

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Presenta:  Ingrid Cota Morgan

Nunca es suficiente

Facultad de Artes y Diseño
Artes Visuales

Tesis profesional para obtener el título de Licenciada en Artes Visuales
Director de tesis: Maestro Ignacio Granados Valdéz

La Idea de belleza como mecanismo
de control sobre el cuerpo de las mujeres



México, Ciudad de México, 2018



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

Facultad de Artes y Diseño

Artes Visuales

Nunca es suficiente.
La Idea de belleza como mecanismo
de control sobre el cuerpo de las mujeres

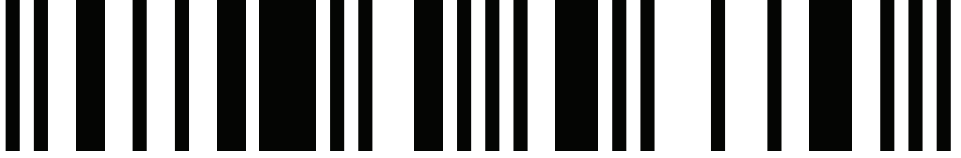
Tesis profesional para obtener el título
de Licenciada en Artes Visuales

Presenta:
Ingrid Cota Morgan

Director de tesis:
Maestro Ignacio Granados Valdéz

México, Ciudad de México, 2018





DEDICATORIA

A mi madre, la persona que más admiro, por todo el amor, apoyo, aprendizaje y fortaleza que me has brindado.

AGRADECIMIENTOS

A Tita, gracias por compartir tanto conmigo. Eres fuente de sabiduría y maestra de vida.

A mis padres, por su apoyo y cariño incondicional. Gracias a ustedes soy lo que soy.

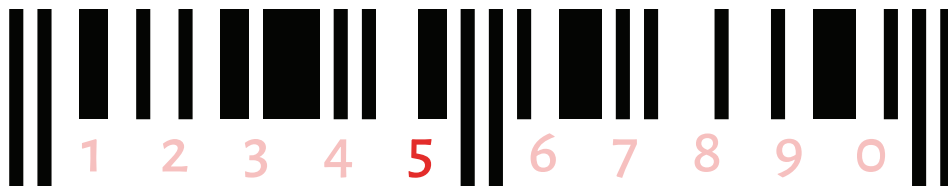
A mis amigas, amigos y confidentes, por sus apapachos y consejos, por compartir conmigo mucho aprendizaje, aventuras, bailes, risas, llantos y crisis. Gracias por su inmenso amor.

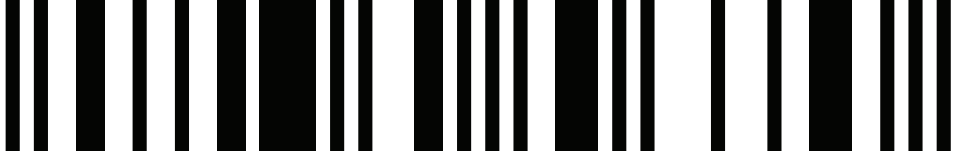
A René Silva, Marisol Cid, Caro Angüis, Eduardo Velázquez y Luis Pineda, por acompañarme y ayudarme tanto, en la producción de mis piezas, como en el registro.

A Carlos Mier y Terán Benítez, Ignacio Granados Valdéz, Adriana Raggi Lucio, Sergio Medrano, José Miguel González Casanova y Jarumi Dávila, por acompañarme tanto en la licenciatura, en mi crecimiento como artista y en la elaboración de esta tesis.

A todas, todos y cada uno de los que me acompañaron en las distintas etapas de este proceso.

A las mujeres que rompen, comparten, luchan, resisten y transforman, por alentarme y recordarme la fuerza interna que tengo.

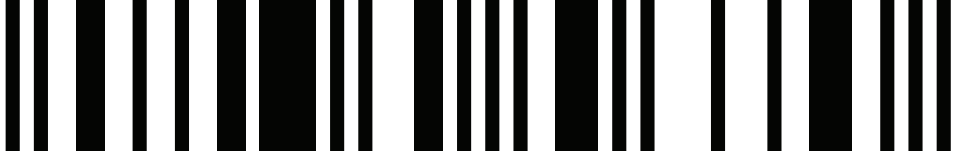




ÍNDICE

Introducción	9
Capítulo 1: El cuerpo que forma la identidad femenina	13
1.1 Breve definición del cuerpo ¿Qué es el cuerpo dentro de la sociedad?	14
1.2 Construcción de la feminidad Valores culturales instalados en el cuerpo de las mujeres	20
Capítulo 2: La forma de la belleza en el arte El cuerpo de la mujer en el arte	27
2.1 Semblanza del concepto belleza	28
2.2 Construcción de la representación del cuerpo de la mujer en el arte	29
2.3 La belleza como medida de valor	38
2.4 La belleza como fin común	38
Capítulo 3: La belleza como mecanismo de control	49
3.1 Distribución de la idea de belleza (publicidad)	50
3.2 Representación del cuerpo de la mujer Infancia, Juventud y adultez	51
3.3 Politización de la belleza	68
Conclusiones	74
Fuentes de investigación	77





INTRODUCCIÓN

Lo personal es político¹
Carol Hanisch

Parto de mi propio cuerpo y mis experiencias, las cuales, son motivo para esta investigación.

Biológicamente soy mujer, con esta característica se me han atribuido diferentes normas sociales que van desde el cómo debo de lucir, hasta la manera en la cual debo de comportarme. Esto no sólo aplica para mí, sino también para quien posee un cuerpo con el mismo sexo y con características similares a las mías.

Nací en el año de 1992 en la Ciudad de México. Pertenezco a una familia de clase media, la cual, mi madre siempre ha sostenido económicamente. Por esta razón, conviví más con mi padre que con ella.

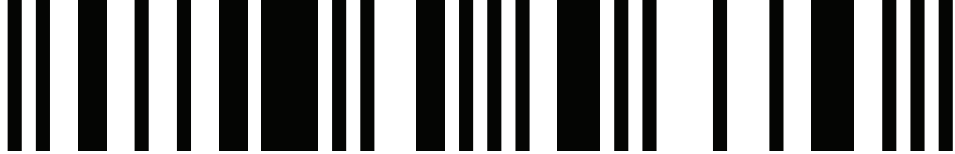
Mi padre nació en 1968 en Sinaloa. Él siempre se ha preocupado mucho por su apariencia, esa fue una de las muchas cosas que me inculcó. De ahí proviene mi energía para realizar esta investigación – producción artística, ya que una de las ideas que me permeó durante la infancia en convivencia con él fue: mientras más bella eres, vales y mereces más. Por este motivo, cuando era pequeña tomé la decisión de querer ser modelo cuando fuese adulta.

Mi deseo por ser tan bella como las mujeres que veía en la televisión y en los anuncios de la calle fue tan grande que, en el momento en que me percaté de mis diferencias físicas en comparación a las modelos, pensé que mi vida era ya un fracaso, y esto, día tras día me lo reclamaba a mí misma.

Mientras he ido creciendo, me he encontrado con distintas mujeres que comparten el mismo sentimiento hacia sus cuerpos, y me fui percatando de lo mucho que influye la publicidad y la sociedad en esto.

¹ Carol Hanisch. Lo personal es político. Ediciones feministas lúcidas.
http://www.diariofemenino.com.ar/documentos/lo-personal-es-politico_final.pdf
(Consultada el 8 de Enero de 2017).





Yo creo que al romper la urna somos capaces de crear una nueva forma, una nueva manera de mirar lo que tiene valor — cómo decidimos lo que es valioso.²

Ai Wei Wei. *Sobre su obra soltar una urna de la dinastía Han* (1995)

Para Simone de Beauvoir, el cuerpo de la mujer es el objeto erótico ideal³ (por esto y más razones las cuales mencionaré enseguida), es siempre un cuerpo para los demás.

En la cultura en la que estoy inmersa (mexicana y machista, teniendo la religión católica como característica principal), siete de cada 10 mexicanos ve la televisión abierta⁴, la cual reproduce estereotipos físicos y de comportamiento según el sexo, la edad y la clase socioeconómica. Esto me ha permitido observar que una mujer debe de ser femenina, sensual, maternal, sumisa, y sobre todo, bella.

Parto de esta lista de los atributos que deberíamos de tener cada individuo según sus procesos sociales y el sexo de su cuerpo, para plantear la siguiente premisa: la idea de belleza como mecanismo de control.

Se le atribuye a lo bello la característica de bondad,⁵ la cual siempre es lo socialmente aceptado, de esta manera, lo bueno aparece como sinónimo de lo bello.

Desde mi propia experiencia, he visto que la belleza es la característica principal que debe de cumplir una mujer para ser considerada valiosa, y ésta se logra a partir de los códigos de buena conducta, los cuales se creía que supuestamente llevarían al éxito. Sin embargo, lo que hacen éstos códigos es homogeneizar a los individuos y controlarlos, por lo que al ser enfocada esta lógica a las mujeres, nos llevan a un rol de pasividad.

Para ser considerada bella, no sólo se necesita tener una “buena” imagen, también se debe de cumplir con una serie de reglas sociales que abarcan la manera más “adecuada” de comportarse con los otros, y por lo tanto, tener una personalidad agradable. Cuando este conjunto de conductas no “se cumplen”, se suele segregar a los individuos de la sociedad.

Además de encontrar esta idea del “deber ser” en el imaginario colectivo, se encuentra (y sobre todo se impone) en la sociedad, una promesa de éxito y felicidad basada en los códigos de buena conducta. Tanto la publicidad, como los medios masivos de comunicación juegan un papel importante en dicha imposición, dado que refuerzan la idea de que, si se cumple con ciertas características, se llegará al punto máximo del ser humano, y en este caso, al punto máximo de ser mujer.

² Ai WeiWei. *Ai WeiWei-ismos* (México, Marginales en Tusquets editores, 2014). p. 56

³ Simone de Beauvoir. *El segundo sexo*. (Ed. De bolsillo. 2013).

⁴ ¿Cuántos mexicanos ven TV abierta? <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/cuantos-mexicanos-ven-tv-abierta> (Consultado el 3 de Febrero del 2018).

⁵ Platón, Fedro. (Madrid, edición de Patricio de Azcárate, tomo dos, 1871).

Seguir con todos los modelos que nos impone el entorno en el que se desarrolla el ser humano, hace que paulatinamente se pierda la individualidad y peculiaridad de las personas, ya que se va uniformando la apariencia física, el comportamiento, la forma de estructurar pensamientos, y la manera de tomar decisiones.

En mi producción artística parto del cuestionamiento planteado por Paul B. Preciado en una conferencia de el Festival SOS 4.8 de Murcia de 2009, en la cual se habla sobre la relación entre sexualidad y las políticas de género⁶:

¿Cómo utilizar los mecanismos de control social para romperlos?

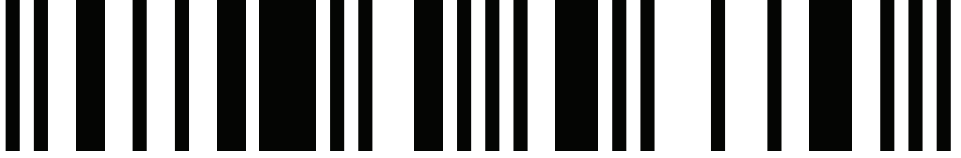
Haciéndome esta pregunta, propongo romperlos con el accionar del cuerpo, evidenciando de esta manera, cómo dichos mecanismos rompen mientras se utilizan estos aditamentos para lucir de cierta manera, evidenciar como estos rompen con los procesos naturales del cuerpo, tales como llorar, sudar, comer, babear, etcétera, y con los deseos y gustos propios que no encajan con el deber ser de una mujer.

Accionar el propio cuerpo para reconocerse, aceptarse y construirse a una misma.

⁶ Beatriz Preciado. Voces SOS.

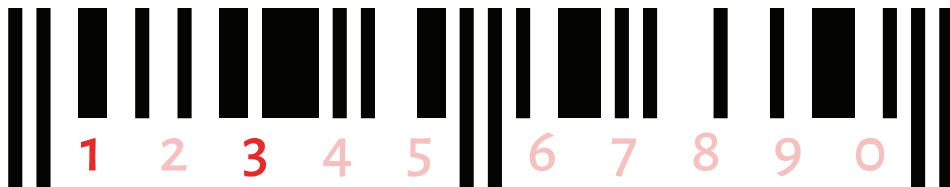
<https://www.youtube.com/watch?v=mAQCCacLo8c&list=PLWrRWwsY-moiwrbqMtBISLyUDGzMBIciW>
(Consultado el 10 de Septiembre de 2016).

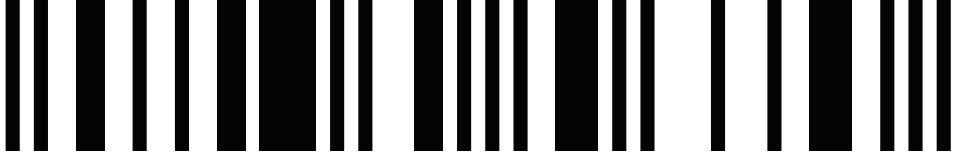




CAPÍTULO 1

El cuerpo que forma
la identidad femenina





1.1 Breve definición del cuerpo. ¿Qué es el cuerpo dentro de la sociedad?

Porque, siendo el cuerpo el instrumento de nuestro asidero en el mundo, éste se presenta de manera muy distinta según que sea asido de un modo u otro.⁷

Simone de Beauvoir. *El segundo sexo*

La identidad del individuo está conformada y reproducida por la cultura que lo rodea, y en base a esa cultura existen también condicionamientos para la convivencia con los otros.

La identidad es algo de vital importancia, ya que es lo que conforma al individuo desde su comportamiento, la manera en cómo utiliza su cuerpo y la percepción que tiene sobre todo lo que le rodea. La identidad es un proceso que está en constante transformación y construcción. En otras palabras, el cuerpo se educa, se conforma y se transforma por las normas sociales.

Para Marcel Mauss (Francia, 1872-1950), la cultura da forma, enseña cómo el cuerpo tiene que ser utilizado y para qué se usa en la sociedad en la que éste se encuentra inmerso. Mauss menciona también que en el siglo XVI con el surgimiento de la aristocracia y las cortes reales, éstas se encargaron de utilizar los códigos de buena conducta como mecanismo de control social, para mantener el estándar y difundir el ideal de que el éxito o el fracaso personal dependía de los buenos modales y de la apariencia del individuo. De este modo, se crearon a su vez ceremonias rituales, las cuales no sólo transformaban en imagen y/o forma al cuerpo, sino que también modificaban de manera simbólica la percepción que tiene el individuo sobre su cuerpo y el de los demás.⁸ En la convivencia con los otros lo simbólico resulta un referente de vital importancia, ya que tanto la imagen como la acción del cuerpo, pueden ser interpretados por quien rodea al individuo.

En el mismo sentido, Michel Foucault (Francia, 1926-1984) escribe en su libro *Vigilar y castigar*, que desde la época clásica se comenzó a percibir el cuerpo como objeto y blanco de poder, y a partir de ese momento, fueron desarrollados estudios con la finalidad de hacer un cuerpo manipulable, analizable y “dócil”, refiriéndose a éste término como “...Es dócil un cuerpo que puede ser sometido, que puede ser utilizado, que puede ser transformado y perfeccionado”⁹, para así controlar las acciones del cuerpo, y por lo tanto, al individuo. Con la finalidad de que el cuerpo esté siempre dentro de los marcos sociales, comenzaron a utilizarse diferentes disciplinas. Foucault define a la disciplina

⁷ Simone de Beauvoir. *El segundo sexo*. P.43.

