemática imagen de la santa heroína francesa Juana de Arco, de la cual hicieron

una estilización y adecuación al aplicarla en el cartel *The suffragette* (fig. 53), donde una elegante y bella mujer porta una especie de uniforme miliciano, un estandarte y una espada; de esta manera, al retomar estereotipos preestablecidos de imágenes femeninas y aplicarlos a su causa, las sufragistas perseguían revertir los mensajes negativos de las campañas anti-sufragio de las autoridades.



Fig. 51. Emblemas de *La Unión Social y Política de las Mujeres* (WSPU), diseñado por Sylvia Pankhurst, Londres, 1905.



Fig. 52. Logotipo de *La Unión Social y Política de las Mujeres* (WSPU), diseñado por Sylvia Pankhurst, Londres, 1905.

En la imagen del cartel *The Suffragette* (fig. 53), mediante la integración del *Art Nouveau*, la moda y lo femenino, adicionada con el uniforme militar, la postura ecuánime y equilibrada de la figura al estilo de las representaciones de Libertad y Revolución de finales del siglo XVIII, donde la *figura femenina tiende a estar estática y remota, aunque ansiosa y con un considerable encanto juvenil*,<sup>47</sup> las *Suffragettes* lograron perfilar la imagen ideal de la mujer sufragista, que de esa manera también se deslindaba de la representación de mujer violenta que se tenía prefigurada a principios del siglo XX, la cual tenía que ser vieja, agresiva y proletaria, y que de acuerdo a Linda Nochlin fue heredada de la iconografía generada después de la caída de la Comuna de París, en 1871, donde se acusó a las mujeres

<sup>47</sup> NOCHLIN, Linda, *Representing women*, Nueva York, Thames and Hudson, 1999, pág. 42.

de la clase trabajadora, llamadas despectivamente *Las petroleras*, de haber prendido fuego a París, lo cual se convirtió mediante caricaturas y diversas representaciones en la alegoría de la *mujer salvaje*, donde esta era representada como una fantasmagórica figura que combinaba anarquía sexual y social y cuyo objetivo era ir en contra del orden natural mediante la destrucción de la política tradicional del establishment.<sup>48</sup> Louise Michel, lideresa anarquista de la Comuna de París, llegó a ser para los conservadores el símbolo de todas las cosas feas y amenazadoras. En caricaturas y polémicas, los periódicos de la derecha la moteaban de "la Virgen Roja", presentándola como carente de atractivos, vieja y masculina (fig. 54).

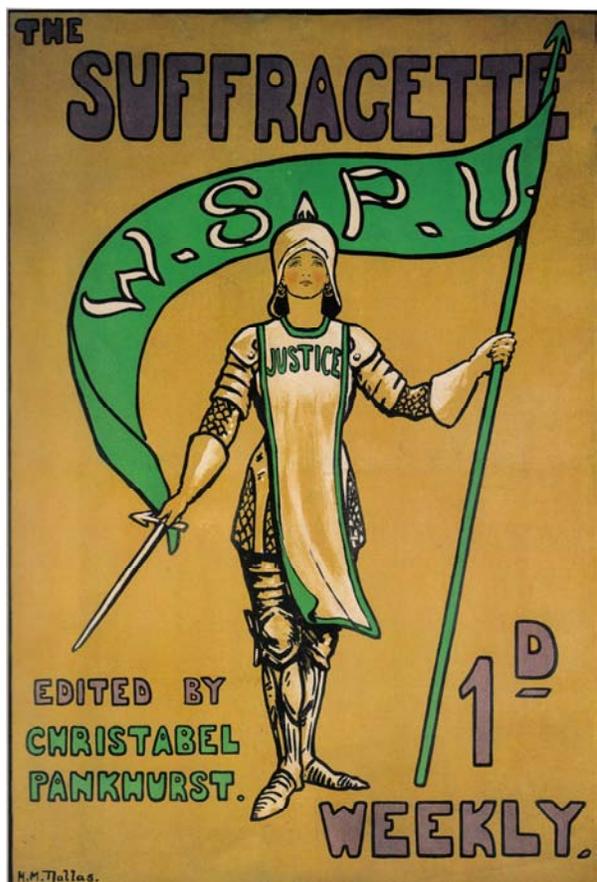


Fig. 53. Cartel para la publicación *The suffragette* (WSPU), diseñado por Hilda Dallas, Londres, 1912.

<sup>48</sup> IDEM, pág. 45.



Fig. 54. Retrato de Louis Michel, Paris, finales de siglo XIX.

Por otra parte, las *Suffragettes* reforzaron la campaña para la construcción de su identidad corporativa, con una estrategia basada en el espectáculo, la cual consistió en una serie de gigantescas marchas, festivales y procesiones donde hacían gala de todos sus recursos gráficos y de un gran sistema de mercadotecnia para utilizarlos como objetos de acción política; de estos eventos destaca, el *Domingo de las mujeres* y la procesión a lo largo del Río Támesis hasta la Cámara de los Comunes encabezada por la generala Flora Drummond realizadas en 1908, y la *Coronación de las Mujeres*, espectacular desfile en torno a Juana de Arco (santa patrona de las sufragistas) llevado a cabo en 1911.

A pesar de que los recursos hasta entonces utilizados por las mujeres sufragistas, sí habían tenido una amplia captación de simpatizantes, en el Parlamento la ley a favor del sufragio femenino no prosperó, lo que hizo que las acciones políticas de los grupos organizados de mujeres, empezaran a tornarse cada vez más agresivas, principalmente las llevadas a cabo por las *Suffragettes* que aunque en lo gráfico evitaban mostrar cualquier evento de violencia explícita, es sabido que sobre todo en la última fase del movimiento y

ante la negación de las autoridades a otorgarles el voto después de casi una década de lucha, emprendieron una serie de actos de agresión y disturbio tanto en lo individual como en lo colectivo. Cientos de mujeres arrestadas constantemente, fue el resultado de dichos sucesos, pero aun desde la cárcel el activismo continuó; por ejemplo, la líder del WSPU, Emmeline Pankhursts quien fue encarcelada y condenada a tres años de trabajos forzados, dirigió desde la cárcel el famoso plan de la huelga de hambre, donde las mujeres presas se negaron a comer, hasta que sus demandas fueran cumplidas

Además, la estrategia de medios de las *Suffragettes* continuaba aun en la reclusión, ya que ahí llevaron a cabo el bordado de los conocidos pañuelos sufragistas, que tenían la misión de marcar los eventos más relevantes del movimiento. El pañuelo bordado por la artista militante Janie Terreno (fig. 55), en su estancia en la prisión de Holloway, quedó como evidencia de la huelga de hambre sostenida del 13 al 19 de abril de 1912 y del cómo las sufragistas encarceladas fueron alimentadas a la fuerza. Un trozo de tela adornado con las firmas de las veinte sufragistas prisioneras, los colores simbólicos del movimiento y las fotos de dos de las principales líderes, *reafirmaba la teoría de que estas mujeres conscientemente ignoraron la jerarquía convencional que situaba al arte por encima de la artesanía y defendía la obra maestra intemporal por encima de cualquier objeto efímero anónimo.*<sup>49</sup> Es decir, actividades tradicionalmente consideradas del ámbito privado femenino como el bordado, el estarcido y el dibujo se convirtieron en sus aliados para la confección de objetos altamente políticos. Tendiendo de esta manera las bases para el surgimiento de las llamadas *mitologías domésticas*, que se volverían imprescindibles en el discurso feminista estadounidense de los setenta sobre todo en obras como *The dinner party* de Judy Chicago (fig. 73), y que Amparo Serrano define como *la utilización del entorno y de los objetos de uso doméstico como reflejo de una determinada situación (social, psicológica) además de como iconos, símbolos.*<sup>50</sup>

<sup>49</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 31.

<sup>50</sup> SERRANO De Haro, Amparo, *Mujeres en el arte. Espejo y realidad*, Barcelona, Plaza & Janés, 2000, pág. 113.

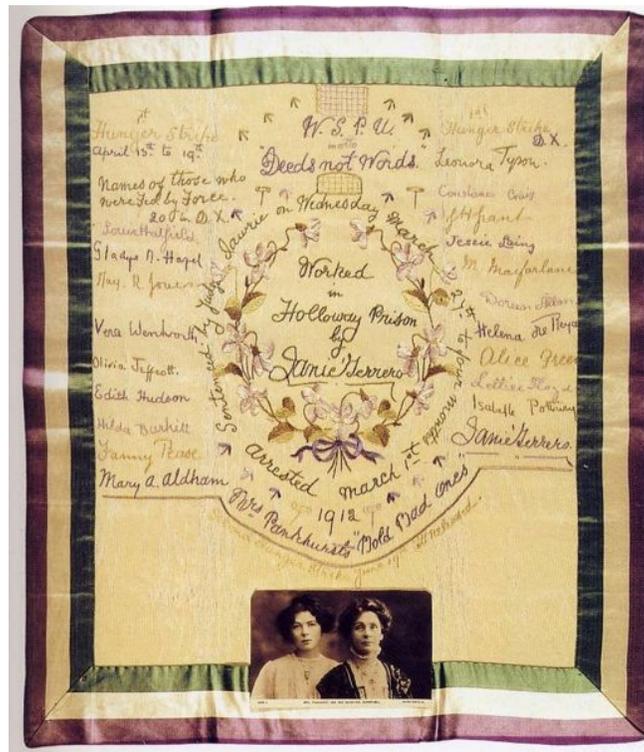


Fig. 55. Pañuelo de sufragista (WSPU), elaborado por Janie Terreno, prisión de Holloway, Inglaterra, 1912.

En la fase de mayores hostilidades entre las mujeres sufragistas y las autoridades, también tuvo lugar la estrategia basada en el martirio (*the martyrdom*), para lo cual fue importante que la prensa simpatizara con ellas, por ejemplo el *Daily Mirror* con su millón de tiraje diario, daba seguimiento continuo al movimiento sufragista, lo cual fue bien aprovechado por las mujeres para emprender dicha estrategia, la cual consistió en mostrar mediante fotografías e ilustraciones, los arrestos, maltratos y vejaciones de que eran víctimas por parte de la policía. En dichas imágenes, aparecían las mujeres sufragistas en tal desventaja con respecto a los oficiales que las arrestaban, de manera que era difícil no pensar en que algo injusto estaba pasando, como por ejemplo en la famosa foto de la detención de Emmeline Pankhurst, donde la figura diminuta de la militante, contrasta en fuerza y tamaño con la del grupo de policías a su alrededor (fig. 56). Dentro de la misma

temática, el otro recurso de esta estrategia fue el uso de las postales, que gracias al desarrollo de la litografía podían producirse fácilmente y cuya distribución masiva hizo que la sociedad se dividiera, una parte pensaba que las autoridades realmente estaban extralimitándose con las mujeres, pero la otra pensaba que finalmente las sufragistas estaban recibiendo su merecido (fig. 57).



Fig. 56. Fotografía de la detención de Emmeline Pankhursts, publicada por *The Daily Mirror* el 21 de mayo de 1914.

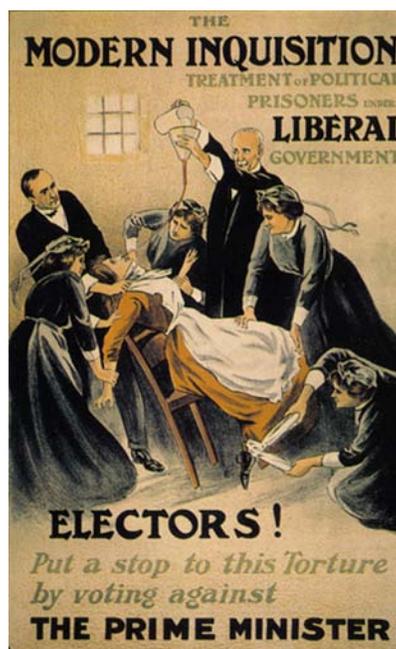


Fig.57. *La moderna inquisición*, acerca de la alimentación forzada. Publicada por la WSPU, Londres 1910.

La difusión de la alimentación forzada de las sufragistas presas, se tradujo en una respuesta inmediata que convirtió a las mujeres sufragistas en heroínas martirizadas, y a las autoridades en crueles victimarios, a lo cual éstas últimas respondieron y contraatacaron con la *Ley del gato y el ratón*, que consistió en arrestar y encarcelar a las militantes y soltarlas inmediatamente que empezaran la huelga de hambre, después las arrestaban nuevamente en la primera oportunidad que tenían, tratando de romper de esta manera la

*estrategia del martirio*. Las *Suffragettes* contraatacaron con una serie de imágenes donde precisamente a partir de esta ley, encontraron elementos para continuar y reforzar dicha estrategia, como se puede ver en el cartel *El gato y el ratón* (fig. 58).

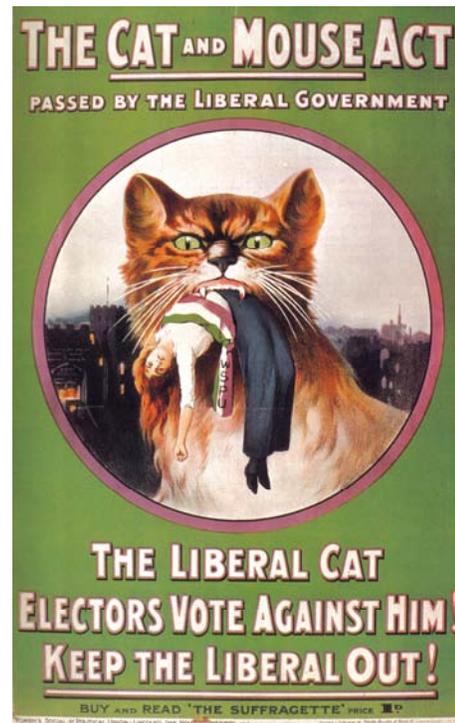


Fig.58. *El gato y el ratón*, cartel anónimo, publicado por la WSPU, Londres 1914.

Lo cierto es que a pesar del gran número de simpatizantes que se habían ganado, el proyecto de ley en gestión y defensa del sufragio femenino fracasó y las esperanzas de las mujeres inglesas para obtener el voto nuevamente se diluyeron. Ante esta situación, las *Suffragettes* dejaron de lado su estrategia de mercadotecnia e imagen y enfocaron toda su energía en el activismo político; aunque nunca atentaron contra la vida humana, sus acciones se tornaron sumamente violentas: ataques a propiedades de altos mandos políticos, estrellamiento de vidrios de edificios gubernamentales y quema de monumentos públicos fueron parte de sus nuevas formas de protesta totalmente radicalizadas; además de acciones individuales como la llevada a cabo por Emily Davidson, de quien se dice que en la manifestación de Epsom en 1913, murió al arrojararse al paso de los caballos en forma de

protesta; y el suceso de 1914 donde la militante sufragista Mary Richardson logró rasgar con una navaja el lienzo más valioso de la Galería Nacional de Londres: *La Venus del espejo* de Velázquez (fig. 59), en protesta por el trato inhumano que las autoridades estaban dando a Emmeline Pankhurst en la prisión de Holoway. Este suceso tuvo gran resonancia en la prensa de la época y Mary Richardson pasó a ser conocida como “Mary la acuchilladora”.<sup>51</sup> Richardson declaró “*He intentado destruir la pintura de la más bella mujer en la historia de la mitología como una protesta contra el Gobierno por destruir a la Señora Pankhurst, quien es la persona más hermosa de la historia moderna*”.<sup>52</sup>



Fig.59. Diego de Velázquez, *La Venus del espejo*, Madrid, 1647-1651.

Si bien, dicho suceso a la postre se prestaría para una serie de aseveraciones que tendrían que ver con la posterior imagen del feminismo, como lo dicho por Lynda Nead, quien afirma que el suceso de *La Venus frente al espejo* sirvió tanto para simbolizar una percepción particular de actitudes feministas frente al desnudo femenino, como para

<sup>51</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.137.

<sup>52</sup> PRATER, Andreas, *Venus ante el espejo*, Madrid, Centro de Estudios Europa Hispánica, 2007, pág.7.

*representar una determinada imagen estereotipada del feminismo en general.*<sup>53</sup> En el corto plazo la acción de Mary Richardson ayudó a fortalecer ante los ojos de una sociedad confundida, la imagen de las *Suffragettes* como la representación de la mujer neurótica, demente y sin control que las autoridades siempre quisieron difundir.

A partir de todo esto, la imagen de las *Suffragettes* se fue en contrapicada y sus enfrentamientos con las autoridades se volvieron todavía más radicales. Así fue hasta que en 1914, en el momento más crítico de la confrontación entre sufragistas y autoridades, que la Primera Guerra Mundial estalló, lo que motivó al rey Jorge V de Inglaterra a amnistiar a las sufragistas, e incluso encargó a la propia Emmeline Pankhurst que reclutara mujeres para ocupar los puestos que los varones habían dejado vacantes al marchar al frente. A cambio de la obediencia al rey, todos los grupos sufragistas encabezados por el WSPU realizaron un pliego petitorio donde exigieron el reconocimiento del mismo salario para el mismo trabajo; la semana laboral de cuarenta y ocho horas; el aumento de inspectoras en las fábricas de mujeres; la protección a los trabajos peligrosos; subvención a la maternidad; reformas en la educación, y por supuesto el voto femenino. De esta manera, el 28 de mayo de 1917, por 364 votos favor y 22 en contra, se aprobó el proyecto de ley del sufragio femenino para las mujeres mayores de 30 años. Ya en 1919, a través de la *Ley de eliminación de cualquier acto de descalificación sexual (Sex Disqualification Removal Act)* se acordó que nadie podría ser descalificado para ningún cargo público o puesto civil o judicial por razones de estado civil o sexo. El activismo continuó, si bien en una forma más moderada, se extendió hasta 1928, cuando obtuvieron la plenitud del derecho al voto, en las mismas condiciones que lo tenían los varones.

Aunque la mayoría de las *Suffragettes* desaparecieron de la escena, algunas retirándose a sus hogares y otras integrándose al trabajo en el Parlamento, las sufragistas inglesas a lo largo de su proceso ya habían logrado contagiar con sus ideas a mujeres de

---

<sup>53</sup> NEAD, Linda, *El desnudo femenino, Arte, obscenidad y sexualidad*, Madrid, Editorial Tecnos, 1998, pág.2.

todo el mundo y pronto diversas movilizaciones a favor del voto femenino surgieron en diferentes lugares, sobretodo en Europa y América. Debido a que las *Suffragettes* siempre mantuvieron una estrecha relación con mujeres de otros países, principalmente con Estados Unidos, donde las ideas de las inglesas se difundieron exhaustivamente gracias a que su periódico *The suffragette* se vendía en Nueva York, el movimiento inglés logró suministrar a las sufragistas estadounidenses los elementos más importantes de su programa e ideología; las sufragistas de Norte América se influenciaron fuertemente por las ideas gráficas de sus colegas inglesas, incluso debido a que en Estados Unidos no había muchos artistas que trabajaran con el tema del sufragio, estas retomaron la imagería gráfica de las *suffragettes*, y la aplicaron a su propia situación (fig.60 y fig.61).



Fig. 60. *Votos para las mujeres*, Imagen para la marcha de mujeres sufragistas en Washington, USA, 1913.

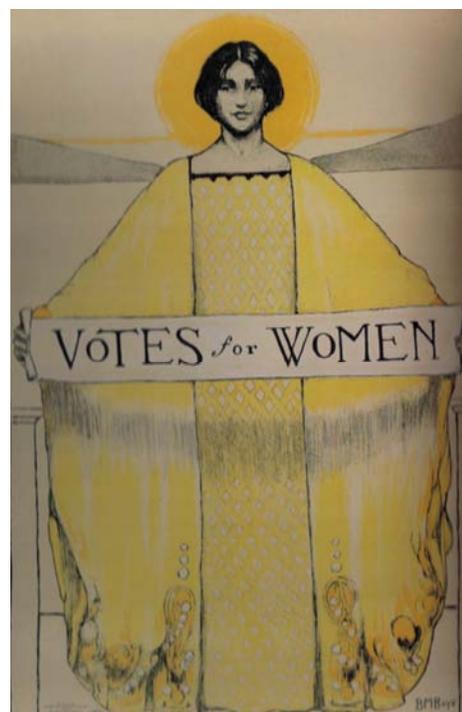


Fig. 61. *Votos para las mujeres*, Imagen para la marcha de mujeres sufragistas en Washington, USA, 1913.

Probablemente el movimiento sufragista inglés no esté exento de puntos de inflexión, pero lo que es indudable es la forma como ejercieron una fuerte influencia sobre los subsecuentes movimientos sufragistas, además de que las *Suffragettes* también sentaron

los cimientos para que décadas más adelante nuevas movilizaciones de mujeres se sucedieran. El movimiento sufragista inglés, fue sin duda un suceso con alta conciencia de enfoque de género y principalmente un movimiento que a pesar de encontrarse en medio de toda una infraestructura masculina apoyada por científicos, intelectuales y artistas, logró hacerse escuchar y socavar el sistema de valores imperante a principios del siglo XX. Mediante el uso creativo de la imagen de las mujeres, las sufragistas inglesas lograron combatir la poderosa campaña de medios que las autoridades conservadoras venían desarrollando desde antaño y manejar su propia imagen con fines bien definidos de alcance político y social. Además también lograron elevar objetos del uso cotidiano femenino al orden de elementos sumamente valiosos para la acción política, bolsos, mascaradas, pañuelos, juegos de té y sombreros ya nunca volverían a ser vistos como simples objetos decorativos de la "frivolidad femenina", ya que las *Suffragettes* al inyectarles un alto contenido social, los transformaron en parafernalia política que les funcionó eficientemente para alcanzar públicos en los que quizá de otra forma no hubiesen podido incidir. El movimiento sufragista estableció bases importantes para el desarrollo de un nuevo simbolismo femenino que pervive hasta nuestros días y a través de todo su cúmulo de imaginaria gráfica, abrió la puerta para que décadas más tarde y como consecuencia del reclamo general de un nuevo orden social, otros movimientos femeninos se gestaran, integrando de esta manera lo que se conocería como la Segunda Ola feminista, la cual tendría sus más importantes manifestaciones entre las décadas 60 y 70, principalmente en Estados Unidos y en Inglaterra.

Los cimientos que el movimiento sufragista sentó, se fortalecieron de manera importante con la cada vez mayor participación de las mujeres en los diferentes ámbitos. En este contexto es importante mencionar el trabajo de mujeres artistas de diferentes latitudes que de alguna manera se vincularon con la lucha sufragista, y que se convertirían en pieza clave en el camino hacia la Segunda Ola feminista, por ejemplo, el trabajo de Hanna Hoch, que estuvo siempre muy cerca de los movimientos sufragistas como lo refiere su collage en

conmemoración del logro del voto femenino inglés, *Panorama Dadá* (fig. 62), el cual es un fotomontaje hecho por la artista en 1919, en el que Hoch reivindica el papel de las mujeres activistas políticas y ridiculiza el de los líderes varones mostrándolos impotentes y disminuidos, el montaje está ataviado con flores, penes flácidos y diversas leyendas, donde se lee entre otras cosas *Libertad sin ataduras*; en conclusión, *Panorama Dadá* es un recurso en el que, *la artista hace uso de las capacidades de la técnica del fotomontaje para la subversión y la burla, creando una imagen de revolución a la vez sexual y política.*<sup>54</sup> Es decir, Hanna Hoch, con una conciencia de género total y a partir de sus propias ideas políticas y una vinculación quizá más personal con su propia homosexualidad, reinventa la imagen de las mujeres, construyendo de esta manera otras ideas para concebir la feminidad.



Fig. 62. Hanna Hoch, *Panorama Dadá*, Berlín, 1919.

<sup>54</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 31.

Por otra parte, en paralelo con el movimiento sufragista en Estados Unidos, destaca la obra pictórica de Georgia O’Keffe, la cual se basaba en el retrato de exóticas figuras florales, que si de principio se negaría que fuesen referencias a los genitales femeninos, al paso del tiempo, como afirma Cecilia Avanceña,<sup>55</sup> se ha reconocido la vinculación de estas flores de enorme tamaño con el erotismo femenino, con lo prohibido y lo permisible en el arte. En dichas pinturas florales, por ejemplo en los misteriosos pasadizos a través de los pétalos negros de un iris, *se puede observar la presencia de un orificio central, cuya organización formal funciona con frecuencia como una metáfora del cuerpo femenino* (fig. 63).<sup>56</sup> Hablar de si la obra pictórica de O’Keffe era política o no, nos conduce a los escritos de Eli Bartra,<sup>57</sup> en los que sugiere que una obra es política no sólo porque tenga un contenido explícito político, sino precisamente porque en lo que tiene de personal se convierte en desafío, en irreverencia ante los valores de la ideología dominante. Habría que recordar que las flores han sido un elemento recurrente en la imaginería masculina para referirse a las mujeres, por ejemplo, los surrealistas utilizaron el dual mujer-flor: virgen niña, para manifestar que *el artista podía contemplar a su mujer, cosecharla, cortarla, respirarla y comerla*;<sup>58</sup> es decir la mujer flor representa a una mujer pasiva a quien el hombre le revelará el universo.

Lo que sucede con las obras de O’ Keffe, es que revierten el mensaje, y de alguna manera la artista se atreve a manifestarse conciente de su sexualidad, en un tiempo en que el tema de la sexualidad femenina sólo era abordado por los varones, de ahí que se puede concluir que las obras de O’Keffe quizá de forma un tanto circunstancial, muestran la urgencia que había de que las mujeres intervinieran en el terreno de la biología y la

---

<sup>55</sup> En su ensayo “Mujeres en el arte de los Estados Unidos: de Mary Cassat al movimiento pop”, compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 113.

<sup>56</sup> Citado en MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.137.

<sup>57</sup> SERRANO de Haro, Amparo, *Mujeres en el arte. Espejo y realidad*, Barcelona, Plaza & Janés Editores, 2000, pág.74.

<sup>58</sup> VILLEGAS, Morales Gladis, “Mujeres y surrealismo”, compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 87.

sexualidad, ya que, como afirma Patricia Mayayo, *era en ese terreno donde se centraba en gran medida el proceso de configuración social de la identidad de las mujeres.*<sup>59</sup>



Fig. 63. Georgia O' Keeffe, *Jack in the pulpit No. IV*, USA, década de los 20.

Finalmente entre 1920 y 1930, después de los primeros movimientos sufragistas, en el periodo de entreguerras surge principalmente en Europa y Estados Unidos, la imagen de la mujer moderna, es una mujer activa, que lleva el cabello y la falda más cortos, se libera del corsé e incluso empieza a intentar usar pantalón, maneja autos, y en general, manifiesta en todo una independencia de criterio inaudita hasta entonces, como se puede ver en el autorretrato de Tamara de Lempicka realizado en 1929 (fig.44). El autorretrato fue una de las herramientas a las que más recurrieron las mujeres artistas de esta época, con lo cual daban pasos importantes para construirse como un nuevo ente femenino. En esta temática, resulta reveladora la obra de Tamara de Lempicka (fig. 64), quien se atreve a representar mediante sus retratos y autorretratos al prototipo de la mujer moderna, desafiando de esta manera el orden simbólico imperante. Además, en sus diversos pasajes pictóricos donde

<sup>59</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.126.

parejas homosexuales y heterosexuales se dejan ver en voluptuosos primeros planos, sin reserva ni prejuicio acerca de su sexualidad, la artista se acerca de manera mordaz a los temas hasta entonces velados para las mujeres. En términos puristas, Tamara de Lempicka no ha sido considerada un precedente fundamental del feminismo, pero si analizamos su obra considerando el tiempo en que esta mujer realizó sus cuadros, queda de manifiesto que Tamara de Lempicka fue una importante representante del espíritu de su tiempo, las mujeres que ella pinta representan lo bueno y lo malo de la década de los veinte, por un lado la emergente mujer independiente, activa y segura, que empieza a tomar las riendas de su vida y a controlar la imagen de su cuerpo. Pero a la vez también refleja la decadencia del momento en que esta mujer moderna se tiene que desarrollar, época de entreguerras, donde esperan a las mujeres muchas batallas por librar en todos los ámbitos.



Fig. 64. Tamara de Lempicka, *Retrato de la duquesa de Salle*, Paris, 1923.

## II.2 El Edificio de las mujeres, virtudes y egoísmos en las nuevas formas de representación gráfica femenina

Con el logro del derecho al voto, el sufragismo desapareció poco a poco de la escena europea y de los Estados Unidos. Sylvia Pankhurst,<sup>60</sup> en sus escritos posteriores a la lucha sufragista especula que si dicho movimiento no hubiese estado tan dividido habría podido evolucionar y postular otras reivindicaciones para las mujeres, pero esto no sucedió y durante varios años los reclamos femeninos se estancaron, aunque gracias a la participación de las mujeres en trabajos parlamentarios, estas pudieron tener un mayor acceso a la educación y la cultura. Varias décadas tuvieron que transcurrir para que nuevas reivindicaciones femeninas vieran la luz, ya que después de la Segunda Guerra Mundial, vino una época en que las mujeres fueron nuevamente confinadas al hogar, y debido a la urgencia de reactivar la economía en los países de posguerra principalmente en Estados Unidos e Inglaterra, estas fueron convertidas en importantes elementos dentro del nuevo plan de desarrollo de dichos países: el consumismo.



Fig. 65. Imágenes publicitarias de la década de los 50, Estados Unidos.

<sup>60</sup> "Women, suffrage and politics. The Papers of Sylvia Pankhurst, 1882-1960", *Adam Matthew Publications*, Londres 2009, [www.adam-matthew-publications.co.uk/index.aspx](http://www.adam-matthew-publications.co.uk/index.aspx).

