

TFG

SURGER[END]CY

Presentado por Paula Silvestre Gisbert

Tutor: Joaquín Aldás Ruiz

Facultat de Belles Arts de Sant Carles

Grado en Bellas Artes

Curso 2017-2018



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Este trabajo consiste en el estudio de la figura estereotipada de la mujer que representan los medios de comunicación de masas en la actualidad: revistas, televisión e internet, entre otros. El desarrollo del mismo se centra principalmente en la publicidad de las revistas de moda, con referencia al importante papel que juegan éstas en el mercado femenino.

En las revistas que tratan temas de estética, se sobrevalora la importancia de tener una buena imagen, como algo relevante o como meta en la vida, más allá de tener unos objetivos en los que verse realizada como persona. Centrando la atención en la esencia de la feminidad, en ser una “buena mujer” o una mujer apta a los ojos de la sociedad y en seguir los patrones establecidos que propagan los medios. Sobre todo, haciendo hincapié en la influencia que ejercen sobre las generaciones más jóvenes, y por tanto, más vulnerables a la opinión pública

Si durante un largo periodo de tiempo nuestra mente se ve expuesta a asimilar repetidamente una imagen plenamente estereotipada, una mujer extremadamente delgada, alta, atractiva, con un rostro perfecto, joven, y un largo etcétera; inevitablemente se crea en nuestra mente un modelo de lo que supuestamente está bien, es correcto. Creando así una necesidad de querer vernos representados en dicha figura, que de algún modo representa una hipotética perfección, y a la cual nunca llegaremos, dado que cada persona es distinta a las demás y posee una forma única e irrepetible. En este sentido, la producción artística estará basada en la intervención plástica de esas figuras modélicas representadas en dichas revistas de referencia.

Palabras clave: *mass media*, revista, estereotipo, *collage*, pintura, apropiación.

Abstract

This final degree Project involves an analysis of the stereotyped figure of the human being that currently appears at mass media as magazines, television, and internet, among others. The topic is focused on the advertising or surgical articles of fashionable magazines, referring the role that these play, both in the women and men's; though especially in the first ones, due to that they are mostly destined to the feminine market.

In relation to the magazines that treat topics of aesthetics, where is overvalued the importance of having good image, being pretty, as something relevant or as goal in the life, beyond having a few aims in which it turns being realized as a person. Thus, these kinds of media those focus on essence of femininity in being a good women or suitable women following established patterns that are spread through these means. Especially, emphasizing in the influence that they exercise on the youngest and more vulnerable generations to the foreign opinion.

With reference to that, if during a long period of time our mind is exposed to assimilating repeatedly a fully stereotyped image, an extremely thin, high, attractive woman, with a perfect face, young, and more besides; inevitably that creates a prototype to follow in our mind of what supposedly is nice and correct. Creating the expectancy to wishing be like this model, who represents an unachievable perfection which we will never get, due to each person is completely different to another one.

In this respect, the artistic production will be based on the intervention of these role model represented in this kind of magazines.

Key words: mass media, magazine, surgery, stereotype, collage, paint, painting, appropriation.

En primer lugar agradecer el apoyo familiar, especialmente a mi padre por el apoyo incondicional recibido y por creer en mí como artista desde el primer día.

A mi hermano, por ayudarme en todo lo posible y aportarme distintos puntos de vista.

Agradecer a mi tutor del TFG, Joaquín Aldás, por su tiempo, implicación, y el respaldo artístico que ha supuesto en la elaboración de este proyecto.

También me gustaría agradecer a los compañeros de grado por el soporte recibido en todo momento.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	8
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	9
2.1. OBJETIVOS.....	9
2.2. METODOLOGÍA.....	10
2.2.1 Bocetos previos.....	10
3.3.2.2.Montaje de los soportes.....	10
3.3.2.3.Aplicación pictórica.....	12
3.3.2.4. Planificación.....	13
3. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	14
3.1. MARCO TEÓRICO.....	14
3.1.1. <i>Contextualización histórica</i>	14
3.1.2. <i>Panorama actual</i>	17
3.2. REFERENTES	17
3.2.1. <i>Sanja Iveković</i>	17
3.2.2. Joan Brossa.....	18
3.2.3. Mireille Blanc.....	18
3.2.4. Dana Wyse.....	18
3.2.5. Cécile Hoodie.....	19
3.3. DESARROLLO PRÁCTICO.....	19
3.3.1. Antecedentes del proyecto.....	19
3.3.3 <i>Suger[en]d]cy</i>	20
3.3.3.1. <i>How to be pretty</i>	24
3.3.4. Exposición.....	28
3.3.4.1 Difusión.....	29
4. CONCLUSIONES.....	31
5. BIBLIOGRAFÍA.....	32
6. ÍNDICE DE IMÁGENES.....	33

¿Cuándo nosotros dejamos de ser el consumidor para ser el objeto consumido?

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo se nutre de imágenes extraídas de los medios de comunicación de masas (televisión, internet, revistas, etc.). La producción se centra en la expresión plástica, gráfica y conceptual que los medios representan del cuerpo de la mujer, el uso de una imagen estereotipada desde un punto de vista normativo pero poco real.

El trabajo práctico está respaldado por una memoria teórica dividida en dos apartados: el primero explora el contexto actual con la aparición de las nuevas tecnologías y cómo éstas han influido en nosotros. A partir de los datos que reúnen la Sociedad Española de Cirugía Plástica Reparadora y Estética y la Asociación Española de Cirugía Estética y Plástica.

En el segundo apartado se contempla los referentes artísticos particulares que han resultado útiles en la producción. Para ello acudimos a catálogos como *How to Turn Your Addiction to Prescription Drugs* de Dana Wyse (2007), *VisualKultur.cat* (2008) y el libro *La loi du plus fort: La société de l'image* de Rick Poynor (2002), entre otros.

La obra de Sanja Iveković ha sido una gran influencia. Su manera de crear unida a un potente discurso, así como su gran dominio de los medios en los que se mueve y el mensaje que quiere transmitir ha contribuido a la elaboración y creación de muchas ideas. Fueron extraídas a raíz de la visualización del catálogo *online* del MoMA¹ sobre la artista. Joan Brossa y su poema objeto así como el estudio de su obra en la que objetos cotidianos descontextualizados, creando imágenes cargadas de concepto, también han incidido en la creación. La entrevista a Brossa por parte de Joaquín Soler Serrano emitida en 1977 y disponible en el programa *metrópolis*, ha supuesto una gran aportación para indagar en la obra del artista. Por otra parte, la obra de Mireille Blanc, una artista francesa con la cual tuve la suerte de participar en un *workshop* durante una semana en el que nos transmitió sus conocimientos plásticos así como su método de trabajo. Blanc escoge imágenes de las cuales extrae la parte que considera más atractiva para posteriormente pintar en gran formato. La apropiación y posterior descontextualización, así como la importancia del detalle han incidido en la producción del presente proyecto.

La obra de la artista canadiense Dana Wyse ha influido en la forma de representación irónica y satírica. Una sátira de las ambigüedades del mundo contemporáneo, especialmente en lo que corresponde al orden establecido, “lo correcto”. Recurre a elementos propios de la medicina, como son los tratamientos de patología o enfermedades a partir del uso de pastillas. Así se refleja en su catálogo *How to Turn Your Addiction to Prescription Drugs* (2007).

¹ *The Museum of Modern Art, Nueva York, EE.UU.*

La artista francesa Cécile Hoodie también ha repercutido notablemente. Su profesión de enfermera y su formación en artes visuales se fusionan para crear obras en las que mezcla diferentes elementos cotidianos, en ocasiones objetos de uso médico, descontextualizados para crear fotografías de bodegones. Sus obras son un claro reflejo de los problemas que preocupan actualmente a la sociedad rompiendo tabúes.

Por otra parte, se incluye el apartado que engloba el desarrollo práctico así como el proceso de producción llevado a término. Narra cómo se ha realizado el proyecto a partir de una idea como el trabajo ha ido evolucionando a partir de la ampliación de conceptos influidos en gran medida por una estancia Erasmus en Francia.

La idea comienza a cobrar vida a partir del *Brainstorming*² realizado durante el periodo Erasmus, influenciado a raíz de la visita a la exposición de la artista canadiense Dana Wyse, cuyas obras desarrolladas a partir del concepto médico, miden qué está bien y qué no, de una manera irónica, apropiándose de elementos publicitarios para modificarlos y darles otro significado después.

Por último, las conclusiones nos permiten hacer un baremo de los propósitos cumplidos y de los posibles problemas surgidos durante la producción.

Analizando la representación, desde la publicidad, los programas de televisión, las películas, las redes sociales e internet, hasta en los informativos donde la figura de la mujer corresponde con una imagen comúnmente aceptada de mujer delgada y atractiva. Sin embargo, no todos los hombres que aparecen en estos medios responden estrictamente a estos cánones de belleza.