⁸ Martínez Barreiro Ana. Construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. (*Papers* 73, 2004) 127-152. P.129 (Consultado el 22 de Agosto de 2016).

⁹ “Michel Foucault. *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. (Siglo XXI editores, 2002) P.159.

como “un método que permite el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación de docilidad- utilidad.”¹⁰ Así, la disciplina forma al individuo.

En el mismo libro, el autor menciona que en los siglos XVII y XVIII, las disciplinas se convirtieron en “fórmulas generales de dominación”. Aunque previamente ya existían disciplinas sobre los cuerpos, no se les dirigía hacia este objetivo. A partir de la manera en la cual un individuo utiliza y controla la apariencia de su cuerpo, se puede llegar a conocer una cultura y a vivir en ella, ya que existen ciertos códigos característicos de posición familiar, rango social, afiliación tribal y religiosa, edad, sexo, etcétera.

Sumando esto con lo mencionado previamente sobre la creación de ideales de éxito creados por la aristocracia y las cortes reales, se conformaron poco a poco varias disciplinas dirigidas a sujetos con distintas características, con el objetivo de lograr que cada persona cumpliera con la función que se le atribuía según su sexo, edad y color de piel.

La identidad corporal¹¹ se va aprehendiendo en la relación establecida con los otros y la interacción con nosotros mismos. El ser humano, a lo largo de su vida va moldeándose en torno al contexto social, político, cultural y económico en el que se desarrolla.

Desde que somos pequeños nos enseñan a utilizar el cuerpo de cierta manera, en ciertos lugares y con ciertas personas. Nos educan sobre cómo debe lucir nuestro cuerpo según el lugar en el que residimos, el sexo con el que nacemos, y la edad que poseemos.

Cuando comenzamos a tener consciencia sobre quiénes somos y en quiénes deseamos convertirnos, se generan diferentes choques entre el deseo propio y “el deber ser”. Como ejemplo de este choque, Ken Robinson (Inglaterra, 1950) en una plática de TED¹² (Technology, Entertainment and Design) sobre el tema de la creatividad, mencionó a Gillian Lynne, una bailarina y coreógrafa muy famosa. Explicó que cuando ella era niña, su mamá la llevó al doctor porque tenía problemas en la escuela: no podía estar sentada por mucho tiempo y era muy distraída. El doctor le pidió a Gillian que se quedaría en el cuarto donde estaba mientras hablaba con su madre en privado, y antes de salir del consultorio, encendió la radio y observaron a Gillian. Ella comenzó a bailar. Entonces el doctor le dijo a la madre que su hija no estaba enferma, que lo único que probablemente buscaba eran clases de baile.

Esta anécdota habla sobre el comportamiento esperado de una niña de 8 años y lo que sucede cuando este “deber ser” marcado por la sociedad, se ve evidenciado por el deseo propio de moverse debido a un exceso de energía. Es este mismo deseo lo que conforma la identidad del individuo, y lo que le hace pertenecer o no a determinados grupos sociales.

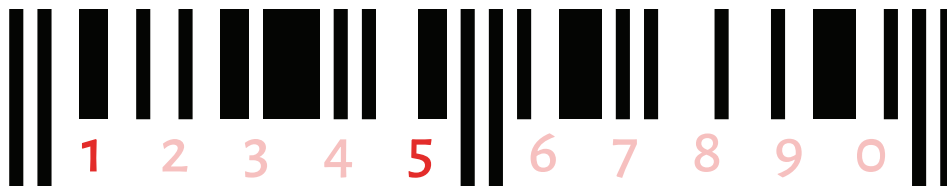
¹⁰ Michel Foucault. Vigilar y Castigar. P.160.

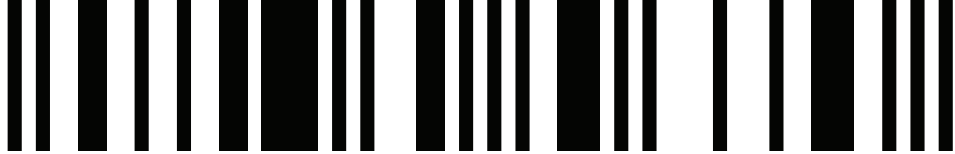
¹¹ Con identidad corporal me refiero a la relación que constantemente se construye y transforma entre el cuerpo y la identidad del individuo, así como su percepción de todo lo que le rodea y lo constituye.

¹² Ken Robinson. How schools kill creativity.

https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=es

(Consultado el 20 de Agosto de 2016).





Considerando que la identidad se construye en gran medida en relación a las personas que están en contacto con el individuo, es importante tomar en cuenta la manera en la que los otros se comportan, y buena parte del comportamiento tiene que ver, cómo se ha mencionado previamente, con la apariencia física de los otros y de la persona.

En el ensayo de Mónica Moreno Figueroa (México) titulado “Linda morenita: Skin color, beauty and the politics of mestizaje in Mexico”¹³, se mencionan varios casos de mujeres que fueron entrevistadas, quienes en algún punto de la conversación, llegan a una misma premisa sobre la concepción de sí mismas en relación a su apariencia. Las entrevistadas afirman sentirse satisfechas con ellas mismas al considerar que son bien tratadas y lucen bien, pero al mismo tiempo llegan a sentirse mal frente a cuestionamientos que ponen en duda su bienestar (¿estás enferma?, ¿no dormiste bien?). Este es un ejemplo de cómo el trato y los comentarios hacia alguien, pueden cambiar de manera radical la manera en cómo el individuo se percibe a sí mismo, y por ende, la manera en que percibe lo que le rodea.

Para Erwin Goffman (Estados Unidos, 1922-1982), la apariencia física es un elemento muy importante para que exista o no exista interacción entre las personas. El cuerpo resulta ser un mediador en las relaciones sociales con los demás, ya que a partir de la percepción, se decidirá si habrá un intercambio (de cualquier tipo) con la otra persona.

Dado que la identidad es adquirida por factores externos, todo el tiempo existe una retroalimentación entre nuestro entorno y nosotros mismos, en donde se transforma nuestra identidad y la percepción alrededor de nuestro cuerpo. Esta percepción va a su vez influyendo en el comportamiento que adquirimos para con nosotros mismos y los demás, generando de esta manera, un proceso de construcción social e interna del cuerpo y del individuo. Este es un ciclo que se repite durante toda la vida.

En su ensayo “Identidad, de lo personal a lo social”¹⁴, Lupicinio Íñiguez (España, 1959) analiza a diferentes sujetos y sus comportamientos con los otros mediante un experimento relacionado a la apariencia física y a la seguridad que podría generarse a través de la atracción o el contacto hacia una persona. En el experimento un sujeto convivía con distintas personas percibidas como atractivas según los parámetros aceptados de belleza en ese contexto. El resultado fue que el individuo mostraba más seguridad sobre sí mismo cuando establecía una conversación con alguien a quien consideraba “atractivo”, debido a que esa percepción sobre la otra persona, le hacía sentirse atractivo a sí mismo. En cambio, cuando convivía con una persona que no le parecía atractiva, se sentía molesto consigo mismo, dado que consideraba estar en un parámetro igual al otro, y esto le producía insatisfacción e inseguridad.

Lo que se considera atractivo es, en este caso, un conjunto de valores definidos desde la apariencia física, el comportamiento y los afectos impuestos por la industria de la moda y la publicidad. Sin embargo, este conjunto de valores cambian según el género, edad y color de piel de la persona que aparezca en las imágenes publicitarias de los medios de comunicación masiva.

¹³ Mónica Moreno Figueroa. Linda morenita: Skin color, beauty and the politics of mestizaje in Mexico. http://www.academia.edu/3345877/Linda_Morenita_Skin_Colour_Beauty_and_the_Politics_of_Mestizaje_in_Mexico (Consultado el 12 de Agosto de 2016).

¹⁴ Lupicinio Íñiguez. Identidad: De lo Personal a lo Social. 2001. https://www.researchgate.net/publication/275154262_IDENTIDAD_DE_LO_PERSONAL_A_LO_SOCIAL_UN_RECORRIDO_CONCEPTUAL (Consultado el 4 de Julio de 2016).

Bryan Turner (Inglaterra, 1945) define al cuerpo cómo la superficie apropiada para exhibir algo públicamente. Previamente mencioné que existen códigos sociales que influyen en la percepción del individuo, y dado que los seres humanos somos seres simbólicos, todo puede ser significado. Si partimos de la premisa de Turner de plantear al cuerpo cómo superficie (la cual es siempre percibida por otra persona), todo lo percibido en esa área significaría algo: cómo se mueve el cuerpo, cómo luce, qué colores utiliza en su ropa, qué tipo de ropa es la que usa, etcétera.¹⁵

Mary Douglas (Italia, 1921-2007) propone que hay dos tipos de cuerpos: el cuerpo social y el cuerpo físico. En este caso para Douglas, el primer cuerpo restringe el modo en el que se percibe al segundo cuerpo. Para ella, “el cuerpo en general es un medio de expresión que externa la presión social que tiene que soportar, ya que es altamente restringido por las normas de conducta y mediatizado por la cultura para poder formar parte de esta.”¹⁶

El aprendizaje, la naturalización y la frecuencia de diferentes tipos de comportamiento se logran cuando las acciones y las formas realizadas por el cuerpo son transmitidas mediante la imitación o cumplimiento de las reglas, así el cuerpo se convierte en una herramienta para aprender y enseñar.¹⁷

Sally O'Reilly

El cuerpo, al igual que la identidad, es algo que se encuentra en un proceso de constante transformación, y a partir de él se establecen relaciones con el entorno, las personas y el propio individuo. El cuerpo es algo que tenemos en común todos los seres humanos y sin lo cual la existencia del ser humano sería imposible.

La identidad y el cuerpo están conectados todo el tiempo, se van construyendo y transformando a la par.

En la pieza *Glass on body* de Ana Mendieta (1948- 1985), Mendieta genera una reflexión y crítica sobre la percepción del cuerpo de una mujer modificando la forma, y con ella, la apreciación de su cuerpo desnudo al espectador. Se remarca lo que es un cuerpo, al mismo tiempo que se deslinda de las distintas cualidades que posee su cuerpo, al momento de ser visto por los demás. Es carne, es piel, es grasa... como todos los cuerpos: “ la artista experimenta los límites de la carne al exprimirla y violentarla simbólicamente contra el cristal, un elemento transparente y aparentemente inapreciable (como el mismo sistema ideológico generador de las tecnologías de dominio corporal), pero eficazmente duro y resistente”.¹⁸

¹⁵ Martínez Barreiro Ana. Construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. P.128

¹⁶ Martínez Barreiro Ana. Construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. P.128.

¹⁷ “ The learning, naturalization and the prevalence of different types of behavior are accomplishment when the forms and actions that the body make are transmitted by imitation or fulfillment of the rules, that i show the body became a tool for learning and teaching”. Sally O' Reilly. The body in contemporary art. P 55. Traducción propia.

¹⁸ María Ruido: ANA MENDIETA (Nerea, Hondarribia, Guipúzcoa, 2002). P.16





» Ana Mendieta, *Untitled (Glass on Body)*, 1972.
<https://www.icamiami.org/collection/ana-mendieta-untitled-glass-on-body-5/>

» Ana Mendieta,
*Untitled
(Glass on Body)*,
1972.



El movimiento feminista de 1970 en los Estados Unidos consideraba al cuerpo como el punto de encuentro entre la naturaleza y la cultura, donde la diferencia inherente entre biología y cultura era trazada, para después percibirlo como un espacio de resistencia y de lucha.

La concepción del cuerpo depende de un montón de variables en tanto que tiene que ver con el contexto histórico, político, social, personal y económico que tiene una persona.

Basándome en la siguiente cita de André Renaud sobre el cuerpo " ... éste no es fijo, impermeable, está siempre en movimiento, maleable según las relaciones con los demás territorios, es decir en relación con los demás grupos sociales y con el espacio."¹⁹ Considero al cuerpo como un territorio. Gracias a éste tenemos experiencias sensoriales que se van descifrando en significados y aprendizajes. La experiencia de vida que he tenido me han llevado a la conclusión de que el individuo es una entidad no fragmentada, el cuerpo y la mente ocupan el mismo lugar e importancia en la vida del ser humano.

El cuerpo es algo moldeable en donde no sólo está implicada la forma física, también la manera en cómo alguien se concibe a sí mismo a lo largo de las distintas etapas en su vida.

Conforme el individuo se desarrolla, va pensando y percibiendo su cuerpo de manera diferente dependiendo de la sociedad en la que esté, la educación que reciba y el modo de vida que lleve, por ejemplo, es diferente cómo se percibe un individuo hombre, a cómo se percibe una mujer.

Considero a mi cuerpo como mi vida, mi cuerpo soy yo, soy lo que pienso, soy cómo actúo, lo que decido usar y no usar, las decisiones que he tomado, mis recuerdos, mi sentido del humor... esa soy yo.

El cuerpo refleja la identidad y personalidad del individuo.

Es por esto que me parece de vital importancia cuestionar y reflexionar sobre el cuerpo visto como una unidad y no separarlo en "mente" y "cuerpo".

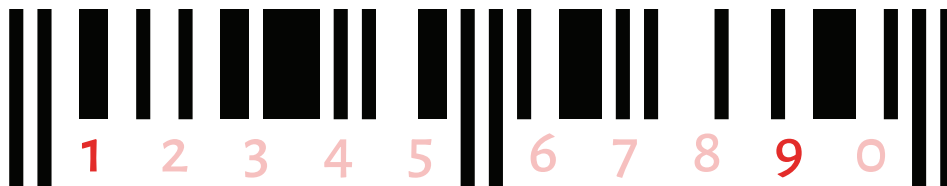
Percibo mi cuerpo como un espacio de rupturas, ya que lo que me enseñaron en mi infancia y en mi adolescencia no me genera una identificación con la manera en la cual me percibo hoy en día. Partiendo del conflicto, he decidido quebrar con las diferentes maneras que me inculcaron sobre el ser mujer y el cómo debo ser, pensar, actuar y lucir.

Coincido con Amelia Jones (Estados Unidos, 1961) en su postura sobre el cuerpo. Para ella es el lugar a través del cual se articulan los poderes públicos y privados, el cuerpo se convierte en el lugar de protesta donde pueden articularse los ideales revolucionarios de los movimientos pro derechos que se resistan a la lógica represiva, exclusivista y colonizadora de la modernidad.²⁰

Como mencioné anteriormente, a cada cuerpo se le atribuyen roles, deberes y normas en la sociedad según sus características, en este caso, desglosaré esos "deber ser" que se depositan en el cuerpo de una mujer.

¹⁹ André Renaud. Espacio, territorio y la necesidad de una definición crítica. <https://carnenegra.com/2015/10/03/espacio-y-territorio-la-necesidad-de-una-definicion-critica/> (Consultado el 20 de Octubre de 2017).

²⁰ Tracey Warr y Amelia Jones. El cuerpo del artista. (Phaidon, 2011) P.23.





1.2 Construcción de la feminidad. Valores culturales instalados en el cuerpo de las mujeres

Muéstrame tu cuerpo desnudo y te diré qué eres.²¹
Meri Torras

En su libro titulado “El segundo sexo”, Simone de Beauvoir (Francia, 1908-1986) enumera algunas características biológicas de lo que socialmente se piensa en torno a “ser mujer”. Entre ellas, se destaca el hecho de poseer ovarios, vagina y senos, así como la capacidad de embarazarse, tener menor fuerza física a comparación de los hombres, y contar con mayor producción hormonal de progesterona.