En Estados Unidos e Inglaterra los años cincuenta se caracterizaron por el *boom* de los medios masivos de comunicación, revistas, películas, radio y sobretodo el nuevo y poderoso invento de la televisión, se encargaron de centrar las aspiraciones de las mujeres en torno a buscar un marido, casarse, tener hijos y conseguir la casa ideal, todo esto únicamente como preludeo para la comercialización de lo último en tecnología doméstica y productos en general para el hogar. Con esas intenciones, a la vez que se construye el sueño americano de la familia suburbana que vive con todas las comodidades modernas, se encumbra la imagen del *ama de casa feliz*, quien se convertirá en la piedra angular del mercantilismo (fig. 65). A través del asalto cotidiano de los medios de comunicación, *el ama de casa feliz solo pensará en cocinar, coser, aspirar y comprar muchos productos; una mujer que solo buscará realizarse como esposa y como madre, olvidándose de la educación, el trabajo y de sus derechos políticos.*<sup>61</sup>

Al pasar el tiempo, la imagen del *ama de casa feliz*, realmente acabó por agobiar a las mujeres y de acuerdo con Betty Friedan,<sup>62</sup> fue la soledad y el sentimiento de desilusión de la generación de mujeres de los años 50 lo que encendió las primeras chispas del movimiento feminista de los 60.

Los años 60 inician con una serie de movilizaciones donde diferentes reclamos sociales se hacen presentes, las nuevas generaciones se rebelan contra lo preestablecido y se manifiestan por construir un nuevo orden social más incluyente y menos autoritario, las minorías raciales emprenden también la batalla para vindicar la igualdad de derechos y el alto a las vejaciones de las que han sido víctimas por parte de los blancos, los grupos lésbico-gays reclaman visibilidad y respeto para la diferencia de las preferencias sexuales, y las mujeres, quienes se cobijaron en el llamado *Movimiento de Liberación Femenina*, que si

---

<sup>61</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 76.

<sup>62</sup> Betty Friedan, fue una teórica y líder del movimiento feminista estadounidense de los años 60 y 70. En 1963 escribió el ensayo *La mística de la feminidad*, en el que critica el rol femenino en la sociedad contemporánea, ya que provoca numerosas formas de alienación. Este ensayo influyó profundamente al movimiento feminista los siguientes años. IBIDEM.

bien abarcaba una serie de filosofías y actividades diferentes todas iban encaminadas hacia el objetivo de contrarrestar la opresión femenina. Entre las principales demandas de los grupos feministas estaban: libertad reproductiva (incluyendo control de natalidad y aborto); derecho a la salud y a expresar y disfrutar su propia sexualidad; Así como la división de las labores domésticas, igualdad de oportunidades e igualdad de salario en el medio de trabajo y la erradicación de cualquier forma de violencia hacia las mujeres.

Las mujeres del incipiente movimiento feminista, habían leído sin duda, textos de Simone de Beauvoir, principalmente *El segundo sexo*, escrito en 1949, en el cual la autora expone varias tesis, pero una de las más revolucionarias fue que "la mujer", o más exactamente el estereotipo de lo tradicional femenino (coqueta, frívola, caprichosa, salvaje o sumisa, obediente, cariñosa, etc.) es un producto cultural que se ha construido socialmente; por lo cual, la autora argumentaba que *la principal tarea de la mujer es reconquistar su propia identidad específica y desde sus propios criterios*.<sup>63</sup> Por otro lado, dentro del seno mismo del movimiento feminista, Betty Friedman escribió en 1963 *La mística femenina*, el cual se convirtió en el libro de cabecera de muchas feministas de la época. En él, la autora reivindicaba sobre todo el derecho de las mujeres a ser aspiracionales y no conformarse con la idea de la *ama de casa feliz*, aplastadoramente difundida en los Estados Unidos en la generación de la posguerra de la época de Eisenhower, y que produjo un incremento impresionante en la tasa de natalidad.<sup>64</sup>

Por otro lado, en cuanto a las características visuales del Movimiento de Liberación Femenina, cabe destacar que dicho movimiento se forjó dentro de un clima de intenso ánimo de autoexpresión y bajo un estilo que era una mixtura entre *Art Nouveau*, *Art Deco*, *Pop Art* y el rescate de diversidad de formas tribales, adicionado con una paleta de color con una gran influencia del movimiento psicodélico y reminiscencias de las experiencias con drogas. El carácter gráfico de finales de los 60 y principios de los 70 se distinguió

---

<sup>63</sup> BEAUVOIR, Simone de, *El segundo sexo*, Madrid, Ediciones Cátedra, 2005, pág. 13.

<sup>64</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 79.

principalmente por mostrar elementos de desdén y rebelión en contra del sistema hegemónico en turno, lo cual permeó de manera fundamental en el trabajo gráfico de la primera camada de artistas y diseñadoras feministas. Como se puede ver en el cartel relativo a la manifestación en contra del certamen de belleza Miss América (fig. 66), en el cual las mujeres reaccionan protestando en contra de este tipo de eventos por considerar que era una forma denigrante de usar la imagen femenina.

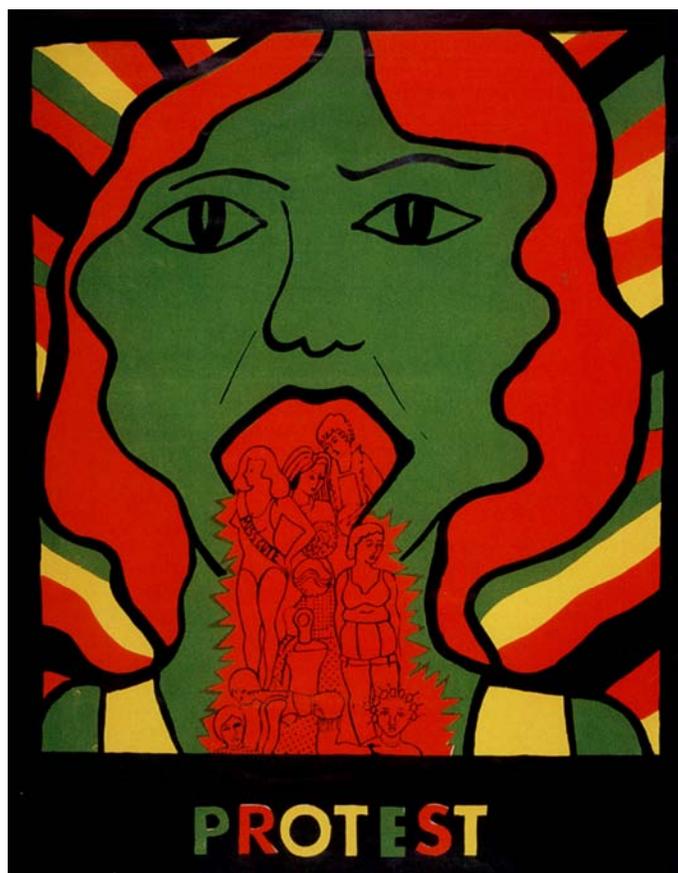


Fig. 66. Cartel *Protesta*, atribuido al *See Red Women's Poster Collective*, USA, 1970.

A partir de todo esto, se fue perfilando la necesidad de un principio de identidad para el movimiento feminista, así como el establecimiento de una serie de espacios de discusión para apuntalar sus posturas y presionar a las autoridades para la futura concesión

de sus demandas. Para cubrir estos objetivos fue preciso desarrollar todo un sistema de medios impresos, donde el simbolismo gráfico se tornó imprescindible, ya que permitió el surgimiento de uno de los símbolos fundamentales del movimiento feminista, el cual nació de la intención de deserotizar la imagen de las mujeres, por lo cual, se substituyó la imagen del cuerpo femenino por el signo biológico femenino. Signo que a la vez había sido tomado de la representación del planeta Venus (fig.67), y que en las mitologías griega y romana se utilizaba para representar a Afrodita y a Venus respectivamente. En ambos casos estas diosas eran la alegoría del amor, la belleza y la reproducción;<sup>65</sup> debido a todo esto, las feministas de los 60 convirtieron este símbolo en el emblema del movimiento feminista, en el cual ellas reunían identidad, presencia y fortaleza, tres características que dicho movimiento deseaba destacar (fig. 68).

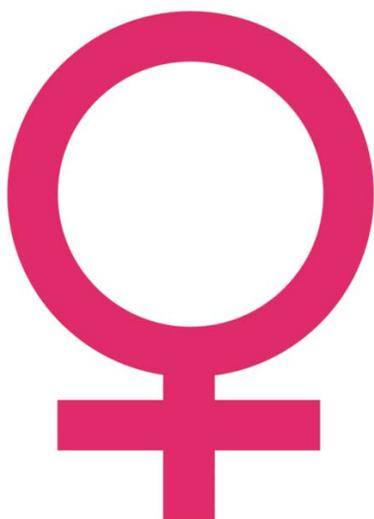


Fig. 67. Símbolo del planeta Venus, y representación de Afrodita y Venus en las mitologías griega y romana respectivamente.



Fig. 68. Diversas variantes del símbolo de Liberación Femenina, década de los 60, USA.

<sup>65</sup> CIRLOT, Juan Eduardo, *Diccionario de símbolos*, Madrid, Siruela, 2002, pág. 462.

Este símbolo, junto con la instauración del color rosa como una especie de distintivo de las mujeres fueron la firma o la marca registrada de la hermandad de las mujeres (*the Sisterhood*), aunque al principio fue una especie de código para una sociedad secreta o una red subterránea de mujeres, al poco tiempo fue capaz de traspasar fronteras, y debido a su fuerza, sencillez y facilidad para trazarse, llegó a ser el símbolo del feminismo ante los ojos públicos; pudo trascender lenguajes y culturas, y se convirtió en un pasaporte para el feminismo en todo el mundo. Se ha utilizado en gran cantidad de acepciones y variantes, siendo uno de los símbolos políticos que más se reproduce aún en estos años.

La premisa de deserotización de la imagen femenina, perseguía básicamente rescatar a las mujeres del tradicional papel exhibicionista al que habían sido replegadas por el arte clásico y por la publicidad, es decir, en los años 60 y 70 hubo una gran rebelión contra la idea de que la imagen de las mujeres fuese tratada con la exclusiva finalidad de ser mirada y exhibida, y debido principalmente a que *la imagen femenina estaba fuertemente codificada para causar un alto impacto visual y erótico*<sup>66</sup>, mucho del trabajo gráfico que se hizo en los inicios de la *Segunda Ola Feminista* trataba de desmitificar la imagen femenina (en particular el cuerpo), es decir *las mujeres reclamaron sus cuerpos, tanto para su representación como para su propia expresión*.<sup>67</sup> Por un lado y debido a la radicalidad de algunos grupos feministas, estos optaron por suprimir totalmente la presencia del cuerpo femenino en los medios gráficos, sobre todo porque consideraban que siempre que éste apareciera sería visto como un espectáculo, y optaron por sustituirlo con diversos elementos metafóricos.

En contraparte, otros grupos feministas de Estados Unidos y Europa, trataron de aprovechar que el cuerpo femenino era materia de estigmas y argumentos en contra de ellas y lo utilizaron para hacer proclamas políticas, como se puede ver en el cartel de la artista sueca Monica Sjöö, *Dios dando a luz* (fig. 69). Bajo cualquier lectura que de este cartel se

---

<sup>66</sup> MULVEY Laura, *Placer visual y cine narrativo*, Valencia, Fundación Instituto Shakespeare, Instituto de Cine y RTV, 1988, pág. 9-10.

<sup>67</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 85.

haga, resulta totalmente subversivo, ya que por un lado le atribuye a Dios ser del sexo femenino, y desde otra perspectiva, le otorga a la mujer un status de diosa cósmica y poderosa capaz de hacer surgir la vida desde sus entrañas. Este cartel y su autora fueron perseguidos tanto por las autoridades civiles como por las religiosas, acusándoles de obscenidad y blasfemia; pero fueron precisamente estos factores los que convirtieron dicha imagen en un icono importante del feminismo.

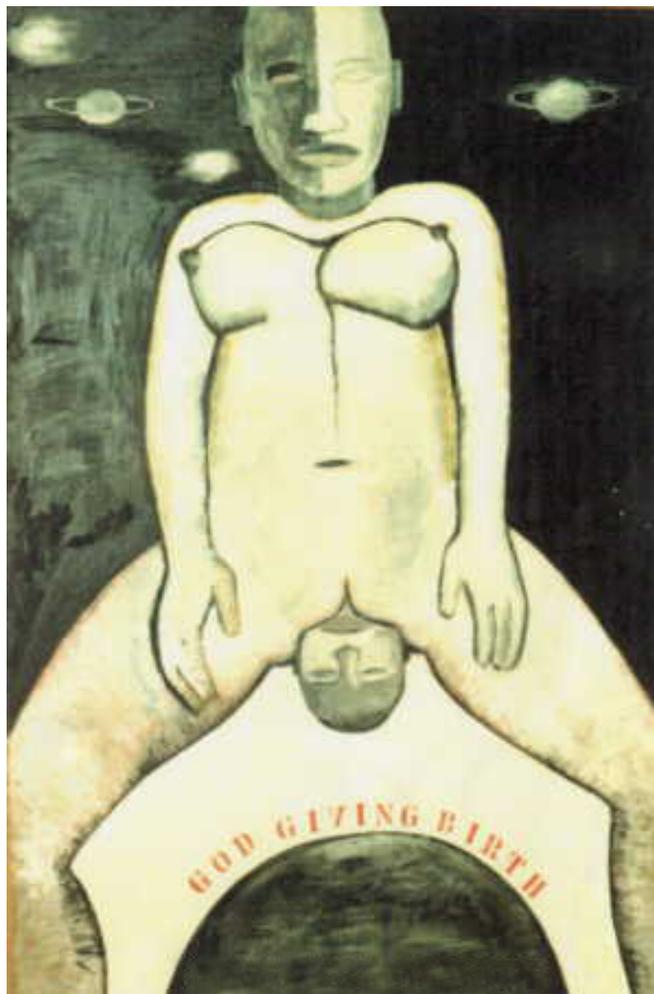


Fig. 69. Cartel de Mónica Sjöö, *Dios dando a luz*, Gran Bretaña, 1968.

Mucha de su intención era que las mujeres recuperaran el control sobre sus cuerpos y además trabajaba a partir de una de las consignas más importantes del feminismo *Lo personal es político*, con lo que las feministas de los 60 y 70 trataban de traer hacia los ojos públicos cuestiones que eran consideradas del ámbito privado. Es decir, este cartel abre la puerta no sólo a generar autorrepresentaciones alternativas a las definiciones normativas del cuerpo femenino, sino también a revalorizar ciertos aspectos de la experiencia corporal de las mujeres (menstruación, sexualidad, maternidad) tradicionalmente desdeñados. De esa manera temas considerados privativos de la vida de las mujeres salen del oscuro ámbito del hogar, logrando en principio, un significativo descenso en las muertes por aborto y por cáncer en los genitales y de mama.

Generar nuevas representaciones femeninas fue uno de los objetivos que incitó a la creación de una instancia de estudios especializados en la imagen de las mujeres, de esta forma, Judy Chicago y Miriam Shapiro fundaron el *Programa de Arte Feminista del Instituto de Arte de California* en 1970, al mismo tiempo que Sheila de Breteville inició el *Programa de diseño de las Mujeres* del mismo instituto, ambos programas, derivaron después en la constitución del *Edificio de las mujeres* (The woman's building).<sup>68</sup> Desde este espacio, se buscó en primera instancia que artistas y diseñadoras produjeran un nuevo tipo de imaginaria visual en aras de construir la nueva identidad femenina. El trabajo con los símbolos fue determinante en el *Edificio de las mujeres*, por lo que se continuó retomando los conceptos considerados de la vida privada, para transformarlos en símbolos públicos, que apoyaran el proceso de empoderamiento de las mujeres. Los genitales femeninos fueron en esta fase del movimiento un recurso importante en la construcción de la nueva identidad femenina. Por ejemplo, fue recurrente el uso del triángulo y de figuras abstractas redondas, para representarlos, y con esto personificar lo que según algunos grupos feministas era la esencia de la diferencia entre varones y mujeres (fig. 70). Para las

---

<sup>68</sup> LIPPARD, Lucy, *From the center. Feminist essays on women's art* de, Nueva York, A Dutton Paperback, 1976, pág. 96-100.

fundadoras del *Edificio de las mujeres*, resultaba claro que el nuevo trabajo gráfico de artistas y diseñadoras debía partir de asimilar que existía una sensibilidad artística específicamente femenina y revalorizar por lo tanto, ciertos aspectos de la experiencia corporal de las mujeres que se tradujeran en un nuevo tipo de expresión femenina. En este afán el trabajo gráfico del *Edificio de las mujeres*, se centró de manera especial, en una *iconología vaginal*,<sup>69</sup> conocida también como “arte del coño” (cunt art). Es decir, la premisa era partir de la identidad sexual para constituir una suerte de núcleo esencial que había que redescubrir y potencializar en todos los sentidos. A partir de esto, el movimiento encabezado por Judy Chicago y Miriam Shapiro, a la postre llegaría a ser conocido como esencialismo, porque *consistía en la atribución de una esencia fija a la mujer, esencia que se asumía como dada y universal, y se identificaba por lo general, con la biología y características “naturales” de la mujer.*<sup>70</sup> Es decir, el esencialismo surgía como una búsqueda dentro de una descripción universalizante iniciada en el seno patriarcal, una descripción que definiría las características intrínsecas y comunes a la totalidad de las mujeres. Donde lo femenino, aparte de intemporal, era una categoría inalienablemente unida a los individuos llamados mujeres y se definía en oposición y ausencia deliberada de lo masculino.



Fig. 70. Símbolo feminista, de la década de los 70.

<sup>69</sup> En 1973, Chicago y Shapiro publican en la revista *Womanspace Journal* un artículo titulado “Imaginería femenina”, en el que reivindican la existencia de una imaginería femenina a la que dan el nombre de “iconología vaginal”, citado en MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.91.

<sup>70</sup> GROSZ, Elizabeth, *Space, time and perversion*, Nueva York y Londres, Routledge, 1995, pág. 47.

En este mismo sentido, y siguiendo la premisa de crear un nuevo tipo de expresión que tradujera la dimensión corporal de la experiencia femenina, el cartel *La hermandad está floreciendo* (fig.71), muestra una figura realizada mediante la idea de los círculos concéntricos, nuevamente en clara referencia al útero femenino. De esta manera, *en torno a una figura abstracta, redonda y central, se superpone el simbolismo de la flor, la vulva, el corazón, el sol, es decir, la nueva imaginería era una exaltación del útero como medio de afirmar positivamente la diferencia sexual.*<sup>71</sup>



Fig. 71. Cartel, *La hermandad está floreciendo, la primavera ya nunca será la misma*, Colectivo Gráfico de Mujeres de Chicago, USA, 1970.

<sup>71</sup> SERRANO De Haro, Amparo, *Mujeres en el arte. Espejo y realidad*, Barcelona, Plaza & Janés, 2000, pág. 126.

Esta metáfora, también reforzaba el vínculo mujer-naturaleza, que Mónica Sjöö, ya había expresado en su cartel *Dios dando a luz*, en el sentido de subrayar que dicha unión, que durante tanto tiempo había servido para desacreditar la entrada de la mujer en el mundo de valores espirituales e intelectuales, se convertía ahora en un elemento de privilegio. De ahí que en adelante mucho del diseño y el arte hecho por feministas, enfatizaría esa unión y encumbraría a la mujer asimilándola con la gran madre naturaleza, única poseedora del don de proveer la vida.

En esta línea de trabajo la obra escultórica de la artista francesa Niki de Saint Phalle específicamente la serie *Nanas*, grupo de esculturas de mujeres voluminosas en colores estridentes, se percibe como un divertido y lúdico testimonio para denunciar la situación de opresión de las mujeres y el establecimiento de clichés sexuales. De esta serie, destaca *Hon* (*Ella* en sueco) (fig. 72), escultura de una mujer embarazada, reclinada, de 28 metros de largo, y que es como una especie de montaña abierta, cuya vagina es una gran puerta a través de la cual los visitantes podían entrar y explorar los diferentes espacios dentro de ella. De esta manera, se enlaza nuevamente el mito de la madre Tierra con la figura femenina, aunque se desmitifica con el sentido del humor, la ironía y la exageración de los atributos físicos de la figura femenina que la artista le imprime a la obra; así *Hon*, logró contagiar a las mujeres de los 70 de un espíritu de fuerza y confianza en sí mismas a través de la liberación y afirmación del cuerpo de la mujer, de la misma forma en que se vislumbra en ella un intento de reconciliación con la vida, con el color, y con un feminismo triunfante.



Fig. 72. Niki de Saint Phalle, *Hon*, de la serie *Nanas*, Estocolmo. 1966.

Los referentes genitales se convirtieron también en elementos recurrentes para las artistas feministas, por ejemplo, en la famosa obra de Judy Chicago, *La cena* (fig. 73), la mesa tiene forma triangular, haciendo alusión a la región púbica femenina; en esta mesa, se disponen 39 platos que evocan a 39 mujeres sobresalientes en el arte, la ciencia y la política. Esta obra, refuerza la intención de trabajar con símbolos en sustitución de la imagen femenina, ya que además del triángulo, presenta, sobre todo en el decorado de los platos, una serie de espirales, volutas y círculos concéntricos, como variantes de la representación de los genitales femeninos (fig. 74).

Por otra parte, *La cena* es una obra característica del pensamiento de una serie de mujeres artistas de los 60 y 70, que de acuerdo a Amparo Serrano, *en vez de intentar esconder su condición de mujer, se atreven a plantear su obra desde esas obligaciones domésticas que definen su papel social.*<sup>72</sup> A través de las llamadas *mitologías domésticas*, *La cena*, como obra sui géneris de este pensamiento, funciona subvirtiendo los estereotipos

---

<sup>72</sup> IDEM, pág. 117.

más ofensivos para la mujer, se revela como una reivindicación de la historia más humilde de las mujeres, y por medio de un tratamiento imaginativo intenta modificar sus condiciones al quedar expuesta.



Fig. 73. Judy Chicago, *La cena*, USA, 1974-1979.



Fig. 74. Detalle de tres diferentes platos de *La cena*, USA, 1974-1979.

Además de lo anterior, y debido a que *El edificio de las Mujeres* tenía como una de sus principales consignas enfatizar el trabajo gráfico con una fuerte relación a la experiencia colectiva de las mujeres, la obra de Chicago celebra la culminación de un trabajo realizado en la colectividad ya que fueron más de cien mujeres las que a través de actividades como coser, tejer, teñir y caligrafiar, participaron en la confección de la pieza, lo que significó también la incorporación al mundo del arte de áreas que habían sido despreciadas o ignoradas anteriormente por considerarse provenientes de las manualidades; con lo cual se reafirma una de las posturas fundamentales del arte feminista: insistir en la recuperación de la obra de arte colectiva y comprometida, cuestionando el tradicional arquetipo del artista genial, original y sobre todo individualista. *Frente al aislamiento creativo del artista, el arte feminista va a ser deliberadamente incisivo en el contexto social*

y público, caracterizado por un elemento de “otredad”.<sup>73</sup> Otredad en el sentido de que las mujeres son absolutamente lo otro, radicalmente diferente del varón.

Dentro del mismo *Edificio de las Mujeres*, y a partir de la consigna del trabajo colectivo, Sheila de Breteville fundó *El Centro Gráfico para las Mujeres*, donde se trabajó en el desarrollo de las *Estrategias del diseño feminista* que básicamente consistieron en realizar diseño gráfico a partir de una serie de discusiones grupales, donde las participantes abordaban diversos temas gráficos y los sometían al análisis y al intercambio de opiniones, con la finalidad de obtener productos de diseño gráfico con imágenes que habían sido previamente examinadas y consensadas por las mismas mujeres; es decir, se trataba de trabajar en *una nueva política de la mirada donde el objetivo era promover representaciones positivas del cuerpo femenino capaces de subvertir la imagen de las mujeres como fetiches y objetos pasivos de la mirada masculina*.<sup>74</sup> El objetivo de esta nueva política de la mirada, era tratar de contrarrestar las representaciones hegemónicas, patriarcales y falogocéntricas, que hasta entonces habían definido la imagen gráfica de las mujeres. De acuerdo a Suzanne Lacy,<sup>75</sup> la utopía era cambiar, mediante un manejo de la imagen de las mujeres más crítico y razonado, las actitudes culturales y de esta forma transformar los estereotipos femeninos.

Como resultado del trabajo en el *Centro Gráfico* se cuenta con varios carteles donde los elementos gráficos aparecen como testimonios y medios de reflexión de la causa femenina; en ellos se manifiesta, si no la idea general que las mujeres de los 70 tenían de su representación, si los intentos por ocuparse en la concepción de una imagen femenina, en principio, desde un punto de vista femenino, y en consecuencia más democrática y menos opresora para las mujeres.

---

<sup>73</sup> MARTÍN Prada, Juan Luis, “Arte feminista y esencialismo”, Compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 148.

<sup>74</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.126.

<sup>75</sup> PINTA, María Fernanda “El género en escena. Performance y feminismo”, *Telón de fondo*, Revista de teoría y crítica teatral No. 2, Universidad de Buenos Aires, diciembre 2005, [www.telondefondo.org](http://www.telondefondo.org).

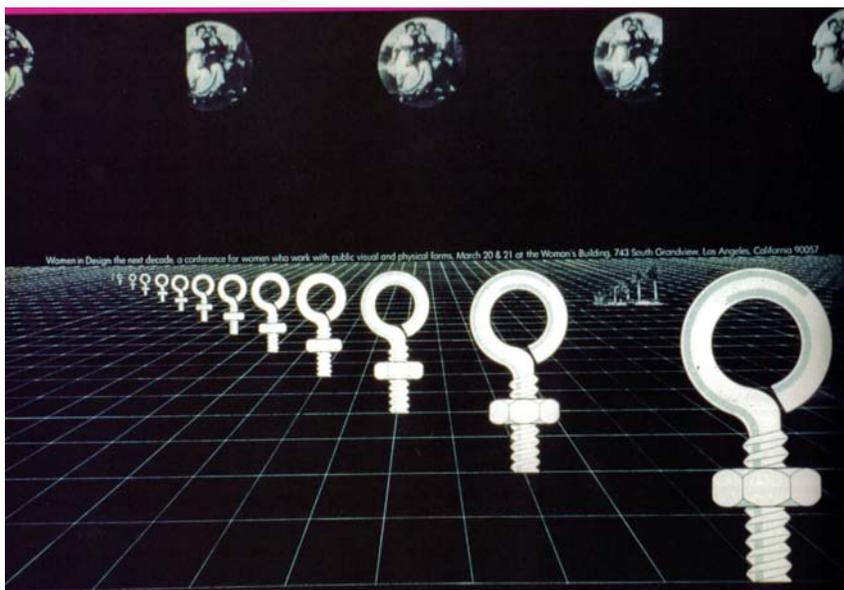


Fig. 75. Cartel *Mujeres en el diseño: la siguiente década*, por Sheila de Breteville, USA, 1975.

Por ejemplo, el cartel para informar de la conferencia acerca del trabajo de las mujeres dentro del diseño gráfico, realizado en 1975 (fig.75), destaca en su afán de recuperar dos importantes conceptos gráficos de la ideología feminista, el primero, trabajar con el signo biológico femenino como indiscutible referente directo de la identidad de las mujeres; y el segundo, mostrar el concepto de una gran red de mujeres, para enfatizar la idea de la colectividad femenina. Dicho entramado, simboliza la ponderación de las feministas de los 70 de hablar de las mujeres como un gran colectivo, en lugar de la mujer como un caso acordonado; es decir, las nuevas formas de representación tenían que fomentar entre las mujeres un sentimiento de pertenencia común a la sororidad femenina. Lo que se refuerza también con la imagen de dos mujeres colocada repetidas veces en la parte superior del cartel, inscrita dentro de una serie de círculos fragmentados, simulando las fases lunares, aludiendo así a la creencia de que la luna simboliza tanto la fertilidad como la energía femenina.<sup>76</sup> La figura central del cartel, está constituida por una fila de signos de Venus vistos en una amplia perspectiva, lo que enfatiza la idea de colectivo o comunidad, y los signos representados mediante armellas con tuercas, son la metáfora del

<sup>76</sup> CIRLOT, Juan Eduardo, *Diccionario de símbolos*, Madrid, Siruela, 2002, pág. 289.

nuevo discurso feminista, una alegoría al cuerpo de las mujeres, desde el punto de vista central y reproductivo, pero también como una insinuación liberadora para otorgar a las mujeres nuevas derivas para ejercer su derecho a disfrutar de ese cuerpo.

Entendiendo el concepto “sororidad”, como una palabra que se deriva de la hermandad entre mujeres, del percibirse como iguales que pueden aliarse, compartir y, sobretodo, cambiar su realidad,<sup>77</sup> el cartel *Celebramos nuestras batallas, celebramos las victorias de la gente* (fig.76), realizado por Susan Shapiro en conmemoración de la salida de las tropas de Estados Unidos de Vietnam, representa esta hermandad, que a diferencia de la solidaridad, no permanece inmóvil; aquí, las apenas silueteadas figuras femeninas entrelazadas simbolizan ese gran pacto entre mujeres encaminadas a cambiar sus destinos. Este cartel es una reiteración a la voluntad de reforzar los lazos comunitarios; voluntad de la cual surgió también la intención de rastrear la historia de las mujeres del pasado. Se trataba de alguna manera de elaborar una genealogía femenina.