¿De dónde vienen estos conceptos que han sido asimilados? En este proyecto hemos focalizado la atención en la forma de medir los cuerpos y los rostros según un criterio establecido. Si indagamos y buscamos el origen, observamos que vienen dados a partir de medidas estándar que evolucionan conforme se establece la moda; personajes mediáticos o “ídolos”, de los cuales gran parte de la población tomará como referente.

Dichas medidas vienen establecidas en gran parte por la medición de las mismas, por lo que hemos centrado la mayor parte del trabajo en el concepto del metro de medir de costurera. Si analizamos dicho objeto posee las siguientes cualidades: es flexible y manipulable así como su longitud (dependiendo de si está estirado o no, se convirtiere en un objeto casi

² Técnica empleada para obtener la máxima cantidad de ideas posibles, y así poder evaluar las que más se ajusten a la propuesta inicial.

inapreciable por su tamaño cuando está enroscado). Lo que ha derivado en elaborar una obra pictórica basada en las propiedades que posee el propio metro. Es por ello que las pinturas suponen la descontextualización del objeto y el entorno que lo rodea, así como el agrandamiento y ensalzamiento de éste, representado con un tamaño mucho mayor del que posee. En este aspecto se retratan principalmente las medidas que corresponden al número 60 o 90, haciendo referencia a las populares medidas de 90 60 90 que indicaban la forma que normativamente deberían poseer las mujeres.

Medidas que fueron reforzadas con la aparición de *Barbie* en 1959. La muñeca presentaba unas piernas extremadamente largas cuyo final era un pie con la forma perfecta para ponerle tacones (y sólo tacones o zapatos altos). Sus rasgos faciales eran simétricos, de ojos grandes azules con mirada algo pasiva y cabello rubio. Su pecho era prominente y su cintura delicadamente fina.

Las imágenes y estereotipos son potencialmente fuertes cuando todavía no hay una concepción extensa del mundo que nos rodea. Por ello, las niñas y las adolescentes son extremadamente sensibles a lo que perciben en su entorno.

«Todas las pequeñas niñas necesitaban una muñeca para proyectarse en su sueño sobre su futuro. Si jugaría con la imagen que le gustaría ser cuando fuera mayor, sería un poco estúpido jugar con una muñeca que tuviera el pecho plano», dijo Handler³ en una entrevista de 1977.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1 OBJETIVOS

Objetivos Generales:

- Desarrollar la idea sobre el tema de proyecto.
- Optimizar el tiempo de trabajo, empleando el tiempo requerido pero avanzar con agilidad.
- Adquirir el hábito de pintar de forma autónoma.
- Adquirir pautas de trabajo. Medir los objetivos, proponer y organizar tareas optimizando los plazos.
- Elaborar un trabajo de calidad.
- Llevar a término la investigación del tema para desarrollando un lenguaje visual personal.
- Emplear otras técnicas y buscar nuevos medios de expresión.

³ <<https://culturacolectiva.com/historia/origen-de-la-barbie-que-no-conocias/>>

2.2 METODOLOGÍA

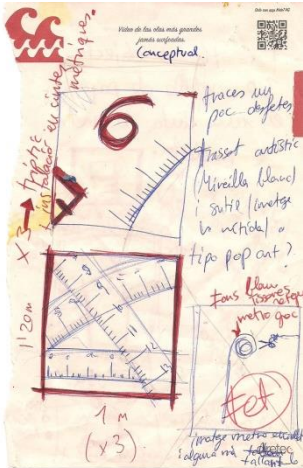


Fig. 16. Bocetos escogidos a partir de la lluvia de ideas.

En esta sección analizamos el proceso llevado a cabo en el desarrollo de la obra, distinguiendo las siguientes fases: búsqueda de información y análisis de referentes, bocetos, elaboración de soportes e imprimación, y realización de las obras según la técnica indicada en los bocetos.

La técnica empleada en las obras pictóricas es el acrílico. Inicialmente trabajábamos las tintas planas, que en ocasiones se complementaban con el uso de acrílicos transparentes o semitransparentes para dejar entrever la imagen empleada en el caso del *collage*.

En este proyecto, dado que uno de los objetivos era salir de la zona de confort hemos ampliado el campo de creación artística, empleando texturas con tintas planas, así como trabajando en grandes formatos, utilizando diferentes vías de expresión tales como la fotografía, el dibujo, la apropiación y la conversión de objetos cotidianos.



Fig. 17. Ingletadora manual utilizada para la elaboración de los soportes.

2.2.1 Bocetos

Las piezas de la serie *Toilet Paper* y *XTape* surgen del estudio de la cinta métrica de costura que conforma una de las partes más importantes a la hora de justificar qué medidas son normativas. Dado que la cinta de costura es un elemento muy largo, que se recoge en un pequeño rollo flexible y maleable, la serie está constituida por estas características. A partir de esta idea, se han desarrollado las obras en las que se refleja la problemática desde un punto de vista estético. En los bocetos se plasma tanto la cinta de medir de costura como la problemática que supone tener varios de modelos, por ejemplo las muñecas.

En los bocetos se limitan las medidas y la cantidad de obras a realizar.

2.2.1.1. Montaje de los soportes

Una vez elaborada la estructura de las obras, construimos el soporte o en su defecto, adquirirlo. En este caso optamos por elaborar personalmente cada uno de ellos.

Inicialmente los cuadros eran de 120 x 100 cm. Posteriormente, dado que las medidas de un contrachapado eran de 244 x 122 cm, decidimos acotar las obras a 122 x 81 cm para aprovechar toda la chapa al dividirla en 3 partes.

Por otra parte, las medidas de los listones que venían en *pack* de 4 eran 203 x 4 x 4 cm, por lo que de cada listón se obtienen exactamente dos partes del bastidor, utilizando dos listones por cada bastidor de 122 x 81 cm.

Esta fase del proceso se ha desarrollado elaborando todos los soportes a la vez, así como su imprimación, con la finalidad de aprovechar el tiempo y ahorrar material.

Después de medir el tamaño que tendrá cada parte del bastidor, procedemos a cortarlo. En este caso hemos utilizado una ingletadora manual, realizando un corte de 45° en cada uno de sus ángulos para crear un bastidor fuerte y resistente para el soporte rígido.

Una vez terminado el corte de los listones, se unen mediante la ayuda de escuadras esquineras que aseguran la unión de éstos durante el proceso de secado de la cola (un día), conformando un ángulo de 90°.

Durante esta parte del trabajo hemos empleado el correspondiente equipo de seguridad: botas de seguridad, guantes, gafas de protección y mascarilla para el polvo. Así como pinzas de sujeción que nos permiten asegurar el trabajo de manera adecuada.

Una vez los bastidores están preparados y listos para el montaje del soporte rígido, se aplica cola para madera sobre la cara que se pegará el contrachapado. Haciendo uso de las pinzas de sujeción para que la chapa quede correctamente pegada al bastidor. En caso de imperfecciones en el soporte final, como pueden ser nudos propios de la madera o partes astilladas o desiguales, aplicamos masilla especial para madera. La masilla nos permitirá igualar la parte del soporte afectada, dejando preparada la superficie para su posterior uso. Este producto sintético está elaborado a partir de polvo de madera, teniendo como características su gran resistencia al agua una vez seca, así como a la pintura y barnices que apliquemos.



Fig. 18. Adhesión del contrachapado al bastidor

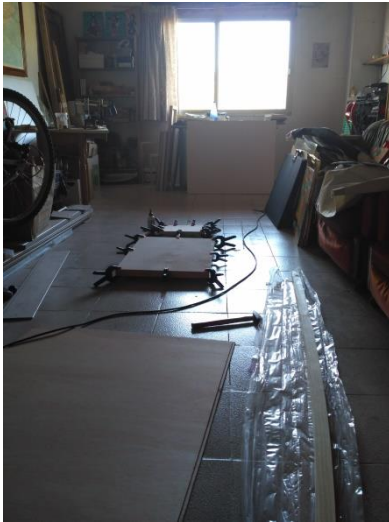


Fig. 19. Proceso de preparación de los soportes rígidos



Fig. 20. Bastidor ya encolado



Fig. 21. Imprimación del soporte por capas respetando el secado después de cada aplicación

2.2.1.2. Aplicación pictórica

En este apartado se detalla la utilización y aplicación de la pintura. Las obras han sido elaboradas con acrílicos de las marcas Talens Amsterdam Standard Series, Liquitex Basics, Titan Goya y Vallejo. La imprimación fue realizada gesso de la marca Titan por su capacidad de prolongar la durabilidad de los colores, y los acrílicos adquiridos buscando una pigmentación alta garantizando la garantía de conservar la luminosidad de los colores transcurridos unos años (siempre y cuando se sigan las pautas de conservación de la obra). El acrílico ofrece múltiples ventajas a la hora de trabajar con él, su versatilidad, rapidez de secado, opacidad (tintas planas), o transparencia según el color escogido, han hecho que su uso sea la mejor elección para el proyecto. Por otra parte, existen en el mercado una gran variedad de productos que permiten modificar sus características iniciales, como los médiums para conseguir una pintura más fluida o para hacerla más espesa, en caso de querer obtener mayor materia en la obra, así como aumentar el tiempo de secado.