Más adelante, Beauvoir menciona el embarazo y el parto, como etapas que históricamente han sido cruciales para el rezago social de las mujeres, dado que durante estos procesos, las mujeres se encuentran imposibilitadas físicamente para realizar ciertas actividades.

Es precisamente desde el momento del embarazo, que se plantea la construcción social del papel que debe ejercer o cumplir una mujer: embarazarse, parir, hacerse cargo de la crianza y del cuidado del hogar. En la actualidad las mujeres deben de cumplir con más características que las mencionadas anteriormente. Al final del capítulo escribiré sobre ellas.

Para Beauvoir, la función social del cuerpo de la mujer se cumple mediante la manipulación del aspecto físico, ya que esta acción hace que el cuerpo se pueda utilizar, significar y simbolizar cómo “objeto erótico ideal”.

A lo largo de la historia se le ha atribuido distintos parámetros de “deber ser” a las mujeres para que sus cuerpos puedan y “merecan” ser vistos y apreciados por la sociedad, pero sobre todo, para que sean considerados femeninos.

El cuerpo de las mujeres debe de ser bello y fértil; es, sobre todo un cuerpo para los demás.²²

En la sociedad en la que me encuentro inmersa, una mujer debe de cumplir con ciertas características para ser considerada “valiosa”. La cita anterior menciona que una mujer debe de ser fértil (y por lo tanto joven), bella físicamente (cumplir con los estereotipos de belleza generados por los medios de comunicación masiva), y tener buena relación con los demás, o sea, ser simpática, servicial y sumisa.

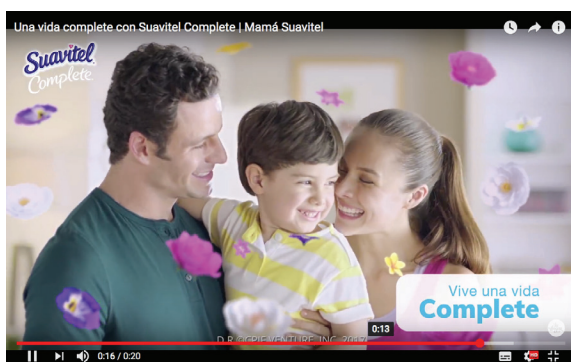
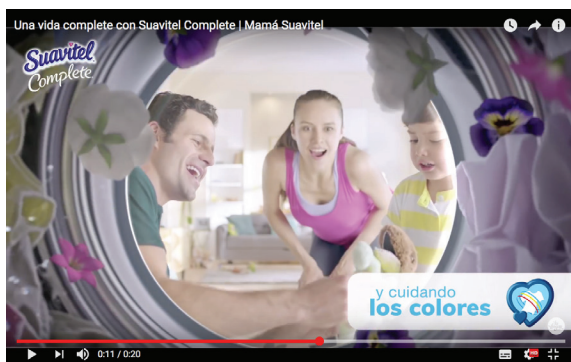
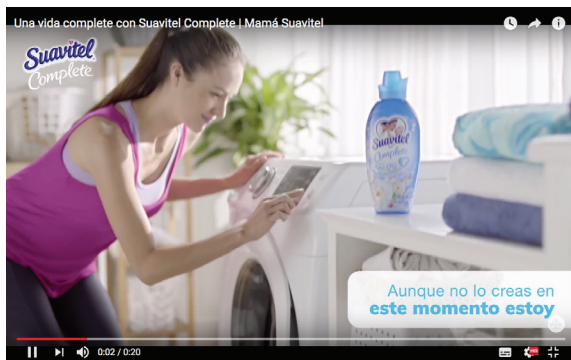
En la publicidad que se genera para los habitantes de la Ciudad de México, se puede observar que la mayoría de las mujeres que aparecen en ella son jóvenes, cumplen con el estereotipo de belleza occidental eurocéntrica heredada del mundo anglosajón (delgadez, piel blanca, estatura alta, ojos y cabello claro), y que por lo general aparecen realizando acciones dirigidas a su pareja y sus hijos. En las publicidades que anuncian productos para la limpieza del hogar, la mujer aparece siempre haciendo uso de ellos

²¹ Meri Torras. El delito del cuerpo. Cuerpo e identidad. P.12.

²² Ana Martínez Barreiro. La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. P.134.

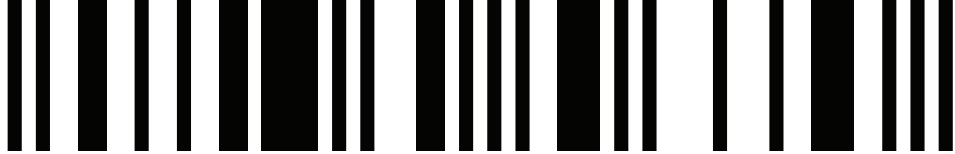
(lava los trastes, la ropa, etcétera), para que el resto de los integrantes de la familia estén cómodos y felices.

Como ejemplo de esto, se encuentran las imágenes del video²³ publicitario de un producto para lavar la ropa. El video tiene fecha de 2017 y fue lanzado en México a nivel nacional.



²³ Suavitel. Una vida completa con Suavitel Complete. <https://www.youtube.com/watch?v=DOWqWc15P5U> (Consultado el 17 de Mayo del 2018).





El imaginario sobre “ser mujer” que se impone en la publicidad, es siempre lucir, hacer y ser para los demás.

John Berger (1926-2017) en su libro “Modos de ver”, menciona que es diferente la presencia social de un hombre a la de una mujer, ya que culturalmente la mujer suele ser observada y analizada de una forma específica:

“[...] tiene que examinar todo lo que ella es y hace, porque como aparezca ante los demás, y en última instancia ante los hombres, tiene una importancia crucial para lo que suele considerarse su éxito en la vida. Su sentido de ser ella misma es suplantado por el de ser apreciada por otro como tal”²⁴ [...] Los hombres actúan y las mujeres aparecen. Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. Esto determina no solo la mayoría de las relaciones entre hombres y mujeres, sino también la relación de las mujeres consigo mismas”²⁵.

En mi contexto, las características que debe de poseer una mujer para ser considerada femenina son impuestas tanto por la sociedad, como por los medios de comunicación masiva, los cuales responden a un sistema económico capitalista enfocado en la producción y el consumo, por lo que los modelos de mujer que presentan, son inalcanzables. De este tema hablaré en el capítulo tres de esta tesis.

Sandra Lee Bartky (Estados Unidos, 1935 - 2016) se enfoca en la feminidad y reflexiona sobre el cuerpo como superficie decorativa, para ella es un artificio y un constructo social, debido a que, para que el cuerpo de la mujer sea considerado como femenino, debe de ser de cierto tamaño, poseer ciertas características y tener un comportamiento estandarizado:²⁶

Estar categorizada bajo la etiqueta mujer y que te falten dos dedos del pie izquierdo te hace menos mujer en menor grado que si has tenido que sufrir una mutilación mamaria, por ejemplo: ambas son partes del cuerpo pero una posee un poder identitario sexual mayor que otra, es considerada una marca de feminidad.²⁷

La idea de feminidad está ligada directamente al concepto de mujer que se tiene en distintas sociedades en el mundo.

Una de las artistas que ha explorado el concepto de feminidad es Cindy Sherman (Estados Unidos, 1954), quien en algunos momentos de su obra, se ha retratado a sí misma cambiando su imagen corporal para mostrar diferentes aspectos o variantes de la imagen de la mujer.

En las siguientes fotografías puede observarse aquellas características o atributos que logran hacer diferencia o establecer similitud entre ellas:

²⁴ John Berger. Modos de ver. P.46.

²⁵ John Berger. Modos de ver. (Gustavo Gili, 2016). P.47.

²⁶ Sandra Lee Bartky, Foucault, feminismo y modernidad del poder patriarcal. (En Mujeres, derecho penal y criminología. Madrid: Siglo XXI, p. 197-210).

²⁷ Meri Torras, El delito del cuerpo. <https://cositextualitat.uab.cat/wp-content/uploads/2011/03/01.-El-delito-del-cuerpo.pdf> P.12. (Consultado el 30 de Septiembre de 2016).



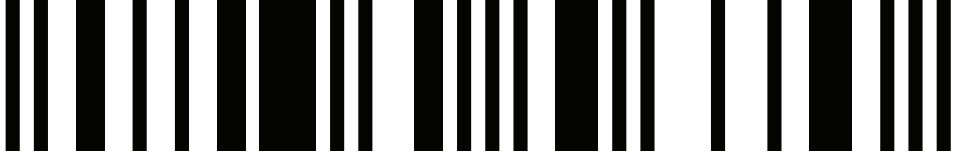
» Título de las fotografías de izquierda a derecha:
 Untitled #360. 2000. Untitled #402. 2000. Untitled #405. 2000. Untitled #398. 2000.
 Untitled #359. 2000.



» Untitled #353. 2000. Untitled #354. 2000. Untitled #355. 2000. Untitled #396. 2000.
 Untitled #397. 2000.

» Untitled #351. 2000.
 Untitled #400. 2000.
 Untitled #399. 2000





En esta serie de retratos de mujeres de Los Ángeles, Cindy Sherman explora las variantes de estereotipos de la feminidad, creando así un abanico de feminidades. Al ser representadas estas múltiples variables por una sola persona (Sherman), esta variedad de identidades genera una reflexión sobre la diversidad y los estereotipos que puede llegar a adoptar una mujer a lo largo de su vida.

Los estereotipos de belleza buscan estandarizar y normalizar los cuerpos para que luzcan de cierta manera y puedan reflejar un mensaje muy específico sobre la vida de la mujer:

Sin embargo, lo más importante de todo este proceso es que este poder no sólo está en los propios agentes de socialización (familia, escuela, medios de comunicación), sino en todas partes y ninguna a la vez, de tal forma que la ausencia de una estructura formal o institución crea la impresión de que la producción de la femineidad es voluntaria y natural.²⁸

En mi contexto, hay diferentes características que debe poseer una persona para ser considerada femenina, a continuación mencionaré y explicaré cada una de ellas:

- » **Femenina:** La definición de feminidad es la siguiente: “Conjunto de características físicas, psíquicas o morales que se consideran propias de la mujer o de lo femenino, en oposición a lo masculino.”²⁹ En mi contexto una mujer femenina es alguien que se peina, maquilla y cuida su apariencia, también alguien que es delicada, débil y que no hace cosas arriesgadas que impliquen dejar de lucir bien, ya sea en imagen o en comportamiento. Virgine Despentes (Francia, 1969) se refiere a la feminidad en su libro Teoría King Kong como “...No hablar demasiado alto. No expresarse en un tono demasiado categórico. No sentarse con las piernas abiertas. No expresarse en un tono autoritario. No hablar de dinero. No querer tomar el poder. No querer ocupar un puesto de autoridad. No buscar el prestigio. No reírse demasiado fuerte. No ser demasiado graciosa... estar eclipsada. Escuchar bien lo que te dicen. No brillar por tu inteligencia. Tener la cultura justa como para poder entender lo que un hombre guapo tiene que contarte. Ni los grandes discursos, ni los grandes libros, ni las grandes cosas.”³⁰
- » **Maternal:** La mujer biológicamente puede gestar a un ser humano dentro de ella, esto es considerado algo importante en el lugar y tiempo en el que me encuentro. Esta capacidad de parir se vuelve de cierta manera un deber del cuál las mujeres estamos condicionadas a hacer uso. En otras palabras parecería que esta es la razón por la cual existimos (preservar la especie).
- » **Sumisa:** Culturalmente, una mujer debe de ser amable, afectuosa y agradable. No debe de crear conflictos, y siempre tiene que ceder su propia comodidad, sus gustos e ideales por los de alguien más, para que este individuo se sienta cómodo con su compañía.

²⁸ Ana Martínez Barreiro. Construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. P:134.

²⁹ Búsqueda de término feminidad en diccionario electrónico.

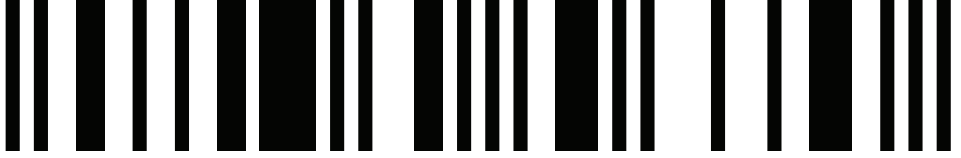
²⁹ <https://www.google.com/search?client=firefox-b-ab&q=Diccionario#dobs=feminidad> (Consultado en 13 de Agosto de 2016).

³⁰ Virgine Despentes. Teoría King Kong. (Editorial Melusina, 2007) P:106.

- » **Sensual:** Para cumplir con esta característica, es necesario poseer un cuerpo con ciertas particularidades (las mencionaré en el siguiente inciso). Es necesario además, tener una actitud que encaje con lo que los hombres desean de una mujer basándose en los propios estereotipos de deseos masculinos, por ejemplo, que le guste mirar deportes en la televisión, comer comida rápida, usar lencería especial, que tenga un alto deseo sexual, etcétera. Todo esto sin perder los rasgos caracterizados como femeninos.
- » **Bella:** La belleza física cambia según el contexto histórico, geográfico y económico en el que la mujer se encuentre. En este caso, las características de las mujeres que son consideradas bellas en la publicidad y en los medios masivos de comunicación en México, son las siguientes: juventud, cabello largo, ojos grandes, labios gruesos o semi gruesos, piel clara a morena clara, cejas delgadas, nariz recta y respingada, dientes blancos y derechos, tener perforaciones y utilización de aretes en las orejas, maquillarse, arreglar su cabello de manera que no se vea descuidado ni despeinado o desalineado, no tener vello en el cuerpo, ser delgadas, tener senos de tamaño medianos a grandes, piernas semi gruesas, cintura pequeña y nalgas de tamaño mediano (redondas sin celulitis ni estrías), piel lisa y tersa sin cicatrices ni marcas (con la excepción de algunos lunares en ciertas zonas categorizadas como sensuales, por ejemplo, un lunar a lado de la boca). Las medidas corporales que marcaron el ideal de belleza deseado en la década de los 90, eran 90 cm de busto, 60 cm de cintura y 90 cm de cadera, pero estas medidas han ido variando conforme han pasado los años. En la actualidad se distribuyen distintos estereotipos de belleza, algunos son tener un cuerpo ejercitado, es decir, delgado y con los músculos marcados, siempre y cuando no se pierdan las características de “lo femenino”. También existe el estereotipo de cuerpo curvilíneo: tener senos y nalgas prominentes, abdomen abultado con la cintura marcada, y piernas torneadas.

El concepto de belleza se ha usado desde tiempos inmemorables y ha ido mutando a lo largo de los años, en cada región geográfica cambian las características consideradas como bellas. El ser humano ha transformado su cuerpo mediante procedimientos quirúrgicos o procesuales, para cumplir con ese ideal. Algunos de estos procedimientos son: agrandar los ojos, los labios o los senos, alargar el cuello, aumentar la estatura, reducir el tamaño de los pies o de la cintura, cambiar la forma y color de los dientes, tatuar el cuerpo, etcétera.





CAPÍTULO 2

La forma de la belleza en el arte



2.1 Semblanza del concepto belleza

Históricamente la idea de belleza ha evolucionado, para algunos filósofos este concepto tiene que ver con las ideas del bien (Platón)³¹, la simetría (Aristóteles)³², la verdad (Hegel)³³, la perfección sensible (Baumgarten)³⁴, la perfección expresiva (Croce)³⁵, y el placer de lo sublime (Kant)³⁶. Socialmente se le atribuye también el concepto de bondad a la idea de belleza: todo lo bello es bueno y por eso es bello (Platón). Esta relación entre belleza y bondad se tiene desde hace mucho tiempo, aunque hoy en día se le atribuyen más valores de los cuales hablaré en el siguiente capítulo.