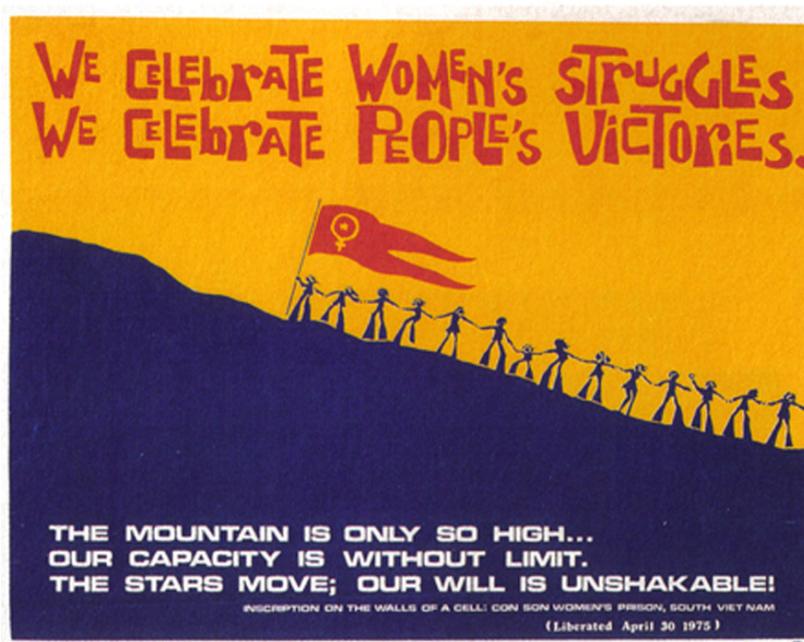


Fig. 76. Cartel *Celebramos las batallas de las mujeres, celebramos las victorias de la gente*, por Susan Shapiro, USA, 1975.

<sup>77</sup> PÉREZ, Mónica, “Sororidad: nueva práctica entre mujeres”, *Nueva identidad*, Cimac noticias, periodismo con enfoque de género, México, 2008, [www.cimacnoticias.com](http://www.cimacnoticias.com).

La creación de dicha genealogía femenina, fue una más de las manifestaciones del reclamo del “yo femenino”, y debido a la imposibilidad de definir el sujeto femenino de cara a una sociedad que lo había obviado, las feministas continuaron con su estrategia de colectivismo, estableciendo de esta manera un diálogo no sólo con las mujeres del presente sino también con las del pasado, lo que llevó a artistas y diseñadoras de los 70 a resucitar y redescubrir simbolismos gráficos y artísticos del pasado. Es decir, se apropiaban de objetos e imágenes para presentarlos de tal modo que su significado original desapareciera o se modificara bajo un título y un punto de vista nuevos. Estos objetos e imágenes se recontextualizaban y se reinterpretaban mediante una nueva forma de verlos y vivirlos, de la misma manera como Marcel Duchamp lo hiciera en Francia entre 1910 y 1920 con sus *ready-made* (fig.77), al tomar, combinar y disponer de manera arbitraria objetos e imágenes de uso cotidiano para convertirlos en objetos de arte, con la intención de introducir una fuerte crítica a la institucionalidad y al fetichismo de las obras de arte, para crear puntos de tensión y discusión en torno a éstas.



Fig. 77. Marcel Duchamp, *La fuente*, Francia, 1917.

Bajo esa misma premisa de apropiacionismo, *La cena* (fig. 73) de Judy Chicago es otra vez un referente importante, lo mismo que el trabajo gráfico de la artista Mary Beth Edelson, sobre todo su serie de carteles *Algunas artistas americanas* (fig. 78), con los que reiteradamente desafía a las autoridades morales y civiles, al retomar la idea de *La última cena* de Leonardo Da Vinci, y adaptarla de tal forma que sean únicamente mujeres las que formen parte de esa nueva composición. Esta era una forma de protestar por parte de la artista, por los siglos de exclusión de las mujeres en todos los ámbitos de la historia. Es decir, se trataba, mediante la estructuración de una estirpe femenina, de iniciar la escritura de lo que se conocería como la *herstory*,<sup>78</sup> aludiendo con este vocablo a la historia de las mujeres escrita desde un punto de vista que enfatizara en las vidas, acciones y participación de las mujeres en asuntos de la humanidad, ya que consideraban que la historia tradicional, al ser escrita por varones, había negado o devaluado dicha participación.



Fig. 78. Mary Beth Edelson, *Algunas mujeres artistas americanas*, USA, 1971.

<sup>78</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 83.

En la construcción de esta genealogía se dio también el rescate de las heroínas olvidadas, de esta manera, el diseño y el arte de los setenta, regresó la mirada hacia los anteriores movimientos femeninos, principalmente los sufragistas, trayendo de nuevo a la escena personajes e imagería en general de dichos movimientos (fig. 79). Las viejas representaciones de mujeres activistas se combinaban con las nuevas representaciones, logrando así ampliar la red genealógica femenina, de esta misma manera, y en la necesidad de definir *la cultura de las mujeres*,<sup>79</sup> hubo un gran *revival* de escritoras, filósofas, poetas, artistas, artesanas, novelistas y en general mujeres en diversos campos de acción, lo cual se reflejó contundentemente en nuevas formas de hacer arte, diseño y publicidad, y lo más importante, repercutió de manera positiva en la educación.



Fig. 79. Carteles de Toni Robertson, *Historia I e Historia II*, Australia, 1977.

En esta misma idea de ampliación, rescate y revalorización de la genealogía femenina, se inserta otro de los carteles de Mónica Sjöö, quien fue más lejos y se remontó hasta la antigüedad en un afán de *recuperar otras configuraciones de la feminidad*.<sup>80</sup> En su

<sup>79</sup> Esta cultura de las mujeres, se basaba principalmente en la deconstrucción del programa social inherente en la cultura existente, mediante una serie de cuestionamientos, John Berger, Erwing Goffman, Judith Williamsom, entre otros, analizaban y proponían nuevas formas de lectura en las imágenes femeninas en el arte, la publicidad y la educación. IBIDEM.

<sup>80</sup> SERRANO De Haro, Amparo, *Mujeres en el arte. Espejo y realidad*, Barcelona, Plaza & Janés, 2000, pág. 127.

cartel *La gran Madre Esfinge* (fig. 80), Sjöö utiliza la iconografía de esta deidad femenina como un medio para dotar de poder a la imagen de las mujeres; dicho cartel causó gran controversia, ya que históricamente y sobre todo a finales del siglo XVIII, la Esfinge ya había sido relacionada de manera negativa con las mujeres,<sup>81</sup> por lo cual dicha imagen traía implícito un alto contenido significativo que la convertía en un desafío, con el que por un lado no todas las feministas estaban de acuerdo y por otro, realmente incitaba a una batalla de sexos. Lo más importante de este cartel, es que en él, podemos observar la consolidación del apropiacionismo como un recurso destacado de la imagería feminista de los setenta.

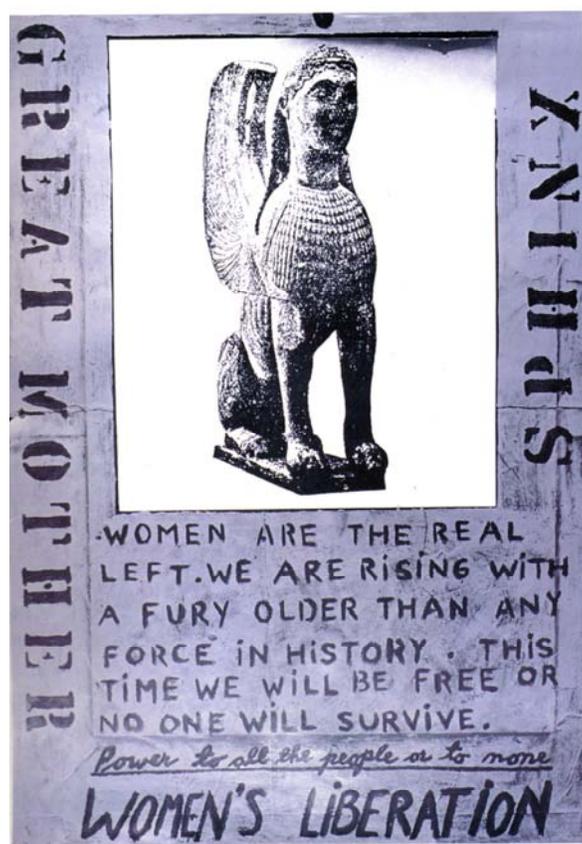


Fig. 80. Cartel *La gran Madre Esfinge*, por Mónica Sjöö, Gran Bretaña, 1971.

<sup>81</sup> BORNAY, Erika, *Las hijas de Lilith*, Madrid, Cátedra, Ensayos Arte, 1990, pág. 257-271.

El recurso de la apropiación, o apropiacionismo, que naciera a mediados de 1910 como una estrategia del arte conceptual, se fue convirtiendo en una práctica usual en el trabajo de autorrepresentación femenina de las artistas y diseñadoras de los años setenta. Esta apropiación, consistió básicamente en *la inscripción de un nuevo sentido sobre la superficie de la imagen*,<sup>82</sup> es decir, a través de significantes ya existentes, las feministas desintegraron la lógica identitaria tradicional y construyeron nuevos significados. En el caso de Mónica Sjöö, ésta se apropia de la figura mitológica de la Esfinge y trastoca la idea tradicional que de ella se tiene, incorporándola a una nueva asociación de significados, que sin duda parten del original pero mediante un nuevo tratamiento gráfico y discursivo, la imagen se proyecta hacia una nueva lectura.

Así mismo, la obra de otras artistas de la época creará por medio del apropiacionismo todo un discurso visual en torno a la diferencia; por ejemplo, Nancy Spero, mediante las prácticas apropiacionistas y el empleo continuo de imágenes de la “Diosa Madre” y de las divinidades femeninas en su obra, pugna por un *regreso a la feminidad que sería capaz de transformar las jerarquías y fijaciones del orden social existente a través de la transformación de las prácticas culturales*.<sup>83</sup> Sus obras son una especie de juegos de contrarios, donde se manifiestan por un lado, los estigmas de los cuales han sido objeto las mujeres, pero por otro, deja un espacio donde es posible deconstruir mecanismos prometedores de nuevas y dignificantes derivas.

En el caso de su obra *Codex Artaud* (fig. 81), Spero se apropia de los textos de Antonin Artaud y les superpone dibujos de lenguas femeninas hinchadas, logrando de esta manera un mecanismo de asociaciones entre el psicoanálisis que propone la lengua fálica como símbolo de poder y la lengua como primer medio de experimentación subjetiva del mundo a través del cuerpo, asociándola también con el inconsciente y la esfera de lo sexual.

---

<sup>82</sup> Citado en “We won't play nature to your culture: las mitologías de Roland Barthes y Barbara Kruger”, ensayo de Fabián Giménez, *Visual*, Revista Digital, CENIDIAP, Junio, 2005, [www.discursovisual.cenart.gob.mx](http://www.discursovisual.cenart.gob.mx).

<sup>83</sup> MARTÍN Prada, Juan Luis, “Arte feminista y esencialismo”, Compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 159.

Spero utiliza la imagen de esa hinchada lengua saliendo de la boca femenina como una subversiva forma de manifestar que en la medida que las mujeres puedan apoderarse de la lengua como herramienta básica para la articulación lingüística, podrán tener el dominio de la enunciación y el discurso, base sin duda de los procesos de formación de toda conciencia. Además, *Juega doblemente con la locura de Artaud y con la histeria tradicionalmente atribuida a la mujer, implicando a su vez el rechazo mismo del autor por la causa femenina (la misoginia de Artaud era famosa).*<sup>84</sup> Es decir, la autora convierte en expresión de la ruptura su propia insuficiencia lingüística como mujer, concluyendo en una obra que es una clara y tajante reclamación de un lenguaje específicamente femenino.

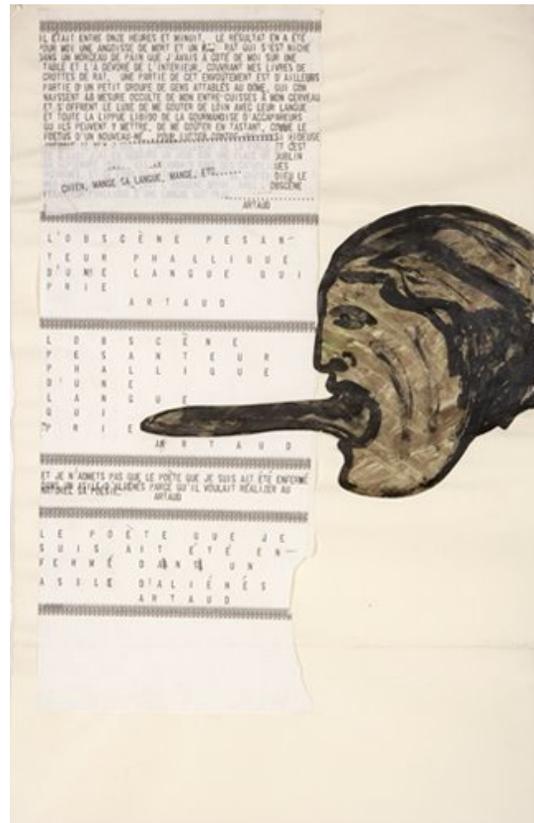


Fig. 81. Nancy Spero *Codex Artaud*, USA, 1971.

<sup>84</sup> MARTÍN Prada, Juan Luis, *La apropiación posmoderna. Arte, práctica apropiacionista y teoría de la posmodernidad*, Madrid, Ed. Fundamentos, 2001, pág.97.

Otro caso de estudio acerca del apropiacionismo feminista y dentro del llamado arte de acción, es la obra de Ana Mendieta, quien recurre a dos recursos históricamente estereotipados, primero, el cuerpo femenino, del cual ella se apropia para exponerlo como un territorio atravesado por representaciones y narraciones vinculadas a la sexualidad y a la naturaleza, pero también a la historia, a la muerte y a la cultura, como atributos de una feminidad contrapuesta al orden social y a la lógica racional como características de lo masculino; el segundo recurso, el elemento *tierra*,<sup>85</sup> que es usado por la artista sí como una metáfora femenina, pero más como un significante del origen y el destino, es decir, Mendieta *integra el poder de los orígenes a su obra, la misma que recuerda las creencias prehistóricas respecto a una fuerza femenina omnipresente cuyas partes del cuerpo hicieron de la tierra una criatura viva*.<sup>86</sup> Representa de esta manera una feminidad vinculada a la narrativa literaria, histórica, religiosa sobre diosas de la fertilidad, la naturaleza, los ritos sagrados y los mitos (fig. 82).

La obra performática de Ana Mendieta, artista cubana exiliada en Estados Unidos, permite que algunas variables entren en juego, ya que su doble otredad, (mujer cubana en Estados Unidos), la lleva a la búsqueda y apropiación del elemento tierra, en una acción de ritualidad, sangre, violencia y fertilidad, mezcla de catolicismo y paganismo, de santería y prácticas religiosas cubanas. La apropiación que Mendieta hace del cuerpo femenino y de la tierra, es nuevamente un juego de contrarios, origen y destino, fertilidad y muerte, identidad y otredad, tierra y nación, masculino y femenino; mediante este juego de muerte, retorno y regeneración, donde Mendieta utiliza las metáforas que ha heredado del pasado, las altera y se rebela contra ellas, reclama voz, libertad e identidad para las mujeres, de la misma manera que desde su subjetividad, reclama voz y libertad para las minorías exiliadas, colonizadas o desterritorializadas.

---

<sup>85</sup> Para Mendieta la *tierra es un útero, sexual y materno, la fuente fundamental de la vida, una patria, un origen prehistórico, una nación, la naturaleza, un paisaje, un vínculo con los ancestros, un sitio funerario y un ser sensible*, citado en *En Tierra*, de Jane Blocker, compilado en *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, por Karen Cordero Reiman e Ina Saénz, México, Universidad Iberoamericana, 2007, pág. 377.

<sup>86</sup> IDEM, pág. 394.



Fig. 82. Ana Mendieta, *Primera silueta*, México, 1973.

Con su obra, Mendieta permite abrir el panorama hacia otras venas del feminismo, ya que es innegable que en el inicio, el movimiento feminista fue liderado por mujeres blancas, como lo manifiesta Mendieta en uno de sus ensayos: *En la segunda mitad de los sesenta, a medida que las mujeres de Estados Unidos se politizaban y se unían al movimiento feminista con el propósito de terminar con el dominio y la explotación de la cultura del hombre blanco, no se acordaron de nosotros.*<sup>87</sup> Mendieta se refiere con “nosotros”, a todos los que no son blancos y por lo tanto no logran ser asimilados por la sociedad estadounidense; en este caso, las mujeres pertenecientes a las minorías negras, latinas u orientales, a pesar de las reivindicaciones del movimiento feminista continuaban cargando los estigmas de la doble otredad, por lo cual nuevos movimientos femeninos, empezaron a gestarse. Esto, aunado a las nuevas estrategias visuales basadas en la

---

<sup>87</sup> Citado en IDEM, pág. 397.

apropiación y en el distanciamiento y en una dura crítica al esencialismo, fueron los incentivos para empezar a evolucionar el carácter visual del movimiento feminista. Será prácticamente el énfasis en lo corporal lo que las teóricas antiesencialistas empiecen a cuestionar en las propuestas basadas en la identidad sexual femenina, llegando incluso a reprocharles estar trabajando muy de cerca con lo pornográfico, además decían, *al defender la existencia de una sensibilidad específicamente femenina ligada a la vivencia corporal de las mujeres, presuponen una esencia común a todas las mujeres derivada de su constitución biológica,*<sup>88</sup> lo que además de encajonarlas nuevamente en el papel que se les había atribuido tradicionalmente en el patriarcado, permitía la construcción de grandes *ghettos* femeninos.

De esta manera, el conocido movimiento del *esencialismo* se fue transformando en nuevas propuestas gráficas y a inicios de los ochenta, era otro grupo feminista el que empezaba a dominar la escena, las *construccionistas*, las cuales tomando como base los pensamientos postestructuralistas, *concebían la identidad como un constructo cultural y pugnaban por lo tanto por un tipo de práctica artística centrada en el análisis de los procesos sociales a partir de los cuales el individuo se constituye como sujeto sexuado.*<sup>89</sup>

Si bien, las nuevas teorías feministas de los ochenta deseaban deslindarse de los productos gráficos cuya tendencia se relacionara con los preceptos de trabajo del *Edificio de las mujeres*, teóricas como Amelia Jones, reconocen que mucha de la obra que de ahí surgió contribuyó en gran medida para que las mujeres concientizaran y reclamaran una nueva configuración social de la identidad de las mujeres, probablemente dicha configuración implicase un proceso más largo del que el optimismo femenino de los setenta imaginaba, pero el proceso ya estaba iniciado; además en los últimos años las teorías feministas han sugerido que las posiciones de las construccionistas no se confrontaban del todo con las esencialistas, ya que el énfasis de las primeras artistas feministas en el cuerpo

---

<sup>88</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.109.

<sup>89</sup> IDEM, pág. 124.

y la sexualidad no obedecía tanto a una identificación de las mujeres con su constitución biológica, sino más bien a la necesidad de sublevarse contra la atmósfera de severa represión sexual que imperaba en la sociedad norteamericana de los años cincuenta y sesenta; es decir, las primeras artistas y diseñadoras feministas dirigieron sus incipientes gestos de rebeldía hacia la categoría más represiva de todas: la sexualidad. Con lo que se puede deducir, que las feministas de los sesenta y setenta tenían ya una conciencia clara de lo que hoy llamamos construcción cultural de la subjetividad femenina.

Además, debido a que la perspectiva feminista del *Edificio de las Mujeres*, se caracterizaba por la multidisciplinaridad y el trabajo colectivo, fue posible que el vínculo entre arte y diseño gráfico se hiciera realmente estrecho y fuerte, sobre todo porque los proyectos de los programas de arte y diseño se traslapaban y se influenciaban uno a otro, en un intento de desarrollar una alternativa conjunta en oposición a la cultura masculina dominante.<sup>90</sup> De esta manera, más que nunca lo que sucedía en el campo del arte, repercutía bilateralmente en las imágenes femeninas de difusión masiva. El diseño gráfico que las mujeres de los 60 y 70 realizaron principalmente en Estados Unidos, Inglaterra, Australia, Francia y España, se convirtió en un caudal de imágenes y representaciones femeninas que le dieron la vuelta al mundo y que en su momento funcionaron como una importante estrategia de resistencia y empoderamiento que las mujeres necesitaban para escapar de la encasillada imagen de mujer consumista, dependiente y frívola que venían cargando a costas desde finales de la Segunda Guerra Mundial. Diseño gráfico y arte, de repente parecían diluir sus fronteras, porque el arte feminista sin duda ha sido una de las formas de arte con más conciencia social y política que ha existido y porque el diseño feminista, mediante el apropiacionismo, constantemente retomaba y recontextualizaba imágenes y significados procedentes de la historia del arte. En este sentido es importante destacar el trabajo gráfico que varios grupos feministas realizaron con auspicio del *Edificio de las mujeres*, y que incidió directamente en los ámbitos políticos, escolares, laborales,

---

<sup>90</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 92.

familiares y de la salud, ya que mucho del diseño que se realizó en esa época, contenía una visión crítica y transformadora de la sociedad, visión que quedó plasmada en una serie de carteles, portadas, postales, etc, que derivaron en importantes agentes del cambio y mejoramiento de la situación de vida de gran parte de la población femenina (fig. 83).

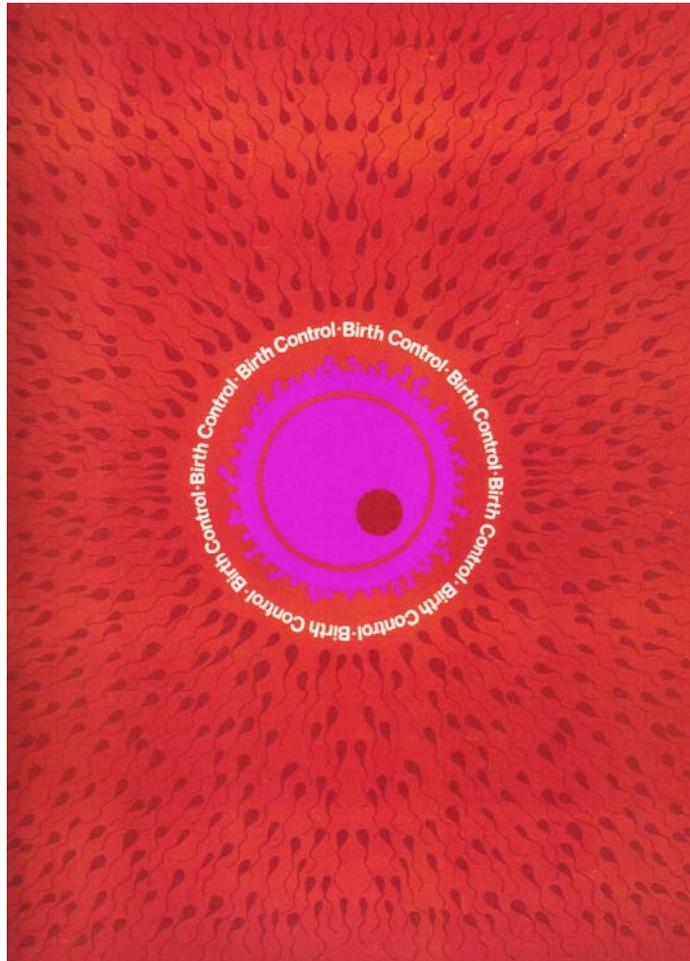


Fig. 83. Cartel para ofrecer ayuda e información para el control natal, diseñado por Bartholomew, Londres, finales de los 70.

### Capítulo III

#### ***La mujer monstruo. La contemporaneidad y las derivas de las nuevas imágenes femeninas***

En su libro *Orden y caos*, José Miguel Cortés define como monstruo a las manifestaciones de aquello que está reprimido por los esquemas de las ideas dominantes,<sup>91</sup> aquello que se revela como indefinible e informe después de haber estado ignorado, marginado o escondido; a partir de esta definición, hablar de la imagen femenina en la propaganda social en los últimos años del siglo XX, sugiere acuñar el término *la mujer monstruo*, sobre todo porque es en estos años que dicha imagen se diversifica de una reveladora manera, que permite la visualización de imágenes femeninas inusitadas hasta entonces y que se presentan como plurales manifestaciones de movimientos femeninos que por mucho tiempo estuvieron gestándose y que finalmente se exteriorizan.

En ese sentido, resulta paradigmático analizar algunos de los impresos propagandísticos de las *Guerrilla Girls*, ya que dicho colectivo, formado inicialmente por mujeres artistas de Estados Unidos y cuya principal forma de hacerse visibles fue a través de trastocar elementos de la tradicional representación femenina, adoptaron como una de sus tácticas el uso de fieras máscaras de gorila, convirtiéndose conscientemente en seres de apariencia monstruosa con el firme afán de desestabilizar un orden simbólico que las estaba ignorando. Mediante un exhaustivo uso de los medios gráficos, combinado con una insana imagen femenina, las *Guerrilla Girls*, confrontaron a la élite cultural estadounidense de los ochenta, revolucionando las maneras de hacer arte, de hacer diseño gráfico y de hacer política. Los cuestionamientos son ¿Fue la imagen de las *Guerrilla Girls* la representación

---

<sup>91</sup> CORTÉS, José Miguel G., *Orden y caos. Un estudio cultural sobre lo monstruoso en las artes visuales*. Barcelona, Anagrama, 1997, pág. 19.

ideal de las mujeres de finales del siglo XX? ¿De acuerdo con un enfoque de género, cuáles fueron y a dónde condujeron las derivas gráficas de la nueva iconografía femenina encabezada por las *Guerrilla Girls*?

Por otra parte, las imágenes de mujeres de movimientos sociales provenientes del mal llamado *Tercer Mundo*, surgen como un gran detonante de la suspensión total de juicios de valor y de incertidumbre estética, es decir, estas imágenes femeninas de la periferia enuncian bien lo que Omar Calabrese definió como “los monstruos contemporáneos”, ya que *lejos de adaptarse a cualquier homologación de las categorías de valor, las suspenden, las anulan, las neutralizan*.<sup>92</sup> Además, dichas imágenes viven su propio proceso de gestación entre una gama amplísima de referentes gráficos femeninos, frente a lo cual, la construcción de una identidad femenina en los medios de propaganda social, resulta una tarea complicada. La condición de doble, triple, o múltiple otredad de las mujeres latinoamericanas, asiáticas, africanas y en general de las mujeres de la periferia, sumado a la poca oportunidad de participación de dichas mujeres en el diseño gráfico, más la fuerte influencia de modelos de representación femenina europeos y estadounidenses, han hecho que en los últimos años la imagen de estas mujeres en los instrumentos gráficos de propaganda social se perciba como algo indefinido y a veces grotesco. En principio porque dicha imagen logra perturbar las conciencias, pero también en cuanto a que la mayoría de estas imágenes siguen partiendo de un artificio cultural más basado en mitos deformados de la feminidad que en la realidad social, cultural, política y económica de las mujeres de estos países en desarrollo.

Aunque también es importante mencionar, que existen algunas imágenes donde se perciben atisbos de una evolución en la representación gráfica de las mujeres de la periferia, en lo que quizá pudiesen estar contribuyendo los recientes estudios de género que

---

<sup>92</sup> CALABRESE, Omar, *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra, 1994, pág.109.

revelan la aparición de una *Tercera Ola Feminista*,<sup>93</sup> que entre otras cosas plantea que la representación gráfica de las mujeres debe de ser el resultado de promover la diversidad, alentar la feminidad de género y brindar espacios a las mujeres que habían permanecido en la marginalidad.

Particularizando, el caso de las mujeres Zapatistas, cuya imagen ha sido recuperada en diferentes partes del mundo, quizá varias veces en un afán de solidaridad con el Movimiento Zapatista y muchas otras en una intención de exhibirlas como algo exótico; lo cierto es que dicha imagen ha sido trabajada por muchos, pero pocas veces por mujeres, menos por mujeres mexicanas y todavía menos por mujeres mexicanas indígenas. Es decir, se han hecho cantidad de retratos de las mujeres Zapatistas pero en pocos de ellos se puede apreciar la subjetividad de la mujer indígena mexicana inmersa en un movimiento social que surgió en una comunidad de pobreza extrema, donde el machismo era una constante bien asimilada por los varones y donde los rezagos en todos los rubros sociales y económicos marcaban definitivamente a la población femenina. Sin embargo, a través de la resistencia desde diferentes trincheras, estas mujeres encapuchadas han logrado pasar de ser personas sin voz y nula autorepresentación a mujeres que pueden hacer propuestas acerca de cómo quieren ser representadas y ellas mismas participar en su autorepresentación; además, mediante una serie de acuerdos tomados entre ellas y luego socializados con mujeres de otras latitudes, principalmente en los diferentes foros de discusión donde han participado,<sup>94</sup> han conseguido que su persona y en consecuencia su imagen estén en un proceso de revaloración constante. Pero, a pesar de los logros, en cuanto a la imagen

---

<sup>93</sup> Andrea Biswas plantea el término *La Tercera Ola Feminista* en su ensayo “La Tercera Ola Feminista: cuando la diversidad, las particularidades y las diferencias son lo que cuenta”, en la revista *Casa del tiempo*, México, UAM, septiembre 2004, Págs. 65-70.

<sup>94</sup> Destaca el taller “Los derechos de las mujeres en nuestras costumbres y tradiciones”, llevado a cabo en mayo de 1994 en San Cristóbal de las Casas, convocado por CONPAZ, OMIECH, Grupo de Mujeres de San Cristóbal y la Unión de Artesanas J’pas Joloviletik, participaron 47 mujeres indígenas tzotziles, tzeltales, tojolabales y mames. MILLÁN, Margara, “Las zapatistas de fin de milenio. Hacia políticas de autorrepresentación de las mujeres indígenas”, *Chiapas*, Núm. 3, México, 1996, pág.19.

indígena femenina se refiere, con la intención de “dignificar” la causa indígena, diversas imágenes falaces siguen produciéndose, por lo cual resulta indispensable identificar y analizar mediante un proceso deconstructivo aquéllas imágenes que no ayuden a la nueva configuración de dicha imagen.