Los conocimientos pictóricos han sido adquiridos en las asignaturas de pintura que cursadas, especialmente en 3º Estrategias de Creación Pictórica y en 4º Pintura y Medios de Masas.

Dado que el acrílico se puede aplicar sobre una gran variedad de soportes, siempre que este sea poroso como la madera, el papel, los lienzos, etc. Ha resultado de gran utilidad para trabajar sobre los distintos soportes empleados: papel canson, contrachapado y objetos intervenidos.

Para aplicar la pintura hemos utilizado paletinas y brochas de pelo sintético, por ser las más adecuadas para esta técnica. Además,



Fig. 22. Acrílicos Amsterdam Standard serie utilizados en el proyecto.



Fig. 23. Paletinas de pelo sintético utilizadas durante el proceso.

cuando utilizamos la pintura acrílica diluida empleamos agua destilada para garantizar su longevidad en el tiempo.

En las primeras capas hemos aplicado un tono violáceo oscuro para crear la textura de la cinta métrica, variando la tonalidad según las zonas de luces y sombras, dado que el color amarillo es semitransparente y permite ese registro. Ordenado de más oscuro a más claro. Para el fondo inicialmente hemos escogido un tono grisáceo oscuro y posteriormente un fondo azul cobalto claro.

Para ello, se hizo uso de reservas. El proceso es el siguiente: una vez seca la pintura colocamos cinta de carrocerero delimitando la zona en la que queremos pintar. Una vez seca la pintura se retira la cinta con cuidado, obteniendo resultados precisos y limpios.



Fig. 24. Mezcla de colores para conseguir el tono violáceo que corresponde a las primeras capas .

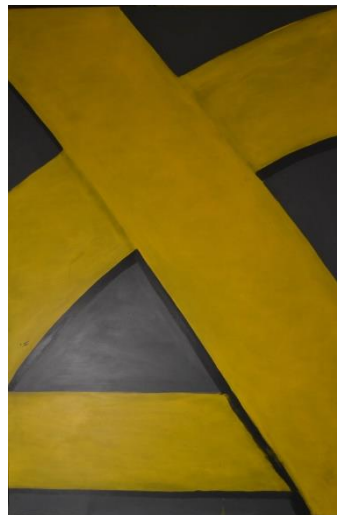


Fig. 25. Fondo gris elaborado inicialmente.



Fig. 26. Método de trabajo con reservas.

2.2.1.3. Planificación

Para asegurar la correcta realización de todas las obras propuestas y marcar las pautas de trabajo y seguimiento del mismo, recurriremos a la técnica del *check-list*. En esta sección analizamos el proceso llevado a cabo en el desarrollo de la obra.

-Profundizar en los referentes: Sanja Ivekovic, Dana Wyse, Mireille Blanc, Joan Brossa, Cécile Hoodie.

-Muñeca pintada de rojo con una bata de quirófano. Hacer otras en concordancia con los colores utilizados en el proyecto.

-Idear un proyecto con obras de mayor tamaño que las anteriores, pensando en el transporte económico de las éstas.

-Pintar el metro de modista (amarillo y negro) con formatos que complementen los cuadros grandes.

-Hacer un "kit para ser guapa" tipo los stickers de Dana Wyse. *HOW TO BE PRETTY*: incluir complementos, gafas de sol estilizadas, bikinis, cremas para las manos y para la cara, bandas de depilación...

-Hacer recortables en blanco y negro o color, pechos, ojos, labios. Representar una muñeca que sea el patrón a la que ponerle los recortables 70 x 50 cm.

-Fotografía cortando el metro. Fondo azul, uñas rojas y tijeras de un color que contraste.

-Fotografía cinta de metro creando un objeto con un rollo de papel higiénico. 50 x 70 o más pequeño (según precios de impresión).

-Tres cuadros de cintas de metro de modista (amarillo y negro) en detalle tipo Mireille Blanc. 1'20 x 1 m.

Imaginario del que apropiarse: Muñeca, máscaras faciales, metro de costura, revistas destinadas al mercado femenino, la idea de poder cambiar el aspecto utilizando determinados elementos (modificación de pechos, nariz, etc.).

3. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1 MARCO TEÓRICO

3.1.1 Contextualización histórica

En los años 1970 la artista croata Sanja Iveković empieza a crear obras que evidencian los cánones establecidos, no como modelo a seguir, sino como objeto de reflexión. Para ello, utiliza los mismos elementos que emplean los medios de masas. Apropiándose del lenguaje con el que la televisión trabaja para crear campañas publicitarias, o transformando imágenes de revistas o anuncios publicitarios sobre los que realiza una serie de *collages* con relatos escritos sobre la problemática social de la mujer (por ejemplo: víctimas de la violencia de género). Con la finalidad de transmitir un lenguaje que llegue de la misma manera que lo harían los otros.

En el año 1976 Iveković comenzó a alterar los anuncios para desfamiliarizarlos, con la finalidad de convertirlos en una antítesis no sorprendente de las asombrosas y seductoras modelos de alta costura.



Fig. 1. Sanja Iveković. *Sunglasses (Women's House)*, 2002 Digital pigment print on 305 grs. Cotton paper 140 x 100 cm



Fig. 2. Sanja Iveković. *Make-Up*. 1979. Magazine page with map pins 41.3 x 38.1 cm). Collection the artist.

Todo ello, desde el punto de vista artístico, pero ¿hasta qué punto la cirugía estética está considerada como algo normal en nuestra sociedad?



Fig.4 Valeria Lukyanova

La situación de las operaciones con finalidades estéticas formaba parte del *status quo* que representaba a *celebrities*, estrellas del rock, del cine y todo ese conjunto de personalidades que conforman las estrellas de *Hollywood* o personas que se mueven en ámbitos similares, en los que la fama y sobretodo la apariencia juegan un papel relevante. Esto se debe a que constantemente tienen que mostrar una determinada apariencia en la cual no se pueden reflejar estados naturales del ser humano, como el cansancio que produce las ojeras, por ejemplo. O el simple hecho de engordar tampoco estaba bien visto. Esto es debido al interés que generan las marcas y las corporaciones al crear un tipo de persona. Que corresponda a un modelo a seguir para la sociedad. Gracias a ésto y al hecho de querer alcanzar un cuerpo modélico, inalcanzable o intervenido, da como resultado una gran influencia en las masas, las cuales desean conseguir el prototipo de persona que les están presentando.



Fig.3 Valeria Lukyanova

Las intervenciones quirúrgicas con finalidades estéticas han ido creciendo entre la población. Si bien, en 2010, empezaba a notarse un incremento considerable. A día de hoy, en 2018, se superan día a día. Cada vez son más las personas que deciden modificar alguna parte de su cuerpo debido al descontento que sufren. Buscan en la cirugía una solución que les haga "sentirse bien con ellos mismos". No es más que el reflejo de una sociedad enferma que quiere mostrarse de un modo que en realidad no es, pero que por el *status* social se ven en cierta medida, obligados siempre a estar a la moda.

En 2010, los informes reflejaban dicho incremento y denotaban la incertidumbre del uso y abuso de la cirugía sin una causa médica. El cuestionamiento de la misma, se debe a que el *boom* de ésta apenas tenía una

década de edad. Y además, apenas se conocen las consecuencias que un acto como modificar nuestro cuerpo con operaciones y elementos no naturales pueda conllevar a corto plazo. Por no hablar de las patologías que muchas intervenciones pueden ocultar: personas que se realizan las intervenciones necesarias para parecerse a una *Barbie*, poniendo en riesgo su vida, como la ucraniana Valeria Lukyanova (Fig.3 y 4) o personas que se afician al bisturí considerando que les va a aportar la felicidad cuando en realidad deberían tratar su problema psicológico antes de someterse a ninguna operación. Según la Sociedad Española de Cirugía Plástica, Reparadora y Estética (SECPRE), un 3% de las personas que acuden al cirujano acaba convirtiéndose en consumidor compulsivo de cirugía estética. Los psiquiatras lo llaman trastorno dismórfico corporal o síndrome del espejo mágico: una necesidad compulsiva e imparable de verse diferente. Así pues, según una encuesta realizada por la Asociación Española de Cirugía Estética y Plástica (AECEP) el 40 % de pacientes que se operan lo hacen para buscar una solución a un problema de desequilibrios emocionales.

Incluso en Estados Unidos ya existe una manera de tildar a los pequeños retoques, *lunch-hour cosmetic surgery* o “cirugía de la hora del almuerzo”.