El significado de lo bello por la Real Academia Española es:

1. **adj.** Que, por la perfección de sus formas, complace a la vista, al oído y por extensión al espíritu.
2. **Adj.** Bueno, excelente.

Considero que la belleza es un conjunto de características físicas, afectivas y espirituales, que se engloban en un sujeto u objeto; y que en quien las contempla o percibe produce un placer sensitivo, por lo tanto, el deseo de poseerla:

El mito de la belleza cuenta una historia: la cualidad llamada "belleza" existe objetiva y universalmente. Las mujeres quieren poseerla y los hombres buscan poseer a las mujeres que la tengan. Esta encarnación es un imperativo para las mujeres y no para los hombres, esta situación es necesaria y natural ya que es biológica, sexual y evolucionada: los hombres fuertes pelean por las mujeres bellas, y las mujeres bellas son más fértiles. La belleza de las mujeres se relaciona con su fertilidad, y ya que este sistema se basa en la selección sexual, es inevitable e inamovible.³⁷

Naomi Wolf

³¹ Nicola Abbagnanno, Diccionario de filosofía, Fondo de Cultura Económica, México, 1963. P.128.

³² Nicola Abbagnanno, Diccionario de filosofía. P.128.

³³ Nicola Abbagnanno, Diccionario de filosofía. P.128.

³⁴ Nicola Abbagnanno, Diccionario de filosofía. P.129.

³⁵ Nicola Abbagnanno, Diccionario de filosofía. P.130.

³⁶ Nicola Abbagnanno, Diccionario de filosofía. P.130.

³⁷ "The beauty myth tells a story: the quality called "beauty" exists objectively and universally. The women wants to have it, and the men wants to posses the women who owns it.This embodiment is an imperative to women and no to men, this situation is necessarily and natural because it is biological, sexual and evolved: the strongest men fights for beautiful women, and beautiful women are more fertile. Women´s beauty it´s related to hers fertility, and because this system it´s base don sexual selection, it´s inevitable and immovable". Naomi Wolf. The beauty myth: how images of beauty are used against women, (New York, Perennial, 2002). P.12. Traducción propia.

2.2 Construcción de la representación del cuerpo de la mujer en el arte.

La historia de la representación del cuerpo en el arte se ha ocupado más con base en expectativas y aspiraciones que con veracidad.³⁸

Sally O'Reilly

Por muchos años se pensó que el arte, para ser considerado como tal, debía de ser bello. No obstante, Arthur Danto en su ensayo “la estética y el concepto de arte”, menciona que la relación a priori entre arte y belleza comenzó a romperse en las vanguardias.³⁹

Históricamente, dentro del campo de las artes visuales en el mundo occidental, el ideal de belleza en la mujer ha sido representado por la figura de Afrodita, diosa griega de la belleza, el amor y la fertilidad, que más tarde fue utilizada por la mitología romana bajo el nombre de Venus.

La figura de Venus, representa el ideal físico de belleza en el cuerpo de las mujeres y sus características han ido variando a lo largo de la historia de la humanidad. En la actualidad existen muchos modelos que pueden ser consideradas como representaciones de Venus.

Las características formales para representar el ideal de lo femenino en la historia del arte son: piel blanca, joven, cabello largo de color rubio a rojizo, facciones suaves, sin vello corporal, cintura pronunciada, delgada, tiene nalgas prominentes y redondas, senos de tamaño mediano y abdomen un poco abultado, en algunas representaciones se puede observar que tiene musculatura en los brazos y abdomen.

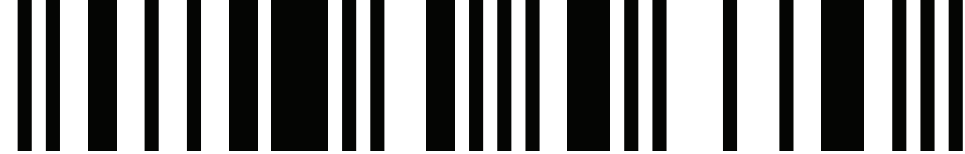
Generalmente, solían representarse a estas mujeres desnudas. Utilizando el nombre de Venus, se han implantado diferentes atributos físicos y espirituales en las mujeres, algunos han cambiado a lo largo de los años pero otros se han permanecido inmóviles.

En las láminas del libro “Historia de la belleza” de Umberto Eco (1932 – 2016), se puede observar una línea del tiempo de las modelos mujeres que han cumplido con esas características para ser consideradas bellas en las obras de arte.

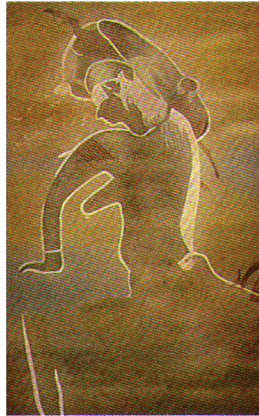
³⁸ “The history of representations of the body has been more occupied in expectations and aspirations than in veracity.” Sally O'Reilly. *The body in contemporary art*. P.17. Traducción propia.

³⁹ Arthur C. Danto, *La estética y el concepto de arte*. (Barcelona, Paidós, 2005) P.53–77.





milenio xxx a.C.
Venus de Willendorf,
Viena,
Kunsthistorisches
Museum



milenio IV- III a.C.
Antinea,
Jabbaren, Tassili



siglo IV a.C.
Venus de Cnido,
copia romana de
Praxiteles,
Roma,
Museo Nacional
Romano



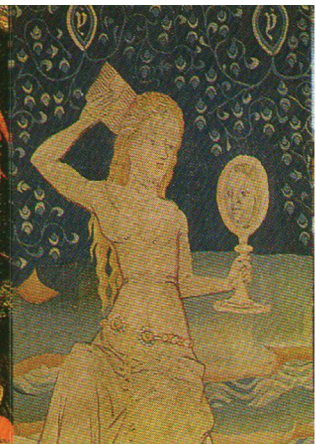
siglo III a.C.
Venus agachada,
París,
Museo del Louvre



siglo IV - V
Fragmento arquitectónico con Venus que sale
del mar,
El Cairo,
Museo Copto



c. 1360
Maestro de San Martino,
Venus adorada por seis amantes legend-
arios, plato de fabricación florentina,
detalle.
París, Museo del Louvre



siglo XIV
Tapiz del Apocalipsis que representa la
Visión de la gran prostituta
(Apocalipsis 17),
Angers,
Castillo del rey Renato



siglo II a.C.

Venus de Milo,
París,
Museo del Louvre



siglo II - I a.C

Estatuilla de marfil de la diosa
Laksmi procedente de
Pompeya, Nápoles,
Museo Arqueológico Nacional



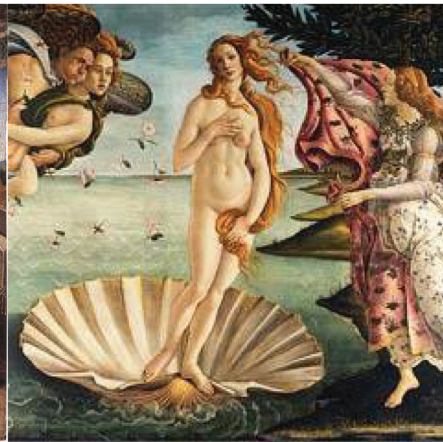
siglo I a.C

Marte y Venus,
casa de Marte y Venus en Pompeya, fresco.
Nápoles,
Museo Arqueológico Nacional



1470 - 1480

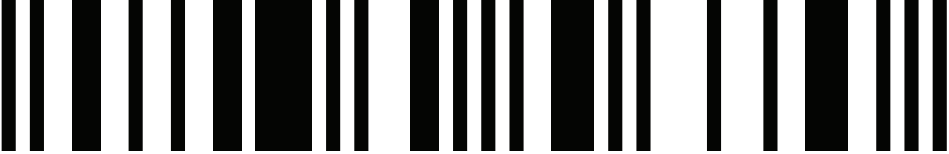
Pintor anónimo de la Baja Renania,
Magia del amor,
Leipzig, Museum der bildenden
Künste



c. 1482

Sandro Botticelli,
Nacimiento de Venus,
Florencia, Galería de los Uffizi





1506

Lucas Cranach,
Venus y Amor que lleva el panal
de miel, Roma,
Galería Borghese



1509

Giorgione,
Venus dormida,
Dresde,
Gemäldegalerie



1630

Pieter Paul Rubens,
Elena Fourment como
Afrodita,
Viena
Kunsthistorisches
Museum



1650

Diego Velázquez,
Venus del espejo,
Londres,
National Gallery



1538

Tiziano,
Venus de Urbino,
Florencia,
Galería de los Uffizi



1545

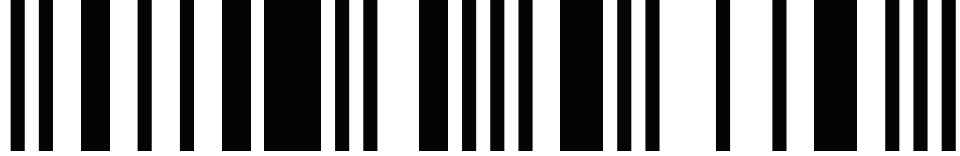
Agnolo Bronzino,
Alegoría de Venus,
Londres,
National Gallery



1797 - 1800

Francisco de Goya y Lucientes,
Maja desnuda,
Madrid,
Museo del Prado





1804 - 1808

Antonio Canova,
Paulina Borghese,
Roma,
Galería Borghese



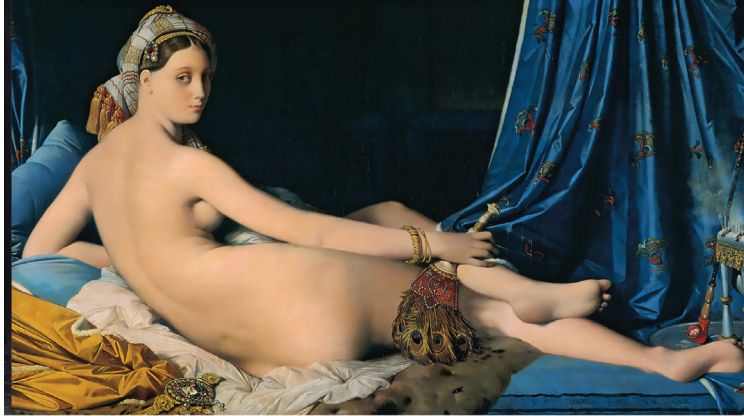
1833

Francesco Hayez,
Magdalena penitente,
Milán,
Galería Municipal de Arte Moderno



1863

Édouard Manet,
Olimpia,
París,
Museo d'Orsay



1814

Jean - Auguste - Dominique Ingres,
La gran odalisca,
París,
Museo del Louvre



1892

Paul Gauguin,
Aha oe feii? ,
San Petesburgo,
Ermitage

1908

Pablo Picasso,
Gran Driada,
San Petesburgo,
Ermitage

1909

Gustav Klimt,
Salomé,
Venecia,
Galería de
Arte Moderno

c. 1920

Josephine Baker





c. 1950

Marilyn Monroe



c. 1965

Brigitte Bardot



1997

Monica Bellucci,
Calendario Pirelli

El desnudo de la mujer en particular ha sido sujeto a procesos de objetualización: como símbolo de la belleza clásica o como alegoría, o como deleite en la naturaleza o como sensualidad, se ha ido convirtiendo en un vehículo voyerista para el espectador masculino.⁴⁰

Sally O'Reilly

Kenneth Clark (Inglaterra, 1903) en su libro "Feminine Beauty", se refiere al objetivo de la creación de las representaciones femeninas de los griegos de la siguiente manera: "no cuentan ninguna historia, no hacen estatutos, simplemente se hacen para agradar a los ojos y para recordar al espectador algo agradable"⁴¹. Con ese planteamiento se puede analizar históricamente que el tomar al cuerpo de la mujer como modelo, ha hecho que éste se perciba como objeto en vez de sujeto; en este caso, el cuerpo de las mujeres en la actualidad suele ser tratado como un producto con fecha de caducidad y en el cual es necesario establecer reglas para denominar su valor y su buena utilización.

Los hombres actúan y las mujeres aparecen. Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas.⁴²

John Berger

Marina Abramovic (Yugoslavia, 1946) realizó en 1975 un video performance titulado "Art must be beautiful, artist must be beautiful" (el arte debe de ser bello, la artista debe de ser bella), en el cual repetía esta frase mientras se cepillaba el cabello. Poco a poco la acción del cepillado fue tornándose violenta y su apariencia física también se vio transformada.

⁴⁰ "Particularly, the naked women's bodies has been objetualized: as a symbol of classic beauty or allegory, nature delight and sensuality, it has become in a voyeurist vehicle to the male viewer". Sally O'Reilly. *Body in Contemporary art*. P.18. Traducción propia.

⁴¹ "... they tell no history or statements, they were created simply to like the eye and remember something pleasant to the viewer". Kenneth Clark, *Feminine beauty*. (Weindenfeld and Nicolson, 1980) P.11. Traducción propia.

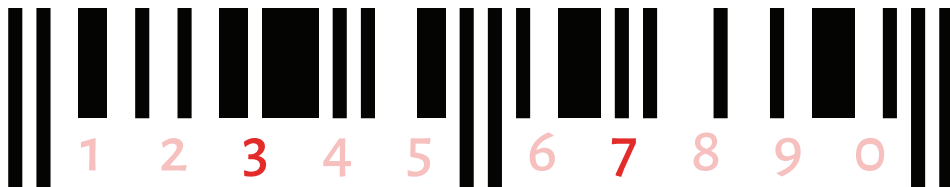
⁴² John Berger. *Modos de ver*. (Gustavo Gili, 2016). P.47



» Still de video performance con duración de 13´ con 56".
Fotografía tomada de: <https://www.cobosocial.com/wp-content/uploads/2015/09/Marina-Abramovic-Art-Must-Be-Beautiful-1975.jpg>

En esta pieza, Abramovic no sólo pone en evidencia lo violento de un deber ser (en este caso ser y hacer cosas bellas), sino que también reflexiona sobre el ser mujer artista y cómo por ser mujer, el arte debe ser relacionado al concepto de belleza.

¿Cuál es el papel de la mujer en el arte? ¿Cómo cambian las posibilidades de creación (temáticas, modos de producción, etcétera) por ser mujer? ¿Qué sucede cuando la mujer deja de ser objeto del arte y se vuelve sujeto partícipe en la producción artística?





2.3 La belleza como medida de valor

Partiendo de las diferentes representaciones de Venus en el arte, se puede observar que este ideal en esencia sigue siendo el mismo y cumpliendo las mismas funciones, puesto que quienes la representaban en pinturas y esculturas eran hombres. John Berger, en su libro “modos de ver”, habla sobre el cuerpo de las mujeres y la vista de los otros, y menciona que las mujeres están acostumbradas a ser vistas y analizadas por los demás. Una de las principales características que socialmente debe de cumplir alguna mujer es ser bella, por esto, las miradas hacia este cuerpo en su mayoría son para ejercer un juicio de valor con respecto a si cumple o no con los atributos para ser considerado bello (y por lo tanto valioso). De este modo, el cumplimiento o incumplimiento de estas características es utilizado como medida para establecer qué tan posible es o no es para la persona, llegar a diferentes metas afectivas, tales como la felicidad o el amor. En el siguiente capítulo abordaré con mayor profundidad este tema.

La relación de la belleza física con la aceptación y valor de un individuo en la sociedad, es algo que se busca inicialmente cumpliendo con las formas físicas que se han distribuido a lo largo de la historia de la humanidad. Durante varios siglos esta relación fue establecida por medio del arte y hoy en día se da a través de los medios masivos de comunicación.