Bajo estos ejes de estudio la interrogante sería ¿Se puede hablar de una idealidad gráfica femenina en lo general e indígena femenina en lo particular a finales del siglo XX y albores del siglo XXI?

### **III.1 *Las Guerrilla Girls*, desencuentro con la imagen gráfica ideal de las mujeres**

Si bien los setenta fueron unos años que lograron acaparar la atención mundial hacia las manifestaciones artísticas femeninas, una década después las circunstancias cambiaban, debido principalmente al boom económico de los ochenta, en que *el arte llegó a ser un negocio muy lucrativo para invertir, y los museos y galerías desde Nueva York hasta Berlín consideraron más rentable montar exposiciones con poca o nula presencia de mujeres y de artistas de color.*<sup>95</sup> Además, el aparato mediático se encargaba de difundir reiteradamente que el feminismo estaba muerto, extinto o al menos pasado de moda.

En este contexto, a principios de los ochenta, un grupo formado por mujeres artistas de Estados Unidos se conformó como colectivo para denunciar la discriminación por sexo y raza en el mundo del arte en particular, y en la sociedad por extensión. Se hicieron llamar *Guerrilla Girls*, se autodenominaron *La conciencia del mundo del arte* y se caracterizaron por actuar desde el anonimato usando máscaras de gorila, y presentándose siempre bajo seudónimos que evocaban los nombres de mujeres artistas ya desaparecidas, ya que consideraban que el anonimato les permitía un círculo de acción mayor, además de que de esa manera podían centrarse en sus intereses como colectivo y no en su individualidad

---

<sup>95</sup> *Confessions of the Guerrilla Girls / with an essay by Whitney Chadwick*, New York , Harper Collins, 1995, pág. 8.

como artistas, decían: *El misterio que rodea a nuestra identidad ha atraído la atención. Podemos ser cualquiera, estamos por todas partes...*<sup>96</sup>

Durante sus años de mayor activismo, las *Guerrilla* produjeron más de 100 carteles, calcomanías, libros, proyectos de impresión y realizaron infinidad de acciones, con el objetivo de cuestionar y poner de manifiesto el sexismo y el racismo en la política, el mundo del arte, el cine y la cultura. Usaron como herramienta principal en su discurso el humor y la ironía para transmitir información, provocar debate y demostrar que las feministas no estaban pasadas de moda y podían ser divertidas.

Si bien, se apoyaron en diferentes medios gráficos, sus instrumentos de acción principal han sido el cartel y la fotografía, buscando siempre un efecto de inmediatez, contundencia y *simultaneísmo espectral*,<sup>97</sup> obligando al público a poner la mirada en sus impresos. El uso del cartel fue fundamental en la estrategia de acción colectiva de las *Guerrilla*, ya que lo consideraban como un medio que les permitía llegar a una mayor cantidad de público al intervenir en el entorno urbano, provocando el cuestionamiento desde la misma raíz del problema, desde el propio lugar donde este surgía. Las *Guerrilla*, al igual que sus antecesoras de los 70 trataban de desmitificar la obra de arte individual del genio creativo, de ahí que sus acciones enfatizaban en un enfoque social; en grupos de trabajo, durante jornadas nocturnas invadían Nueva York con sus carteles, apoyándose en la premisa Benjamiana *el autor como productor*,<sup>98</sup> es decir cambiar la función del arte y del artista, convertir el arte en un medio de revolución política, y girar del artista como genio al artista como productor. Logrando de esta manera un proceso dialéctico donde el público podría en un momento dado llegar a convertirse también en autor.<sup>99</sup>

---

<sup>96</sup> IBIDEM

<sup>97</sup> GUBERN, Román, *Medios icónicos de masas*, Madrid, Historia 16, 1997. Pág. 56.

<sup>98</sup> CARVAJAL, E. María Fernanda, “Reseña sobre El autor como productor”, *Aisthesis*, Revista de reseñas de la Pontificia Universidad Católica de Chile, N° 38, 2005, pág. 286.

<sup>99</sup> Para profundizar acerca del debate de la naturaleza de la obra de las *guerrilla girls*, de si se podría considerar arte o solamente acciones políticas, ver *Confessions of the Guerrilla Girls*, Op.cit.

En un momento de especial conservadurismo en Estados Unidos, caracterizado por las políticas sociales antiliberales de Ronald Reagan, las *Guerrilla Girls* observaron que se había producido un gran aumento en el número de mujeres matriculadas en escuelas de Bellas Artes o dedicadas profesionalmente al mundo artístico, y sin embargo las artistas femeninas no ocupaban siquiera un 10% de las grandes exposiciones organizadas por galerías y museos. Ya en los 70, Linda Nochlin había discernido acerca del porqué en la Historia del Arte no aparecían nombres de mujeres artistas; mediante su artículo *¿Por qué no ha habido grandes mujeres artistas?*<sup>100</sup> Nochlin dio la pauta para que se analizara y se rescatara la obra de varias mujeres artistas, que debido a la situación social, personal, o económica que les había tocado vivir, habían resultado desplazadas de los círculos del arte oficial. En los 80, las *Guerrilla Girls*, se propusieron directamente avergonzar y señalar a las instituciones que mantenían y alimentaban la discriminación y el sexismo en el arte. Sus obras buscaron concretar un mensaje radicalmente directo y elocuente, mediante un ensamble de elementos que dejaba sin argumento posible a la institución que recibía el ataque, como se puede apreciar en el cartel que en 1989 colocaron frente al museo Metropolitano de Nueva York (fig. 84), donde se lee:

*¿Tienen las mujeres que estar desnudas para entrar en el Museo Metropolitano? Menos del 5% de los artistas en las secciones de Arte Moderno son mujeres, pero un 85% de los desnudos son femeninos.*

*Lo que este cartel ponía de manifiesto, con la inmediatez y la concisión características del lenguaje publicitario, es una de las paradojas más inquietantes que ha presidido la relación entre las mujeres y la creación artística en la cultura occidental: la hipervisibilidad de la mujer como objeto de la representación y su invisibilidad persistente como sujeto creador.<sup>101</sup>*

<sup>100</sup> NOCHLIN, Linda “¿Por qué no han existido grandes artistas mujeres?”, *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, compilado por Karen Cordero Reiman e Inda Saénz, México, Universidad Iberoamericana, 2007, págs. 17-43.

<sup>101</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.21.



Fig. 84. Cartel *¿Tienen las mujeres que estar desnudas para entrar en el Museo Metropolitano?* Guerrilla Girls, USA, 1989.

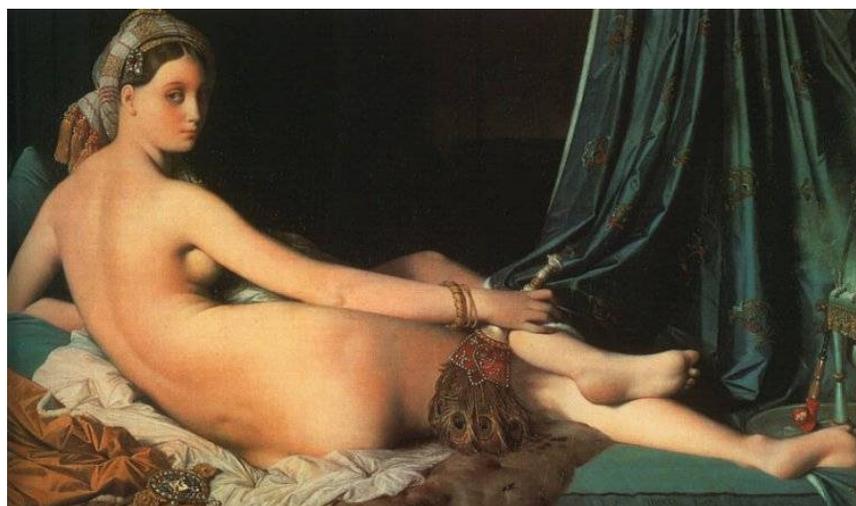


Fig. 85. Dominique Ingres, *La gran odalisca*, París, 1814.

El texto del cartel está escrito sobre una reproducción de *La gran odalisca* de Ingres (fig. 85), uno de los iconos femeninos del Romanticismo de tono erótico más conocidos dentro de la tradición artística del sistema patriarcal. El rostro de la odalisca, ha sido sustituido por una máscara de gorila, la cual produce un fuerte contraste visual con respecto al cuerpo femenino desnudo, dicha disparidad, constituye una crítica al estereotipo

femenino de la mujer que se ofrece como objeto de deseo, es principalmente una sátira de las relaciones de poder sexuales tradicionales representadas en el desnudo femenino, a través de la cual se rompe la función de contemplación para la mirada de un espectador evidentemente masculino. Ruptura que las *Guerrilla Girls*, utilizan para devolver a las mujeres la posibilidad de actuar como sujeto más que como objeto de placer. Mediante la colocación de la máscara de gorila a la odalisca, se busca interrumpir la ilusión de realidad, regresar la conciencia al espectador al denotarle que lo que está viendo es una imagen construida, es, de acuerdo a Laura Mulvey,<sup>102</sup> una especie de distanciamiento que impide la identificación del público masculino con la obra, es una forma de destruir el placer ligado a las convenciones ilusionistas clásicas, con lo que resulta claro que las *Guerrilla Girls*, sustituyeron el rostro femenino por la máscara de gorila en un evidente acto desestabilizador del orden simbólico que les resultaba adverso. Es decir, en la realización del cartel *¿Tienen las mujeres que estar desnudas para entrar en el Museo Metropolitano?* (fig. 84), las *Guerrilla Girls* aplicaron una doble práctica de apropiación; por un lado, retomaron la figura del monstruo femenino, constituido por cuerpo de mujer y rostro animalesco, que les había sido atribuida tradicionalmente a las mujeres para subvalorarlas y de esa manera *aglutinar en esa monstruosa figura los más profundos miedos masculinos*.<sup>103</sup> Las *Guerrilla Girls*, en un acto de identificación con dicha imagen la asumen como propia y la aplican como estrategia para demandar derechos. Además, se apropian del icono-museo-clase patriarcal, representado por *La gran odalisca* (fig. 85), y la desmitifican convirtiéndola en una imagen popular.

Aunque con dichas acciones las *Guerrilla Girls*, no dañaron realmente el cuadro de *La gran Odalisca*, como sí lo hizo la sufragista Mary Richardson, quien a principios del

---

<sup>102</sup> En el artículo "Placer visual y cine narrativo" de Laura Mulvey, elaborado para la ponencia presentada en el Departamento de francés de la Universidad de Wisconsin, Madison, en la primavera de 1973 y publicado originalmente en la revista *Screen* 16,3 (otoño 1975) págs. 6-18.

<sup>103</sup> CORTÉS, José Miguel G., *Orden y caos. Un estudio cultural sobre lo monstruoso en las artes visuales*. Barcelona, Anagrama, 1997, pág. 42.

siglo XX rasgara con una navaja *La Venus del espejo* de Velásquez,<sup>104</sup> ambos sucesos son coincidentes en dos aspectos, primero en el hecho de manifestar un descontento contra esas formas de representar gráficamente a las mujeres; y segundo, en utilizar dichas imágenes de la pintura tradicional para configurar nuevos discursos en favor de las mujeres. Aunque se puede decir que la forma en que las *Guerrilla Girls* se apropiaban de las imágenes, se emparenta más con la obra de la artista Hanna Hoch, quien ya en 1929, mediante sus fotomontajes combinaba lo bello y lo monstruoso, para cuestionar las representaciones canónicas de la belleza femenina, creando alegorías femeninas que a la vez que causaban una sensación de ironía y de distancia, también provocaban una impresión de alarmante proximidad.<sup>105</sup> Por ejemplo, en su obra *Belleza extraña* (fig. 86), Hanna Hoch se adelanta a las *guerrilla* al utilizar una figura femenina desnuda característica del arte occidental, y le superpone una siniestra cabeza oscura, arrugada y con gafas. El efecto de esta imagen, resulta igual de chocante que el del cartel de las *Guerrilla Girls*, ya que el espectador se desfamiliariza con lo que ve, al no encontrar congruencia entre el cuerpo y el rostro de la figura que observa.

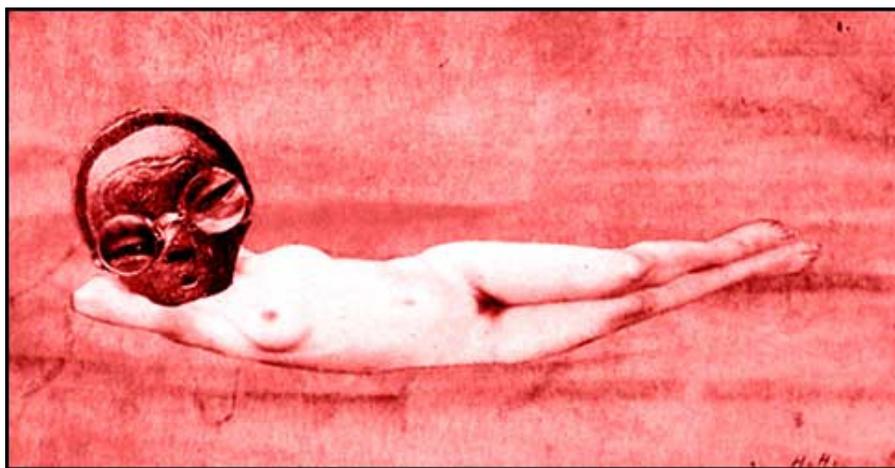


Fig. 86. Hanna Hoch, *Belleza extraña*, Berlín, 1929.

<sup>104</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 27.

<sup>105</sup> MAYAYO, Patricia, *Historias de mujeres, historias del arte*, Madrid, Cátedra, 2003, pág.133.

Las *Guerrilla Girls* al igual que Hoch, no querían más fomentar la búsqueda de las tan anheladas imágenes positivas de la mujer,<sup>106</sup> sobre todo, porque consideraban que *dentro de una cultura dominada por el hombre, su lenguaje y códigos de representación, no era posible producir de una manera simple una gestión alternativa y positiva de la imagen de la mujer,*<sup>107</sup> el objetivo ahora tendría que dirigirse a hacer una exploración más centrada en la reflexión sobre los procesos de producción y recepción de las imágenes femeninas, procurando así la creación de nuevos significados.

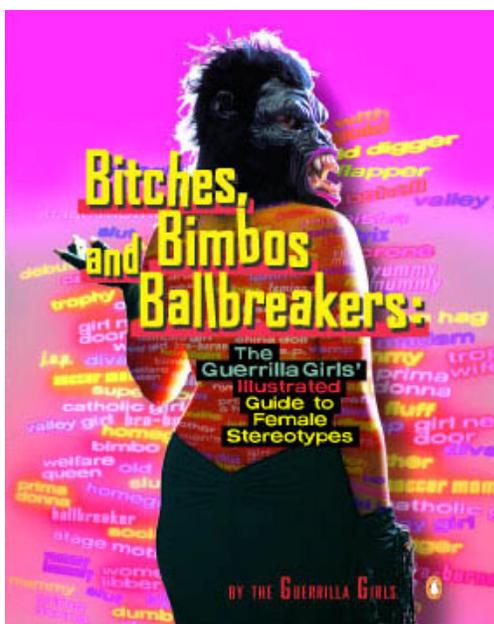


Fig. 87. Portada de libro, *Bitches, bimbos and ballbreakers*, USA, 2003.

El uso de la máscara de gorila tanto en sus intervenciones gráficas, como al ser portada por ellas mismas, puede leerse como una hábil estratagema en varios sentidos: primero, basándose en el personaje de King Kong *las guerrilla* retoman la virilidad y el dominio masculino que encarnaba el personaje, lo que les permitía revestirse con atributos varoniles, (que ellas llamarían “nuestra mask-ulinidad”). Por otra parte, al imitar a la mítica

<sup>106</sup> Acerca de las imágenes positivas y negativas de las mujeres ver capítulo 3 *Imágenes de mujeres*, IDEM, págs. 173-175.

<sup>107</sup> PARKER, Rozsika, y POLLOCK, Griselda, *Old Mistresses. Women, art and ideology*, Londres, Pandora, 1992, págs. 131-132.

figura del cine de los 30, Marlene Dietrich quien aparece enfundada en un disfraz de gorila en la película *La Venus rubia*, convierten los atributos masculinos en una personificación femenina (fig.87). Al combinar la fiera de King Kong, con la representación de la imagen femenina fetichizada por antonomasia encarnada en la persona de Marlene Dietrich, las *Guerrilla Girl* subvirtieron la clásica idea de la distribución de los poderes, además el referente Dietrich, también les aportó otros ingredientes en la construcción gráfica de la *Guerrilla Girl*, ya que la actriz alemana a la vez que representaba el icono perfecto de belleza femenina (fig. 88), contenía en su persona elementos de ambigüedad sexual, y había protagonizado en el cine, bajo la dirección de Josef von Sternberg escenas que fueron acogidas por las espectadoras como alegorías de una imagen liberadora del rol de las mujeres en la narrativa cinematográfica tradicional.<sup>108</sup>



Fig. 88. Cartel de cine, *La Venus rubia*, USA, 1932.

<sup>108</sup> En la película *Marruecos* (1930), en la escena de travestismo, Amy Jolly caracterizada por Dietrich, interpreta una canción francesa en un night club. Camina entre el público observando a una mujer en una de las mesas. La mira de pies a cabeza, se voltea y duda antes de mirarla de nuevo. Luego, besa a la mujer en los labios, toma una flor y se la entrega a Tom Brown, que es parte del público. Amy Jolly invierte el orden heterosexual de seductor y seducida, mientras que su coqueteo lésbico y su imagen masculina hacen que la escena sea aún más subversiva. En el ensayo de Milagros Farfán, "Sobre representaciones de la mujer en el cine y crítica feminista", publicación electrónica. <http://negracubana.blogia.com/2007/050404-sobre-representaciones-de-la-mujer-en-el-cine-y-critica-feminista.php>.

De hecho, el atuendo oficial de una *Guerrilla Girl* consistía en portar la máscara de gorila y complementarlo con un vestuario que hiciese referencia a la imagen femenina fetichizada que el cine occidental había construido: medias negras de rejillas, zapatos de altos tacones y vestidos cortos y entallados, se convirtieron en el atavío recurrente para sus presentaciones públicas y en una constante de sus carteles y medios gráficos en general, mediante el cual pretendían confundir y echar por tierra el estereotipo de la sensualidad femenina. Las *Guerrilla Girls* declaraban como consigna:

*Llevamos puestas máscaras de gorila para centrarnos en los temas más que en nuestras personalidades. Nos declaramos el equivalente feminista de la tradición mayoritariamente masculina de "bienhechores" como Robin Hood, Batman y El llanero solitario.*<sup>109</sup>

La máscara aparece en sus obras y es portada por ellas como un gesto que les permite unirse a la larga tradición masculina de vengadores enmascarados. A la innumerable lista de superhéroes masculinos ellas agregaron “la Guerrilla Girl”, que a través de un proceso dialéctico, es resultado de la estética de los ochenta, caracterizada por la persistencia de componentes andróginos que fluían en cualquier tipo de arte, y es también un eslabón importante en la construcción de las nuevas heroínas de los ochenta y noventa que se deslindan del arquetipo femenino de los cuentos infantiles donde la heroína, siempre en segundo plano, renuncia a la acción y espera pacientemente a que el héroe defina su papel dentro de la historia. La imagen de las *Guerrilla Girls*, es parte de un proceso, donde las corrientes feministas proponen combatir la transmisión, repetición y asimilación de dicho arquetipo femenino como un patrón de conducta habitual. Las *Guerrilla Girls* y su imagería gráfica, constituyen una de las nuevas caras del feminismo de finales de los ochenta, que se caracteriza principalmente por el cuestionamiento, la

---

<sup>109</sup> *Confessions of the Guerrilla Girls / with an essay by Whitney Chadwick*, New York , Harper Collins, 1995.

relectura y la deconstrucción de lo clásico, desde obras de arte de la pintura, escultura y cinematografía, hasta comics y cuentos infantiles de la tradición popular.<sup>110</sup>

En este sentido, la inserción para la revista *The New Yorker* en 1996, pone de manifiesto el trabajo deconstructivo que realizaban, al tomar la imagen de un relieve que muestra una batalla entre antiguos guerreros romanos y agregarle entre los combatientes personajes femeninos con cara de gorila, el resultado es contundente y devela otro de los elementos fundamentales de su propaganda, la ironía y el sentido del humor (fig. 89).

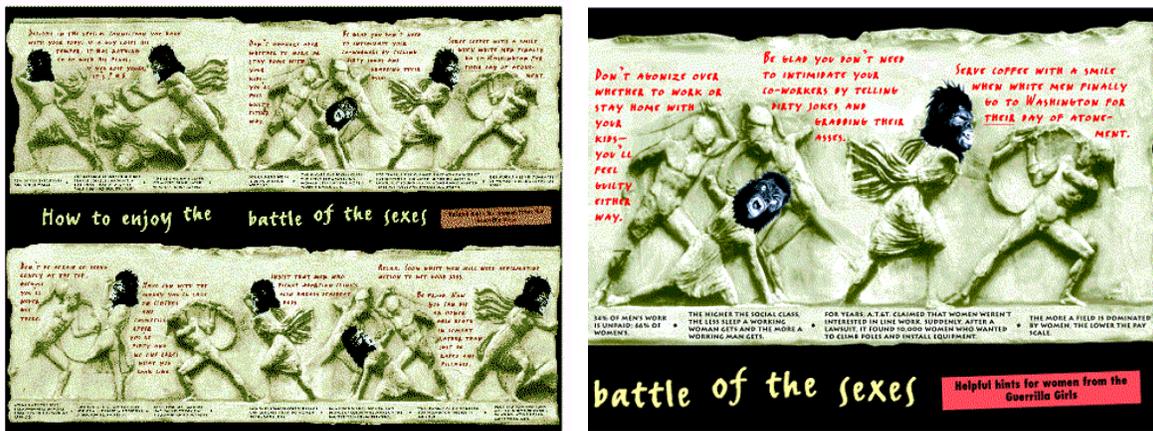


Fig. 89. Desplegado para revista, *Guerrilla Girls trae combativas amazonas a The New Yorker*, USA, 1996.

La ironía se convirtió en un elemento clave en la propaganda de las *Guerrilla Girls*, en un arma con una doble efectividad gracias a lo directo del mensaje. La radicalidad de sus mensajes se completaba de modo original con la conjunción entre imágenes de gran impacto visual y elementos discursivos con alto contenido de ingenio, descaro y sobre todo sarcasmo. No es casual que la ironía y el sarcasmo hayan sido fundamentales en su propaganda, ya que en los ochenta resultaba habitual relacionar dichos aspectos con la identidad femenina, se dice incluso que si el humor ha estado presente en las sociedades

<sup>110</sup> A este respecto es prudente mencionar la novela *La cámara sangrienta* (The bloody chamber) de Angela Carter, donde la autora revisa el contenido de varios cuentos infantiles y a partir de ellos recrea historias desde otra perspectiva. Así mismo Neil Jordan, toma como base argumental los relatos de Carter y los adapta en su película *En compañía de lobos* (1984).  
CARTER, Angela, *La cámara sangrienta*, Londres, Ed. Minotauro, 1979.

postmodernas, ha sido en relación con la mujer cuando se ha utilizado con mayor énfasis. Jo Anna Isaak<sup>111</sup> habla de las mujeres desde su capacidad de vivir y trabajar con el concepto de "jouissance"<sup>112</sup>, el exceso, el disfrute de ir más allá de lo establecido o llegar al sin sentido; la risa como estrategia revolucionaria, lo orgásmico, la relación con el inconsciente. En este caso, la ironía de las guerrilla puede leerse como una carcajada que señalaba una situación desigual, y que de acuerdo con Lipovestky,<sup>113</sup> tendría todos los rasgos del humor posmoderno, principalmente en cuanto a que renuncia de inicio a mostrar en primer plano los aspectos oscuros o desagradables de la realidad, le interesa más lo lúdico, lo brillante, lo festivo, lo espectacular y lo llamativo. Y además en cuanto a que el humor en la propaganda de las *Guerrilla*, se convierte en una habilidad social que deviene en arma de seducción, que ellas tuvieron que dominar para desenvolverse mejor en un entorno hostil.

En este uso constante de la ironía y el discurso sarcástico, las *Guerrilla Girls*, al igual que muchas artistas de los ochenta, decidieron adjudicarse la tristemente célebre teoría freudiana de "la envidia del pene", que en pocas palabras consistía en que las mujeres siempre se sentirían incompletas por carecer de pene y a partir de ese hecho, *siendo el pene el único órgano sexual de valor, la mujer intentaría por todos los medios disponibles apoderarse de este órgano para sí misma.*<sup>114</sup> Cabe destacar que ya en los años 60, artistas como Valie Export habían trabajado con fuertes referencias críticas a dicha teoría, principalmente en su obra más radical, *Acciones de pantalón: Pánico Genital* (fig. 90), cuando la artista entró a un cine, vestida con un aspecto entre revolucionario y provocador, metralleta en mano y con unos pantalones vaqueros abiertos a la altura de los genitales. La

---

<sup>111</sup> ISAAK, Jo Anna, *Feminism and Contemporary Art. The revolutionary power of women's laughter*. Nueva York, Routledge, 1996, pág. 2.

<sup>112</sup> *Vocablo francés que se define como disfrute, goce, placer, particularmente placer sexual o placer derivado del cuerpo*, IBIDEM.

<sup>113</sup> LIPOVETSKY, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 1986.

<sup>114</sup> NÚÑEZ, Marina, "El debate igualdad/diferencia en la práctica artística", Compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 171.

acción de Export, mostrando la naturaleza de su sexo, es una metáfora sobre el discurso feminista de autoafirmación de la diferencia, congruente con la estética esencialista de los 60 y 70, que se adelanta a la imagen femenina de lo que en los ochenta las feministas llamarían *the girlpower*, *the womanpower*, *the motherpower*, y que de acuerdo a Liz Mcquiston,<sup>115</sup> básicamente consistía en un sistema de trabajo gráfico que desafiara las líneas de poder de los medios masivos de comunicación y los roles estereotipados que dichos medios difundían.



Fig. 90. Valie Export, *Acciones de pantalón: Pánico Genital*, USA, 1969.



Fig. 91. Portada de revista, *Shocking Pink*, Londres, 1990.

Un importante ejemplo de esta estrategia propagandística, es la revista británica *Shocking Pink* (fig. 91) que se caracterizó por difundir ideas de alto contenido irreverente feminista, y cuya portada número 10, hace alusión al falo, desde un enfoque totalmente

<sup>115</sup> MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, pág. 119.

subversivo y burlesco en referencia a la teoría freudiana, donde se muestra que no es la esencia de la masculinidad, sino la esencia del poder que el falo representa lo que las feministas deciden apropiarse con ironía.

Las *Guerrilla* por su parte, realizaron diferentes evocaciones sarcásticas a esta teoría, volviendo al cartel que colocaron frente al Museo Metropolitano de Nueva York (fig. 84), puede verse cómo el objeto que la odalisca tiene en la mano ha sido ligeramente crecido de tal manera que alude la figura de un pene. En *La odalisca* de Ingres (fig. 85) se sugiere la presencia de un falo, que se disimula un poco entre los pliegues de las cortinas del fondo; en el cartel de las *Guerrilla*, la figura salta sobre el fondo liso y adquiere otra naturaleza. Mientras que en la pintura de Ingres, dicha presencia acentúa el alto contenido erótico del cuadro, en la adaptación de las *Guerrilla* se trata de una alegoría al apoderamiento del pene del que hablaba la teoría freudiana.



Fig. 92. Cartel *La conciencia del arte*,  
*Guerrilla Girls*, USA, 1990.

La teoría freudiana también es constantemente ridiculizada en otros gráficos propagandísticos de las *Guerrilla*, por ejemplo en los que hacen referencia a las bananas como alimento de la gorila (fig. 92), utilizan la presencia de estas frutas de una manera

aparentemente inocente, para hacer un comentario corrosivo muy al estilo de las fotografías de Annette Messager (fig. 93), donde se ironiza sobre la insignificancia del símbolo en que se basa la diferencia, sobre la arbitrariedad en que se funda la adquisición de la autoridad; *es una denuncia al juego arbitrario de los roles sexuales, al machismo imperante en el mundo del arte y el incómodo lugar de la mujer en esta venta de carne paralela a la venta de obra.*<sup>116</sup>

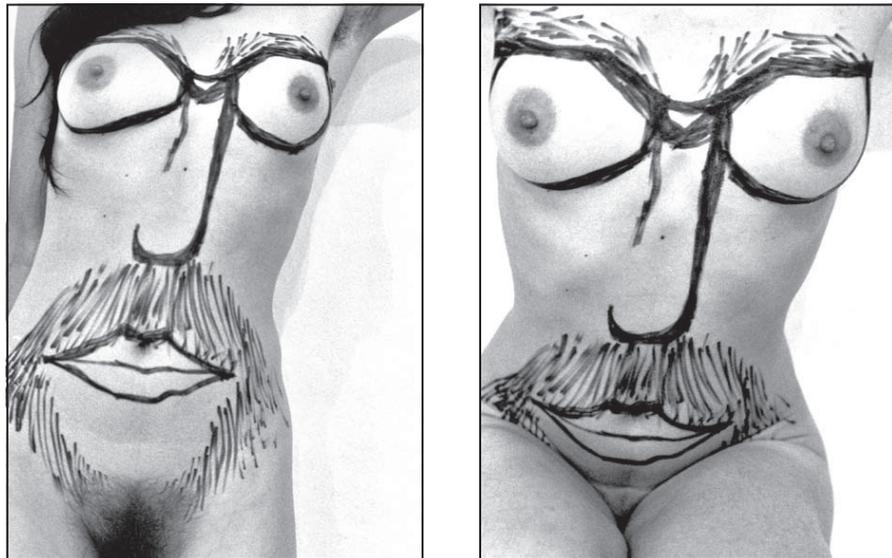


Fig.93. Annette Messager,  
*Le femme et le Monsieur  
sérieux*, Francia, 1975.