Si estudiamos detenidamente los países dónde más cirugías estéticas se realizan España ocupa el 5º lugar a nivel mundial. *Ranking* en el que nuestro país ha ido escalando progresivamente y que, se ha disparado en la última década. Sin embargo, dentro de Europa, España se posiciona a la delantera. Con grandes diferencias respecto a sus países vecinos de la unión. Cabe destacar que la cirugía tiene resultados cada vez mayores entre la población más joven, con un número alarmante de adolescentes que recurren a ella para mejorar cualquier parte de su cuerpo. Asimismo, cada vez es mayor la demanda por parte del sector masculino de la población. Todo ello se ve influido, según los expertos, por el uso e influencia que ejercen las redes sociales en la percepción de nosotros mismos. Así pues, según un estudio realizado por la SECPRE, las *selfies* contribuyen a que uno de cada 10 españoles quiera someterse a una intervención de cirugía estética. Esto se debe a la importancia que las redes sociales juegan en la autoestima de la población.

Según avanzan las tecnologías, y la dependencia a éstas, la autopercepción se ve estrictamente influenciada en consecuencia. Por ello, el aumento de las intervenciones quirúrgicas por razones estéticas y no de salud, cada vez es más elevada y un reflejo de la sociedad que vivimos.

Según un estudio realizado por la AECEP el hecho de que España se sitúe en la 5ª posición a nivel mundial se ve reforzado por el hecho de poseer las características climatológicas y la gran oferta turística que tiene. Todo ello contribuye a ser un destino atractivo a la hora de realizarse una modificación quirúrgica.

Así pues, las intervenciones de cirugía estética más demandadas son: el aumento de pecho, la liposucción (operación para eliminar el exceso localizado

de grasa en el abdomen, caderas, muslos, etc.), blefaroplastia o cirugía de los párpados (eliminando el exceso de piel y grasa que se almacena alrededor del párpado), rinoplastia (intervención en la nariz), otoplastia o cirugía de las orejas (puede realizarse a partir de los 6 años de edad y su finalidad es conseguir unas orejas “más pegadas”, es decir, corregir las orejas de “soplillo” las cuales sobresalen más de lo “habitual”).

3.1.2 Panorama actual

Desde el punto de vista contemporáneo del arte, la obra que engloba este proyecto hace referencia a un problema cada vez más creciente entre la población. La cirugía plástica se está empezando a normalizar hasta el punto de incluir el IPC⁴ de las intervenciones quirúrgicas por estética. Esto se debe a su incremento, conformando un gasto más en el ámbito familiar. Las familias que se someten a este tipo de operaciones, suele destinar un presupuesto de 2000€ de media.

La imagen de la mujer como estereotipo en la cultura contemporánea se ve reforzada por los elementos que conforman los medios de masas antes mencionados. A partir de ellos se accede a un imaginario popular dentro de un canon previamente establecido. Es decir, a partir de las imágenes mostradas en la publicidad, la televisión, internet, etc., transmitiendo un ideal que servirá de modelo “a seguir”. Llevando consigo el mensaje de que todo lo que no encaje en éstos, no será normativo, y por lo tanto no será “idóneo”.

3.2 REFERENTES

En este apartado destacamos a los autores que mayor incidencia han tenido sobre la elaboración de la obra, tanto a nivel técnico como conceptual. El estudio de los referentes ha sido clave, especialmente a la hora de entender su obra, vinculada tanto al contexto histórico y cultural, como a la reflexión y comprensión de por qué elaboran este tipo de obra. De ellos, sintetizaremos algunas ideas y conceptos que nos han parecido muy influyentes.

3.2.1 Sanja Iveković (1949)

De origen croata, Iveković ha realizado desde fotografías, performances, vídeos y esculturas hasta instalaciones. Sus obras han sido expuestas en



Fig.5. Sanja Iveković i, *Instructions No 1*, 1976. Video 5:59 min.

⁴ Índice de Precios al Consumidor.

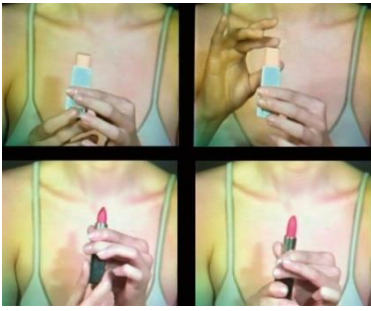


Fig.6 Sanja Iv Iveković, Make up-Make Down, 1978. Video 5:14 min.



Fig.7 Joan Brossa, Poema objecte, 1968.



Fig.8 Mireille Blanc, Album 2 (Memphis), 2018, oil on canvas, 22 x 19 cm.

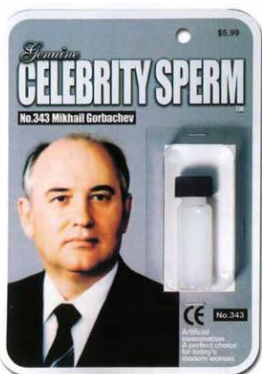


Fig.9. Dana Wyse, Celebrity Sperm, 2000 15 x 11cm.

diversos museos como La Tate de Londres, El Museo Reina Sofía de Madrid o el MoMA de Nueva York.

Desde sus inicios Iveković ha estado interesada en la representación de la mujer en la sociedad. Su obra se centra en la identidad de la mujer, los medios de comunicación, el consumismo y los conflictos políticos.

En la obra *Make up-Make Down* relata la manera en que un acto tan privado como maquillarse se convierte en un ritual diario, es el reflejo de los mensajes que vemos a través de la televisión y que casi sin darnos cuenta adquirimos como hábito, como algo ya interiorizado. Por tanto, su obra responde a un cuestionamiento interno acerca del mundo que nos rodea. Pone en evidencia actos o gestos normalizados, pero que si nos paramos a investigar pueden no serlo tanto y corresponder a intereses particulares de una u otra corporación.

3.2.2 Joan Brossa (1919-1998)

Nacido en Barcelona, Brossa fue un poeta, dramaturgo, escritor, guionista y artista. En 1948 participa en la creación de la revista *Dau al Set* con Joan Ponç, Antoni Tàpies, Modest Cuixart, Joan-Josep Tharrats y Arnau Puig, que significa un punto de apoyo de la vanguardia artística.

Su obra artística se caracteriza por el empleo de objetos cotidianos que transforma en poemas objeto, como él mismo tituló, en los que intervienen dichos objetos creando un concepto. Desde el punto de vista de la forma se derivará el contenido, lo que da como resultado una obra repleta de juegos de palabras incluso letras.

3.2.3 Mireille Blanc (1985)

Artista de origen francés, trabaja sobre el concepto de la descontextualización de fragmentos de fotografías que ella misma toma (objetos en los que encuentra algo poético).

Para Blanc, la importancia del detalle, de ver una imagen que no sabemos, al ser una parte pierde la información del entorno en el que se desarrolla, impidiéndonos percibir rápidamente de qué se trata. Esto le permite crear un aura de misterio e inquietud que dejan al espectador atónito.

3.2.4 Dana Wyse (1965)

La artista canadiense aborda desde un punto de vista irónico cuestiones que resumen la sociología de la sociedad, dicho de otro modo, es un reflejo de la sociedad en la que vivimos pero siempre tratada desde un punto de vista satírico. Wyse indaga tanto en cuestiones sobre la religión, como



Fig.10. Dana Wyse, *accept the fact that you are aging*, 2001.



Fig.11. Cécile Hoodie *Junk(ie) food*, fotografía, 2018.



Fig. 12. *Everything is so good than you expect?*, 2015. Acrílico s/fotografía 29 x 21 cm.

problemáticas derivadas del amor (o más concretamente sobre la orientación sexual y cómo ésta es percibida según la cultura de los países.

Su obra se apropia del lenguaje de la televisión, anuncios, programas, y de algún modo, del lenguaje que utiliza la teletienda para vender sus productos, con la premisa de que solventarán la vida porque es un “objeto mágico”. De este modo, Wyse ha sabido nutrirse de estos medios con la finalidad de transmitir su punto de vista e ironizar situaciones en las que pueden darse estos casos.

Elementos cotidianos como juguetes, pastillas y cápsulas, cajas de chicles, pintalabios, etc., resultan fascinantes por su sencillez abordando problemas mundiales de los que no se suele hablar o que están incluso censurados.

Consideramos que es una artista a la que hacer referencia por su manera de tratar las cosas, desde una cara amable, pero proyectando un mensaje muy potente.

3.2.5 Cécile Hoodie (1984)

Esta artista francesa trabaja sobre conceptos que reflejan los comportamientos humanos en la actualidad. Su sencillez y carácter a la hora de elaborar sus obras son dignos de observación. Se inspira a partir de problemas emocionales, relaciones amorosas, conceptos como la tolerancia, los tabúes, las nuevas tecnologías y el abuso de éstas, etc.

Así pues, su obra se desarrolla a partir de ideas que materializa con elementos cotidianos que tiene a su alcance. Entre ellos hace uso del estereotipo asociado a la *Barbie* y *Ken*, y cómo cambia el punto de vista según se esté retratando a uno o al otro. También se caracteriza por la descontextualización de logotipos de marcas muy conocidas en otros ámbitos que no son los destinados a la venta de estos productos. Con esa sencillez que la define es capaz de mostrar un mensaje contrario e irónico al que habían sido destinados en un primer momento.

3.3 DESARROLLO PRÁCTICO

3.3.1 Antecedentes del proyecto

Con anterioridad realizamos un trabajo artístico que precede a la creación de la serie <*Suger[en]d]cy*>.