Las consecuencias que han surgido del imaginario sobre el cuerpo de la mujer, la colocan en una búsqueda por adaptar su cuerpo a dicho ideal, en vez de construir un ideal personal que se adapte a su propio cuerpo:

Una idea se vuelve tridimensional, incorporándose así en la manera en cómo viven o no las mujeres... la cultura contemporánea cumple con el papel de la doncella de acero⁴³ mientras censura los cuerpos y rostros reales de las mujeres.⁴⁴

Naomi Wolf

2.4 La belleza como fin común

Cambiar la forma del cuerpo para cumplir con los estándares de belleza es algo común en la cotidianidad, va desde algo momentáneo y sencillo como peinarse, maquillarse y utilizar ciertas prendas, hasta realizarse cambios muy drásticos y permanentes, tales como los tatuajes, los aditamentos corporales (cinturillas, fajas etc.),o incluso la cirugía plástica. Al intervenir nuestro cuerpo, se genera una relación entre lo que se decide utilizar (sea permanente o no) y la manera en cómo expresa cada quien su identidad ante los demás. En las culturas no occidentales, menciona Tracey Warr (Reino Unido, 1958), “la circuncisión, la pintura corporal, la escarificación, el tatuaje y el piercing se consideraban medios que se servían del cuerpo para acceder a otro plano de la realidad”⁴⁵. En mi contexto actual (con gran influencia del mundo occidental), muchas personas buscan seguir algún ideal de belleza, el cual como ya se ha mencionado anteriormente, va cambiando según el género, el contexto social, político, histórico y económico.

⁴³ Doncella de acero era un instrumento de tortura medieval el cual era una caja con picos donde se encerraba a la víctima, y cuando se cerraba se podía ver la cara de una doncella sonriendo.

⁴⁴ “An idea becomes three dimensional, entering into the way that women live and do not live... contemporary culture plays the role of the iron maiden as it censors women's actual bodies and faces”. Naomi Wolf. *The beauty myth*. P.17. Traducción propia.

⁴⁵ Tracey Warr y Amelia Jones, *el cuerpo del artista*. (Phaidon Press, 2006). P.12.

Una artista que ha investigado y trabajado sobre los cánones de belleza es ORLAN (Francia, 1947)⁴⁶. Ella crea esculturas, fotografías, performances, videos y videojuegos, realidad aumentada, utilizando técnicas médicas y científicas como cirugías y biogenética. ORLAN hace de su cuerpo el medio, la materia prima y el soporte visual de su trabajo”⁴⁷

ORLAN realizó de 1990 a 1995 una serie de cirugías performance llamadas “The re-incarnation of Saint-Orlan” (La reencarnación de Santa Orlan). En estas nueve cirugías las cuales realizó con ayuda de cirujanos plásticos, se sometió a procedimientos quirúrgicos faciales de “embellecimiento” para lucir como indican los cánones de belleza: modificó sus cejas como la Mona Lisa de Leonardo da Vinci y cambió su mentón para que luciera como la Venus de Botticelli. Simultáneamente a estas cirugías, Orlan realizó diferentes acciones performáticas con elementos externos, donde incorporaba fluidos y partes de su cuerpo removiéndose durante alguna lectura de poesía, con el fin de representar cómo marcan el cuerpo ciertos cánones de belleza distribuidos por el arte.



» 1st Surgery-Performance, 1990, Première Opération Chirurgicale-Performance

⁴⁶ Escribo ORLAN con mayúsculas como la artista menciona que se debe de referir a ella.

⁴⁷ <http://www.orlan.eu/> (Consultado el 17 de Octubre de 2017).





» 7th Surgery-Performance called Omniprésence, 1993, Opération chirurgicale-performance dite Omniprésence

Al utilizar su propio cuerpo como materia y lienzo para generar críticas y visibilizar lo que sucede en una cirugía estética con todo lo que conlleva (dolor, incomodidad, gasto de dinero, etcétera), ORLAN evidencia la belleza como un fin común por el cual somos capaces de dar hasta la vida con tal de poseerla.

“Antes las mujeres que eran visibles en el arte desempeñaban un papel de modelo y/o musa de algún artista hombre. La mujer como artista fue excluida por muchos años en la historia del arte.”⁴⁸ La belleza ocupaba un papel fundamental, ya que esa era la medida de valor que garantizaba a las mujeres dentro del arte.

Tanto en el caso de Abramovic como en el caso de Orlan, se puede observar cómo ambas utilizan el performance como proceso y herramienta de investigación sobre su propio cuerpo, para analizar las construcciones instauradas en ellos. Al ser mujeres se

⁴⁸ Prado Campos. Ellas, las mujeres que fueron borradas de los libros de Historia del Arte. https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-10-02/mujeres-artistas-olvidadas-arte-silenciadas_1450809/ (Consultado el 15 de Mayo de 2018).

les han instaurado valores y reglas sobre cómo comportarse, qué decir, qué pensar y cómo lucir. Sin embargo, desde su arte y su esencia de artistas, deciden romper con esa tradición en la historia del arte que determina cierta manera de percibir las:

En el performance el cuerpo es el soporte de la obra. Pero ¿de qué cuerpo estamos hablando? Es necesario aclarar que no hay un concepto del cuerpo ahistórico, y que no podemos hablar de “el cuerpo” en general sin mencionar los condicionamientos sociales y culturales que conforman la corporeidad humana.⁴⁹

Josefina Alcázar

Por un lado, Umberto Eco menciona que la belleza es un valor que va más allá del deseo de poseerse⁵⁰, por otro lado, el planteamiento de John Berger sobre la belleza, es que ésta aumenta su valor mientras más el otro desea poseerla⁵¹. En las dos posturas se puede observar la importancia del placer que causa ser testigo de algo catalogado como bello y del deseo de que se considere al propio cuerpo bello, para así lograr una mayor aceptación general de uno mismo.

Cuando se va desarrollando la vida del ser humano en una sociedad de consumo, lo normal es seguir los modelos que los medios de comunicación masiva difunden.

Al percatarse una misma que no cumple con estos modelos, se generan varios problemas internos. Una de las posibilidades es que se intente llegar a ser como estos, o bien plantarse desde un punto crítico y no buscar cumplir lo inalcanzable que prometen esos modelos de consumo.

La belleza es un deber ser que tienen que cumplir las mujeres para considerarse como femeninas, y por lo tanto ser valoradas por la sociedad. Estos estándares al inicio de la vida de una mujer se imponen mediante actores externos (familia, sociedad, televisión, publicidad, etcétera), como menciona John Berger, y tales condicionamientos se van haciendo naturalizando de una forma inconsciente, puesto que a las mujeres nos educan no sólo para supervisar a las demás mujeres, sino también para auto supervisarnos a nosotras mismas, poniendo siempre como prioridad la manera en la que nos van a percibir las personas que nos rodean.

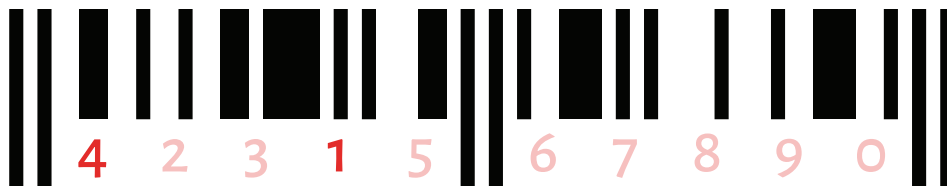
El utilizar algún aditamento (llámese maquillaje, prendas como tacones, fajas, etcétera) para transformar el cuerpo en forma, también hace que nuestra percepción sobre éste cambie.

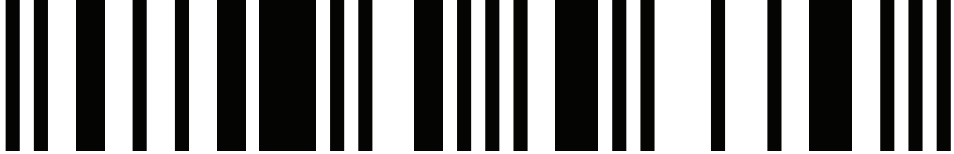
Es muy popular que las mujeres utilicen tacones (para aumentar su estatura y estilizar su figura), fajas (para aplanar el abdomen y marcar la cintura), y brasier (para sostener el busto y aumentar el tamaño de éste).

⁴⁹ Josefina Alcázar. Performance, un arte del yo. (México: Siglo XXI editores, 2014). P:121

⁵⁰ Umberto Eco. Historia de la belleza. (Lumen, 2004) P.10.

⁵¹ John Berger, Modos de ver. P.35.





El brasier es una prenda diseñada exclusivamente para el cuerpo de la mujer, ya que originalmente es utilizado para levantar y sostener los senos. En mi contexto, su uso en el cuerpo comienza a utilizarse desde que la mujer comienza a desarrollarse físicamente para ser fértil.

Hay diferentes percepciones sobre este aditamento, dado que todo tiene que ver con la manera en la cual incide en la vida de alguien, y sobretodo con la forma y las características corporales.

Partiendo de mi relación con esta prenda, realicé una serie de reflexiones en el momento en que decidí dejar de utilizarla, y así generé la serie de cuatro fotografías titulada “Violencias invisibles”.

Como alguien nacida mujer, la espera de la transformación de ser niña a ser mujer siempre me persiguió, por lo menos en la infancia, pubertad y adolescencia.

Los cambios físicos comenzaron a surgir en mi a los diez años y mi experiencia fue muy traumatizante, ya que quería seguir siendo una niña y no quería que mi cuerpo se transformara.

Cuando era pequeña fui con mi padre y su mejor amigo a un balneario, mi padre manejaba el auto y yo iba en el asiento de atrás. Ellos no usaban playeras porque hacía un calor impresionante, yo le pregunté a mi padre si me podía quitar la playera porque yo tenía también mucho calor, y él me contestó que no podía hacerlo porque yo era niña. En ese momento mis senos no estaban cerca de comenzar a desarrollarse, yo no entendí su respuesta porque para mí, mi pecho lucía igual de plano que el de mi padre y su amigo.

En el momento en el que los senos comienzan a crecer, se utiliza un corpiño que es un top infantil. Cuando mis senos comenzaron a aumentar su tamaño, utilizaba varios de esos y tenía una sensación de ser mujer, de ser sexy (¿quién quiere ser sexy a los 10 años de edad?), me sentía segura utilizando los corpiños aunque mis senos no fueran grandes.

A los 12 años mi abuela me regaló mi primer brasier, era de color azul con verde, y en ese momento me sentí aún más mujer, poco a poco comenzaba a percatarme de la manera en la cual lucían mis senos con y sin él.

Mis senos son de tamaño medio a pequeño, realmente desde que percibí que mis senos se veían más grandes con brasier, comencé a utilizarlo diario, sentía que al incrementar el tamaño de mis senos, se incrementaba el hecho de ser mujer, y con ello, la posibilidad de ser percibida sexy, y así ser deseada por los otros. Sentía que comenzaba a parecer más a las chicas de los anuncios.

Conforme fueron pasando los años, mis senos llegaron a medir lo que miden ahora y me sentía mal porque me di cuenta que no crecerían tanto como lo deseaba. Cada vez que me veía al espejo mientras utilizaba un brasier, deseaba que mis senos lucieran sin él de la misma manera en que lucían con esta prenda puesta, de modo que eso me hacía sentirme mal conmigo misma cuando no lo usaba, sentía que no era lo suficiente mujer.

Poco a poco comencé a reducir el tamaño de los tirantes de esta prenda con el fin de que levantara más mis senos, esto me provocaba una gran incomodidad en los hombros porque me apretaban y me quedaban marcas en la piel por utilizarlo al menos 16 horas diarias.

Hace casi tres años realicé un viaje de 10 horas en avión, y por cuestiones de comodidad decidí viajar sin brasier. En mis caminatas en otro continente, pasé de sentirme con pánico por estar sola, a sentirme libre. Nadie allá me conocía y no me importaba si me juzgaban, así que decidí comenzar una larga tarea: dejar de juzgarme a mí misma, comenzar a sentirme cómoda y aceptarme como soy, aceptar mis decisiones, mis acciones, y sobre todo mi cuerpo, sus formas, colores, texturas.

Fue entonces que decidí dejar de usar brasier como un mero experimento detonado por el deseo de comodidad.

En estos años en los que casi no he estado utilizando brasier, he descubierto que mi sentir con la forma y el tamaño de mis senos se ha transformado. Me percaté del cambio que tuvo el sentirme empoderada cuando era niña al momento de usar corpiño y cómo esto se transformó a sentir que ni el tamaño ni la forma de mis senos eran los correctos. El brasier comenzó a ser una prenda que negaba mi propio ser/esencia, comenzó a causarme malestares sobre mi apariencia, a hacerme sentir menos, a sentir que no soy suficiente como soy.

La decisión de no usarlo ha sido una manera de ser consciente con las decisiones que tomo sobre mi cuerpo, comenzando con aceptarlo. Percatarme que el tamaño y la forma de mis senos no influyen en mi valoración propia sobre ser mujer, me ha quitado un peso de encima.

Vivir en una sociedad que me ha enseñado a odiarme, a negarme a mí misma y a competir con las otras, la posibilidad de amarme a mí misma, y a su vez a otras mujeres, es un acto de resistencia.

Así surgió la serie “Violencias invisibles”, haciendo un ejercicio de memoria y de mapeo afectivo sobre mi propio cuerpo y sobre todos los “deber ser” que he adquirido a lo largo de estos años. La serie consistió en pasar un día con un brasier puesto y fotografiar las marcas que éste genera en mi piel, con el objetivo de evidenciar la experiencia violenta que he tenido sobre el estereotipo de mujer, marcado por el concepto de femineidad que ha representado esta prenda.





» Violencias invisibles #1. Fotografía digital. 40 cms x 60 cms. 2017.



» Violencias invisibles #2. Fotografía digital. 40 cms x 60 cms. 2017.





» Violencias invisibles #1. Fotografía digital. 40 cms x 60 cms. 2017.



» Violencias invisibles #4. Fotografía digital. 40 cms x 60 cms. 2017.





Todo el imaginario colectivo que se tiene sobre lo que se necesita cumplir para ser mujer, no sólo se produce por formar parte de una sociedad, ni por el contexto político y económico en el que se encuentra el individuo (como mencioné en el capítulo uno), sino también por medio del consumo de la publicidad y los medios de comunicación masiva.

El mito de la belleza no se trata sobre las mujeres. Trata de las instituciones de los hombres y el poder institucional.

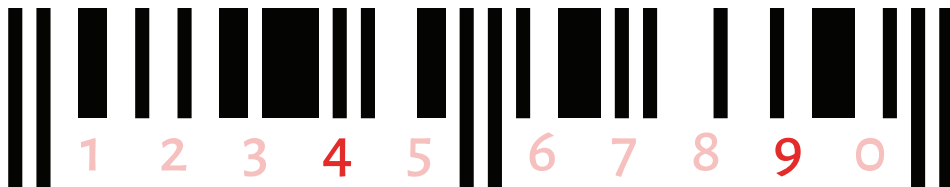
El mito de la belleza pre-escribe siempre el comportamiento y no la apariencia.⁵²

Naomi Wolf

⁵²“The Beauty myth is not about women. It is about men’s institutions and power. The Beauty myth prewrite behavior not appearance.”Naomi Wolf. The beauty myth. P.14. Traducción propia.

CAPÍTULO 3

La belleza como mecanismo de control





3.1 Distribución del ideal de Belleza

En el capítulo anterior hablé sobre la representación del cuerpo de la mujer como modelo en la historia del arte, y la manera en cómo estas distintas imágenes han moldeado las expectativas y concepciones del cuerpo de la mujer actualmente.