El diseño gráfico y el manejo de la retórica visual en la propaganda de las *Guerrilla Girls*, basado principalmente en la irreverencia, la desestabilización y una relectura sarcástica de los estereotipos femeninos, representó para la década de los ochenta, por un lado la construcción de una nueva cara del feminismo, como ellas decían, hacer de la letra “F” algo actual otra vez, con nuevas tácticas y estrategias, basándose en gran medida en el desarrollo de las técnicas de los medios masivos de comunicación y de la publicidad, además de respaldarse con una agenda que incluía conferencias, paneles de discusión y una serie de presentaciones en escuelas, museos y galerías alrededor del mundo. Mediante la

<sup>116</sup> NÚÑEZ, Marina, “El debate igualdad/diferencia en la práctica artística”, compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 172.

estrategia de la máscara y el anonimato consiguieron un gran empoderamiento, ya que podían ser vistas y escuchadas sin quedar expuestas en forma individual, consolidando la idea de la identidad colectiva. Las *Guerrilla Girls* son un buen ejemplo de la existencia de nuevas e inteligentes maneras de hacer política, a través de los medios de propaganda social, además, reforzaron y revolucionaron las formas de hacer diseño gráfico al elaborar mensajes claros, directos y divertidos, y sobre todo enfatizaron en la función social del arte al utilizarlo como una herramienta para difundir y concienciar acerca de diferentes problemáticas sociales, ya que con el tiempo sus campañas fueron abriéndose hacia otros conflictos no necesariamente ligados al arte. Son también la evidencia de que *a medida de que el feminismo se fue desarrollando en los ochenta, la diferencia sexual se fue interpretando en clave social, lo que contrastaba con las anteriores concepciones de lo femenino, que tendían a ver esa diferencia como una esencia universal y biológicamente determinada.*<sup>117</sup> En contraste, esta nueva visión, permitió que las *Guerrilla Girls* como muchos movimientos feministas de los 80 vincularan sus preocupaciones con otros tipos de diferencia, como los de clase o raza, y se involucraran con otras movilizaciones, como indigenistas, ecologistas, pacifistas y anti armamento. En el paso de los 80 a los 90 y tras el conservadurismo de las administraciones de Reagan y Bush en Estados Unidos, y Thatcher en el Reino Unido, la generación de artistas de los cuales formaban parte las *Guerrilla Girls*, fueron la punta del iceberg que se volcó a la búsqueda de un lenguaje que a diferencia del esencialismo de los 70 no acotara ni restringiera las propuestas gráficas sometiéndolas a la teoría, sino que permitiera la afluencia plural de manifestar la diversidad de contenidos de lo femenino y porque no de lo masculino; tomando en cuenta que eso a lo que llamamos género varía de una sociedad a otra y que las diferencias de género se deben más a factores culturales que a características biológicas, lo que hizo posible que de ahí en adelante se pudiese hablar abiertamente de la existencia de más de dos géneros. Todos los aspectos de la nueva visión feminista de finales de los 80 y principios de los 90, permearon

---

<sup>117</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 151-153.

de manera importante en el diseño gráfico, la propaganda social y la publicidad, donde se inició la búsqueda y concepción de imágenes que enfatizaran en la ruptura con los estereotipos tradicionales, pero ahora también era importante que empezaran a deslindarse de representaciones procedentes del esencialismo o del biologismo; y que permitieran ajustar la teoría feminista a ciertos cánones de la legitimidad académica, a lo que contribuyó la sustitución del término mujer por el de género.<sup>118</sup> Por ejemplo, el espectacular de la controversial campaña publicitaria de Benneton en el que aparecen una pareja de mujeres, una blanca y una negra en torno a un niño de rasgos orientales, ya de por sí muestra la construcción de una imagen femenina mediante la exacerbación de la idea de pluralidad, donde se destacan los aspectos de raza, preferencia sexual y clase; pero además dicho espectacular, ya estando expuesto fue intervenido por un colectivo grafitero llamado *Saatchi & Someone*, quienes sustituyeron la leyenda *United Colors of Benneton*, por el símbolo del lesbianismo y una frase que decía *mamás lesbianas están por todas partes* (fig. 94). Igualmente en el poster británico *Soy una mujer* (fig. 95), los rasgos negros e indígenas de la figura femenina destacan la inclusión de nuevos ingredientes en dicha construcción gráfica. Si bien el movimiento lésbico empezó a gestarse en los 60, y el de las mujeres negras incluso desde principio de los 50, es hasta estos momentos, bajo el paraguas de los estudios de género, que dichos temas alcanzan una mayor relevancia e inciden directamente en la resignificación del concepto de lo femenino, ya que se colocan en la escena en el mismo plano que las principales demandas feministas, porque hay que destacar que en el pasado, el movimiento feminista casi siempre estuvo asociado con mujeres blancas de clase media, lo que hacía que otro tipo de mujeres quedase en la marginalidad o tuviera que hacer sus propios grupos de activismo y demanda.

---

<sup>118</sup> DÍEZ del Corral, Pilar, "Educación artística: lo femenino en un desarrollo humano sostenible", Compilado en CAO, Marián L.F., *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea Ediciones, 2000, pág. 179-180.



Fig. 94. Espectacular intervenido por Saatchi & Someone, bajo el diseño original de United Colors of Benneton, Inglaterra 1990-1991.

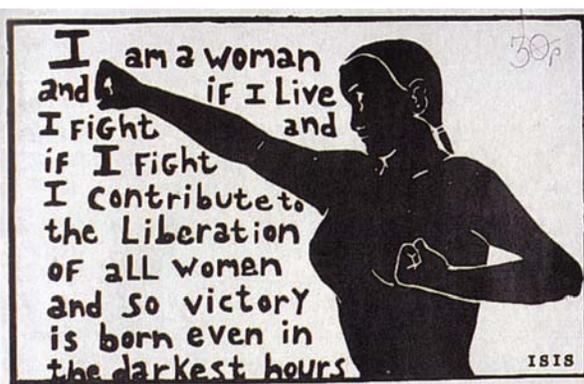


Fig. 95. Cartel, *Soy una mujer...*, atribuido al colectivo ISIS, Inglaterra, mediados de los 80.

En conclusión, la propaganda y el material gráfico que las *Guerrilla Girls* realizaron en las décadas ochenta y noventa, representan el desencuentro con la imagen ideal de las mujeres en el sentido de que son un importante indicio para comprender que lo femenino no podía seguir uniformando a toda una gama de identidades personales, dando pie de esta manera a las nuevas derivas de la imagen femenina, las cuales abrían la puerta definitivamente a la multiplicidad donde lo que habría que destacar fueran sus diferencias y sus semejanzas como mujeres que pertenecen a otros contextos, grupos sociales y diversas culturas; de la misma forma que destacar la diferencia entre mujeres y hombres, pero también sus semejanzas; se trataba en sí de enfatizar la diversidad. Así, las nuevas representaciones femeninas se revelan como una doble monstruosidad porque desafían a las ya desafiadas imágenes de la tradición, pero también se manifiestan en contra de los planteamientos esencialistas que ya habían encontrado un lugar cómodo en el imaginario colectivo; las nuevas imágenes desestabilizan todo y ponen como buen monstruo, otra vez en peligro el sistema jerárquico.

### III.2 Mujeres Zapatistas, encuentro con la imagen no ideal de las mujeres

En el nuevo y revolucionado contexto de inicio de los años 90, que enarbolaba principalmente la bandera de la diversidad cultural, las imágenes femeninas de la periferia aparecen en la escena gráfica como los monstruos que cansados de la oscuridad se hacen visibles para perturbar y demandar atención. La representación gráfica de la otredad que dichas mujeres de la periferia representan, se exterioriza principalmente en dos condiciones, por un lado, las representaciones que las mujeres centro y sudamericanas, asiáticas y africanas están en posibilidades de realizar acerca de ellas mismas, y las representaciones que de ellas hacen terceras personas, ya sean hombres de su mismo entorno, o mujeres y hombres de otro contexto sociocultural.



Fig. 96. Serie de murales Zapatistas en Oventik Chiapas, México entre 1996 y 2005.

Con respecto a la imagen de las mujeres Zapatistas, entendiendo como tales a las mujeres indígenas del estado de Chiapas, militantes del movimiento del *Ejército Zapatista de Liberación Nacional* que se hizo visible en México en 1994 (fig. 96), surgió un fenómeno social notable en el sentido de que el zapatismo tuvo una importante repercusión en diferentes partes del mundo, lo que ha provocado que organismos e individuos de diversas culturas se manifiesten de alguna forma con respecto al movimiento y sus consignas. De esta manera, producto de una aparente solidaridad, cantidad de imágenes de indígenas Zapatistas han aparecido de 1994 a la fecha. Pero ¿qué tanto estas imágenes han ayudado a que las mujeres indígenas construyan nuevos y diferentes derroteros en la construcción de una identidad femenina que les ayude a separarse de las condiciones de miseria, maltrato y discriminación tanto dentro como fuera de su comunidad? O quizá como dice Norma Schenke,<sup>119</sup> muchas de estas representaciones continúan reforzando la discriminación y el racismo hacia la población indígena, ya que siguen representando a las comunidades indígenas mediante montajes que los exhiben como piezas de museo, donde los aspectos de la tradición y la cultura son cosas que se admiran como folklore y no que se viven día a día. Considerando además que las mujeres indígenas sufren de tres diferentes tipos de opresión: por ser mujeres, por ser indígenas y por ser pobres, lo que hace posible que se conviertan en *las otras* desde diferentes perspectivas, y que por lo tanto su representación tanto gráfica como en otros sentidos quede en manos del gobierno patriarcal, de los antropólogos, de los etnólogos, de los turistas y de artistas y aficionados que siguen difundiendo la idea de lo indígena como la representación de lo exótico. En este sentido resulta prudente mencionar que las imágenes de mujeres indígenas que más han proliferado, son muchas de ellas sucesoras del estilo del muralista y publicista Jorge González Camarena, quién en los años 40 instituyó el retrato más vendible de la mujer indígena mexicana con rostro de finos rasgos, sano, sonriente y rozagante, en actitud

---

<sup>119</sup> SCHNEIDER, Arnd, “Indias a la moda: el caso de huellas 2000 de Gaby Herbstein”, compilado en *Mujeres y nacionalismos en América Latina. De la independencia a la nación del nuevo milenio*, coordinado por Natividad Gutiérrez Chong, México, UNAM, 2004, pág. 257.

despreocupada, y rodeada de símbolos nacionales arquetípicos: flores, frutos, vestidos, juguetes, banderas y paisajes que casi siempre denotaban abundancia de recursos. Camarena repetiría estos elementos en gran parte de su obra como se puede ver en sus óleos *La vendimia nacional* realizado en 1947 (fig. 97), y *Sin título* realizado en 1971 (fig.98).



Fig. 97. Jorge González Camarena, *La vendimia nacional*, México 1947.

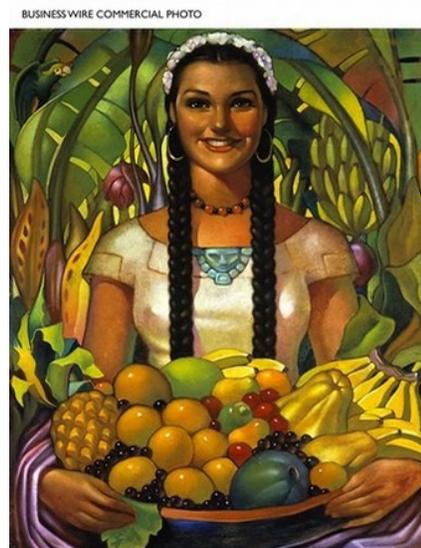


Fig. 98. Jorge González Camarena, *Sin título*, México 1971.

Además, es prudente destacar que en México, la amplia tradición pictórica de los muralistas a los pintores contemporáneos, ha retratado a las mujeres bajo los mismos arquetipos eurocéntricos y androcéntricos. Por ejemplo los tres artistas más importantes del Movimiento Muralista Mexicano: Rivera, Siqueiros y Orozco, en una situación muy parecida al caso de los constructivistas soviéticos, a pesar de que promovían una revolución cultural y estilística, *no acertaron a descubrir que la sociedad contra la que luchaban no era sólo burguesa y racista, sino también patriarcal y pocas veces fueron capaces de percibir la opresión sexual que la sociedad y la cultura ejercía sobre las mujeres.*<sup>120</sup> Y trabajaron la figura femenina bajo la misma simbología y conceptualización de los

<sup>120</sup> VILLEGAS, Morales Gladis, *La imagen femenina en artistas mexicanas contemporáneas*. México, Universidad Veracruzana, 2006, pág. 49.

estereotipos europeos, destacando siempre en su obra la presencia femenina como alegoría de libertad (fig. 99), fertilidad, maternidad, virginidad y mexicanidad (fig. 100), o en otros casos, también fue constante el uso de la imagen de la mujer como mero objeto de estudio (fig. 101).

Por otra parte, desde una perspectiva contemporánea, en la obra de Francisco Toledo la relación entre la mujer y los animales es uno de los estereotipos más representados, donde el artista muestra esa convivencia natural aludiendo a un alto contenido erótico y a la animalidad como parte del carácter doble y ambivalente de lo femenino (fig. 102).



Fig. 99. David Alfaro Siqueiros, *Nueva democracia*, México 1944.



Fig. 100. Diego Rivera, *La tierra virgen*, México 1926.



Fig. 101. José Clemente Orozco, *Dioses del mundo moderno*, México 1932-1934.



Fig. 102. Francisco Toledo, *Mujer enmascarada*, México 1974.

Con respecto a la imagen de la mujer indígena o campesina, *ésta casi siempre ha sido estilizada, muchas veces con clara influencia europea, utilizada usualmente como comparsa, como coro alrededor de una figura masculina o en otras ocasiones realizando actividades “propias de su sexo”*.<sup>121</sup> En ese sentido Diego Rivera fue un gran impulsor del indigenismo, y en su obra idealizó, desde un punto de vista romántico-socialista, la vida indígena antigua y contemporánea, como se puede ver en su serie de la *Vendedora de flores* (fig.103) y en *El maíz* (fig. 104), uno de los paneles que realizó para los corredores del Palacio Nacional. Sus personajes femeninos, que nunca ven de frente al espectador, están pintados bajo la añeja tradición del indigenismo estético, lucen siempre un mismo rostro o una uniformidad expresiva, presentándolos más como idea o esquema que como mujeres de carne y hueso.

<sup>121</sup> ÍDEM, pág. 50.



Fig. 103. Diego Rivera, *El maíz*, México 1950.

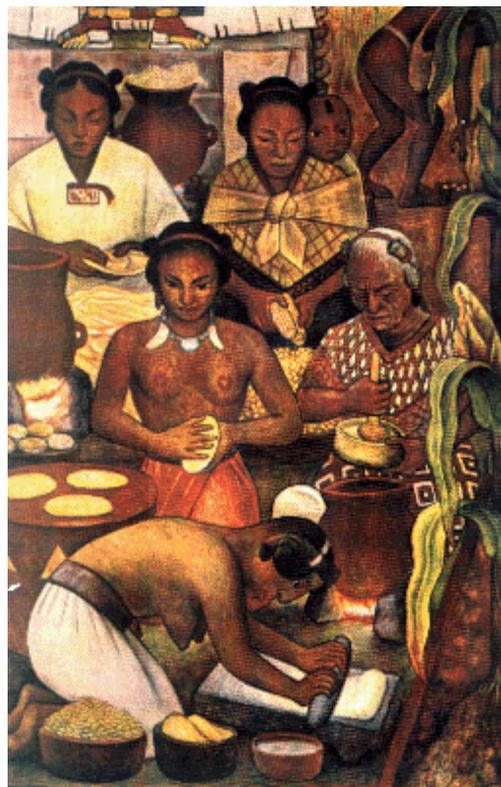


Fig. 104. Diego Rivera, *Vendedora de flores*, México 1942.

Por otra parte, es importante mencionar la forma en que han sido silenciados y dejados al margen aspectos fundamentales de la participación de las mujeres en general y de las mujeres indígenas en particular en los procesos sociales y revolucionarios de México, específicamente sorprende el limitado espacio que el análisis histórico ha dedicado a los batallones de mujeres indígenas que pelearon en la Revolución Mexicana, conocidas como *Soldaderas* o *Adelitas*. El nombre de *Adela* dado generalizadamente a las mujeres *Soldaderas*, refleja la intención reduccionista de representar mediante una mujer a las miles de mujeres que pelearon en la revolución. Fue un proceso de menoscabo para crear el estereotipo de la *Adelita*, de una manera muy similar a como se ha construido la figura del indio mexicano, representado tradicionalmente en los medios masivos por el *Tizoc* encarnado en la popular figura de Pedro Infante (fig. 105).

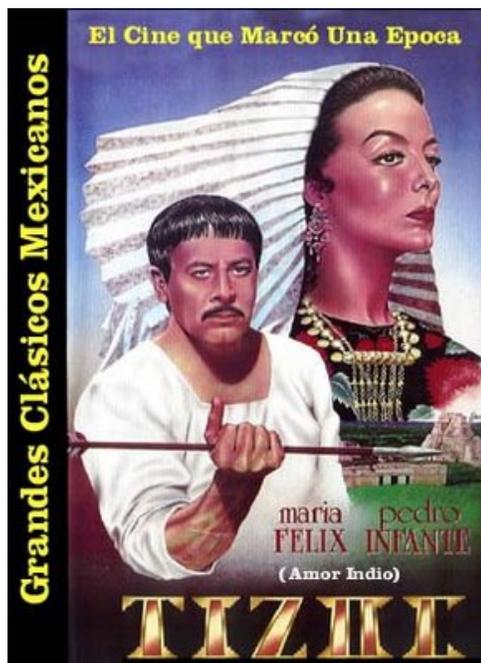


Fig. 105. Portadilla de película, *Tizoc*, México s/f.



Fig. 106. Archivo Casasola, *La Adelita*, (fragmento),

En el proceso de construcción de la imagen de las *Soldaderas*, la fotografía ha sido un instrumento importante que ha develado datos que la historia escrita no había mostrado; aunque, también es cierto que la mayoría de estas fotografías fueron *construcciones realizadas por los fotógrafos donde se brinda la interpretación machista sobre las mujeres en la revolución.*<sup>122</sup> Por ejemplo, la conocida foto de la *Adelita* (fig. 106), perteneciente al archivo Casasola, fue recortada del negativo original (fig. 107), dejando solo la imagen femenina que convenía más para la edificación del mito de la *Adelita*, como compañera fiel del revolucionario; ya que en el negativo completo se puede ver que se trata de un grupo de mujeres que viajan a bordo de un vagón de tren, por lo que de acuerdo con John Mraz,<sup>123</sup>

<sup>122</sup> SUTTER, Alessandra “Las mujeres en la Revolución Mexicana: Un protagonismo silenciado”, *Programa de Estudios Iberoamericanos*, <http://amauta.upra.edu>.

<sup>123</sup> MRAZ, Jhon, “¿Qué tiene de nuevo la historia gráfica?” *Revista Elementos. Ciencia y Cultura*, No. 61, Vol. 13, Enero - Marzo, 2006, Pág. 49.

podría tratarse más bien de la fotografía de las prostitutas de los oficiales, ya que ellas sí podían viajar entre los vagones, mientras que las *Soldaderas* solían viajar encima o debajo de los vagones de los trenes.



Fig. 107. Archivo Casasola, *La Adelita*, (negativo original), México, 1913 aproximadamente.

Con todos estos antecedentes a cuestas y después del alzamiento del *Ejército Zapatista de Liberación Nacional* en 1994, las imágenes de las mujeres indígenas, darían un vuelco para debatirse entre seguir alimentando el mito de la mujer indígena o colaborar en la construcción de la imagen de la mujer indígena de la realidad. En particular, las imágenes de la propaganda social cobrarían gran relevancia, ya que sobre de ellas recaería la trascendencia y la asimilación que la sociedad hiciera del movimiento, así como de los hombres y mujeres indígenas como sus principales actores. La encomienda era producir y difundir tipologías de sujetos socialmente determinados y en base al tratamiento iconográfico que se hiciera de la imagen de dichos actores, los medios contribuirían a la dilución o a la exacerbación del mito indígena.

Tomando como caso de estudio el cartel intitulado *Las mujeres con la dignidad rebelde*, el cual evoca la presencia de las mujeres en la conmemoración del 20 aniversario de la fundación del EZLN y el décimo aniversario del alzamiento Zapatista en San Cristóbal de las Casas Chiapas. El cartel tiene como imagen principal un rostro encapuchado de mujer donde solo se le pueden ver los ojos y el cual se asume como femenino debido a las largas trenzas con moños que caen del pasamontañas. Dicho rostro solo es acompañado por las leyendas *Las mujeres con la dignidad rebelde*, y *EZLN: 20 y 10, el fuego y la palabra*. (fig. 108).



Fig. 108. Cartel, *Las mujeres con la dignidad rebelde*, México, 2003.

De inicio habría que decir que la presencia dentro del cartel de un rostro cubierto con capucha, pasamontañas o pañuelo y que solo deja visibles los ojos, es un elemento de una poderosa carga simbólica, ya que además de asociarse a las imágenes de los revolucionarios, también alude a los rituales de muchas culturas indígenas, donde el uso de la máscara es una constante.<sup>124</sup> El movimiento Zapatista, mediante el uso del pasamontañas, al igual que muchos movimientos rebeldes persigue tornar visible aquello que era invisible, mediante la capucha, los zapatistas se manifiestan contra la invisibilidad, como lo expresaron en una de sus principales consignas: *nos cubrimos el rostro para poder ser vistos*, o como lo dijera la Mayor Ana María:

*La montaña nos habló de tomar las armas para así tener voz, nos habló de cubrirnos las caras para tener rostro, nos habló de olvidar nuestro nombre para así ser nombrados, nos habló de guardar nuestro pasado para así tener mañana.*<sup>125</sup>

Quizá en esto radica la gran diferencia entre los encapuchados Zapatistas y otros usos de la máscara como forma de manifestación, por ejemplo, con respecto a las *Guerrilla Girls*, quienes usaban la máscara de gorila para hacerse visibles, y para dar a su movimiento una identidad sin exponer su individualidad. El uso del pasamontañas en los Zapatistas, no sólo dice somos indígenas luchando porque nuestra identidad sea reconocida, sino que es algo todavía más profundo, menos delimitado, menos definido, que podría interpretarse como la lucha de la no identidad, la lucha de lo invisible, la de los sin voz y sin rostro. Es decir, los Zapatistas no están hablando de ellos en particular, sino en general

---

<sup>124</sup> Para el indígena la máscara es una realidad viva, cuya manifestación sagrada aparece en los episodios míticos o escenas rituales, como una experiencia vital, corporal en los viajes místicos ceremoniales. Las ceremonias con máscaras se definen como "...cosmogonías en acto que regeneran el tiempo y el espacio: Pretenden por este medio sustraer al hombre y a los valores de que éste es depositario, de la degradación que afecta a todas las cosas del tiempo histórico. Pero también son verdaderos espectáculos catárticos, en el curso de los cuales el hombre toma conciencia de su lugar en el universo, ve su vida y su muerte inscritas en un drama colectivo que les da sentido. GHEERBRANT, Alain y CHEVALIER, Jean, *Diccionario de los Símbolos*, Barcelona, Editorial Herder, 1995, pág. 695.

<sup>125</sup> BLACWELL, Maylei, "(Re)ordenando el discurso de la nación: mujeres indígenas en México", compilado en *Mujeres y nacionalismos en América Latina. De la independencia a la nación del nuevo milenio*, coordinado por Natividad Gutiérrez Chong, México, UNAM, 2004, pág. 203.

de todos los que de alguna manera han existido sin las mínimas herramientas para expresar sus demandas.

Particularizando en cuanto a las mujeres Zapatistas, su enmascaramiento es una vuelta de tuerca importante con respecto a los nuevos paradigmas del feminismo, ya que reafirma no las demandas de las mujeres, como entes únicamente femeninos, sino como seres sociales marcados por diferentes factores socio económicos, políticos y culturales. Es de alguna manera la consolidación del concepto *género* como premisa de estudio para cuestionar y deconstruir los arquetipos tradicionales que definen los roles de la masculinidad y de la femineidad. Las mujeres Zapatistas en este cartel son representadas mediante recursos que de acuerdo con un discurso feminista conservador podrían ir en contra del desarrollo de las mujeres, por ejemplo, el rostro velado y la fragmentación del cuerpo, han sido considerados como símbolos gráficos de opresión femenina. Pero bajo una nueva lectura, las mujeres zapatistas asemejadas con un gran rostro encapuchado con largas trenzas, que de acuerdo a la composición también pueden interpretarse como una especie de extremidades, convierten dicha representación femenina en algo informe, donde el rostro desligado del cuerpo se vislumbra como la renuncia a un cuerpo plagado de estigmatizaciones y estereotipos occidentales; si *el cuerpo es y ha sido un espacio donde se construyen y se combaten las nociones del orden social*,<sup>126</sup> esta representación puede leerse como la renuncia al cuerpo como frontera y territorio colonizado; es una construcción desviada de lo femenino que de acuerdo a Julia Kristeva, *se manifiesta como una forma de perturbar la identidad, el sistema, el orden, es aquello que no respeta las fronteras, las posiciones y los roles*.<sup>127</sup> Aunque quizá sea inevitable prefigurar una idea de identidad al ver este cartel, es una identidad perturbada que intenta no reproducir, ni restaurar el pasado, es la ruptura con cualquier genealogía y una forma rebelde de resistencia a los cánones culturales preestablecidos. Es un tratamiento de la imagen femenina que permite sugerir la

---

<sup>126</sup> VENTI, Patricia, "El diario de Frida Kahlo: una autobiografía del cuerpo", *Letralia, La revista de los escritores hispanoamericanos en internet*, abril de 2007. [www.letrealia.com/161/](http://www.letrealia.com/161/)

<sup>127</sup> KRISTEVA, Julia, *Los poderes de la perversión*. México, Siglo XXI, 1980, pág. 12.

idea de una deconstrucción del ente femenino, donde el desmembramiento, es una metáfora del armarse de un nuevo cuerpo que represente un desarrollo, que conduzca a un renovado reencuentro con lo femenino. Además, la imagen de este rostro femenino encapuchado y sin cuerpo, es la forma que el Zapatismo encontró para representar la dignidad y la rebeldía de este movimiento, de ahí la importancia del eslogan “Las mujeres con la dignidad rebelde”, que sirve también para acentuar la idea de que las mujeres zapatistas se asumen como una fuerza de poder social.

En este reencuentro con lo femenino, el EZLN redefine la identidad de las mujeres indígenas zapatistas y la asimila con la dignidad y la rebeldía. En esta asimilación, es importante analizar el peso simbólico del pasamontañas con trenzas del cartel zapatista, ya que trasciende a las personas en lo individual y se convierte en el emblema de una generalidad, que se hace más contundente mediante el reclamo de los indígenas: *¿para qué quieren conocer la identidad de los que siempre hemos vivido sin rostro?* es quizá un proceso inversamente similar al pañuelo de *Las Madres de la plaza de mayo*, en donde un elemento se convierte en la iconografía representativa de un todo. En el caso del pañuelo de *Las Madres de la plaza de mayo*, este era un elemento que dichas mujeres portaban en sus cabezas para identificarse entre sí, después, mediante un proceso de semiósis, el pañuelo cobró mayor relevancia, sustituyendo y representando a todos los rostros de las madres, los cuales desaparecieron porque ya no necesitaban ser vistos, el pañuelo se colocó en lugar de ellos y redimensionó a una mayor escala la repercusión del movimiento. El cartel hecho en 2004 para difundir una serie de conferencias en torno al movimiento de las *Madres de la Plaza de Mayo* (fig. 109), a llevarse a cabo en la Universidad Complutense de Madrid nos habla de la repercusión simbólica del pañuelo con alcances más allá de las fronteras sudamericanas. Es decir, el pañuelo, considerado básicamente un elemento de identificación femenina, amplía sus perspectivas, representando ahora a toda una comunidad que incluye mujeres, hombres, abuelas, jóvenes, amas de casa, intelectuales, mujeres sudamericanas, mujeres europeas, mujeres asiáticas.



Fig. 109. Cartel, *Madres de la Plaza de Mayo*, Madrid, 2004.

En ese mismo sentido funciona el *pasamontañas con listones*,<sup>128</sup> como un valioso elemento de resistencia que permite construir una identidad pero sin encajonar; aquí la inclusión de las diferencias es un factor importante y se respalda en las consignas zapatistas “*Un mundo donde quepan muchos mundos*” y “*Todos somos iguales porque somos diferentes*”.<sup>129</sup> El listón en el pasamontañas es indicativo de una pertenencia, no solo para las mujeres Zapatistas, sino de alguna manera para millones de mujeres indígenas, migrantes, indocumentadas, refugiadas, desplazadas y todas aquellas que viven en situaciones de vulnerabilidad específica en las guerras internas, ocupaciones, pandemias, feminicidio, prostitución y otras formas de violencia extrema, y en general a la mitad de la humanidad que habita en países pobres en donde el desarrollo no ha beneficiado equitativamente a varones y a mujeres.