Esta producción surgió a raíz de unos *collages* elaborados en 2015 basados en intervenciones pictóricas de imágenes de revistas destinadas al mercado femenino. En los *collages* se dejaba entrever la fotografía inicial

intervenida con pintura acrílica. Al realizar estos *collages* analizamos la estructura de este tipo de revistas, observando que habitualmente se dividen en secciones que incluyen la cirugía estética, las dietas o cómo conseguir un cuerpo “10”, en las que el foco de atención se centra en la modelo famosa del momento y conseguir un cuerpo como el de ella. Más allá de las aptitudes profesionales, el fin último en la vida es ser atractiva y qué pautas se han de seguir para ello. Por este motivo la temática, que la temática del presente proyecto se ha dirigido principalmente a este concepto y supone el análisis del por qué surgen, profundizando en la raíz del problema.



Fig. 13. Paula Silvestre Gisbert
DR. YES, 2016.
Acrílico s/fotografía
35 x 50 cm.



Fig. 14. Paula Silvestre Gisbert
Skeleton of Benetton, 2015.
Acrílico s/fotografía
29 x 21 cm.

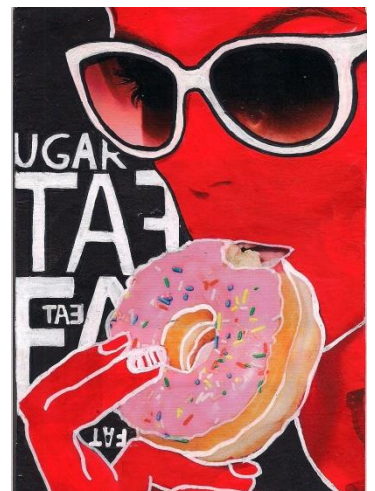


Fig. 15. Paula Silvestre Gisbert
EAT EAT EAT, 2015.
Acrílico s/fotografía
15 x 10 cm.

3.3.3 <Suger[en]d]cy> I

El título surge de la conjugación y metáfora de “surgery” (cirugía en inglés) junto el sonido en español de sugerencia. Incluyendo también la palabra “end”, que significa fin.

*surgery*⁵

1 sustantivo Tratamiento de lesiones o trastornos del cuerpo mediante incisión o manipulación haciendo uso de instrumentos destinados a ello.

⁵ **1**mass noun The treatment of injuries or disorders of the body by incision or manipulation, especially with instruments.

2British A place where a doctor, dentist, or other medical practitioner treats or advises patients.

2.1in singular A period of time during which patients may visit a doctor, dentist, or other medical practitioner for treatment or advice.

2 definición británica. Lugar donde el doctor, dentista u otro médico especializado realiza los tratamientos requeridos a sus pacientes.

2.1 singular. Periodo durante el cual el paciente tiene que acudir a la consulta médica debido a la necesidad de obtener un tratamiento.

¿Con que finalidad se nos muestran mujeres idealizadas en las revistas que habitualmente consumimos, cuya belleza responde más a un canon basado en la perfección creada artificialmente que a la realidad? ¿Es cierto que ellas mismas son tal y como aparecen en éstas?

A estas mujeres las muestran como productos, como un objetivo que conseguir a base de dietas, ejercicios, productos cosméticos o intervenciones quirúrgicas, totalmente despersonalizadas y sexualizadas, con el fin de que muchas mujeres de todo el mundo consuman productos de este tipo para conseguir una belleza ideal. Son la viva imagen de vivir en un sistema que saca beneficio de nuestro cuerpo.

Como se ha señalado en el apartado 3.3.1., el proyecto surge a partir de una serie de *collages* realizados en 2015, cuya estrategia discursiva se basaba en la apropiación e intervención de imágenes extraídas de la cultura de masas, de las revistas de moda. Algunos *collages* ilustran artículos en los que se realza la importancia de la estética, "como tener un cuerpo 10" o tener la nariz, la boca y en general las proporciones faciales o corporales que marcan: las estrellas de Hollywood, modelos, actrices, y en general, todo el espectro de *celebrities* que inevitablemente se toman como referencia. Son imágenes que se repiten constantemente y que crean un estereotipo que finalmente tenemos tan interiorizado que ni siquiera nos cuestionamos. También se intervinieron anuncios publicitarios en los que no se veía reflejado el mensaje que querían transmitir a simple vista.

Por ejemplo: en "Skeleton of Benetton" (*fig. 27*) había tres modelos igual de altas, delgadas y estilizadas en ropa interior, transmitiendo una delgadez extrema y un cuerpo difícilmente alcanzable, en las que tan solo cambiaba su origen. Por lo que pintamos tres esqueletos, iguales, convirtiéndolos así en la esencia de lo humano y en referencia a que al final todos somos idénticos con independencia de nuestras características.

A partir de aquí y en referencia a los escritos de Nietzsche⁶ sobre el lenguaje y los conceptos que nos han llevado a cuestionar el por qué de dichos estereotipos y a indagar de dónde surgen, y que se pueden medir para saber que está dentro de lo establecido y qué no.

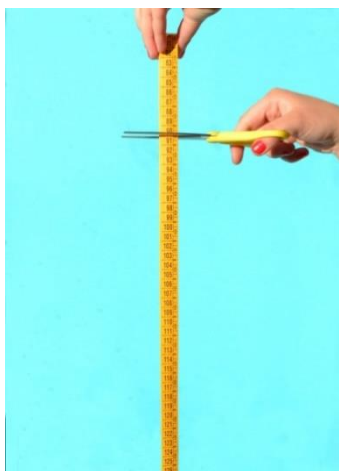


Fig.27. Maybe, 2018.
Fotografía
35 x 50 cm.

⁶ NIETZSCHE, *Humano demasiado humano*, Tr. Alfredo Brotons. Madrid: Akal, 3ª reimpresión, 2013, p.193

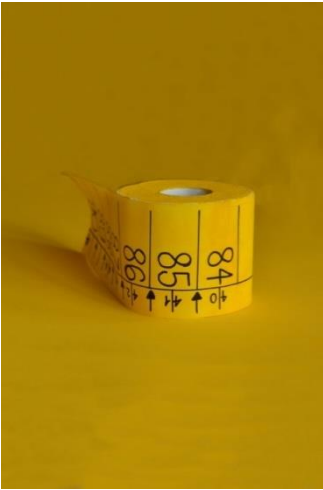


Fig.28. Toilet paper I, 2018.
Fotografía
35 x 50 cm.



Fig.29. Toilet paper II, 2018.
Fotografía
35 x 50 cm.



Fig.30. Toilet paper II, 2018.
Fotografía
35 x 50 cm.

Finalmente, después de analizar las estructuras de las revistas y ver que todo se mide, bien sea clasificando los cuerpos según “la forma de pera, manzana, triangular, etc., o bien encajando la forma del rostro en el óvalo, puesto que corresponde a las proporciones normativas que las grandes corporaciones han establecido. Llegamos a la conclusión de que todo lo mencionado anteriormente puede ser medido a partir de las unidades de medir, utilizando un metro para ello.

Generalmente, en el mundo de la moda se utiliza el metro de costura. Pues a partir de éste se constituye el tamaño adecuado o no, como las famosas proporciones de 90 60 90. Por este motivo decidimos analizar el problema detenidamente.

Un metro de costura es un elemento que al estirarlo es longitudinalmente largo, pero enrollado no ocupa gran espacio. Esto refleja la flexibilidad y maleabilidad del objeto. Por lo que apropiándonos de éste y de sus características hemos trabajado las ideas que han ido surgiendo durante el desarrollo del proyecto. Por una parte, lo hemos descontextualizado y agrandado en las obras pictóricas, utilizando el método de trabajo de Mireille Blanc⁷. También hemos hecho uso de la yuxtaposición de éstos, representados con una textura de fondo en el metro y las tintas planas para el fondo (Fig 31, 32, 33). Inicialmente no eran tintas planas propiamente dichas, sino un sombreado justo debajo de la cinta y el fondo un tono grisáceo más claro. Sustituido por el azul ya que cohesionaba mejor con la línea estilística del proyecto y aportaba vivacidad a la obra. Por otra parte, también utilizado en fotografía. Cortándolo justo por el número 90 o convirtiéndolo en objeto-poema como relacionaría Joan Brossa⁸, al hecho de convertir un objeto cotidiano en un objeto que unido a otros elementos y al concepto se convierte en una pieza que comunica y cambia nuestra percepción anterior con éste, debido al cambio de significado que se le aporta. En la obra *Maybe* (Fig.27) la idea surge a partir de romper los cánones o seguirlos. Por lo que en la imagen se utilizan la cinta métrica con las tijeras.

En la serie de fotografías *Toilet Paper* (Fig. 28, 29, 30) se representa el metro como objeto relacionado con la utilidad de un rollo de papel higiénico. Sin caer en extremismos, consideramos que es realmente importante hacer uso de la sátira en cuanto a crítica se refiere.