La publicidad ha funcionado como distribuidor de arquetipos y modelos aspiracionales. En la serie documental de la BBC titulada “El siglo del Yo”⁵³, se relata la historia de la publicidad creada en manos de Edward Bernays (sobrino de Sigmund Freud). Bernays se mudó a Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial. Utilizando las teorías Freudianas sobre el inconsciente y el deseo, generó tácticas para controlar ideológicamente a los estadounidenses, con la finalidad de transformar a los individuos comunes en personas democráticas, y así poder evitar de alguna manera que se repitieran acciones que sucedieron en la segunda guerra mundial. Sin embargo, el ideal principal de esta estrategia de control fue cambiando hasta que se utilizó para generar consumo en la sociedad.

A inicios de los años 60 en Estados Unidos estuvieron presentes dos teorías psicológicas opuestas, por un lado el psicoanálisis de Sigmund Freud, y por otro lado la izquierda freudiana de Wilhelm Reich. Esta última teoría se enfocaba en no reprimir los deseos ni el inconsciente, puesto que se creía fructífero sacar todo lo que el ser humano siente.

Así, la sociedad estadounidense comenzó a seguir este nuevo planteamiento, el cual se enfocaba en la transformación individual más que en la colectiva, por lo que cambió la manera en que el individuo se pensaba y se relacionaba con la sociedad. Las agencias publicitarias decidieron tomar este nuevo movimiento para crear campañas distintas generando anuncios que representaban una nueva forma de vida y de valores. La publicidad se enfocó en que el consumidor se sintiera único y diferente a los demás, en tanto que lo que la gente elegía consumir era muestra de su personalidad.

Las agencias publicitarias contrataron a psicólogos para realizar cuestionarios y poder identificar los grupos de consumidores que existen según los patrones de comportamiento que eligen para expresarse a sí mismos. A esto se le llamó estilo de vida⁵⁴, puesto que dependiendo de los distintos valores y modos de vivir, se fueron generando aspiraciones físicas y afectivas en los comerciales.

Actualmente, la transformación del cuerpo es una industria multimillonaria que tiene la finalidad de distribuir los ideales de belleza y de bienestar física, afectiva y aspiracionalmente (en su mayoría inalcanzables), para que el sistema de consumo siga existiendo. Estas compañías utilizan a las modelos como arquetipos creando una atmósfera compleja que tiene la finalidad de generar una relación entre el consumo de su producto y el acercamiento con las expectativas de vida (tener dinero, sexo, diversión, amor romántico, éxito y felicidad).

Esta idealización de las modelos puede llevar a las mujeres a tener una obsesión por lucir como ellas, generando así una relación de valor del ser humano según el reco-

⁵³ BBC, El siglo del yo. Capítulo 1. <https://vimeo.com/44013082> (Consultado el 3 de Marzo del 2018).

⁵⁴ BBC, El siglo del yo, capítulo 3. <https://vimeo.com/17882673> (Consultado el 19 de Mayo del 2018).

nocimiento que obtenga de los demás basándose en su atractivo físico, o sea, mientras más bella, serás más amada y valorada.

Pero para lucir de esa manera se tienen que realizar distintos hábitos de vida como ejercitarse, cuidar lo que se come, y utilizar ciertos productos y cierta ropa, relacionarse con ciertas personas e ir a lugares reconocidos.

El cuerpo responde a las exigencias del sistema imperante: obediente, transformado en fuerza productiva, rentable al máximo, expuesto, vendido y consumido.⁵⁵

Iván Mejía

3.2 Representación del cuerpo de la mujer

En el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, se define representación como Imagen o idea que sustituye a la realidad.⁵⁶

Félix de Azúa (Barcelona, 1944) se refiere a ésta en su libro “Diccionario de las artes como una ficción que produce realidad.”⁵⁷

Infancia

Dependiendo del sexo de los recién nacidos, se les comienza a relacionar con distintas actitudes, formas, colores y objetos (roles de género).

En las niñas es muy común que los juguetes obsequiados, sean juguetes relacionados a la crianza y a la maternidad. Una de las muñecas más populares en los años 90 fueron las Barbies. En esta época, en las tiendas sólo se encontraban rubias, pero después de un tiempo comenzaron a venderse otras representaciones raciales como Teresa, que era castaña. Los anuncios en torno a esta muñeca tenían que ver con la idea de una vida maravillosa, casas de verano, autos convertibles, variedad de ropa de moda, y la compañía de un novio (Ken).

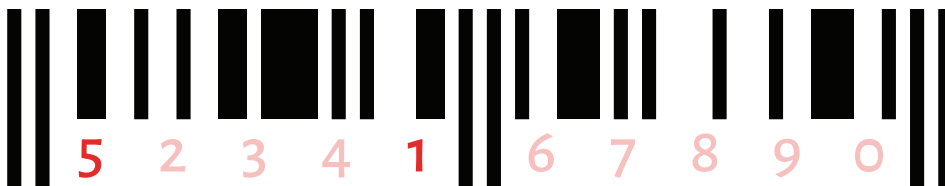
A pesar de que en la década de los noventa las Barbies se popularizaron, en realidad fueron creadas a finales de los años 50 por Ruth Handler. En un viaje por Alemania, Handler se encontró con una muñeca sexual que simulaba el personaje de un cómic leído por hombres. Más tarde decidió contratar a un diseñador para que realizara una versión adaptada para niñas. Su mayor motor para la producción de juguetes fue darse cuenta que los juegos de niñas estaban dirigidos únicamente a la realización de los labores domésticas. Al inicio fue muy difícil lanzar la Barbie al mercado porque la gente no la compraba, hasta que se percató del poder de la publicidad, y así, decidió lanzar una muñeca Barbie que estaba vestida de novia, puesto que en ese momento la campaña publicitaria estaba más bien dirigida principalmente a las madres de las niñas, quienes temían que sus hijas nunca se casaran. A partir de esto la Barbie ha sido la muñeca más exitosa de la historia.⁵⁸

⁵⁵ Iván Mejía. El cuerpo post humano (México, UNAM, 2005). P. 54 y 55.

⁵⁶ Diccionario de la Real Academia Española, término representación. <http://dle.rae.es/?id=W4VMjJb> (Consultado el 15 de Diciembre de 2017).

⁵⁷ Félix De Azúa, Diccionario de las artes. (Planeta Espanha, 2011). P.251.

⁵⁸ Netflix. The toys that made Us, Capítulo 2. Barbie. 2017. (Consultado el 14 de Noviembre de 2017).





» Barbie de los 90

El cuerpo de las barbies siempre lucía de la misma manera, lo que cambiaba era la ropa, los accesorios correspondientes a su oficio o temática, y el rostro, dependiendo de los estándares de moda según la época en la cual era vendida.

En el universo Barbie, la importancia de la indumentaria para la construcción de la identidad es tal que incluso la actividad profesional puede significarse con sólo cambiar de vestido: de veterinaria de mascotas a estrella de rock, piloto de carreras o diseñadora... Lejos de constituir un mecanismo para fomentar la adquisición de capacidades profesionales y relacionales entre las niñas, la irrealidad y superficialidad de la transformación prometida por la indumentaria en el relato Barbie pueden traducirse en un sentimiento de desposesión personal. Su mensaje parece ser que el desarrollo del proyecto vital de la adolescente no es fruto de su propio esfuerzo, sino mérito de su indumentaria. En suma, la indumentaria reina sobre la persona y desvaloriza.⁵⁹

Patricia Soley Beltrán

Desde la infancia, a las mujeres se les comienza a sociabilizar ideas en relación a su físico y a los objetos y modos de vida que se deben de poseer para poder acceder a la felicidad y al éxito. Las muñecas son muy importantes en esta etapa de la vida ya que funcionan como un modelo que marca las pautas hacia cómo se debe ser. La mayoría de los juguetes tienen el objetivo de entrenar a los niños para ser adultos. Conforme van creciendo, dejan de usar y consumir juguetes. En el caso de las niñas, las representaciones de mujer se distribuyen por medio de las modelos que aparecen en los medios de comunicación: televisión, revistas, espectaculares, películas y comerciales, en otros.

Juventud y adultez

Patricia Soley - Beltrán (Barcelona, 1962) escribe en su libro “¡Divinas! Modelos, poder y mentiras”, sobre la experiencia que tuvo cuando fue modelo, y sobre la historia de esta figura comercial. Antes, la ropa era modelada por maniqués, más tarde los diseñadores se percataron que las prendas lucen mejor en personas debido a que esto genera una

⁵⁹ Patricia Soley Beltrán. ¡Divinas! Modelos, poder y mentiras. (Barcelona: Anagrama, 2015). P.78.

identificación y empatía con los consumidores. Por ello, las vendedoras de tiendas de ropa comenzaron a portar estas prendas, y poco a poco las modelos pasaron de ser las vendedoras de las tiendas, a ser personas con ciertas características físicas. Ya no sólo lucían las prendas, sino que ahora también daban cierto estatus social que únicamente podía ser adquirido al igualar la imagen de la modelo y la ropa que llevaba puesta. De este modo, la publicidad se fue enfocando no sólo en las prendas que se utilizan en el cuerpo, sino en las características físicas que dicho cuerpo posee.

Estas características corporales han ido variando a lo largo de la historia, pero lo que ha sido inamovible es lo que significan simbólicamente:

La búsqueda de la sensación de libertad y la liberación de los corsés sociales son parte importante de la micro política sensacional publicitaria, como también lo son el amor y el romance, la sensualidad, el sueño, la ilusión, el placer, la seducción y el poder.⁶⁰

Patricia Soley Beltrán

Conforme más se consumen estos estereotipos distribuidos por los medios de comunicación masiva, más se enfoca la sociedad a seguirlos, porque el mensaje principal que se reproduce es que al seguirlos, obtendrás ese modo de vida de bienestar que incluye placer, éxito, dinero, felicidad, amor y poder.

La psiquiatra y antropóloga Anne Becker realizó un estudio llamado “Televisión, desórdenes alimenticios y mujeres jóvenes en Fiji: negociando la imagen corporal y la identidad durante el rápido cambio social”⁶¹. En este estudio realizado en 1998 (tres años después de que las transmisiones televisivas llegaran a esa zona), Becker realizó una serie de entrevistas a mujeres adolescentes de una escuela secundaria de Fiji.

Los datos de esta investigación analizaron el contenido para comprobar su grado de acercamiento a las jóvenes, y el resultado mostró que las imágenes proyectadas en la televisión producían mayoritariamente efectos negativos, y sobre todo, destructivos. Las estudiantes se referían a las mujeres que aparecían como personajes principales en los distintos programas, como su modelo principal de “deber ser”. Partiendo de esto, se comenzaron a preocupar por el peso y forma de su cuerpo, lo que derivó en tener un control rígido de alimentación y ejercicio. El 11.9% de las jóvenes comenzaron a tener desórdenes alimenticios con el objetivo de cambiar su cuerpo para lucir como el cuerpo de estos personajes de televisión.

En el caso de México, recientemente se realizó un estudio⁶² sobre la representación de los mexicanos en la publicidad. Se analizaron quince revistas seleccionadas como las más populares y el resultado que arrojó dicho estudio, fue que las publicaciones más leídas por los mexicanos no muestran representaciones de la mayoría de los consumidores de éstas.

⁶⁰ Patricia Soley Beltrán. ¡Divinas! Modelos, poder y mentiras. P.226

⁶¹ Corydon Ireland. Anne Becker, Fijian girls succumb to Western dysmorphia. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2009/03/fijian-girls-succumb-to-western-dysmorphia/> (Consultado el 30 de Noviembre de 2017),

⁶² Karla Agis, Así es como las revistas mexicanas reflejan la discriminación racial en México. <http://racismoenmexico.blogspot.mx/2016/12/asi-es-como-las-revistas-mexicanas.html> (Consultado el 14 de Diciembre de 2017).





En la pieza “Deseo” (realizada en casa Frissac en 2016), decidí trabajar con revistas Cosmopolitan, ya que estas cumplen con el papel de “guías para la feminidad”, es decir, te dicen qué hacer, cómo vestirse, qué pensar, cómo actuar, qué comer, etcétera. La instalación estaba constituida por mil grullas hechas con hojas de esta revista, y fueron montadas en la sala de exposición con pabilo de vela. Decidí utilizar este proceso de origami porque esta técnica es de alguna manera terapéutica para mí. Partí de la leyenda japonesa que dice, si se hacen mil grullas se puede pedir un deseo, entonces hice mil grullas y pedí mi deseo. Al momento de hacer las grullas me empapé de todo el contenido de las revistas para lucir, accionar y pensar como debe de hacerlo una mujer (según el posicionamiento de la revista), y en el cierre de la pieza me deshice simbólicamente de todos los “consejos” de belleza, alimentación, relaciones interpersonales y, por lo tanto, de el “deber ser” que se plantea en la revista.

La temática de esta pieza es sobre los estereotipos de vida femenina, los cuáles nos invaden en todo momento desde que nacemos, y en mi opinión éstos son una negación de una misma, ya que siempre habrá un escalón más arriba para “llegar” a lo que “deseamos” (o tenemos que desear) ser. Los medios de comunicación influyen mucho en poner el modelo de lo inalcanzable, difundiendo y apoyando estos modelos sobre el “deber ser” de una mujer, y provocando por lo tanto, una sensación de insatisfacción (no ser suficiente).

Acompañando la instalación se mostraba un video⁶³ en el que hacía una grulla, mientras se escuchaba de fondo mi voz leyendo contenido de esta revista: La mujer promedio desearía que sus senos estuvieran más paradios, 41% se operaría las bubis si el procedimiento fuera gratis... si quieren una casa más pulcra y una vida sexual más intensa, cuando quiera acción en la cama dile “me encantaría, pero tengo mil pendientes del quehacer, si me ayudas me pondré cariñosa”.

⁶³ Ingrid Cota, Deseo. <https://vimeo.com/170336294>



» «Deseo» Instalación hecha con hojas de revista Cosmopolitan y pablos de vela. 2016. Casa Frisaaac.





» "Deseo" Instalación hecha con hojas de revista Cosmopolitan y pablos de vela. 2016. Casa Frisac.



» «Deseo» Instalación hecha con hojas de revista Cosmopolitan y pabito de vela. 2016. Casa Frisaac





» "Deseo" Instalación hecha con hojas de revista Cosmopolitan y pablos de vela. 2016. Casa Frisac.

La pieza concluyó un mes después de su montaje e inauguración. Las mil grullas fueron quemadas para poder así liberar el deseo y poder deshacerme de todo el contenido que absorbí en los seis meses de elaboración.



» «Liberación del deseo». Acción en la cual quemé mil grullas hechas con hojas de revistas Cosmopolitan y pabito de vela. 2016. Casa Frisaaac.





» "Liberación del deseo". Acción en la cual quemó mil grullas hechas con hojas de revistas Cosmopolitan y paballo de vela. 2016. Casa Frisaaac.



» «Liberación del deseo». Acción en la cual quemamos mil grullas hechas con hojas de revistas Cosmopolitan y pabito de vela. 2016. Casa Frisaac.

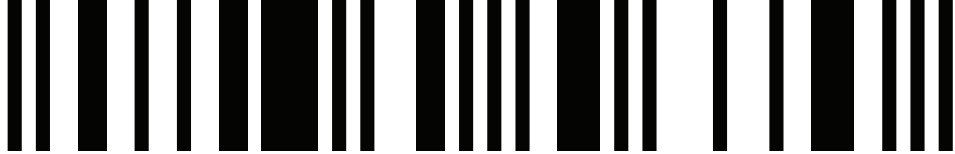


» "Liberación del deseo". Acción en la cual quemó mil grullas hechas con hojas de revistas Cosmopolitan y pabillo de vela. 2016. Casa Frisaac.