<sup>128</sup> GARCÍA Torres, Lilia, “Mujeres Zapatistas, un listón en el pasamontañas” *Rebeldía*, número 57, México, enero de 2008, págs. 39-48.

<sup>129</sup> Tomado del discurso de bienvenida al *I Encuentro Intercontinental por la Humanidad y contra el Neoliberalismo* leído en julio de 1996 por la Mayor Insurgente Ana María en el Aguascalientes 2, Oventic, Chiapas, México.

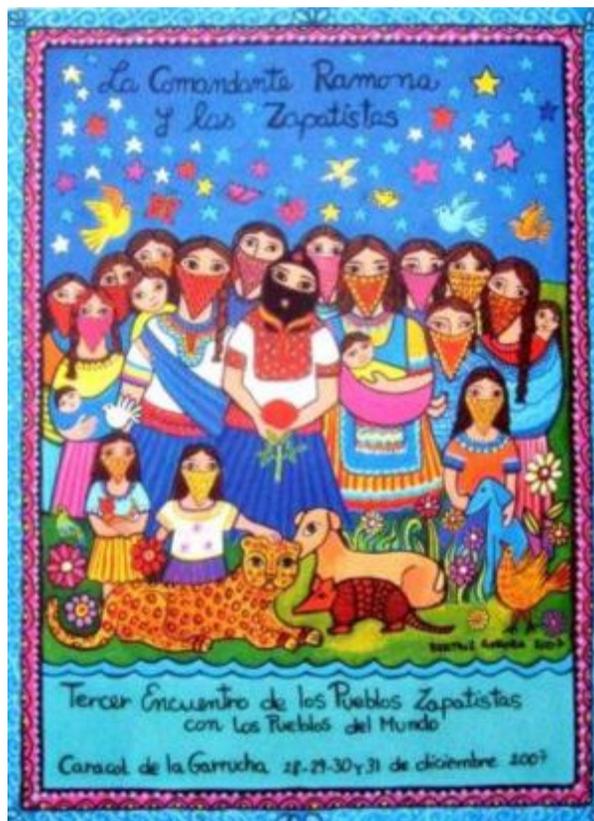


Fig. 110. Cartel, *Tercer encuentro de los pueblos Zapatistas con los pueblos del mundo*, México, 2007.

Los listones en la capucha son además una especie de renuncia a la *desindianización*,<sup>130</sup> donde se pretende transmutar factores como la vestimenta, la cultura y las características físicas propias de las comunidades indígenas, de tradicionales e inequívocos elementos de identificación de su pertenencia a un grupo devaluado como inferior y atrasado, a elementos con un nuevo significado que les permita acceder a mejores condiciones de vida, sin supeditarse al concepto generalizado de desarrollo occidental. De ahí que muchos de los carteles y murales zapatistas vindiquen la vestimenta indígena como

<sup>130</sup> BARRIG, Maruja. "El mundo al revés: imágenes de la Mujer Indígena", Buenos Aires, CLACSO. *Red de bibliotecas virtuales de Ciencias Sociales de América Latina y el Caribe*, 2001.

un factor de inexorable importancia, lo que de acuerdo con Chandra Mohanty<sup>131</sup> conduce a reconocer y reafirmar las diferencias como aporte sustancial en la construcción de nuevos sujetos femeninos dentro de contextos periféricos diversos, marcados por las complejas interrelaciones entre lo étnico, lo racial, lo nacional y el enfoque de género (fig. 110).

Por ejemplo, la vestimenta y la talla pequeña características de las mujeres indígenas Zapatistas, cobró relevancia a partir de que la Comandante Esther (fig. 111) con su huipil blanco y su simbólico pasamontañas dirigiera un mensaje en representación del EZLN al Congreso de la Unión de la Ciudad de México el 28 de marzo de 2001.<sup>132</sup> Este suceso, ha permitido una reestructuración y una relectura de la imagen indígena en los medios gráficos, sobre todo porque antes se solía representar a los indígenas ya sea caricaturizados y como niños, siempre en un afán de conducir a una lectura basada en la idea colonial de que los indios eran menores de edad incapaces de autogobernarse y de autorepresentarse; después de la presencia de la Comandanta en el Congreso, se han realizado carteles y materiales de propaganda en general donde se destaca la talla pequeña y el vestuario de las mujeres Zapatistas, como se puede ver en uno de los carteles de la *Sexta Intergaláctica del EZLN* (fig. 112) donde es posible leer dichos elementos como una forma de defender el derecho a la diferencia y de sostener nuevas formas de enunciación cultural que favorezcan la reconceptualización de la cultura y la resignificación de la otredad. A la vez que se confrontan las estructuras del feminismo occidental, protagonizado principalmente por mujeres blancas de clase media, residentes de países primermundistas, que tendía a concebir a las mujeres como sujetos homogéneos dentro de espacios homogéneos. Lo cual, resulta imposible al hablar de las mujeres de la periferia, por ejemplo, hay que destacar que una de las principales peticiones de las indígenas Zapatistas

---

<sup>131</sup> LAGUNES Morales, Marcela “La construcción del sujeto feminista en el contexto postcolonial. ¿Las teorías feministas elaboradas en contextos completamente distintos pueden explicar la situación de las mujeres en países no occidentales?”, *Web islam*, Noviembre de 2008, [www.webislam.com](http://www.webislam.com).

<sup>132</sup> MUÑOZ Ramírez, Gloria, *20 y 10 el fuego y la palabra*, México, La Jornada Ediciones y Revista Rebeldía, 2003, pág. 205.

en la *Ley Revolucionaria de Mujeres* fue: *No queremos que nos obliguen a casarnos con el que no queremos.*<sup>133</sup> Lo que nos permite darnos cuenta que a finales del siglo XX, la brecha diferencial que existía entre mujeres europeas y mujeres indígenas era enorme, por lo cual de ninguna manera la representación gráfica de las indígenas podía ajustarse a los preceptos gráficos del feminismo primermundista.



Fig. 111. Fotografía del discurso de la Comandante Esther en el Congreso de Unión, México, 2001.



Fig. 112. Ilustración de Josué Vázquez, *La sexta intergaláctica EZLN*, México, 2005.

<sup>133</sup> ESPELAND, Siri, “Mujeres y derechos indígenas: La Propuesta del Congreso Nacional Indígena”, compilado en *Mujeres y nacionalismos en América Latina. De la independencia a la nación del nuevo milenio*, coordinado por Natividad Gutiérrez Chong, México, UNAM, 2004, pág. 168-169.

La nueva estructuración de la imagen de las mujeres indígenas va de la mano con los conceptos teóricos de Andrea Biswas<sup>134</sup> acerca de la *Tercera Ola Feminista*, la cual acusa el fundamentalismo y reivindica la heterogeneidad, pero sin sacrificar las semejanzas individuales. Es decir, dicha estructuración se da en el seno de la pérdida de parámetros occidentales universalizantes y frente al surgimiento de la *cultura de la diferencia*,<sup>135</sup> donde aparecen con fuerza las identidades minoritarias como propuestas alternativas no-consensuadas.

A diferencia de las representaciones indígenas exotizadas de González Camarena y de los muralistas; y de los estereotipos de las *Adelitas*, en estas nuevas formas de representación femenina indígena, no se niegan, ni estilizan las características físicas étnicas, ni su indumentaria y sus tradiciones, y se incluye una aceptación de la maternidad y del fuerte vínculo con la naturaleza, especialmente con la tierra como elementos importantes de lo indígena femenino. Además, las mujeres indígenas están teniendo pequeños logros en su autorepresentación gráfica, pues mediante el tejido, las artesanías y eventualmente la fotografía, intervienen en definir la forma en que quieren ser representadas, como se manifiesta en las carpetas bordadas y en las pequeñas figuras femeninas de trapo hechas a mano por ellas mismas (fig. 113) y quizá de forma incipiente en los retratos realizados por mujeres fotógrafas indígenas como Xunká López (fig. 114) y Maruch Sántiz Gómez (fig. 115). Dichas manifestaciones, se consolidan como elementos estructurales de la resistencia indígena frente a las prácticas opresoras, de forma muy similar a como lo hicieron las *arpilleras*<sup>136</sup> (fig. 116) en Chile bajo la dictadura de Pinochet, en las cuales las mujeres chilenas de los setenta y los ochenta, encontraron una forma de

---

<sup>134</sup> Andrea Biswas “La Tercera Ola Feminista: cuando la diversidad, las particularidades y las diferencias son lo que cuenta” *Casa del tiempo*, México, UAM, septiembre 2004, Pág. 67.

<sup>135</sup> SERRANO de Haro, Amparo, *Mujeres en el arte. Espejo y realidad*, Barcelona, Plaza & Janés, 2000, pág.137.

<sup>136</sup> ...combinación de bordado y tejido sobre telas brillantes con detalles y sucesos que representan la vida diaria. Las mujeres crearon las imágenes como reflejo su de vida diaria bajo la dictadura de Pinochet. Usaron el cobre, la lana, y el cuero, y otros materiales que ellas podían encontrar para compartir su vida con otro, incluso llegaron a usar trapos que encontraban en la basura, o a veces utilizaron trozos de tela de sus propias ropas o hasta sus cabellos. MCQUISTON, Liz, *Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond*, Madrid, Cátedra, 1997, págs. 208-210.

expresión en un momento de una gran censura en los medios. Mediante el tejido y el bordado las mujeres chilenas convirtieron las *arpilleras* en una herramienta de resistencia política a través de la que pudieron narrar y manifestar su repudio a los trágicos acontecimientos producto de las políticas represoras de Pinochet; a partir de ahí las *arpilleras* se conocieron como una *voz femenina de América Latina*, fortaleciendo nuevamente lo cotidiano como una forma muy propia de expresión y resistencia de las mujeres, e influenciando a muchos pueblos indígenas latinoamericanos que empezaron a realizar la misma práctica, dando con ello grandes pasos hacia su autorepresentación.



Fig. 113. Objetos artesanales hechos por mujeres indígenas de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, 2000.





Fig. 114. Xunká López, *Sin título*,  
Archivo Fotográfico Indígena, Chiapas, México.



Fig. 115. Maruch Sántiz Gómez,  
*Creencias*, Archivo Fotográfico Indígena,  
Chiapas, México.

Dicha forma de expresión, también permeó inmediatamente a los diferentes medios gráficos, por ejemplo, en la propaganda social, Jane Ray retoma la idea de bordar mensajes gráficos en tela y lo simula en su cartel *Chile Solidarity* (fig. 117), donde una mujer de rasgos indígenas porta un vestido donde se inscriben una serie de sucesos de la vida cotidiana de las mujeres.



Fig. 116. Arpillera, Chile, década de los ochenta.



Fig. 117. Cartel de Jane Ray *Chile Solidarity*, Londres, 1985.

Por otra parte, volviendo a la representación gráfica de las mujeres Zapatistas, la influencia de las arpilleras se puede notar en la obra pictórica de la artista estadounidense Erin Currier, quien ha desarrollado una serie de pinturas sobre mujeres marginadas, revolucionarias, heroínas y en general ha tratado de representar a las mujeres que viven bajo cualquier forma de opresión, en sus series *La otra América*, y *La otra Miss América*, Currier, hace una denuncia acerca de lo lejano e imposible que parece el sueño de libertad y autonomía para las mujeres y los hombres de los pueblos indígenas de América, e intenta con su trabajo darle un rostro a estas personas. Sus pinturas *Mujeres Mayas* (fig. 118) y *Mujer Zapatista* (fig. 119), si bien, a primera vista parecieran recurrir al estereotipo indígena mitificado, debido a que las mujeres de sus pinturas parecen estar ataviadas con un

traje típico o una especie de disfraz, al observar los detalles de la pintura podemos darnos cuenta de que en cada elemento gráfico que Currier utiliza, por ejemplo, al incorporar en la textura de la indumentaria indígena y en el fondo de la imagen, fechas, nombres y datos en general de los movimientos indígenas, hace una narración, se manifiesta y trata de participar en la reversión de los mitos en torno a lo indígena femenino, mediante este metalenguaje, muy similar al de las *arpilleristas* chilenas, intenta desencubrir los rostros de las mujeres indígenas Zapatistas presentándolas como individuos con memoria, con historia y sobre todo como individuos presenciales de la actualidad. Además, en sus obras, Erin Currier redefine el concepto de la “Miss”, al intercambiar el canon de belleza occidental, por elementos como el valor, la valentía y el orgullo de lo autóctono, lo que queda de manifiesto en las mujeres indígenas representadas en sus cuadros, cuyos rostros erguidos miran de frente al espectador.

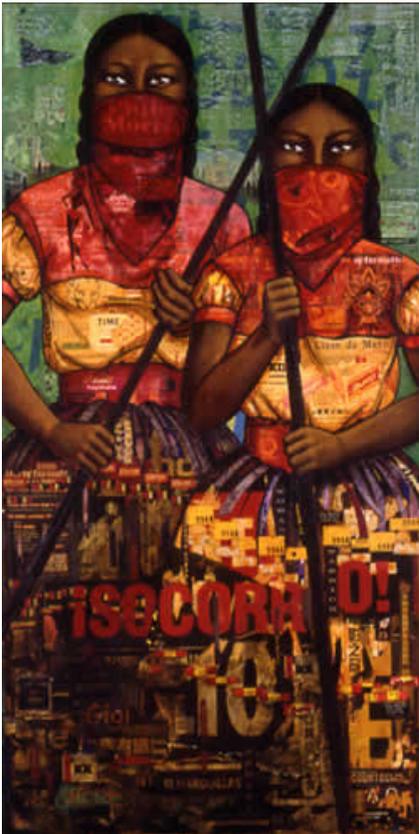


Fig. 118. Erin Currier,,  
*Mujeres Mayas*, Estados  
Unidos, 1998-2000.

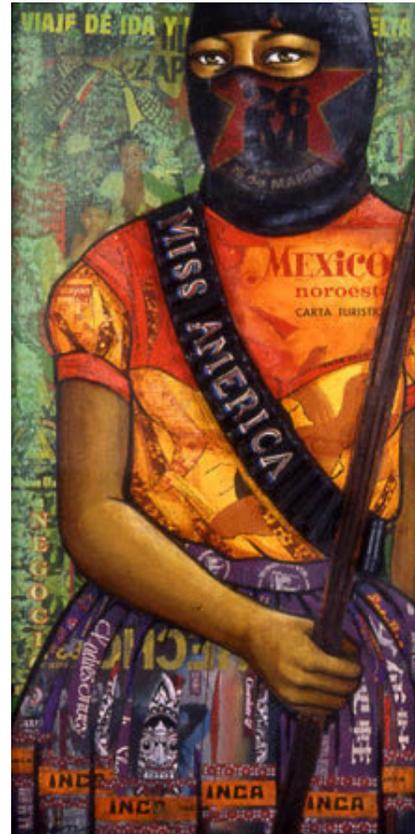


Fig. 119. Erin Currier,  
*Mujer Zapatista*, Estados  
Unidos, 1998-2000.

Como hemos visto, esta nueva construcción de la imagen indígena femenina de la que habla Andrea Biswas ha traído ciertos beneficios a la representación y a la autorepresentación indígena femenina, aunque también implica ciertos peligros, como lo sugiere Arnd Schneider,<sup>137</sup> quien al analizar el calendario *Huellas 2000*<sup>138</sup> (fig. 120) realizado por la fotógrafa de modas argentina Gaby Herbstein, deja claro que muchas representaciones visuales actuales de lo indígena en su idea de “dignificar” la imagen indígena, corren siempre el riesgo de recurrir a estereotipos que reflejen ulteriormente las ideas de género y de estado-nación que perviven en cada región, además de que en ellas subsiste la idea de representar a los hombres y mujeres indígenas en referencia a sujetos “(pre)históricos”, y no a sujetos contemporáneos, por lo cual las recreaciones artificiales realizadas mediante montajes o escenificaciones del mundo indígena tiende a mostrarlos como lo ancestral, y por lo tanto como lo incivilizado y salvaje.



Fig. 120. Fotografía de Gaby Herbstein para el calendario *Huellas 2000*, Argentina, 2000.

<sup>137</sup> en su artículo “Indias a la moda: el caso de “Huellas 2000” de Gaby Herbstein”, compilado en *Mujeres y nacionalismos en América Latina. De la independencia a la nación del nuevo milenio*, coordinado por Natividad Gutiérrez Chong, México, UNAM, 2004, pág. 235-240.

<sup>138</sup> Dicho calendario se caracterizó por el uso de modelos profesionales caracterizadas como indias de 12 diferentes etnias argentinas, y tratar de representar la naturaleza supuesta de sus entornos. IBIDEM.

En esta estilizada representación de las mujeres indígenas, los modelos de las fotografías de Gaby Herbstein mediante una apropiación del cuerpo de las indias intentan representar a unas mujeres indígenas imaginarias, fortaleciendo así la premisa de que las indias continúan siendo las *otras* que están impedidas para representarse a sí mismas. En oposición a estas alegorías de lo indígena, el movimiento zapatista y su repercusión en los medios gráficos ha permitido el surgimiento de algunas representaciones gráficas que intentan develar la verdadera imagen detrás de los mitos indígenas, por ejemplo, el fotógrafo griego Christos Stefanou intenta, mediante su fotografía *Mujeres zapatistas* (fig. 121) representar la identidad de quien realmente está detrás de la diseminada imagen del pasamontañas con trenzas. En la forma en que Stefanou acomodó los elementos dentro de su fotografía, contrastando el rostro de una mujer zapatista pintado en un mural, con la imagen real de un grupo de mujeres indígenas zapatistas, en las que destacan mujeres de edad avanzada y madres de familia, se puede prefigurar una lectura opuesta a lo sucedido con las imágenes de Herbstein, ya que mientras Herbstein trabaja en la construcción míticamente idealizada de la imagen de las mujeres indígenas, Stefanou igual que Currier, trabaja en la desmitificación de los ideales gráficos, vinculando contundentemente la representación gráfica con lo representado.



Fig. 121. Fotografía de Christos Stefanou, *Mujeres Zapatistas*, México, 2000.

Es indudable que el movimiento zapatista ha sido una plataforma que ha permitido importantes avances en la representación y en la autorepresentación de la imagen indígena femenina, aunque también es cierto que a la par de dichos logros han seguido apareciendo imágenes que insisten en apuntalar los estereotipos gráficos de las ficciones indígena y femenina, y que poco ayudan en la construcción de una renovada imagen femenina indígena, ya que en lugar de eso configuran una serie de mensajes confusos y retardatarios, al modelar la imagen de la mujer zapatista bajo parámetros gráficos que no coinciden con la idea que estas tienen de ellas mismas. Las imágenes de dichos mensajes interrumpen y obstaculizan el desarrollo de un proceso que justo está en la etapa de asimilación y apropiamiento, tanto de la parte representada, como de la parte que recibe las imágenes, por ejemplo, la imagen que ilustra uno de los carteles de la *Ley Revolucionaria de Mujeres del EZLN* (fig. 122), que muestra sobre un fondo negro, la figura de espaldas de una muñeca cuyo atuendo corresponde totalmente al de un hombre indígena zapatista y que además carga un fusil, al lado sobre fondo rojo, el título *Ley Revolucionaria de Mujeres*, y a manera de subtítulo con un puntaje mayor y letra *bold* las siglas *EZLN* interrumpidas con la inserción del símbolo feminista o signo de Venus; más abajo se enlistan en pequeñas letras caladas en blanco los diez acuerdos de dicha ley:

- Primero: Las mujeres, sin importar su raza, credo, color o filiación política, tienen derecho a participar en la lucha revolucionaria en el lugar y grado que su voluntad y capacidad determinen.
- Segundo: Las mujeres tienen derecho de trabajar y recibir un salario justo.
- Tercero: Las mujeres tienen derecho a decidir el número de hijos que pueden tener y cuidar.
- Cuarto: Las mujeres tienen derecho a participar en los asuntos de la comunidad y tener cargo si son elegidas libre y democráticamente.
- Quinto: Las mujeres y sus hijos tienen derecho a atención primaria en su salud y alimentación.
- Sexto: Las mujeres tienen derecho a la educación.

- Séptimo: Las mujeres tienen derecho a elegir su pareja y a no ser obligadas por la fuerza a contraer matrimonio.
- Octavo: Ninguna mujer podrá ser golpeada o maltratada físicamente ni por familiares ni por extraños. Los delitos de intento de violación o violación serán castigados severamente.
- Noveno: Las mujeres podrán ocupar cargos de dirección en la organización y tener grados militares en las fuerzas armadas revolucionarias.
- Décimo: Las mujeres tendrán todos los derechos y obligaciones que señalan las leyes y reglamentos revolucionarios.



Fig. 122. Cartel firmado por *Cheko*,  
*Ley Revolucionaria de Mujeres, EZLN, México, s/f*

Con todo lo anterior, se puede deducir la inexistente congruencia entre la imagen del cartel y el contenido de la *Ley Revolucionaria de Mujeres*,<sup>139</sup> ley que de acuerdo a Margara Millán<sup>140</sup> se redacta en un contexto en el que las indígenas Zapatistas paralelamente a su apoyo y movilización en torno a las demandas generales de la comunidad y de la etnia empiezan a enunciar demandas de género. Además de que dicha ley se consolida como el primer espacio normativo del despertar de una subjetividad específica: la de las mujeres indígenas, en un proceso de rearticulación comunitaria y como muestra de un ejercicio de afirmación de la identidad indígena en cuanto a que reclama mejores condiciones para su reproducción económica, social y cultural, y pone a prueba la capacidad democrática comunitaria al exigir cambiar *el costumbre*<sup>141</sup> según nuevos consensos que tomen en cuenta la voz de las mujeres. Las intenciones de la *Ley Revolucionaria de Mujeres* no se ilustran en dicha imagen, que insiste en construir la imagen femenina, en principio como una muñeca y además como un remedo de lo masculino, replegándola a emular las viejas imágenes de las *Soldaderas* de la Revolución Mexicana (fig. 123) y de las guerrilleras latinoamericanas de los 70 (fig. 124), que probablemente en su momento exigían esos parámetros gráficos de representación, pero que ahora resultan en perjuicio del proceso deconstructivo de la imagen indígena femenina. El uso de los colores rojo y negro, y la inserción del signo de Venus entre las siglas del EZLN, también influyen de manera particular en el mensaje global del cartel, ya que lo vinculan con otros movimientos como el feminismo de los 70 y los movimientos huelguistas obreros, lo que quizá no tendría razón de ser, ya que hacen que el movimiento zapatista y en consecuencia la nueva

<sup>139</sup> Publicada en *El Despertador Mexicano*, Órgano Informativo del EZLN, México, No.1, diciembre 1993.

<sup>140</sup> MILLÁN, Margara, "Las zapatistas de fin de milenio. Hacia políticas de autorepresentación de las mujeres indígenas", *Chiapas*, Núm. 3, México, 1996, pág.19.

<sup>141</sup> *Vocablo utilizado por las indígenas zapatistas para referirse a las costumbres que han funcionado en contra de ellas y su capacidad de autogestión... En el taller "Los derechos de las mujeres en nuestras costumbres y tradiciones", Llevado a cabo en mayo de 1994, mujeres indígenas tzotziles, tzeltales, tojolabales y mames, concluyeron: tenemos que pensar qué se tiene que hacer nuevo en nuestras costumbres. La Ley sólo debiera proteger y promover los usos y costumbres que las comunidades y las organizaciones analicen si son buenas. Las costumbres que tengamos no deben hacer daño a nadie. IBIDEM*

definición de las mujeres y los varones indígenas pierda los rasgos de identidad y autonomía que poco a poco ha ido logrando.

Además, desde la publicación de dicha ley, el feminismo zapatista ha insistido en ayudar a la recuperación de la voz, el nombre y el rostro de las mujeres indígenas, y esta imagen de una muñeca vestida de hombre, cargando un fusil y ocultando el rostro, solo favorece a la construcción de una imagen femenina ambigua, que se aleja diametralmente del ejercicio de afirmación de la identidad femenina que promueve la *Ley Revolucionaria*. En esta construcción de la otredad, de acuerdo con Toby Clark,<sup>142</sup> el autor toma a las mujeres zapatistas para hacerlas objeto de una representación que sirve nuevamente para marginarlas como las “otras” respecto a una normalidad implícita.



Fig. 123. Archivo Casasola, *Soldadera*, México, 1911-1914.



Fig. 124. Emblema de la Asociación de Mujeres de Nicaragua *Luisa Amanda Espinoza*, AMNLAE, Nicaragua, 1977.

<sup>142</sup> CLARK, Toby, *Arte y propaganda en el siglo XX*, Madrid, Akal /Arte en contexto, 2000, pág. 158.

Lo que se puede concluir es que si se quiere contribuir a derrumbar los mitos femeninos e indígenas en la imaginaria de la propaganda social, habría que considerar fundamental una nueva culturización en la producción y la recepción de las imágenes, y sobre todo tomar en cuenta que si se quiere repudiar el sexismo y el racismo, es preciso aceptar las diferencias no sólo en términos legales o formales sino también en el reconocimiento más profundo de que únicamente la multiplicidad, la complejidad y la diversidad pueden ayudarnos a enfrentar los retos que la deconstrucción de la imagen indígena femenina implica. Por ejemplo, es preciso comprender que todas las mujeres no caben en un mismo estereotipo y por lo tanto la configuración de un proceso de autorepresentación gráfica debe de ser muy concreto para cada grupo de mujeres, lo cual dependerá directamente, como lo dice Alejandra Ciriza, *de la reivindicación de las especificidades locales de todo tipo (étnicas, culturales, religiosas)*.<sup>143</sup> Siendo así, la figura femenina del cartel de la *Ley revolucionaria*, no corresponde con las especificidades de las que habla Ciriza, porque en el inicio del siglo XXI, que la mujer se vista de hombre no tiene las mismas implicaciones políticas y culturales que en el feminismo de los 60, y más bien va en contra de la vindicación de la identidad indígena y de la identidad femenina; además, no es lo mismo cubrir parte del rostro con un pasamontañas, que aparecer de espalda para ocultar el rostro en su totalidad; es decir, si las mujeres zapatistas han emprendido una lucha de apropiación de su imagen, donde dejan claras sus intenciones y sus preceptos de rescatar su identidad femenina vinculada con la maternidad, con la tierra, como militantes del movimiento zapatista (aunque no necesariamente como soldadas), partícipes en la toma de decisiones de sus comunidades y conservando y desechando ciertas costumbres y tradiciones bajo consenso colectivo, la imagen de la mujer Zapatista de espalda y vestida de hombre, contrarresta los logros del pasamontañas con trenzas, al insistir en representar a las mujeres

---

<sup>143</sup> CIRIZA, Alejandra, “Herencias y encrucijadas feministas: las relaciones entre teoría(s) y política(s) bajo el capitalismo global”, *Filosofía política contemporánea. Controversias sobre civilización, imperio y ciudadanía*, publicación electrónica, CLACSO, Buenos Aires, 2003, Red de bibliotecas virtuales de Ciencias Sociales de América Latina y el Caribe. <http://www.clacso.org.ar/biblioteca>.

indígenas bajo parámetros que poco tienen que ver con la subjetividad que ellas han pronunciado. Si bien, es cierto que el feminismo que se predica en el Zapatismo, ha ponderado que *la emancipación de las mujeres no es en contra de los hombres, sino en conjunto con los hombres*,<sup>144</sup> las Zapatistas nunca han hablado de dejar de lado la lucha por el reconocimiento a sus derechos, ni de sacrificar su identidad femenina; sobre todo porque están ciertas de que su movimiento de liberación está inmerso y supeditado al Zapatismo, por lo cual es preciso el uso de todos los medios para aclarar e identificar cuáles son las demandas de cada uno, es aquí donde radica la importancia de la adecuada construcción de la imagen femenina que se va a difundir en los medios de propaganda; de lo contrario, se corre el riesgo como ha pasado muchas otras veces, de que la lucha de las mujeres quede totalmente opacada y neutralizada por el movimiento al que se subsume.

Por ejemplo, si comparamos el caso de la representación gráfica de las Zapatistas con la imagen de las mujeres Palestinas en el trabajo realizado por el artista y diseñador de origen suizo Marc Rudin<sup>145</sup>, quien a través de una serie de carteles para el *Frente Popular de Liberación Palestina* y para la *Unión General de Mujeres Palestinas*, ha representado a las mujeres palestinas desde su condición militante dentro del Movimiento de Liberación Palestina, pero sobre todo desde su condición de hombre europeo que tuvo que aprender y desarrollar un lenguaje gráfico afín con la cultura árabe, que a la vez que pudiera ser claramente entendido en Palestina, también se comprendiera en diferentes partes del mundo. El punto de entrecruzamiento entre el trabajo que Rudin ha hecho con la imagen de las mujeres Palestinas, y la imagen femenina representada en el cartel de la *Ley Revolucionaria de Mujeres del EZLN*, se da sobre todo cuando Rudin trabajaba para el Frente Popular, ya que las mujeres y las niñas de sus carteles siempre aparecen de espalda

<sup>144</sup> BLACKWELL, Maylei, "(Re)ordenando el discurso de la nación: mujeres indígenas en México", compilado en *Mujeres y nacionalismos en América Latina. De la independencia a la nación del nuevo milenio*, coordinado por Natividad Gutiérrez Chong, México, UNAM, 2004, pág. 205.