⁷⁷⁷ <https://mireilleblanc.com/>

⁸ Véase apartado 3.3.2



Fig.31



Fig.32



Fig.33



Fig.34



Fig.35

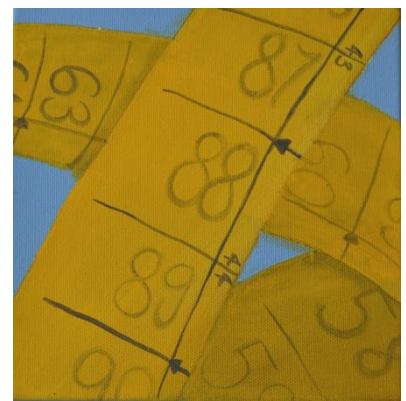


Fig.36



Fig.37



Fig.38

3.3.3.1 *How to be pretty*

En este apartado se engloba tanto la fotografía como el dibujo. Las obras están basadas en la intervención de una muñeca conocida en el mercado y destinado principalmente a las niñas.

La apropiación y la intervención de objetos cotidianos, por ejemplo una muñeca (destinada al público femenino de edades comprendidas entre los 4 y los 10 años), forma parte del proyecto ya que nos permite descontextualizar los elementos asimilados a un determinado uso y proporcionar un nuevo contexto rompiendo estereotipos⁹ y tabúes conformados anteriormente. Como se menciona en el apartado 3.1.1., el hecho de poseer este prototipo de muñecas puede llegar a afectar a ciertas personas (si bien es cierto que los casos más extremos no son genéricos) hasta el punto de realizarse la cantidad necesaria de intervenciones quirúrgicas sólo para parecerse a su modelo de referencia asimilado siendo niñas.

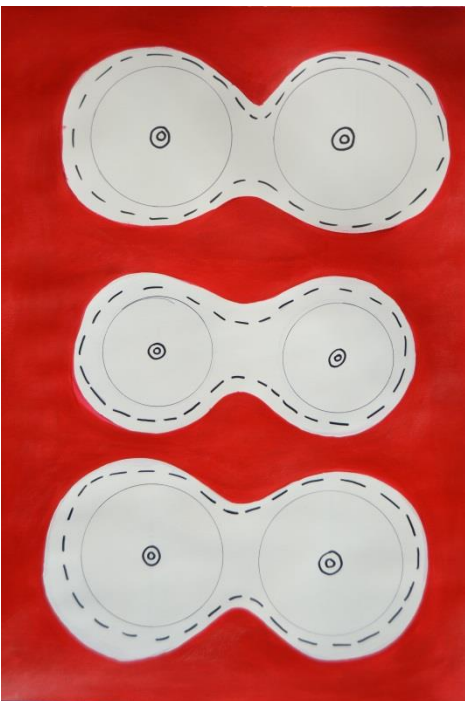


Fig.39

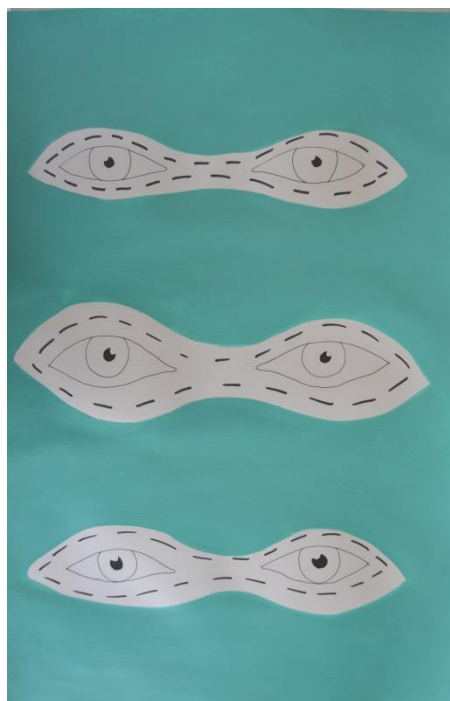


Fig.40



Fig.41

⁹ DOMÍNGUEZ, Y. TEDxMadrid: Revelando estereotipos que no nos representan.



Fig.42

10

¹⁰ Colores inspirados en la obra Oda a Joan Miró. Joan Brossa, Joan Miró. Barcelona: Edicions Polígrafa, 1973. ALTAIÓ, V., GIRALT, D. Catálogo visualKultur.cat (2008)