» «Liberación del deseo». Acción en la cual quemamos mil grullas hechas con hojas de revistas Cosmopolitan y pablos de vela. 2016. Casa Frisaac.





El deseo que pedí fue “Deseo dejar de sentirme culpable conmigo misma por no cumplir estos estereotipos”.

En la televisión, medios de comunicación y campañas publicitarias masivas, ocurre lo mismo: las personas que se muestran son distintas en imagen (color de ojos, piel, cabello) y forma (estatura, complexión), a la mayoría de las mexicanas. Este tipo de representaciones actuales de la mujer provienen históricamente desde la historia del arte, en su mayoría al estereotipo de belleza europeo, el cual, como mencioné en el capítulo anterior, tenían que cumplir con ciertas características. Al utilizar modelos que cumplen con cánones de belleza europeos, se genera una fractura al momento de buscar identificarse con las mujeres de la publicidad, ya que en vez de reconocer que según el contexto (político, social, económico y geográfico) varían las formas corporales de las mujeres, se busca querer ser igual a ellas para así poder poseer y vivir todas las ficciones que construyen.

Explorando los estratos y sedimentos históricos de la maniquí había descubierto que es mucho más que un ideal de belleza “superficial”. Su figura representa una identidad de diseño, constituida capa a capa, mediante la superposición de significados durante un siglo y medio... Nos cuenta una historia de clase, nacionalidad, edad, felicidad, poder y dinero. Su aura comunica un estado placentero y envidiable, fruto del bienestar económico, que nos habla de éxito y también de pobreza.⁶⁴

Patricia Soley Beltrán

Las imágenes publicitarias nos bombardean todo el tiempo, en su mayoría se componen por cuerpos de distintas mujeres que poseen las mismas características entre ellas. Estas campañas, en su mayoría, tienen una temática de transformación del cuerpo, siempre llevándolo a cumplir con las formas socialmente aceptadas. Como consecuencia, generan que se perciba al cuerpo como un objeto que siempre puede ser modificado para buscar la supuesta perfección que estas imágenes inconscientemente imponen, aunque esta idea de perfección en el sistema capitalista, sea imposible y por lo tanto, inalcanzable.

Las ficciones que se crean alrededor de la representación de la mujer en los medios de comunicación masiva pueden variar, en esta época suelen enfocarse más hacia las afectividades. Construyendo un escenario complejo que posee distintos simbolismos, se genera la idea de que la protagonista es feliz, exitosa, posee amor y/o amistad, y sobre todo, se siente segura y conforme con ella misma.⁶⁵

⁶⁴ Patricia Soley Beltrán. ¡Divinas! Modelos, poder y mentiras. P.104.

⁶⁵ Patricia Soley- Beltrán ¡Divinas! Modelos, poder y mentiras. P.113.

En la mayoría de la publicidad se utiliza esta fórmula. Al momento en que el producto se une con las características físicas de las protagonistas, se genera esa idea de bienestar y placer en el consumidor, lo que a su vez genera una inconformidad sobre la vida de las mujeres comunes en relación con su cuerpo.

Se induce a la espectadora compradora a envidiar lo que llegará a ser si compra el producto. Se la induce a imaginarse transformada por el producto en objeto de la envidia ajena, envidia que justificará entonces su amor hacia sí misma. Dicho de otro modo: la imagen publicitaria le roba el amor que siente hacia sí misma tal como es, y promete devolvérselo si paga el precio del producto.⁶⁶

John Berger

Nunca es suficiente, es la premisa que, a pesar de ser prácticamente invisible, nos marca a lo largo de la vida. Siguiendo el proceso de consumo que se maneja en los medios de comunicación masiva, siempre se puede ser más delgada, más alta, más voluptuosa, más bella, y por lo tanto, siempre se podría ser más feliz. De esta forma, la publicidad hace uso de la idea de belleza para que las mujeres consuman, vinculando la belleza con la idea de felicidad.

Las realidades producidas a partir de las ficciones en la representación del cuerpo de la mujer son distintas, pero en su mayoría están ligadas a asuntos económicos y afectivos. Primero, es necesario invertir dinero para poder transformar el cuerpo, después, una vez transformado, cambia por completo la manera en la cual se concibe.

Teniendo esto en mente realicé la pieza “Divertida Sexy Audaz”, tomando como referencia los slogans utilizados en el lomo de la revista Cosmopolitan. La pieza resulta ser un espejo invertido que busca evidenciar la manera en cómo el concepto de mujer es manipulado por la revista, logrando generar un sesgo en la percepción de cada lectora.

⁶⁶ John Berger. Modos de ver. P134.





» «Divertida Sexy Audaz – Fun Fearless Female» Espejo intervenido con lomos de revista Cosmopolitan. 28 cms x 50 cms. 2017.



»» "Divertida Sexy Audaz – Fun Fearless Female" Espejo intervenido con lomos de revista Cosmopolitan. 28 cms x 50 cms. 2017.



3.3 Politización de la belleza.

Las características que se establecen como bellas en las mujeres son meramente símbolos del comportamiento femenino que ese periodo considera como deseable: El mito de la belleza siempre prescribe el comportamiento y no la apariencia.⁶⁷

Naomi Wolf

¿Qué conlleva lucir bella?

Apariencia.

Para lucir bella se puede hacer uso de distintos aditamentos que cambien la manera en cómo se ve el cuerpo. Puede ser maquillaje, peinado, joyería, tintes de cabello, lentes de contacto, utilización de corsés, fajas reductivas, ropa interior con relleno o tacones, entre otros. En este contexto, todos estos se utilizan para poder llegar a lucir como las modelos de las cuáles hablé previamente. Con maquillaje, lentes de contacto y tintes de cabello, se suele buscar aclarar el color. Con la utilización de fajas, corsés y ropa interior con relleno, se reduce el tamaño de la cintura y el abdomen, o bien, se agranda el tamaño de los senos y las nalgas, y así se busca cambiar visualmente la complexión. Y con los tacones se busca aumentar la estatura.

Al utilizar todos estos aditamentos para acercarse a lucir como las mujeres que se observan en los medios de comunicación, la percepción del cuerpo cambia, no sólo visual o formalmente, sino también al momento que hay movimiento corporal.

En mi contexto, para cumplir con las características que mencioné anteriormente, el maquillaje es un aditamento común. Reflexionando sobre las razones por las cuales decidía utilizarlo, descubrí que en mi caso era un mecanismo de autocontrol. La mayoría de las veces que lo usaba era porque no quería permitirme realizar ciertas acciones como llorar, besar, comer, en tanto que éstas podían dañar el estado del maquillaje en mi rostro, de modo que si lloraba, por ejemplo, me vería fea en lugar de bella. Con este planteamiento realicé una serie llamada “huella del deseo”, en la cual realizo, apoyándome en el maquillaje, tres acciones diferentes. Luego, registro fotográficamente el “antes” y el “después”.

⁶⁷ “The qualities that a given period calls beautiful in women are merely symbols of the female behavior that period considers desirable: The beauty myth is always actually prescribing behavior and not appearance” Naomi Wolf. The beauty myth. P:14

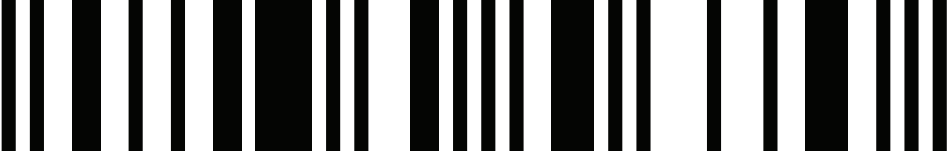


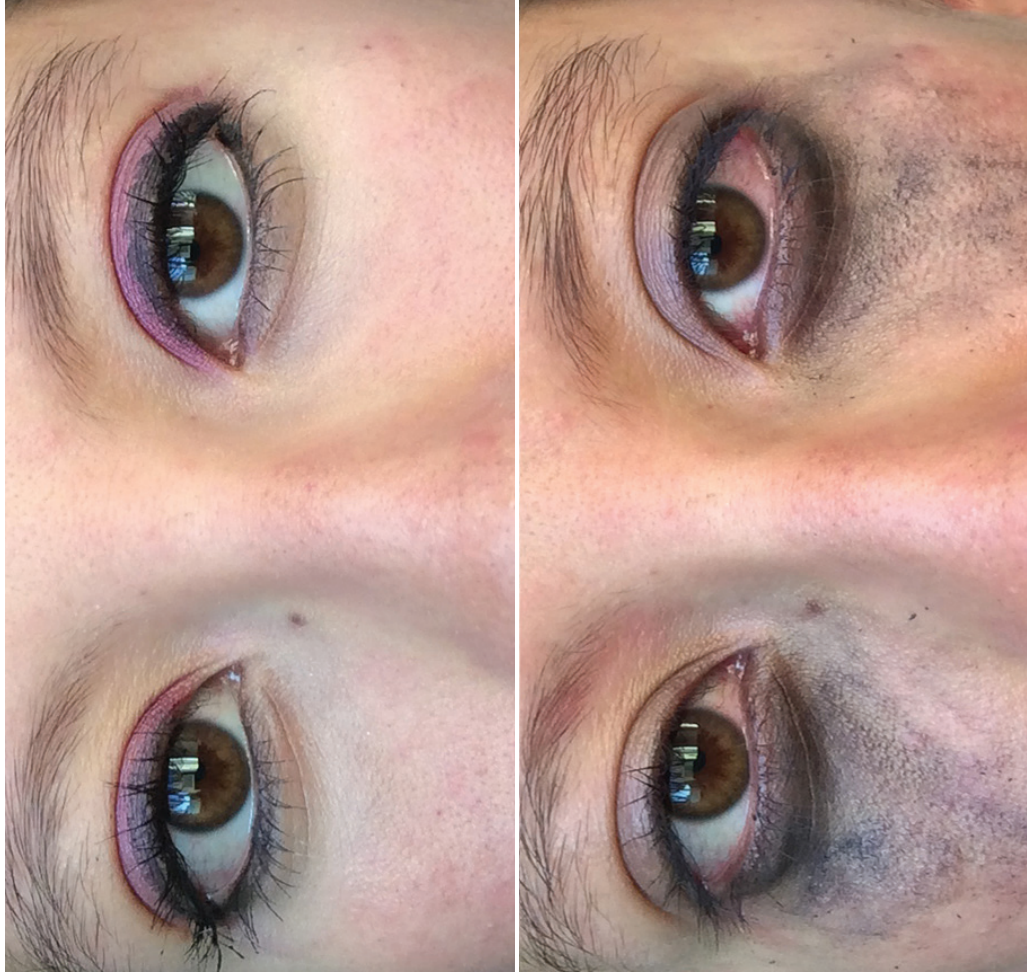
>> "Huella del deseo #1" Fotografía digital. Medidas variables. 2016.





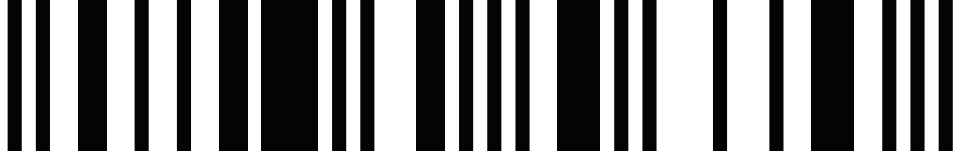
» "Huella del deseo #1" Fotografía digital. Medidas variables. 2016.





» "Huella del deseo #2" Fotografía digital. Medidas variables. 2017.





» «Huella del deseo #3” Fotografía digital. Medidas variables. 2016.

La unificación de los cuerpos, las acciones y las personalidades es algo que la mayoría de las veces no se puede percibir a simple vista en la publicidad que nos rodea día a día. Tanto en la publicidad como en las obras de arte en donde aparecen mujeres representando un ideal, es muy común percibir las en un estado de pasividad. La belleza resulta ser un estado estático y permanente, y los cuerpos de las mujeres se muestran congelados y perdurables.

Al utilizar los aditamentos normalmente usados en mi contexto para cumplir con estos ideales de belleza, se lleva al cuerpo a un estado de pasividad, ya que al momento de cambiar la forma e imagen del cuerpo, se intenta que éste no cambie. Asimismo, agregarle una prenda o aditamento al cuerpo, hace que la manera en la cual éste se mueva, sea diferente, por ejemplo, una persona no corre de la misma manera cuando utiliza tacones, que cuando utiliza tenis o va descalza.

Gilles Lipovetsky (Francia, 1944) menciona en su libro titulado “De la ligereza”, que la estética femenina de tener un cuerpo delgado ahora ha sido sustituida por la valoración del cuerpo en acción, y este nuevo cuerpo es esbelto, y posee ciertas características como ser joven, dinámico, audaz y abierto a los cambios.⁶⁸

En el sistema capitalista en el cual nos encontramos inmersos, una cualidad que ejerce valor en las personas es consumir y producir, así es como el sistema funciona:

El imperativo de clase fue sustituido por la estética- joven, en correlación con el modo de estructuración temporal de la modernidad: es una sociedad de movilidad acelerada, ya no son los antiguos quienes transmiten la herencia que rige los modelos, sino los jóvenes, porque son ellos quienes encarnan la movilidad, el dinamismo, la apertura a los cambios.⁶⁹

El culto a la juventud va unido a la idea de belleza dado que el discurso que se mantiene en la publicidad genera una relación a priori entre éstas dos características, o sea, si no se es joven (o no se aparenta serlo), no se puede ser bella. Así, el lucir bella no sólo es cuestión de lucir bien, también es necesario accionar sutilmente para que todo siga en un estado de “perfección”.

La promesa es la belleza, por lo tanto, accionar el cuerpo se arriesga a perder la característica aceptada por la sociedad, luego entonces la fealdad y el rechazo son percibidos como consecuencia de ese accionar.

El cuerpo de la mujer se permite ser accionado siempre y cuando luzca bien, mientras no haya cambios en el atuendo, maquillaje o peinado, por ejemplo, comer en bocados pequeños y con cuidado, es una manera en que el labial no se correrá.

Al ligar directamente el concepto de belleza con el de mujer, se relacionan distintas ideas como la insuficiencia, la auto vigilancia, la juventud, la felicidad y el amor, funcionando así como mecanismo de control sobre el cuerpo.

⁶⁸ Gilles Lipovetsky, De la ligereza. (Barcelona, Anagrama, 2016) P:106–107.

⁶⁹ Gilles Lipovetsky, De la ligereza. P:107.





CONCLUSIONES

Esta investigación comenzó con reconocerme y visibilizar la manera en la que estos estereotipos de belleza me han permeado. esta idea desembocó del proceso de experimentar con mi cuerpo y mi cotidianidad, accionando así piezas performáticas. Coincido con la postura de Josefina Alcázar (Ciudad de México, 1950), quien se refiere a la performance como herramienta de autoconocimiento, se busca en una misma la propia imagen.⁷⁰ Al buscar en mi misma, he encontrado puntos de convergencia entre distintas personas, y es ahí en donde lo micro se vuelve macro. Me parece importante y necesario compartirlo.

Al utilizar los aditamentos a los que me he referido en la presente investigación, me he percatado de la manera en la que estos afectan la concepción de mi cuerpo y cómo transforman mi accionar, a veces limitándome a realizar ciertas actividades y transformando mi sentir afectivo conmigo misma.