<sup>145</sup> Después de ser exiliado de Dinamarca, Marc Rudin vivió y trabajó como diseñador gráfico para el *Frente Popular de Liberación Palestina*, bajo el nombre de Jihad Mansour durante 11 años en los refugios palestinos Líbano y Siria. Ver *Extracts from a correspondence with Marc Rudin on his cooperation with Palestinian Liberation Organizations from 1979 through 1991*. [www.nadir.org/nadir/initiativ/rev\\_linke/sanat/jihad/jihad1.html](http://www.nadir.org/nadir/initiativ/rev_linke/sanat/jihad/jihad1.html)

sin mostrar el rostro, como se puede ver en el cartel del *Segundo Congreso Camino a Palestina* (fig. 125) y en el conmemorativo del *Día de la Infancia* (fig. 126).



Fig. 125. Cartel de Marc Rudin, *Segundo Congreso Camino a Palestina*. Damasco. 1990.

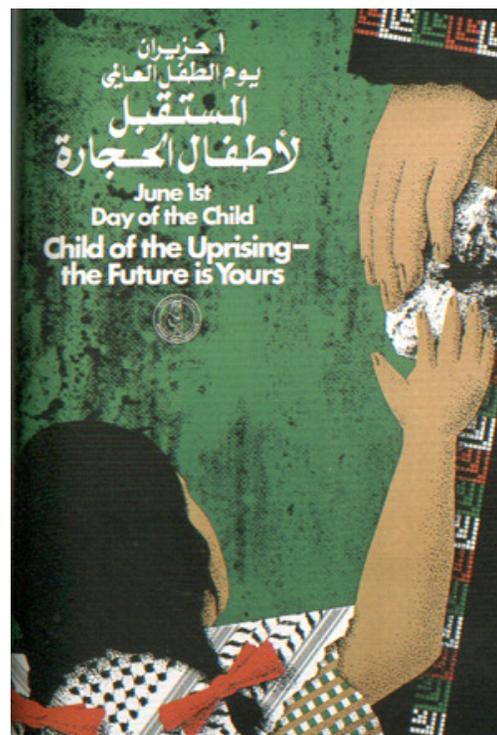


Fig. 126. Cartel de Marc Rudin, *Día de la infancia, el futuro es suyo*, Damasco, 1990.

En ambos carteles las figuras femeninas dan la espalda al espectador, y en los textos se hace alusión a la construcción de un mejor futuro, lo que podría justificar de alguna manera el hecho de que estén de espaldas, sugiriendo que las mujeres caminan hacia ese futuro; pero lo que también es cierto es que las mujeres Palestinas cargan con el fuerte peso de la tradición musulmana, que en muchos casos las obliga a ocultar el rostro y el cuerpo, y que además tienen nula oportunidad de participar en el diseño de los materiales de propaganda y en general en cualquier manifestación gráfica. Es decir, Marc Rudin fue muy eficiente en su trabajo gráfico, en cuanto a que logra representar la participación de las mujeres en el movimiento de liberación, otorgándoles un lugar importante en la lucha contra el sionismo

pero sin conflictuarse con las autoridades palestinas que sin duda alguna son masculinas. Las mujeres de estos carteles se apegan a su tradición ocultando su rostro, mostrándose en actitudes propias de su naturaleza femenina y portando la vestimenta característica de la mujer palestina, en ambos casos el mensaje se resalta con la metáfora hecha con la presencia de las piedras en lugar del pan en la canasta, y entre las manos de la pequeña hija y su madre. Asimismo es importante mencionar que Rudin también hizo un cartel para la *Unión General de Mujeres Palestinas* (fig. 127), y que en dicho cartel, a pesar de haberse realizado 10 años antes que los del Frente de liberación, la mujer si muestra el rostro, lo que permite deducir, que el proceso que vive la imagen de las mujeres Palestinas es igual de ambivalente que el de las Zapatistas, y que ocultar o mostrar el rostro se convierte en una táctica de resistencia a la que se recurre de acuerdo a los intereses y a las especificidades locales anteriormente mencionadas, o al contrario, se utiliza como un recurso estratégico que sostiene y mantiene estable el orden simbólico conveniente a los intereses dominantes.

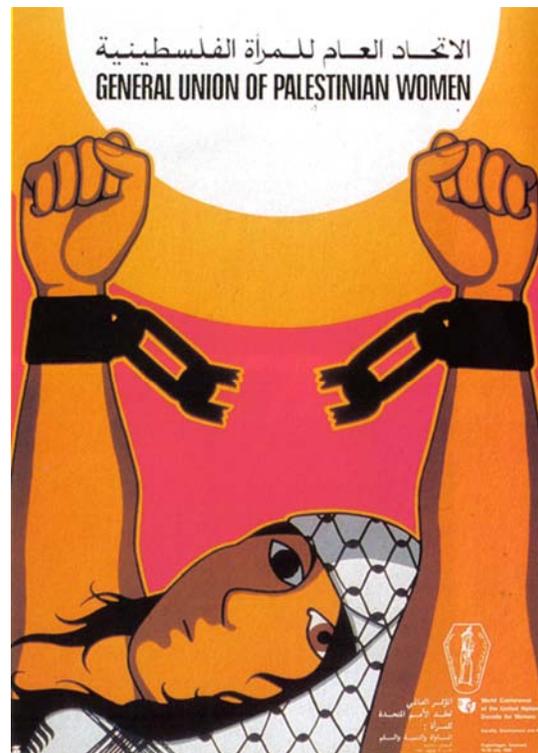


Fig. 127. Cartel de Marc Rudin, *Unión General de Mujeres Palestinas*, Damasco, 1980.

En tal caso, también es importante cómo se muestre o cómo se oculte el rostro, por ejemplo, la artista iraní Shirin Neshat en su obra fotográfica *Enmudecer* (fig. 128) alude a sus especificidades locales y elabora un discurso gráfico en torno a ellas: un rostro, enmarcado por un velo negro y una pistola, se convierte en un lienzo donde ella hace inscripciones en persa, de esa manera, el rostro queda totalmente cubierto en la forma que lo haría el velo islámico, *porque de lo contrario la imagen le parecía desnuda*<sup>146</sup>. Los textos son indescifrables para el público occidental, que es donde se exhibe la obra, por lo tanto pasan solamente como elementos representativos de Medio Oriente; en cambio en Irán, los textos si podrían leerse, pero la foto no puede ser expuesta allá. Es decir, su obra contiene un mensaje ambivalente, por un lado es una serie de cuestionamientos a la cultura islámica, y por otro, un acto de desobediencia a la cultura occidental.

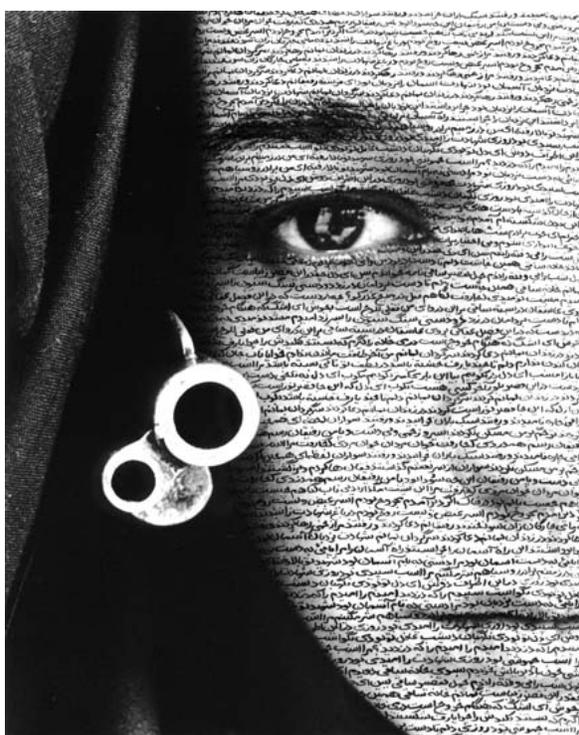


Fig. 128. Shirin Neshat, *Enmudecer*, Nueva York, 1996.

<sup>146</sup> GROSENICK, Uta, *Mujeres artistas de los siglos XX y XXI*, Barcelona, Taschen, 2002, pág. 378.

En conclusión, las mujeres de la periferia, con su participación en diferentes ámbitos de desarrollo, han revolucionado la manera de cómo convertirse en feministas y activistas de su propia causa; en consecuencia, la aparición de diversas imágenes que las representan, está aportando importantes elementos para la concepción y la lectura de las manifestaciones gráficas, los cuales permiten una nueva estructuración conceptual y gráfica de la imagen de las mujeres, elementos que quizá antes se habían dado por incluidos y ahora resaltan como indispensables para poder configurar las diversas identidades femeninas que como consecuencia de las estructuras sociales, culturales y económicas, se siguen multiplicando. Lo que hace preciso y demandante para las nuevas formas del feminismo, que en el tiempo y el espacio en el que actualmente estamos viviendo, las imágenes, se construyan bajo parámetros definitivamente incluyentes y sin dogmas fundamentalistas de ningún tipo; es decir, la *tercera ola feminista* de la que habla Biswas, debe de dejar su impronta, en las formas gráficas, de tal manera que quienes reclaman por el reconocimiento de las ofensas ligadas a sus identidades diversas, o a su carácter de excluidas, encuentren herramientas adecuadas para su propia emancipación. En este sentido es importante precisar la relevancia de las imágenes producto de la propaganda social, ya que son ellas junto con las publicitarias, las que mayor alcance tienen en el público masivo, además, la influencia de las corrientes artísticas se filtra inmediatamente en ellas, corrientes que a su vez ya vienen influenciadas por teorías y pensamientos filosóficos y psicológicos. Definir y diseñar la forma gráfica en que se va representar a las mujeres, no debe ser tarea que se resuelva siempre tomando las precedentes imágenes de movimientos añejos, porque dichas imágenes ya no corresponden ni con los tiempos ni con los espacios actuales, y ya traen sus propias implicaciones de significado, al hacer uso irracional de dichas imágenes, por un lado se está limitando el alcance y el impacto de la imagen a un público que conoce los antecedentes de dicha imagen; y por otro lado estos mismos antecedentes influirán directamente en el mensaje que se esté tratando de configurar, corriendo el riesgo de que éste se tergiverse o quede opacado por la connotación original. El apropiacionismo sigue

siendo una herramienta interesante siempre y cuando vaya acompañado con una dosis alta de propuesta original, progresista y adecuada a las especificidades locales, es decir de acuerdo a Stephanie Gilmore *ver hacia atrás y pensar hacia adelante (looking back, thinking ahead)*.<sup>147</sup>

Por otra parte, la consideración de las divergencias femeninas en la construcción de la imagen gráfica de las mujeres, no debe significar un rompimiento con el tan anhelado pacto entre mujeres del que habla Marcela Lagarde,<sup>148</sup> ya que el respeto a la diversidad, no aniquilará la unidad, el conjunto de ideales y metas y el sentido de la historia que las mujeres puedan tener en común, sino al contrario en la medida en que todos los sectores femeninos se vean representados adecuadamente, puedan participar en dicha representación y esto contribuya de alguna manera a ver cumplidas sus demandas, el proyecto femenino general se fortalecerá. Se trata de acuerdo a Lagarde de una discrepancia con respeto entre mujeres de todo el mundo.<sup>149</sup>

---

<sup>147</sup> GILMORE, Stephanie, "Looking Back, Thinking Ahead: Third Wave Feminism in the United States" *Journal of Women's History*, Num. 4, Indiana University Press, 2001, págs. 215-221.

<sup>148</sup> LAGARDE, Marcela, "Llamamiento para crear pactos entre mujeres y universalizar los derechos humanos de la población femenina", *AmecoPress, información para la igualdad.*, conferencia en Madrid, España, abril de 2008.

<sup>149</sup> IBIDEM.



## **Conclusiones**

En primera instancia, es necesario apuntar que los procesos de desapego con ciertos referentes gráficos, no se dan de la noche a la mañana, si no que se atraviesa por una serie de fases donde los procesos de creación de imágenes se acompañan con diferentes estrategias en otras disciplinas, dentro de las cuales las referentes a la educación y la cultura son fundamentales. En el capítulo *La mujer nueva. Ruptura con las viejas formas de representación*, se puede observar que la interrupción de dichos procesos de desapego puede causar un hondo perjuicio, que conduzca no sólo a la distorsión del objetivo sino a orientar un proyecto por caminos totalmente opuestos a los originalmente concebidos. Eso fue lo que sucedió con las imágenes femeninas creadas en el seno del Constructivismo Ruso, que sin duda son una piedra angular en el proceso de representación gráfica femenina, ya que simbolizan la ruptura con lo decimonónico: tradicional, patriarcal y opresor. Se puede decir que el planteamiento gráfico del Constructivismo Soviético con respecto a las imágenes de propaganda, partía de premisas legítimas donde la emancipación de las mujeres si estaba contemplada, lo que pasó es que el sacrificio de la subjetividad del cual era partidario el socialismo, hizo que la lucha de las mujeres fuese absorbida por la lucha de emancipación de la clase obrera, y fue en ese momento que el proyecto de las mujeres quedó a la deriva, dejando como impronta una serie de imágenes que permitieron a los subsecuentes grupos de poder tener un piso bien estructurado de donde partir para llevar a cabo sus perversos planes de manipulación de la mente de las masas. Tanto el Realismo Socialista del gobierno estalinista, como las guerras mediáticas llevadas a cabo entre los países participantes en la Primera y Segunda Guerra Mundial, principalmente Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, España y La Unión Soviética, fueron los que más provecho sacaron de las nuevas representaciones gráficas femeninas, ya que adaptaron algunas de las más importantes premisas gráficas del constructivismo a sus estrategias propagandísticas; es decir, generaron mensajes donde se deformó la intención original de dichas

representaciones gráficas, la cual tenía que ver directamente con la idea de empoderamiento femenino manejada en los inicios del Constructivismo Ruso. Lo anterior condujo a una involución en la imagen femenina, ya que ésta no sólo se estancó, sino que se distorsionó y formó parte de gigantescas estructuras propagandísticas que manipularon la mente y la conducta de mujeres y varones.

Todo esto quiere decir, que si bien muchas de las imágenes femeninas realizadas en el inicio del siglo XX representaban de alguna manera un rompimiento con las antiguas formas de representación, esto no quiere decir que la manera de ver a las mujeres había necesariamente cambiado, sino que se implementaron otras estrategias gráficas para continuar con el mismo sistema de opresión femenina, quizá ahora de una forma más velada que en las épocas anteriores y quizá por eso resultó más efectiva, ya que se hacía creer a las mujeres que se les estaba apoyando en sus proyectos de emancipación, pero en realidad su imagen estaba siendo usada nuevamente como un constructo social que apoyaba intereses muy distintos a los de las mujeres. Haciendo un comparativo con algunas imágenes creadas por mujeres artistas de la época, podemos notar que las imágenes femeninas de propaganda social seguían siendo un constructo de la fantasía masculina, ya que artistas como Hana Hoch, Kate Kollwitz y Claude Cahun cuyo trabajo artístico se caracterizó por tener una fuerte carga político-social, trabajaban con representaciones femeninas diametralmente opuestas a dichas imágenes. Por lo tanto se puede decir que estas imágenes de propaganda, no cubrían en absoluto las expectativas de la *mujer nueva*, ya que conservaban el pensamiento patriarcal de que había que representar a las mujeres, bajo la premisa de que ellas eran incapaces de definir que querían hacer con su imagen gráfica, y mientras tanto dicha imagen era utilizada para preservar un sistema político en el poder, en el caso del Realismo Socialista en la Unión Soviética, y para sostener sangrientas conflagraciones bélicas que habían sido maquinadas principalmente por varones de Estados Unidos y Europa, en el caso de las dos guerras mundiales.

Así, de la poderosa mujer *estajanovista* o heroína del trabajo, pasando por los *Hércules femeninos* que sustituyen a los varones en las fábricas, por la madre amorosa que manda a los hijos y esposo a la guerra, hasta la mujer fatal que incita a los varones a unirse al ejército, todas estas imágenes han sido alegorías femeninas producto de la imaginaria masculina, por lo tanto han servido principalmente a objetivos muy precisos determinados por el grupo en el poder. Se puede decir que de toda esta gráfica femenina, la mujer pudo sacar sólo algo de provecho para sus propios intereses, si acaso habría que destacar la posibilidad de ruptura con la idea de representar a las mujeres bajo el radical binomio de santa o prostituta, y ampliar de alguna forma ese sesgado punto de vista que había imperado en el siglo XIX. Así mismo, es importante destacar la contundencia y claridad con que las primeras imágenes femeninas constructivistas colaboraron en dicha ruptura, ya que el entusiasmo, empoderamiento y fuerza que demostraban, eran congruentes con las premisas de libertad, trabajo y autonomía que las feministas soviéticas estaban demandando en 1917. Es esa claridad y esa contundencia lo que ha hecho que imágenes y planteamientos gráficos de la época sigan utilizándose con gran éxito en la postulación de nuevas demandas femeninas (fig. 129).



Fig. 129. Poster para convocar a mitin de lesbianas en Nueva York, retomando el poster de Alexander Rodchenko, Nueva York, principios de 1990.

En general el más importante logro de este periodo para las mujeres, es la creación de una serie de imágenes femeninas, que subsecuentes décadas después han sido rescatadas en una interesante labor de resignificación, es decir, sobre estructuras gráficas preestablecidas y aprovechando la contundencia discursiva del original, las mujeres le han superpuesto sus propios y nuevos discursos (fig. 130).

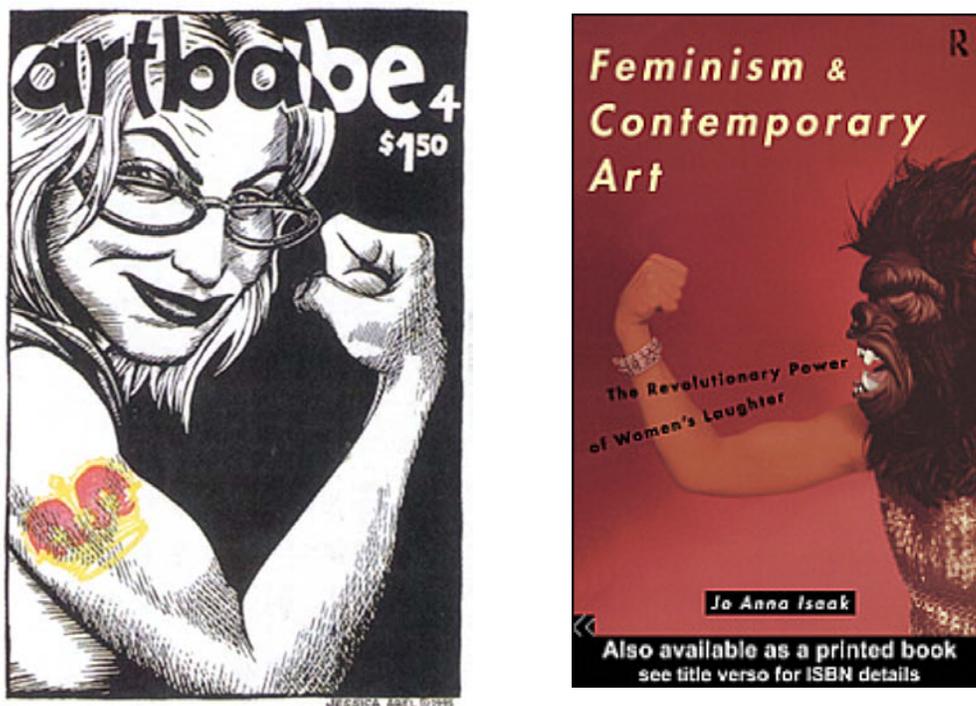


Fig. 130. Imágenes basadas en la emblemática y belicosa imagen de Rosie la Ribeteadora. A la derecha portada de libro *Feminism and contemporary art*, Nueva York, 1996. A la izquierda portada del fanzine *Artbabe*, Costa Oeste de Estados Unidos, 1993-1995.

Por otra parte en el capítulo *La mujer salvaje. Afirmación de las mujeres como creadoras de imágenes de propaganda social*, en la Inglaterra de principios del siglo XX, incluso antes que Hoch, Kollwitz y Cahun, las integrantes del movimiento femenino en pro del voto de las mujeres conocido como las *Suffragettes* ya habían empezado a mostrar intentos importantes en el reclamo de la imagen femenina, estas mujeres que se atrevieron a hacer demandas sociales y a confrontarse con el sistema gubernamental, entendieron que la

redefinición en la representación gráfica de las mujeres en los medios masivos de propaganda, era imprescindible si se quería cambiar la forma en que éstas eran percibidas tanto por la sociedad como por ellas mismas. Esa redefinición era fundamental para incidir en la construcción de condiciones de vida más igualitarias entre mujeres y varones, para lo cual, el primer paso era la obtención del sufragio femenino en toda su plenitud. En esta batalla para la obtención del voto femenino, las *Suffragettes* desarrollaron una serie de estrategias gráficas que caracterizaron el trabajo autoral de las mujeres. En principio, es importante destacar que la representación gráfica femenina que las *Suffragettes* desarrollaron se deslinda de la idea de mujer masculinizada, pero también de la imagen de la mujer maternal, es decir, el trabajo gráfico de las sufragistas inglesas nos muestra la contradicción que existía entre la forma que tenía el sistema patriarcal de representar a las mujeres y la forma de autorepresentarse que tenían ellas. Mediante elementos gráficos heredados del *Art Nouveau*, conceptos discursivos con una gran influencia del *Movimiento Laborista Inglés* y recurrencias frecuentes a la mitología femenina, las *Suffragettes* daban cuenta que ellas no querían eliminar las tradicionales formas de representación femenina, sino que lo que querían eliminar eran los discursos opresores, para lo cual desarrollaron una estrategia en la que la idea era modernizar las tradicionales imágenes femeninas para adaptarlas al discurso de la nueva mujer militante. En este proceso, conservaron elementos de la feminidad y se apoyaron incluso en la moda, sacrificaron los referentes maternos y construyeron un discurso donde la protagonista era una mujer femenina pero no maternal, fuerte pero no masculinizada, moderna pero no frívola. Además, mediante el uso de artículos femeninos de uso cotidiano en la construcción de mensajes políticos (fig. 131), cimentaron las bases para el desarrollo de una importante estrategia gráfica feminista: *las mitologías domésticas*, las cuales se consolidarían como un fundamental recurso en las proclamas de las subsecuentes prácticas feministas principalmente en Estados Unidos e Inglaterra (fig. 132).



Fig. 131. Juego de té chino con el logotipo de las *Suffragettes*, diseñado por Sylvia Pankhurst, Londres, 1909.

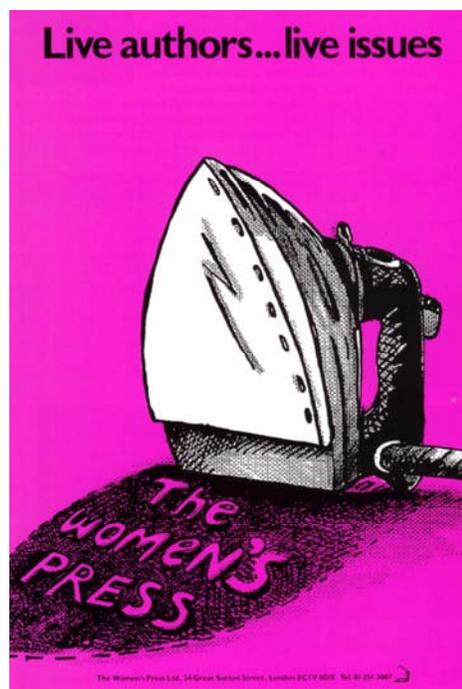


Fig. 132. Poster de Suzanne Perkins para promocionar *La prensa de las mujeres*, Londres, 1980.

Las imágenes de propaganda que las *Suffragettes* realizaron son una muestra importante de trabajo autoral femenino, de autorepresentación gráfica y de cómo las mujeres definen referentes gráficos muy específicos para dicha autorepresentación, en los que queda de manifiesto con qué estereotipos querían ser vinculadas y con cuales definitivamente no. En base al análisis de dichos referentes, es muy claro deducir que las sufragistas inglesas querían dejar de ser objetos del deseo y la fantasía masculina, para empezar a percibirse y ser percibidas como sujetos activos con derechos y atribuciones (fig. 133).

Ya entre los años 1960 y 1970, con el revuelo de una afluencia importante de movimientos sociales, las feministas de estados Unidos e Inglaterra, retomaron varias de las premisas discursivas de las sufragistas inglesas de principios del siglo XX, premisas que se

vieron vertidas y adaptadas como parte integral del trabajo gráfico llevado a cabo por artistas y diseñadoras gráficas del *Edificio de las Mujeres*, instancia establecida en Los Ángeles California, donde se desarrollaron una serie de proyectos feministas donde el diseño gráfico y el arte hecho por mujeres se complementaron e influenciaron desde la misma trinchera para conformar una propuesta gráfico-discursiva de resistencia frente a los gobiernos patriarcales.



Fig. 133. Poster sufragista, Londres, 1916.

Además del fortalecimiento del vínculo entre arte y diseño gráfico, las colaboradoras del *Edificio de las Mujeres* al igual que las *Suffragettes* fueron contundentes al definir ciertos parámetros característicos de la imaginería femenina, de los cuales la desertización de la figura femenina, es decir, la determinación de una iconología que partiera de representaciones del cuerpo femenino que subvirtieran la imagen de las mujeres como fetiches y objetos pasivos de la mirada masculina; además de la creación de una gran

genealogía femenina; el uso recurrente de las *mitologías domésticas* y sobre todo la práctica apropiacionista como parte del discurso gráfico, fueron el sello de identidad para el movimiento feminista de los 60 y 70 (fig. 134).



Fig. 134. Poster de C. Clement, donde la imagen de la *Mujer Maravilla*, es utilizada para manifestar el desacuerdo de las mujeres acerca de que sean varones los que les realicen la inspección vaginal, USA, 1970.

Las participantes del *Edificio de las Mujeres* hicieron la elección de los símbolos con los cuales se autorepresentaban principalmente en base a una premisa esencialista, en la cual se ponderaba la existencia de una esencia biológica y cultural específica de las mujeres que las diferenciaba de los hombres, y que todas ellas (feministas y no feministas) compartían problemas y reflexiones comunes. Por lo tanto los símbolos con los que estas feministas trabajaron estuvieron siempre encaminados a buscar la expresión de ese ser femenino. La constante en dichos símbolos era apoyar la transmisión de la experiencia personal femenina, y bajo el eslogan “lo personal es político” instituyeron un método de usar la propia experiencia como la forma más válida para exponer demandas políticas. Estas mujeres veían en sí mismas y en el cuerpo femenino su principal fuente de expresión,

con el cual manifestarían su rechazo total a continuar siendo un objeto sexual y reproductivo. La primera generación de estas feministas fue realmente radical en sus planteamientos discursivos con respecto al uso del cuerpo femenino en las nuevas imágenes femeninas, pero esto se justifica debido a que las mujeres de los 60 venían de una larga tradición de represión a su sexualidad, donde no tenían derecho a tomar decisiones con respecto a su cuerpo, ni mucho menos a valorarlo como una fuente de placer para sí mismas, por lo cual esta primera generación comenzó desafiando el ámbito más represivo para las mujeres: el sexual. De ahí, que mediante un nuevo simbolismo gráfico proclamaban los órganos sexuales femeninos como emblemas metafóricos del poder de independencia de la nueva identidad femenina, y de su libertad respecto a la dominación masculina. Mediante estas nuevas imágenes producto del diseño gráfico y del arte, las feministas celebraron el cuerpo femenino y su poder biológico para liberarlo de las exigencias sociales impuestas sobre él a través de varias décadas (fig. 135).

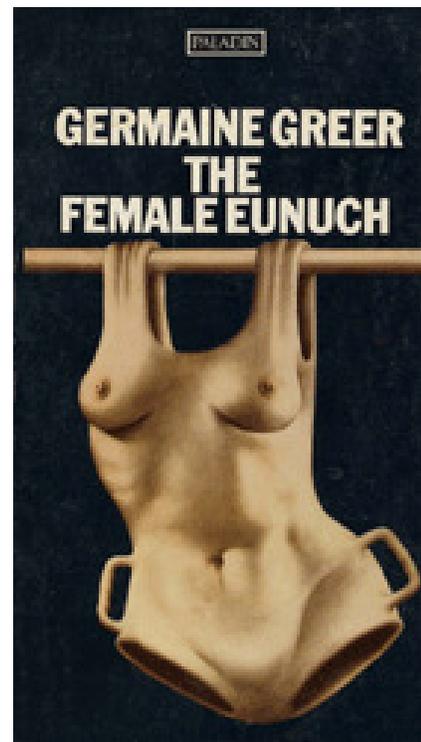


Fig. 135. Portada del libro de Germaine Greer,  
*El eunuco femenino*,  
Gran Bretaña, principios de 1970.