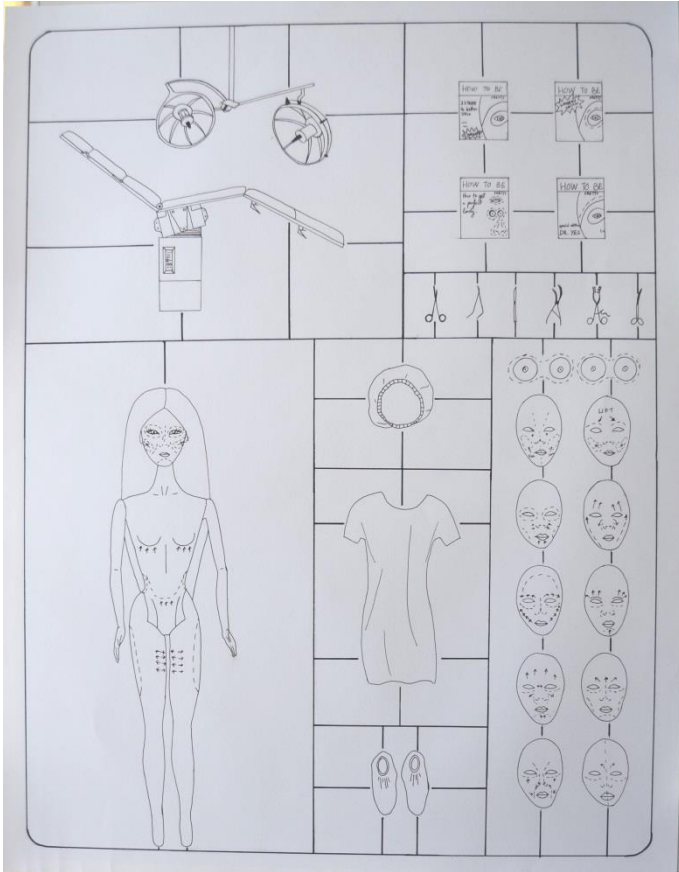


Fig. 43

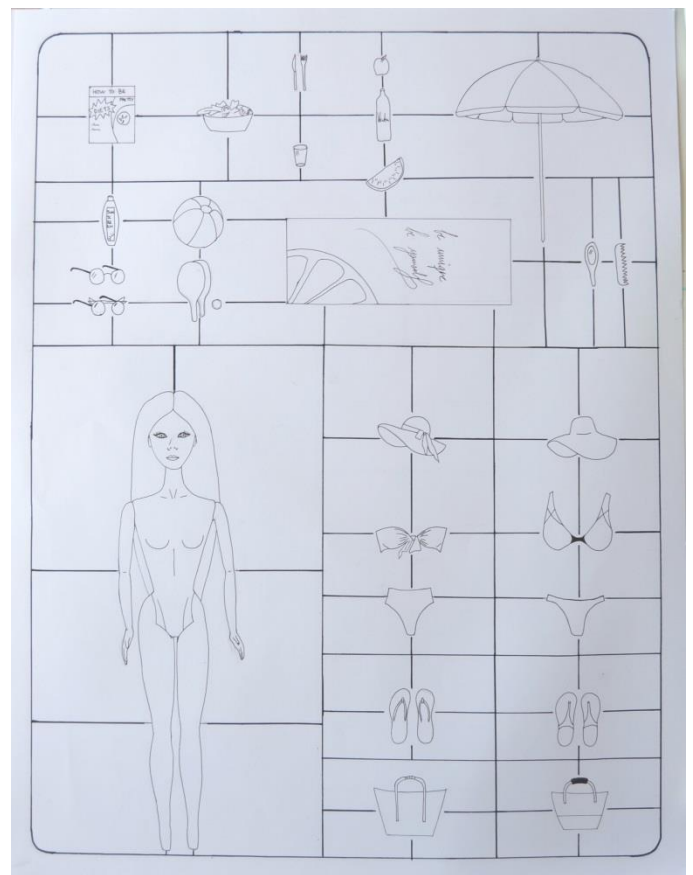


Fig. 44

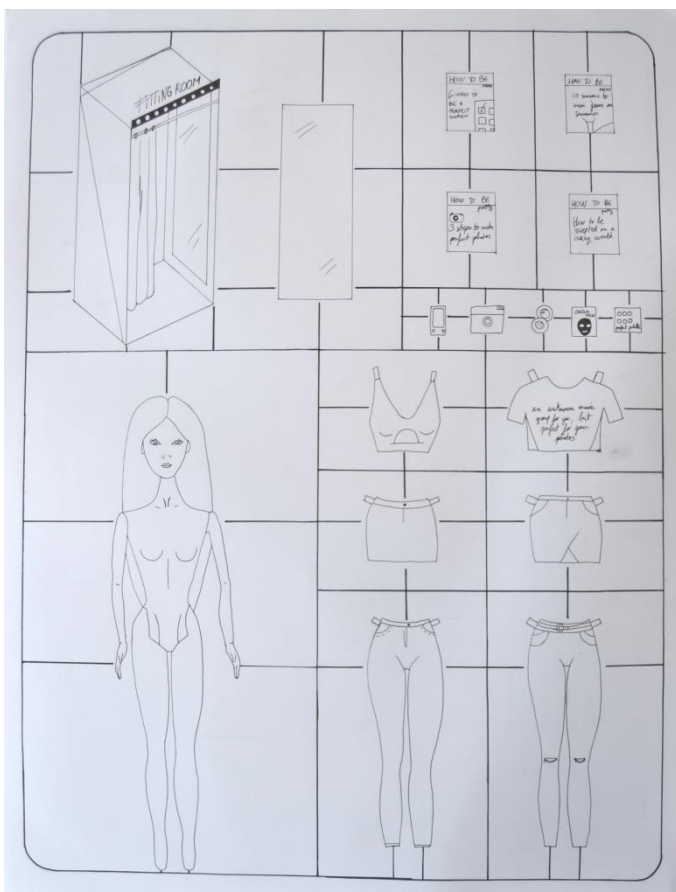


Fig. 45



Fig. 45



Fig. 46



Fig. 47

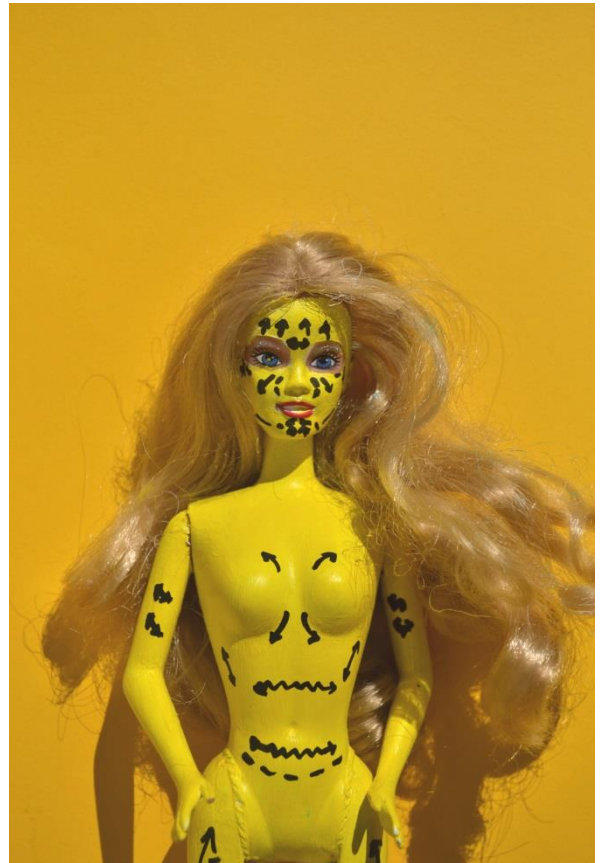


Fig. 48

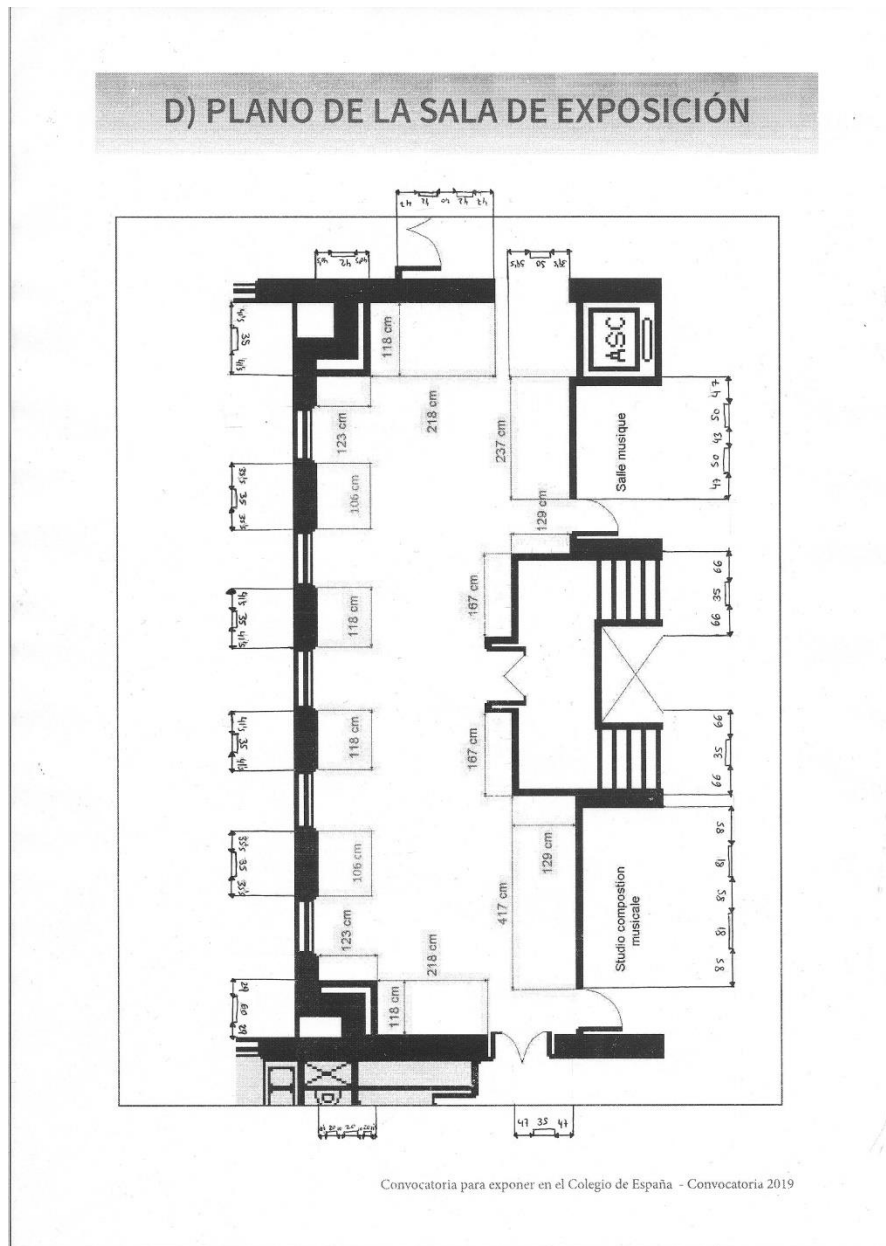
3.3.4 Exposición

En esta sección se detalla la preparación de la presentación del proyecto a una convocatoria. Una beca para exponer en el Colegio Español de Paris, Francia. Dado que la beca consiste en mostrar cómo estaría organizada la exhibición y el precio total del transporte, hemos estudiado la sala, así como la disposición de las obras de manera estratégica desde el punto de vista de atraer al posible espectador que vea la exposición.

Desde un primer momento, el proyecto ha sido elaborado con la idea de ser exhibido y enviado de la manera más económica posible. Por lo que se han trabajado tanto formatos en soporte rígido, como formatos en papel, lo que facilita su transporte. La presentación de los mismos se incluirá dentro de los marcos que posee la sala de exposiciones.

Presupuesto de envío

nombre	peso	tamaño	cantidad	total
Paquete 3 cuadros grandes y 4 pequeños	13 kg	127x85x20 cm	1	87,69 €
tubo	3,5 kg	55x20x10 cm	2	31, 16 €
			<i>Total</i>	118,85 €



3.3.4.1 Cartel de la Exposición

El cartel diseñado para la exhibición ha sido realizado con Photoshop. Inspirado en el diseño suizo, sin apenas sangrado en la parte izquierda y utilizando la tipografía Helvética, se caracteriza por el uso sintético de la información, con colores saturados (utilizando un amarillo de fondo para llamar la atención) y la muñeca intervenida con una bata de quirófano en primer plano. La finalidad es invitar a que el espectador que camina por la

calle se pare a verlo con curiosidad, captando el público interesado por la muestra. Los carteles se situarán en espacios públicos (permitidos), especialmente en bibliotecas, museos, salas de exposiciones y entradas de metro.



4. CONCLUSIONES

El objetivo principal de este proyecto final de grado ha consistido en la creación de una serie de obras que implican ampliar la producción artística a otros campos y formatos de mayor tamaño, con la finalidad de realizar una exposición. Este trabajo nos ha ayudado a profundizar, reflexionar, buscar y

distinguir información. Asimismo, nos ha permitido desarrollar las habilidades, conocimientos y competencias adquiridas durante nuestros estudios universitarios en el Grado en Bellas Artes.

A nivel teórico nos ha aproximado al lenguaje y la dialéctica que nutre tanto artistas conceptuales como artistas figurativos o que engloban en su trabajo desde el vídeo, la *performance*, hasta el *collage*. Lo que permite enriquecerse culturalmente y ampliar nuestro campo de visión. Por otra parte, ha nutrido considerablemente el proyecto a la hora de elaborar las propuestas.