Al negarme a cumplir con los estereotipos que son y han sido marcados por los medios de comunicación, he generado en mi misma un sentimiento de frustración y, en algunos momentos incluso de odio. Aspirar a algo inalcanzable es muy doloroso y se pueden ocasionar varios problemas como desórdenes alimenticios (anorexia y bulimia), vigorexia (adicción al ejercicio para transformar al cuerpo), o transtorno dismórfico corporal (desorden mental caracterizado por percibir de vital importancia algo que considera un defecto físico).⁷¹

Para Diana Taylor (1950), la performance es acción que sucede dentro de un marco establecido (en este caso, artístico), tiene su propia lógica y estructura, construye su propio tiempo y espacio fuera de lo cotidiano.

Por medio de la acción performática se puede adquirir y traspasar conocimiento de una manera distinta a la acostumbrada.⁷²

Utilizando el arte como herramienta de aprendizaje para la detonación de ideas y de reflexiones, se puede transformar la percepción de la realidad inmediata del sujeto. Por ello, propongo el arte del cuerpo como mecanismo de ruptura de esas ideas interiorizadas que en este caso, generan conductas autodestructivas y dolorosas.

Al enfrentarme ante algún acto de la cotidianidad para pensarlo distinto, logré establecer primero un reconocimiento, y luego una postura para poder así tener una mayor capacidad de transformar “eso” que no elijo conscientemente y que no me agrada. Al analizar esas ideas que se me han impuesto según mi propia corporalidad, utilicé el cuerpo como materia de investigación, logrando conocer cómo se construye y cómo se puede deconstruir y reconstruir de una manera consciente.

⁷⁰ Josefina Alcázar, Performance. Un arte del yo. Autobiografía, cuerpo e identidad. (México, siglo XXI editores, 2014). P. 121.

⁷¹ Transtorno dismórfico corporal. <http://www.psicologos-granvia.com/articulos/trastorno-dismorfico-corporal> (Consultado el 26 de Enero de 2018).

⁷² Diana Taylor ;Qué es una performance? <https://www.youtube.com/watch?v=to9jSVcj6KU&index=7&list=LLJ-EOHS7H8kXfZ-q1lxnsZfA&t=0s> (Consultado el 11 de Mayo de 2018).

Así, tomando la definición de ORLAN sobre arte corporal (usar al cuerpo como materia y lienzo de la producción artística)⁷³, he desarrollado las piezas que presento en esta investigación y, a consecuencia de todas ellas, estoy en proceso continuo de deconstruir todo lo que engloba la idea de belleza sobre el cuerpo de la mujer.

Este proceso me ha confrontado en todos los sentidos. La primera pieza que realicé fue “Deseo”. En ese momento leí la revista Cosmopolitan diario durante aproximadamente seis meses. Al inicio me percaté que dentro de la revista había cosas que me interesaban, por ejemplo, consejos para las relaciones afectivas de pareja, tutoriales de maquillaje, peinado, sugerencias de vestir, e incluso rutinas de ejercicio para cambiar la forma del cuerpo. Tomando consciencia sobre esto, decidí enfocarme en la relación del contenido, que por alguna razón (desconocida en ese momento), llamaba mi atención y mi sentir conmigo misma. Cuando aterricé estas ideas, fui consciente de la razón por la cual me sentía mal conmigo cada que leía ese tipo de publicaciones: el deseo de transformar mi cuerpo, deseo que me negaba a mí misma y me hacía sentir insatisfecha.

La premisa que inconscientemente ha marcado mi vida es “Nunca es suficiente”. Teniendo este sentimiento tan profundo, la actitud que tenía hacia mí misma, era auto-destructivo de múltiples maneras. El hecho de desear ser distinta, me ocasionaba una frustración y dolor enorme. Por eso decidí terminar la pieza quemándola y liberando ese deseo. Esto me ayudó a aterrizar mi proceso.

Inmediatamente después, decidí comenzar a analizar mi relación con los estereotipos de belleza y mi cuerpo. Me percaté de cosas muy dolorosas que tenía muy incrustadas en el inconsciente, por ejemplo, la utilización del maquillaje como medio de autocontrol (“Huella del deseo”).

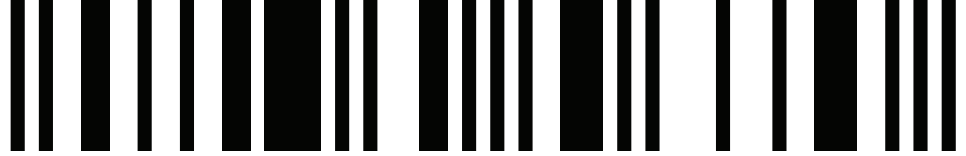
En el momento en que comencé a cuestionarme sobre acciones cotidianas que realizo, me percaté que muchas de ellas estaban dirigidas hacia los demás y, también, hacia fomentar mi sentimiento de insuficiencia.

Después de realizar las piezas que muestro en esta tesis, la relación que tenía con mi cuerpo cambió. Paulatinamente he ido rompiendo con la idea de que el valor de una persona radica en qué tan bella es, y con esto me he sentido más libre sobre las decisiones que tomo.

El accionar del cuerpo siempre ha sido de vital importancia para mí, desde niña he sido hiperactiva y la manera que encontraron mis padres para convivir con esta característica, fue inscribirme a clases de distintas disciplinas corporales, corría, hacía deportes, bailaba... siempre he estado en constante movimiento. Es por esto que de manera intuitiva utilizo la performance como medio de investigación sobre mi propio cuerpo. Realizando piezas me he reconocido, cuestionado, deconstruido y reconstruido.

⁷³ ORLAN, sitio oficial. <http://www.orlan.eu/bibliography/biography/> (Consultado el 17 de Octubre de 2017).





Cuando transformo mi cuerpo por medio del performance con la finalidad de no cumplir con códigos sociales, me encuentro en una lucha constante con la identidad que he creado a lo largo de mi vida, y con la que se deseo construir.

El arte no es un fin sino un comienzo⁷⁴
Ai Wei Wei

⁷⁴ Ai WeiWei. Ai Wei Wei—ismos. P. 56.

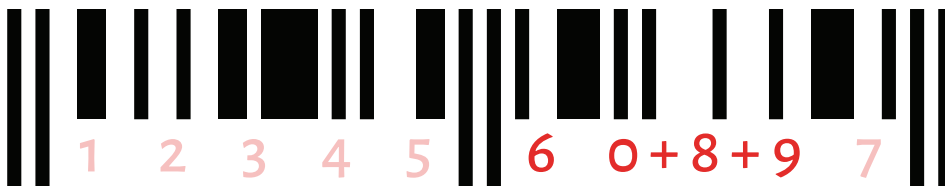
FUENTES DE INVESTIGACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

- » Abbagnanno, Nicola. 1963. *Diccionario de filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Alcázar, Josefina. 2014. *Performance un arte del yo. Autobiografía, cuerpo e identidad*. México: Siglo XXI editores.
- » Baudrillard, Jean. 1974. *Crítica a la economía política de signo*. Siglo XXI.
- » Berger, John. 2016. *Modos de ver*. Gustavo Gili.
- » Clark, Kenneth. 1980. *Feminine Beauty*. Weidenfeld and Nicolson.
- » Danto, Arthur. 2005. *El abuso de la belleza, la estética y concepto de arte*. Barcelona: Paidós.
- » De Azúa, Félix. 2011. *Diccionario de las artes*. Planeta Espanha.
- » De Beauvoir, Simone. 1949. *El segundo sexo*. De Bolsillo.
- » Despentès, Virgine. 2007. *Teoría King Kong*. Editorial Melusina.
- » Eco, Umberto. 2004. *Historia de la belleza*. Lumen.
- » Fajardo, Hill Cecilia, Guiunta Andrea. *Radical women: Latin American Art. 1960- 1985*. Del Monico Books, Hammer Museum.
- » Foucault, Michel. 2002. *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI editores.
- » González, Casanova José Miguel. 2011. *Medios Múltiples 3*. Ciudad de México.
- » Kaprow, Allan. 2013. *Ensayo sin título y otros happenings*. México: Tumbona Ediciones.
- » Lipovetsky, Gilles. 2016. *De la ligereza*. Barcelona: Anagrama.
- » Mejía, Iván. 2005. *El cuerpo post humano en el arte y la cultura contemporánea*. México: UNAM.
- » Nancy, Jean Luc. 2007. *58 indicios sobre el cuerpo: extensión del alma*. Buenos Aires: La cebra.
- » O'Reilly, Sally. 2009. *The body in contemporary art*. New York: Thames and Hudson world of art.
- » Paz, Octavio. 1999. *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Platón. 1871. *Fedro*. Madrid: Edición de Patricio de Azcárate, tomo dos.
- » Ruido, María, 2002. *Ana Mendieta*. Hondarribia: Nerea.
- » Soley, Beltrán Patricia. 2015. *¡Divinas! Modelos, poder y mentiras*. Barcelona: Anagrama.
- » Taylor, Diana. 2012. *Performance*. Buenos Aires: Asunto impreso ediciones.
- » Warr, Tracey, Jones Amelia. 2006. *El cuerpo del artista*. Phaidon Press.
- » Wei, Wei Ai. 2014. *Ai Wei Wei- ismos*. Ciudad de México: Marginales en Tusquets Editores.
- » Wolf, Naomi. 2002. *The beauty myth: how images of beauty are used against women*. New York: Perennial.

RECURSOS EN INTERNET

- » Agis Karla, Hernández Mireya y Aceves Javier. Así es como las revistas mexicanas reflejan la discriminación racial en México. <http://racismoenmexico.blogspot.mx/2016/12/asi-es-como-las-revistas-mexicanas.html> (Consultado el 14 de Diciembre de 2017).
- » Becker, Anne, Television, disordered eating, and young women in Fiji: negotiating body image and identity during rapid social change. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2009/03/fijian-girls-succumb-to-western-dysmorphia/> (Consultado el 30 de Noviembre de 2017).
- » Campos, Prado. Ellas, las mujeres que fueron borradas de los libros de Historia del Arte. https://www.elconfidencial.com/cultura/2017-10-02/mujeres-artistas-olvidadas-artesilenciadadas_1450809/ (Consultado el 15 de Mayo de 2018).
- » Hanisch Carol. http://www.diariofemenino.com.ar/documentos/lo-personal-es-politico_final.pdf (Consultada el 8 de Enero de 2017)



- » Iñíguez Lupicinio. Identidad de lo personal a lo social.
https://www.researchgate.net/publication/275154262_IDENTIDAD_DE_LO_PERSONAL_A_LO_SOCIAL_UN_RECORRIDO_CONCEPTUAL (Consultado el 4 de Julio de 2016).
- » Martínez Barreiro Ana. Construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas.
<http://papers.uab.cat/article/view/v73-martinez> (Consultado el 22 de Agosto de 2016).
- » Moreno Figueroa Mónica. Linda morenita: skin coloura, Beauty and the politics of Mestizaje in México.
http://www.academia.edu/3345877/Linda_Morenita_Skin_Colour_Beauty_and_the_Politics_of_Mestizaje_in_Mexico (Consultado el 12 de Agosto de 2016).
- » Preciado, Beatriz. Voces SOS 4.8
<https://www.youtube.com/watch?v=mAQCCacL08c&list=PLWrRWwsY-m0iwrqbqMtBISLyUDGzMBLciW> (Consultado el 10 de Septiembre de 2016.)
- » Real Academia Española
<http://dle.rae.es/?id=W4VMjJb> (Consultado el 15 de Diciembre de 2017).
- » Renaud, Andre. Espacio y territorio, la necesidad de una definición crítica
<https://carnenegra.com/2015/10/03/espacio-y-territorio-la-necesidad-de-una-definicion-critica/> (Consultado el 20 de Octubre de 2017)
- » Robinson Ken, How schools kills creativity.
https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=es (Consultado el 20 de Agosto de 2016).
- » Sherman, Cindy.
<https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2012/cindysherman/gallery/8/#/3/untitled-399-2000/> (Consultado el 12 de Septiembre de 2016).
- » Solís Hernández Oliva. Prácticas culturales en torno a la belleza femenina en México
http://fcps.uaq.mx/descargas/investigacion/congresos/practicas_culturales_belleza_femenina.pdf (Consultado el 6 de Agosto de 2016).
- » Suavitel. Una vida completa con suavitel. <https://www.youtube.com/watch?v=DOWqWci5P5U> (Consultado el 17 de Mayo del 2018).
- » ORLAN.
<http://www.orlan.eu/> (Consultado el 17 de Octubre de 2017).
- » Taylor, Diana. ¿Qué es una performance? (Consultado el 11 de Mayo de 2018).
Parte 1
<https://www.youtube.com/watch?v=to9jSVcj6KU&index=7&list=LLJ-EOHS7H8kXfZq1lxnsZfA&t=0s>
Parte 2
<https://www.youtube.com/watch?v=to9jSVcj6KU&index=6&list=LLJ-EOHS7H8kXfZq1lxnsZfA>
- » Torras Meri. El delito del cuerpo.
<https://cositextualitat.uab.cat/wp-content/uploads/2011/03/01.-El-delito-del-cuerpo.pdf> (Consultado el 30 de Septiembre de 2016).

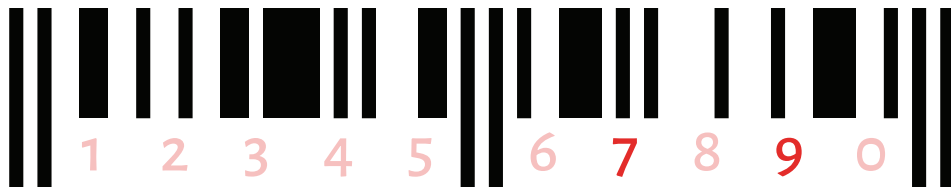
SERIE DOCUMENTAL

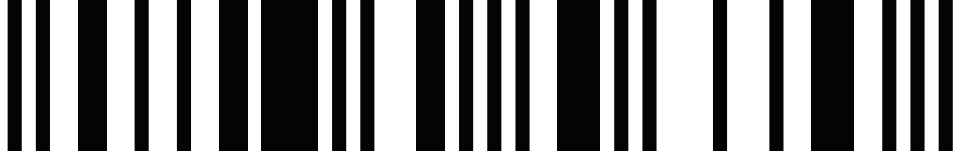
- » Curtis, Adam, El siglo del yo. BBC. 2002.
Parte 1
<https://vimeo.com/17879192> (Consultado el 3 de Marzo de 2018).
Parte 2
<https://vimeo.com/17672203> (Consultado el 5 de Abril de 2018).
Parte 3
<https://vimeo.com/17882673> (Consultado el 19 de mayo de 2018).
Parte 4
<https://vimeo.com/18086880> (Consultado el 25 de Mayo de 2018).

- » Volk, Weiss Brian, The Toys that made us. Capítulo 2. Barbie. NETFLIX. 2017. (Consultado el 14 de Noviembre de 2017).

DOCUMENTAL

- » La Julia, Bonita. 2015. (Consultado el 8 de Julio de 2016).
<https://www.youtube.com/watch?v=Al-dBxYtmoY>
- » Siebel, Jennifer, Miss representation. 2011. (Consultado el 30 de Octubre de 2017).
- » Zanardo Lorella, Malfi Chindemi Marco, Il corpo delle donne. 2009.
(Consultado el 3 de Junio de 2016).
<https://www.youtube.com/watch?v=qlLQij7VN4>





Nunca es suficiente

La Idea de belleza como mecanismo
de control sobre el cuerpo de las mujeres

Se terminó en el mes de julio de 2018 como parte de procesos sororales
y sinergias colaborativas, reflejo de estos tiempos de cambio.

En la composición se utilizaron las familias tipográficas

Fira Sans y Alegreya Sans.

Ciudad de México

11 ejemplares