Mediante un nuevo cúmulo de recursos gráficos, como el apropiacionismo y el uso de las *mitologías domésticas* como herramientas fundamentales en la creación de las nuevas imágenes, las feministas de los 60 y 70 fundaron una nueva identidad femenina, que definitivamente no se concentrara en lo individual sino en la construcción de una gran comunidad de mujeres. El diseño gráfico y el arte de este periodo, constituyeron un importante lenguaje que llegó a ser representativo de varias generaciones, aun a pesar de las fuertes y subsecuentes críticas de las que pronto empezó a ser objeto. A ese respecto, lo que se puede apuntar es que sin duda el radicalismo de esta imagería gráfica puede ser cuestionable, pero su eficacia es indudable, sobretodo porque para que realmente se dieran cambios en la estructura anquilosada del sistema político, se debían mover fuertemente sus raíces. Es decir, los cambios en esa estructura que ya se habían empezado a dar con los movimientos sufragistas, estaban pasando por un gran estancamiento y corrían el riesgo de diluirse, ya que las mujeres habían vuelto a ser colocadas en el ámbito de lo privado y confinadas a la imagen de “ama de casa feliz”, por lo tanto había que ser todavía más radical para conseguir que estos cambios realmente empezaran a verse en la situación de vida de las mujeres. En ese sentido es justificable la creación de una gran comunidad de mujeres que hiciese un frente común e intentarían mediante la creación de ciertos símbolos universales agruparse en esa comunidad; quizá lo que habría que cuestionar es que se quisiera continuar con esa estrategia de manera permanente, que a la larga lo que lograría sería la creación de nuevos estereotipos femeninos de los que hasta la fecha las mujeres no han logrado librarse. Y quizá lo más cuestionable, sea que estos simbolismos femeninos se siguieron usando sin una conciencia real de resignificarlos; fue una especie de estancamiento en la creación de nuevos referentes femeninos, donde algunos practicantes del diseño gráfico consideraron que ya todo estaba dicho con respecto a simbolismo femenino, cuando más bien se trataba de enfrentarse a estas imágenes de una manera más crítica y evaluar qué de su contenido podría ser de utilidad para representar las nuevas y diversas formas de ser mujeres.

Para poderse librar de los nuevos estereotipos que se crearon a partir del simbolismo del feminismo de los 60 y 70, se hacía necesaria una nueva revolución de imágenes femeninas que se rebelaran contra cualquier totalitarismo y universalidad, es decir que se confrontaran con las imágenes de la tradición, pero también contra la idea del feminismo donde se había tratado de incluir en un único gran grupo, la diversidad del término mujeres. Esta nueva revolución se plantea en el capítulo *La mujer monstruo. La contemporaneidad y las derivas de las nuevas imágenes femeninas*, aludiendo en principio al trabajo propagandístico del colectivo estadounidense de la década de los ochenta *Guerrilla Girls*, trabajo que sirvió de refrescante catalizador para que nuevas formas de representación femenina empezaran a gestarse. Aunque las *Guerrilla* conservaron el tono irreverente de sus antecesoras en sus representaciones gráficas, la característica principal de su trabajo propagandístico fue la adición de una fuerte carga de humor y sarcasmo, basada en gran medida en la desmitificación de imágenes, conceptos y teorías que dominaban el imaginario social y que las *Guerrilla* ironizaron como parte de una estrategia enfocada principalmente, en denunciar la discriminación de las mujeres en el mundo del arte (fig. 136); aunque también era muy importante para ellas desdramatizar la figura del feminismo de los 70, la cual se había estancado y no gozaba de la mejor reputación entre la sociedad. Por lo tanto, las *Guerrilla Girls* apoyándose en gran medida en el desarrollo de las técnicas de los medios masivos de comunicación y de la publicidad, se afanaron en construirle una nueva cara al feminismo. Mediante pasos elementales lograron darle al feminismo un sentido desde un espectro más amplio en el cual la diferencia sexual se interpretara en clave social; si bien en el inicio las *Guerrilla Girls* se habían enfocado sólo en el mundo del arte, al poco tiempo vincularon las demandas de la diferencia sexual con otros tipos de diferencia, como la clase, la raza y las preferencias sexuales. Es precisamente en esa diversificación de la cara del feminismo donde radica la importante aportación del trabajo propagandístico de las *Guerrilla Girls*, ya que éste se convirtió en un importante indicio para comprender que lo femenino no podía seguir uniformando a toda una gama de identidades personales, dando

pie de esta manera a las nuevas derivas de la imagen femenina. Imagen femenina basada en la multiplicidad donde lo que habría que destacar fueran sus diferencias y sus semejanzas como mujeres que pertenecen a otros contextos, grupos sociales y diversas culturas; de la misma forma que destacar la diferencia entre mujeres y hombres, pero también sus semejanzas. Se trataba en sí de enfatizar la diversidad.

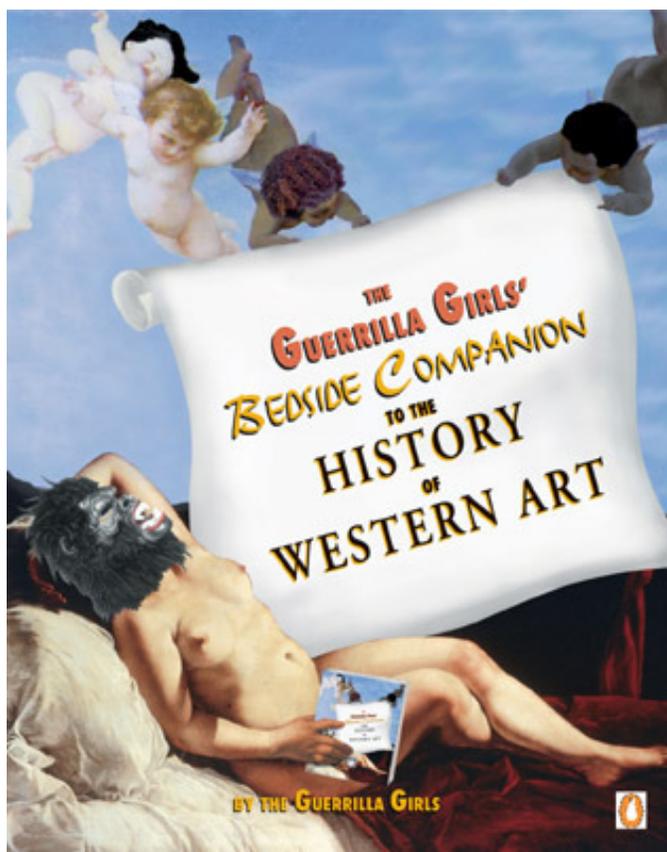


Fig. 136. Portada de libro, *The Guerrilla Girls' bedside companion to the history of western art*, Nueva York, 1998.

Así mismo, a principios de la década de los 90, las mujeres de América Latina, Medio Oriente y algunos países de África, conocidas también como mujeres de la periferia, mediante la expresión de sus especificidades comienzan a crear una iconología donde contrariamente a encontrar la esencia inequívoca del género femenino, se plantea que los

diversos grupos de mujeres no estaban siendo representados por los cánones preestablecidos por el feminismo de los 60 y 70. Al abordar como caso específico de estudio a las mujeres indígenas Zapatistas de México, se puede decir que tan solo por cuestiones de tiempo y espacio, las mujeres de la periferia, han hecho latente su necesidad de desarrollar una forma específica de autorepresentación, donde se han dejado de lado premisas otrora fundamentales de la representación femenina designada en el feminismo setentero. En este sentido, las teorías feministas han empezado a hacer planteamientos que conducen hacia el desarrollo de una nueva forma de feminismo, menos radical y mas incluyente. Bajo esta premisa, las imágenes femeninas de propaganda se han diversificado cada vez y han dado origen a un cúmulo gráfico diverso; en el caso de las mujeres indígenas zapatistas, aunque los resultados no siempre han sido acertados, ha habido avances importantes que han dejado ver algunos elementos que para ellas son fundamentales en la prefiguración de su nueva representación gráfica. Al igual que las *Suffragettes* y las feministas de los 60, las Zapatistas plantean cuestiones muy claras acerca de con qué elementos gráficos quieren ser vinculadas y con cuáles no. Puede extrañar que no exista una gran coincidencia entre los elementos de las mujeres Zapatistas y los otros grupos de mujeres, pero es aquí donde entran en juego las premisas de una nueva ola feminista, en la que en principio no se plantea el concepto de un gran frente común de mujeres en oposición a los varones, sino que se refuerza más la idea de una comunidad en la que se trabaje en conjunto con ellos; además las especificidades étnico-raciales, culturales y de género son importantes, se busca que se enfatizen y se respeten las que sirven a esta nueva identidad femenina y que se desechen las que contribuyan a reafirmar estereotipos característicos de la relación opresor-oprimida. A ese respecto se puede mencionar que las mujeres Zapatistas han expresado que no desean renunciar a algunos aspectos de su cultura como su vestimenta, su lengua, su vínculo con la tierra y la maternidad; pero sí quieren cambiar su imagen de dependencia y servilismo hacia sus esposos y de marginalidad y exotismo con respecto a otros grupos sociales (fig. 137).

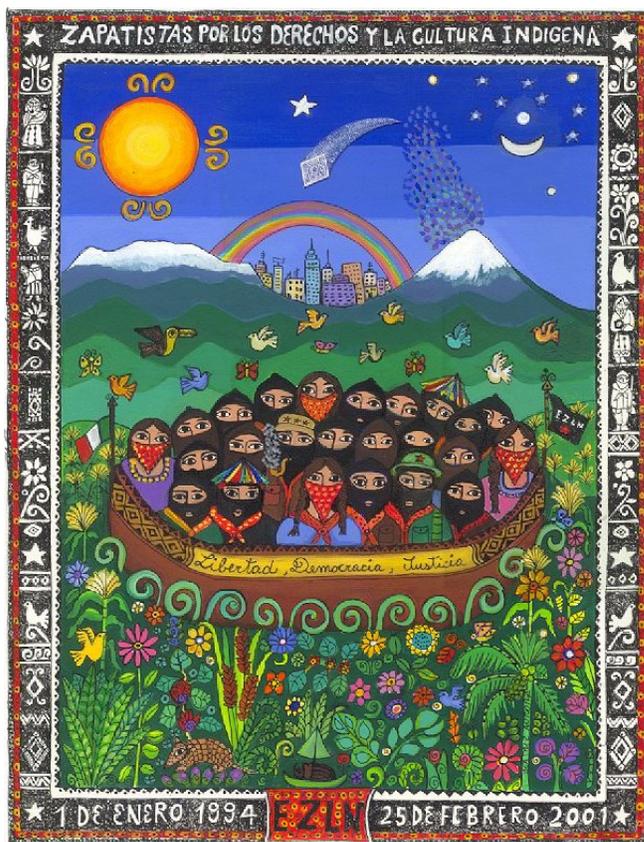


Fig. 137. Tapiz zapatista, *Por los derechos y la cultura indígena*, Chiapas, 2001.

Es precisamente en este punto donde se presenta la principal problemática para la práctica del diseño gráfico actual, ya que se hace preciso que el diseño gráfico que realmente quiera cumplir con el objetivo de comunicar ideas de forma clara y concisa, y que además quiera contribuir a cambiar las imágenes estereotipadas de las mujeres en los medios de propaganda, debe plantearse como una parte fundamental de su proceso conocer y estudiar acerca del grupo de mujeres a quien va a representar, y a partir de ese estudio definir los simbolismos que realmente van a ser congruentes con dicha intención, aunque esta es una premisa básica del oficio del diseño gráfico, parece que muchas veces se olvida y se trabaja más bien de forma muy subjetiva y aludiendo a simbolismos ya existentes, sin cuestionar o sin tener una propuesta de resignificación. Para que el diseño gráfico logre realmente una profesionalización y una distinción clara con respecto a otras prácticas, se

debe tener en cuenta que es un oficio cuya primera responsabilidad es la claridad en el mensaje, con lo que en consecuencia debe de resolver un problema de comunicación existente. En el caso de la representación gráfica de las mujeres en la propaganda del siglo XX, éste ha jugado un papel fundamental para que se formen diferentes perfiles de identidad femenina, muchos de los cuales basados en la tradición patriarcal y machista han sido letales para la situación de las mujeres (feminicidio, muerte por enfermedades reproductivas curables, misoginia, discriminación, desvalorización laboral, poca oportunidad de desarrollo académico, etc.). Aunque por otro lado, también desde el diseño gráfico hecho con un compromiso de género se ha contribuido en la propuesta de derivas más ecuánimes de la imagen femenina, como en el caso de las mujeres zapatistas y de otras mujeres de la periferia, que a través de haber participado a redefinir sus nuevas formas gráficas de representación y autorepresentación, poco a poco están logrando incidir en políticas públicas más equitativas que les procuren mejor calidad de vida y más oportunidades de desarrollo en diferentes ámbitos.

Después de este breve recorrido por algunas de las formas gráficas de representar a las mujeres dentro de la propaganda impresa del siglo XX, lo que se plantea, es que si bien es importante la configuración de nuevas formas de hacer diseño gráfico con un tratamiento más responsable de la imagen de las mujeres, también es fundamental insistir en una nueva forma de recibir las imágenes, es decir, mediante la educación y la cultura tratar de incidir en la manera en que las personas, sean mujeres o varones, se relacionan con las imágenes femeninas, ya que como ya se mencionó, los procesos de desapego con las imágenes estereotipadas, sobre todo si se trata de imágenes que han estado presentes durante varios siglos en nuestro imaginario colectivo, conllevan un largo procedimiento en el que el papel de los medios de comunicación y las instituciones: culturales, educativas, familiares y religiosas, resulta fundamental para lograr una transformación positiva. Es prudente abordar la problemática de la representación gráfica de las mujeres desde los dos ángulos: la producción y la recepción. Sobre todo porque a pesar de que el largo proceso de las mujeres



por deslindarse de los viejos y polarizados estereotipos femeninos de antaño ha rendido varios frutos, favoreciendo el surgimiento de una serie de imágenes femeninas que se colocan como pasos intermedios entre las radicales e inmutables formas de representación decimonónicas encarnadas en el binomio santa-prostituta, también es cierto que dicho proceso no ha logrado anular dichos estereotipos, los cuales, aún en la actualidad siguen apareciendo constantemente tanto en la propaganda, como en la publicidad y en los medios masivos de comunicación, por lo cual se hace urgente que se implementen nuevas políticas de lectura para las representaciones gráficas femeninas, estas nuevas lecturas deben de estar libres de alegorías patriarcales y sexistas, pero también libres de modelos y categorizaciones generales que anulen la diversidad del ente femenino. En ese terreno pretende colocarse esta investigación, como una mínima aportación en la construcción de una vía de resistencia ante el impacto alienante y negativo que ha venido implícito en muchas imágenes femeninas.

## **Fuentes de consulta básicas**

### **Bibliografía**

- BARTRA, Eli, Frida Kahlo: Mujer, ideología y arte. Barcelona, Icaria Editorial, 1994.
- BARTRA, Eli, FERNÁNDEZ, Poncela Anna, LAU, Ana, Feminismo en México, ayer y hoy, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2002.
- BORNAY, Erika, Las hijas de Lilith, Madrid, Cátedra, 1990.
- BEAUVOIR, Simone de, El segundo sexo, Madrid, Cátedra, 2005.
- CALABRESE, Omar, La era neobarroca, Madrid, Cátedra, 1994.
- CLARK, Toby, Arte y propaganda en el siglo XX, Madrid, Akal/Arte en contexto, 2000.
- CAO, Marián L.F. (comp.), Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria, Madrid, Narcea Ediciones, 2000.
- CIRLOT, Juan Eduardo, Diccionario de símbolos, Madrid, Siruela, 2002.
- CORDERO, Reiman Karen y SÁENZ, Ina, (comp.), Crítica feminista en la teoría e historia del arte, México, Universidad Iberoamericana, 2007.
- CORTÉS, José Miguel G., Orden y caos. Un estudio cultural sobre lo monstruoso en las artes visuales. Barcelona, Anagrama, 1997.
- CHADWICK, Whitney, Mujer, arte y sociedad, Barcelona, Ediciones Destino, 1999.
- DEEPWELL, Katy (ed), Nueva crítica feminista de arte. Estrategias críticas, Londres, Manchester University Press, 1995.
- DIJKSTRA, Bram, Ídolos de perversidad, Madrid, Debate, 1994.
- FER, Briony, Realismo, racionalismo y surrealismo, Buenos Aires, 1936, Editorial Akal.
- GUERRILLA GIRLS, Confessions of the Guerrilla Girls, with an essay by Whitney Chadwick, Nueva York, Harper Collins, 1995.
- GUBERN, Román, Medios icónicos de masas, Madrid, Ed. Historia 16, 1997.

- GUTIÉRREZ Chong, Natividad (coord.), Mujeres y nacionalismos en América Latina, México, UNAM, 2004.
- GROSENICK, Uta, Mujeres artistas de los siglos XX y XXI, Barcelona, Taschen, 2002.
- HEDGES, Elaine y WENDT, Ingrid, In her own image. Women working in the arts, Nueva York, The Feminist Press, 1980.
- ISAAK, Jo Anna, Feminism and contemporary art. The revolutionary power of women's laughter, Nueva York, Routledge, 1996.
- KOLONTAY, Alejandra, La mujer nueva y la moral sexual, Buenos Aires, Claridad, 1922.
- KRISTEVA, Julia, Los poderes de la perversión, México, Siglo XXI, 1980.
- LESSING, Erich, Mujeres mitologías, Madrid, Cátedra, 1995.
- LIPPARD, Lucy R., From the center, Estados Unidos, A Dutton Paperback, 1976.
- MARTÍN Prada, Juan L., La apropiación posmoderna. Arte, práctica apropiacionista y teoría de la posmodernidad, Madrid, Ed. Fundamentos, 2001.
- MAYAYO, Patricia, Historias de mujeres. historias del arte, Madrid, Cátedra, 2003.
- MCQUISTON, Liz, Suffragettes to she-devil: women's liberation and beyond, Madrid, Cátedra, 1997.
- MULVEY, Laura, Placer visual y cine narrativo, Valencia, Fundación Instituto Shakespeare, Instituto de Cine y RTV, 1988.
- MUÑOZ Ramírez, Gloria, 20 y 10 el fuego y la palabra, México, La Jornada Ediciones y Revista Rebeldía, 2003.
- NEAD, Linda, El desnudo femenino. Arte, obscenidad y sexualidad, Madrid, Editorial Tecnos, 1998.
- NOCHLIN, Linda, Representing women, Nueva York, Thames and Hudson, 1999.
- PARKER, Rozsika y POLLOCK, Griselda, Old mistresses. Women, art and ideology, Londres, Pandora, 1992.
- POLLOCK, Griselda, Differencing the canon: feminist desire and the writing of art's histories, Nueva York, Routledge, 1999.

- POLLOCK, Griselda, Vision and difference: feminity, feminism and history of art, Nueva York, Routledge, 1988.
- PRATER, Andreas, Venus ante el espejo, Madrid, Centro de Estudios Europa Hispánica, 2007.
- RECKITT Helena y PHELAN Peggy, Art and feminism, Nueva York, Phaidon Press Inc, 2001.
- STITES, Richard, the women's liberation movement in Russia: feminism, nihilism, and bolshevism, 1860-1930, England, Princeton University Press, 1978.
- SERRANO De Haro, Amparo, Mujeres en el arte. Espejo y realidad, Barcelona, Plaza & Janés Editores, 2000.
- SANTUE, Enric, El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días, Madrid, Alianza Editorial, 2002.
- VIDAL Claramonte, María Carmen Á., La magia de lo efímero. Representaciones de la mujer en el arte y literatura actuales, Barcelona, Universitat Jaume, 2003.
- VILLEGAS Morales, Gladys, La imagen femenina en artistas mexicanas contemporáneas, México, Universidad Veracruzana, 2006.
- WÖLFFLIN, H., Conceptos fundamentales en la Historia del Arte (1912-1915), Madrid, Espasa-Calpe, 1985.
- WOODS, Alan, El marxismo y el arte. Introducción a los escritos de Leon Trotsky sobre arte, Fundación Federico Engels, 2000.
- YEHYA, Naief, Guerra y propaganda. Medios masivos y el mito bélico en Estados Unidos, Barcelona, Paidós, 2003.

## Hemerografía

BISWAS, Andrea, “La tercera ola feminista: cuando la diversidad, las particularidades y las diferencias son lo que cuenta” *Revista Casa del Tiempo*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, septiembre 2004, pp. 65-70.

CARVAJAL, María F., “Reseña sobre El autor como productor”, *Aisthesis*, Revista de reseñas de la Pontificia Universidad Católica de Chile, N° 38, 2005, pp. 286-290.

DICKERSON, Debra, “The silence and the fury. Women in black”, *Mother Jones*, USA, octubre 2000, pp. 60-65.

GABLIK, Susy, “We spell it like the freedom fighters. A conversation with the guerrilla girls”, *Art in America*. Art and politics, USA, enero 1994, pp. 43, 45 y 47.

GARCÍA Torres, Lilia, “Mujeres zapatistas, un listón en el pasamontañas” *Rebeldía*, número 57, México, enero de 2008, pp. 39-48.

GILMORE, Stephanie, “Looking Back, Thinking Ahead: Third Wave Feminism in the United States” *Journal of Women's History*, Num. 4, Indiana University Press, 2001, pp. 215-221.

HALPERN, Sue, “Broadway’s masked avengers. *The guerrilla girls*”, *Mother Jones*, USA, octubre 2000, pp. 32, 34 y 35.

MILLÁN, Margara, “Las zapatistas de fin de milenio. Hacia políticas de autorrepresentación de las mujeres indígenas”, *Chiapas*, Núm. 3, México, 1996, pp. 19-23.

MADERA, Rentería, “Crónica del Tercer encuentro de los pueblos Zapatistas con los pueblos del mundo. La comandante Ramona y las Zapatistas”, *Rebeldía*, México, enero 2008, pp. 26-48.

MRAZ, Jhon, “Más allá de la decoración: hacia una historia gráfica de las mujeres en México”, *Política y cultura. Mujeres y política*. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 1992.

MRAZ, Jhon, “¿Qué tiene de nuevo la historia gráfica?”, revista *Elementos. Ciencia y Cultura*, No. 61, Vol. 13, Enero - Marzo, 2006, pp. 49-52.

“La revolución rusa y la emancipación de la mujer”, transcripción de un discurso de Leon Trotsky, publicado en la revista *Spartacist* Núm. 34, Noviembre de 2006.

“Ley Revolucionaria de Mujeres”, *EL Despertador Mexicano*, Órgano Informativo del EZLN, México, No.1, diciembre 1993.

### **Tesis**

YOKOIGAWA, Miki, Idealidad y realidad en la representación del cuerpo femenino, México, UNAM, 2001.

### **Web**

BARRIG, Maruja. “El mundo al revés: imágenes de la Mujer Indígena”, Buenos Aires, *Clacso, Red de bibliotecas virtuales de Ciencias Sociales de América Latina y el Caribe*, 2001, [www.clacso.org.ar](http://www.clacso.org.ar)

BEGUIRISTAIN, María Teresa, “Mujeres sabias del arte occidental”, en *Mujeres sabias, entre la teoría y la práctica*. Coordinado por Pau Serrano Magdaleno, Fundación Isonomía para la Igualdad de Oportunidades, Universitat Jaume I, 2004, <http://isonomia.uji.es>.

CIRIZA, Alejandra, “Herencias y encrucijadas feministas: las relaciones entre teoría(s) y política(s) bajo el capitalismo global”, *Filosofía política contemporánea. Controversias sobre civilización, imperio y ciudadanía*, publicación electrónica, CLACSO, Buenos Aires, 2003, <http://www.clacso.org.ar/biblioteca>.

D'ARMENGOL, Laia, “Alexandra Kollontai Socialista y Feminista Rusa”, En *Lucha*, Septiembre del 2003, [http://mujeresriot.webcindario.com/Alexandra\\_Kollontai.html](http://mujeresriot.webcindario.com/Alexandra_Kollontai.html).

FARFÁN, Milagros, “Sobre representaciones de la mujer en el cine y crítica feminista”, *Negra cubana*, publicación electrónica.

<http://negracubana.blogia.com/2007/050404-sobre-representaciones-de-la-mujer-en-el-cine-y-critica-feminista.php>.

GARONA Gravier, Marina, “Diseño y género: una asignatura pendiente”, ponencia presentada en el marco del *Primer Congreso Internacional de Diseño Gráfico*, noviembre 2003, [www.nodiseño.com.ar](http://www.nodiseño.com.ar)

GIMÉNEZ, Fabián, “We won't play nature to your culture: las mitologías de Roland Barthes y Barbara Kruger”, *Visual*, Revista Digital, CENIDIAP, Junio, 2005, [www.discursovisual.cenart.gob.mx](http://www.discursovisual.cenart.gob.mx).

GÓMEZ, Trueba Teresa, “Imágenes de la mujer en la España de finales del XIX: santa, bruja o infeliz ser abandonado”, en *La mujer en España, historia de una marginación*, Universidad de Valladolid, mayo 1988, [www.vallenajerilla.com/berceo/garciacarcel/mujer-indice.htm](http://www.vallenajerilla.com/berceo/garciacarcel/mujer-indice.htm).

LAGARDE, Marcela, “Llamamiento para crear pactos entre mujeres y universalizar los derechos humanos de la población femenina”, *Ameco Press, información para la igualdad*, conferencia en Madrid, España, abril de 2008, [www.amecopress.net/](http://www.amecopress.net/)

LAGUNES Morales, Marcela “La construcción del sujeto feminista en el contexto postcolonial. ¿Las teorías feministas elaboradas en contextos completamente distintos pueden explicar la situación de las mujeres en países no occidentales?”, *Webislam*, Noviembre de 2008, [www.webislam.com](http://www.webislam.com).

PÉREZ, Mónica, “Sororidad: nueva práctica entre mujeres”, *Nueva identidad*, Cimac noticias, periodismo con enfoque de género, México 2008, [www.cimacnoticias.com](http://www.cimacnoticias.com).

PINTA, María Fernanda, “El género en escena. Performance y feminismo”, *Telón de fondo*, Revista de teoría y crítica teatral No. 2, Universidad de Buenos Aires, diciembre 2005, [www.telondefondo.org](http://www.telondefondo.org).

- RODRÍGUEZ, Dunia, “De las soldaderas al movimiento feminista, medio siglo de lucha”, *Comunicación e información de la mujer*, junio 2001, [www.cimac.org.mx](http://www.cimac.org.mx)
- RUBIO, Oliva María, “Claude Cahun. Imágenes fotográficas: representación y autorepresentación”, *Estudios online sobre género*, [www.estudiosonline.net/texts.htm](http://www.estudiosonline.net/texts.htm)
- SUTTER, Alessandra, “Las mujeres en la Revolución Mexicana: Un protagonismo silenciado”, *Programa de Estudios Iberoamericanos*, <http://amauta.upra.edu>.
- VENTI, Patricia, “El diario de Frida Kahlo: una autobiografía del cuerpo”, *Letralia. La revista de los escritores hispanoamericanos en internet*, abril de 2007.  
[www.letralia.com/161/](http://www.letralia.com/161/)
- WOODS, Alan, “El marxismo y el arte. Introducción a los escritos de Leon Trotsky sobre arte”, Fundación Federico Engels, 20 de diciembre de 2000.  
[http://www.engels.org/cuader/5\\_arte/mal.htm](http://www.engels.org/cuader/5_arte/mal.htm).
- WINFIELD Reyes, Fernando N., “Vanguardia y pensamiento social: pensamiento gráfico, gráfica e ideología en Europa (1918-1934)”, *Arquitectura y humanidades*, 2001,  
[www.architectum.edu.mx](http://www.architectum.edu.mx)
- TROTSKY, Leon, “La revolución traicionada”, Moscú, 1936, *Marxists Internet Archive*, Versión digital Célula II de Izquierda Revolucionaria, España 2002,  
Html: [//eprints.cddc.vt.edu/marxists/espanol/trotsky/index.htm](http://eprints.cddc.vt.edu/marxists/espanol/trotsky/index.htm)
- “Individualidad y ciudadanía en la *nueva mujer*: los inicios del movimiento feminista en Estados Unidos”, *La escuela de feminismos*, octubre 2007,  
[www.sindominio.net/escfem/escuela19oct](http://www.sindominio.net/escfem/escuela19oct)
- “Extracts from a correspondence with Marc Rudin on his cooperation with Palestinian Liberation Organizations from 1979 through 1991”  
[www.nadir.org/nadir/initiativ/rev\\_linke/sanat/jihad/jihad1.html](http://www.nadir.org/nadir/initiativ/rev_linke/sanat/jihad/jihad1.html)
- “Women, suffrage and politics. The Papers of Sylvia Pankhurst, 1882-1960”, *Adam Matthew Publications*, Londres 2009, [www.adam-matthew-publications.co.uk/index.aspx](http://www.adam-matthew-publications.co.uk/index.aspx).

## **Fuentes de consulta complementarias**

### **Bibliografía**

- ADAMS, Parveen, The emptiness of the image. Psychoanalysis and sexual differences, Londres, Routledge, 1996.
- BARNICOAT, J., Los carteles. Su historia y su lenguaje, Barcelona, Gustavo Gili, 1995.
- BELTRÁN, Miguel, Aragonesas ilustres, Caja de ahorros de la inmaculada, Zaragoza, España, 1983.
- BUCK Morss, Susan, Dream world and catastrophe. The passing of mass utopia in east and weast, Londres, The MIT Press, Cambridge Massachussets, 2000.
- CARTER, Angela, La cámara sangrienta, Londres, Ed. Minotauro, 1979.
- Departamento de Historia del Arte Español “Diego Velázquez”, Centro de Estudios Históricos. VIII Jornadas de Arte, La mujer en el arte español, Madrid, Alpuerto, 1981.
- ENTWISTLE, Joanne, El cuerpo y la moda. Una visión sociológica, Barcelona, Paidós Contextos, 2002.
- ENGELS, Friedrich, El origen de la familia, propiedad privada y estado, Madrid, SARPE, 1983.
- GHEERBRANT, Alain y CHEVALIER, Jean, Diccionario de los Símbolos, Barcelona, Editorial Herder, 1995.
- GROSZ, Elizabeth, Space, time and perversion, Nueva York y Londres, Routledge, 1995.
- LIPOVETSKY, Gilles, La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo, Barcelona, Anagrama, 1986.
- MIRZOEFF, Nicholas, Una introducción a la cultura visual, Barcelona, Paidós, 2003.
- PROKHOROV, Gleb, Art under socialist realism. Sovietic painting 1930-1950, Craftsman House Internacional, 1995.