En el apartado práctico hemos perfeccionado un método de trabajo eficaz y constante, que ha permitido la aparición de hábitos y la utilización de métodos como el *checklist* y la elaboración de pautas técnicas específicas (medidas y cantidad de obras y técnica), lo cual nos ha permitido desarrollar y agilizar el proceso. De este modo, hemos mejorado nuestro conocimiento de la pintura acrílica aplicando texturas, tintas planas, transparencias y reservas. Así mismo hemos profundizado también en otras técnicas como el dibujo, la fotografía, la apropiación y la descontextualización de objetos.

Por último, destacar que el trabajo ha resultado muy positivo y ha aportado el aprendizaje y desarrollo teórico-práctico necesarios en la utilización de una metodología pictórica. Y con ello, la capacidad de crear un proyecto expositivo de carácter individual.

5. BIBLIOGRAFÍA

Monografías

LINDSTROM, M. *Buy-ology. Truth and Lies About Why We Buy*. Nueva York: Crown Business, 2010.

KLEIN, N. *No logo. La tyrannie des marques*. Francia : Actes Sud, Babel, 2001.

POYNOR, R. *La loi du plus fort: La société de l'image*. Le 34 Greneta, Paris: Pyramyd, 2002.

MORAN, C. *Cómo ser mujer*. Barcelona: Anagrama, 8ª edición 2018.

Catálogos

MUSEUM FÜR ANGEWANDTE KUNST, *visualKultur.cat. Barcelona: Institut Ramon Llul. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Actar, 2008.*

DANA WYSE. *How to Turn Your Addiction to Prescription Drugs into a successful art career*. Paris: Editions du regard, 2007.

Tesis, Tesinas de máster, trabajos de fin de grado, etc.

SEMPERE, S. *El Cómic y La Pintura Mural: Medios de Comunicación y Manipulación de Masas*. [trabajo fin de grado]. Universitat Politècnica de València. 2014.

RENTERO. L. *Boca de Rape*. Libro infantil Ilustrado [trabajo fin de grado]. Universitat Politècnica de València. 2015.

BORRÁS, V. *Serie I Am Still Here*. Pinturas Geométricas. [trabajo fin de grado]. Universitat Politècnica de València. 2017.

Artículos en revistas y publicaciones periódicas

MARTÍNEZ, A. *Historia: El oscuro origen de las muñecas Barbies que no conocías*. En: *Cultura Colectiva*. Ciudad de México, 2018. [consulta: 2018-04-28]. Disponible en: <<https://culturacolectiva.com/historia/origen-de-la-barbie-que-no-conocias/>>

SANTAOLALLA, G. *Nietzsche y su crítica al mensaje*. En: *Dialogo Existencial*. Ciudad de México, , 2016. [consulta: 2018-04-09]. Disponible en: <<http://www.dialogoexistencial.com/nietzsche-y-su-critica-al-lenguaje/>>

Audiovisuales

DOMÍNGUEZ, Y. Revelando estereotipos que no nos representan, TEDxMadrid. En: *Youtube*. Madrid. 2017-10-10. [consulta: 2018-01-15]. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI>>

Páginas web

MoMA. *The Museum of Modern Art*. Manhattan, Nueva York. 2016. [consulta: 2018-03-07]. Disponible en: <<https://www.moma.org/artists/1752>>

ABC. *Sociedad*. Madrid. [consulta: 2017-04-03]. Disponible en <<http://www.abc.es/20120920/sociedad/abci-retos-cirugia-plastica-201209192055.html>>

RTVE. *Rtve a la carta informe semanal*. Madrid. [consulta: 2018-02-25]. Disponible en <<http://www.rtve.es/alacarta/videos/programa/fondo-entrevista-joan-brossa/3607433/>>

INFO SALUS. *Infosalus estética* [consulta: 2018-01-16]. Disponible en: <<http://www.infosalus.com/estetica/noticia-espana-quinto-pais-mundo-operaciones-cirugia-plastica-20161111134618.html>>

PUENTE, V. El nacimiento del metro. *Xataka ciencia*. Madrid. Weblogs SL. 2008-04-21. [consulta: 2018-01-08]. Disponible en: <<https://www.xatakaciencia.com/sabias-que/el-nacimiento-del-metro>>

MIREILLE BLANC. [consulta : 2017-12-03]. Disponible en <<https://mireilleblanc.com/>>

LA VANGUARDIA. *Vida*. Madrid. [consulta: 2017-04-03] <<http://www.lavanguardia.com/vida/20160912/41259277685/el-15--de-las-operaciones-de-cirugia-plastica-se-hacen-a-menores-en-espana.html>>

FORUM LIBERTAS. *Forum Libertas*. [consulta: 2017-04-03] <<http://www.forumlibertas.com/la-obsesion-por-la-cirugia-estetica-sintoma-de-una-sociedad-enferma/>>

5. ÍNDICE DE IMÁGENES

Fig. 1. Sanja Iveković. SUNGLASSES (WOMEN'S HOUSE), 2002 Digital pigment print on 305 grs. Cotton paper 140 x 100 cm

Fig. 2. Sanja Iveković. Make-Up. 1979. Magazine page with map pins, 41.3 x 38.1 cm. Collection the artist.

Fig.3 Valeria Lukyanova

Fig.4 Valeria Lukyanova

Fig.5. Sanja Iveković i, Instructions No 1, 1976. Video 5:59 min.

Fig.6 Sanja Iv Iveković, Make up-Make Down, 1978. Video 5:14 min.

Fig.7 Joan Brossa, Poema objecte,1968

Fig.8 Mireille Blanc, Album 2 (Memphis), 2018, oil on canvas, 22 x 19 cm

Fig.9. Dana Wyse, Celebrity Sperm, 2000 15 x 11cm

Fig.10. Dana Wyse, accept the fact that you are aging, 2001

Fig.11. Cécile Hoodie Junk(ie) food,fotografía, 2018

Fig. 12. Everything is so good than you expect?, 2015.Acrílico s/fotografía
29 x 21 cm

Fig. 13. Paula Silvestre Gisbert, DR. YES, 2016. Acrílico s/fotografía, 35 x 50 cm

Fig. 14. Paula Silvestre Gisbert, Skeleton of Benetton, 2015.Acrílico s/fotografía
29 x 21 cm

Fig. 15. Paula Silvestre Gisbert EAT EAT EAT, 2015. Acrílico s/fotografía
15 x 10 cm

Fig. 16. Bocetos escogidos a partir de la lluvia de ideas.

Fig. 17. Ingletadora manual utilizada para la elaboración de los soportes.

Fig. 18. Adhesión del contrachapado al bastidor

Fig. 19. Proceso de preparación de los soportes rígidos

Fig. 20. Bastidor ya encolado

Fig. 21. Imprimación del soporte por capas respetando el secado después de cada aplicación

Fig. 22. Acrílicos Amsterdam Standard serie utilizados en el proyecto.

Fig. 23. Paletinas de pelo sintético utilizadas durante el proceso.

Fig. 24. Mezcla de colores para conseguir el tono violáceo que corresponde a las primeras capas .

Fig. 25. Fondo gris elaborado inicialmente.

Fig. 26. Método de trabajo con reservas.

Fig.27. Maybe, 2018. Fotografía 35 x 50 cm.

Fig.28. Toilet paper I, 2018. Fotografía, 35 x 50 cm.

Fig.29. Toilet paper II, 2018. Fotografía, 35 x 50 cm.

Fig.30. Toilet paper II, 2018. Fotografía, 35 x 50 cm.

Fig.31. X3 tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 122 x 81 cm.

Fig.32. X1 tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 122 x 81 cm.

Fig.33. X3 (I) tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 122 x 81 cm.

Fig.34. X2 tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 20 x 20 cm.

Fig.35. X3 (II) tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 20 x 20 cm.

Fig.36. X3 (III) tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 20 x 20 cm.

Fig.37. X4 tape, 2018. Acrílico s/bastidor, 60 x 20 cm.

Fig.38. objeto intervenido 30 x 7 cm, fotografía 50 x 35 cm.

Fig.39 How to be pretty, parts of the body I, papel 200 gr canson 42 x 59,4 (A2).

Fig.40 How to be pretty, parts of the body II, papel 200 gr canson 42 x 59,4cm (A2).

Fig.41. How to be pretty, parts of the body III, papel 200 gr canson 42 x 59,4 cm (A2).

Fig.42. How to be pretty, fotografía 50 x 35 cm.

Fig.43 How to be pretty II, papel 65 x 50 cm.

Fig.44 How to be pretty III, papel 65 x 50 cm.

Fig.45 How to be pretty IV, papel 65 x 50 cm.

Fig.46. How to be pretty, fotografía 50 x 35 cm.

Fig.47. How to be pretty, fotografía 50 x 35 cm.

Fig.48. How to be pretty, fotografía 50 x 35 cm.