

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SAN CARLES
PROGRAMA DE DOCTORADO EN ARTE:
PRODUCCIÓ E INVESTIGACIÓ



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

VIDEOARTE Y APROPIACIÓ:

*UNA HERRAMIENTA CRÍTICA DE DENUNCIA SOBRE LA
VIOLENCIA DE GÈNERO EN LAS IMÁGENES.*



TESIS DOCTORAL PRESENTADA POR:
ANA MARÍA HERRERO CERVERA

DIRIGIDA POR:
DRA. LORENA RODRÍGUEZ MATTALIA
DRA. ROCÍO GARRIGA INAREJOS

VALENCIA, FEBRERO 2016.

Agradecimientos

Quisiera dar las gracias a mis directoras de tesis: Lorena Rodríguez Mattalía y Rocío Garriga Inarejos por su dedicación, esfuerzo y orientación para que la elaboración de esta investigación fuera posible. Agradezco a Vicente Ortiz Sausor por su labor y conocimientos compartidos, a Miguel Molina y Teresa Cháfer por su gran apoyo y comprensión.

A la Academia San Carlos de México D.F., a su ex-director José Daniel Manzano y a la Secretaria de Relaciones Exteriores por la beca que se me otorgó para relizar una estancia de investigación allí y que sin duda fue un factor decisivo y enriquecedor para la presente tesis doctoral. A Carlos Mendoza por su tiempo y por intercambiar opiniones.

Agradezco a todas las personas, especialmente a Amor Teresa, que durante el proceso de trabajo me han brindado valiosos comentarios y apoyo personal.

A toda mi familia por su apoyo incondicional, comprensión y confianza, especialmente a mi querida hermana María José, mi querida prima Inma y mi querido Adriel que es un compañero maravilloso y el motor de este gran viaje.

Quisiera dedicar este trabajo de investigación doctoral y de realización personal a mis queridos padres, Fina y Simplis.

ÍNDICE.

RESUMEN (CASTELLANO)	13
ABSTRACT (ENGLISH)	15
RESUM (VALENCIÀ)	17
INTRODUCCIÓN.....	19
I PARTE. VÍDEO Y APROPIACIÓN AUDIOVISUAL: el videoarte como alternativa a la producción de imágenes hegemónicas.	31
CAPÍTULO 1. VÍDEO.	34
1.1. El vídeo como herramienta de creación artística y análisis.	38
1.2. Videoarte: entre arte y medios masivos.....	48
1.3. El vídeo como generador de discursos políticos y sociales: TV-vídeo / Videoarte contra-TV.....	54
1.3.1. El vídeo no es TV.	80
1.3.2. Tipologías de lucha contra la TV.....	84
CAPÍTULO 2. DEFINICIONES DEL CONCEPTO DE APROPIACIÓN.....	94
2.1. Apropiación directa: obras que funcionan como antecedentes en los posteriores <i>collages</i> audiovisuales.	106

2.2. Formas de apropiación: un recorrido por obras basadas en la apropiación con un trasfondo directo y crítico. 114

2.2.1. Marcel Duchamp. *La fuente*, 1917. Rehaciendo el objeto del arte. 117

2.2.2. Meret Oppenheim. *Ma gouvernante, my nurse, mein kindermädchen*, 1936. Apropiación del objeto. 118

2.2.3. Andy Warhol. *Marilyn Monroe*, 1967. La exaltación en el arte de la industria cultural. 119

2.2.4. Valie Export. *The Birth Madonna*, 1976. Revisiones sobre el modelo femenino en la Historia del Arte. 120

2.2.5. Cindy Sherman. *Untitled Film Stills*, 1977-1980. Parodiando el estereotipo femenino en el Cine de Hollywood. 121

2.2.6. Krzysztof Wodiczko. *The Soldiers and Sailors Memorial*, 1984-85. Reconstruyendo la memoria histórica del lugar. 126

2.2.7. Eugenia Chellet. *Fotonovelas. Portadas intervenidas*, 1981-1995. La búsqueda de la identidad en las fotonovelas. 127

2.2.8. Barbara Kruger. *Your body is a battleground*, 1989. Modos extraídos de la publicidad. 128

2.2.9. Yasumasa Morimura. *Un bar aux Folies-Bergère*, 1990. La absorción de las formas de representación occidentales en otras culturas. 129

2.2.10. Lorena Wolffer. *Soy totalmente de Hierro*, 2000. Cuestionando las representaciones estereotípicas en la publicidad. 130

2.2.11. Alma López. *Our Lady (Nuestra Señora)*, 1999. Subvirtiendo la imagen hetero-patriarcal. 133

CAPÍTULO 3. APROPIACIÓN AUDIOVISUAL: PRÁCTICAS VIDEOGRÁFICAS Y FÍLMICAS. 136

3.1. *Found footage*. 138

3.1.1. Bruce Conner. *A Movie*, 1958. Arqueología y reciclaje de la imagen. 138

3.1.2. Ken Jacobs. <i>Perfect film</i> , 1986. Ecología de la imagen del desecho.....	140
3.2. Collage audiovisual y transformación en el montaje.	142
3.2.1. Nam June Paik. <i>Global Groove</i> , 1973. La imagen global y el uso del <i>collage</i>	143
3.2.2. Martha Rosler. <i>If it's too bad to be true, it could be disinformation</i> , 1985. Estética televisiva y vídeo contra-televisivo.	145
3.2.3. Antoni Muntadas. <i>Cross Cultural Television</i> , 1985. La imagen mediática y la Televisión.	146
3.2.4. Jean-Luc Godard. <i>Histoire(s) du cinéma</i> , 1988-98. Reconstruyendo la memoria, una red intertextual: cita, apropiación y reciclaje.	148
3.2.5. Keith Sanborn. <i>The artwork in its age of mechanical reproducibility</i> , 1996. La industria del <i>Copyright</i>	150
3.2.6. Laura Baigorri. <i>Zap War</i> , 1997. La descontextualización de la imagen fílmica y televisiva.	151
3.2.7. Vicente Ortiz Sausor. <i>Hunt Symphony</i> , 1998. Videoinstalación: una orquesta audiovisual.....	152
3.2.8. Mathias Müller, <i>Home stories</i> , 1990. Análisis de género en la imagen fílmica.	154
3.2.9. Jonathan McIntosh. <i>Donald Duck Meets Glen Beck in Right Wing Radio Duck</i> , 2010. Subviritiendo el discurso de los media.....	155
3.2.10. María Cañas. <i>Europa se hunde. Como una ola. Chanquete ha muerto</i> , 2012. Parodiando la situación social.	157
3.3. El <i>scratch</i> y la modificación del movimiento en la imagen.	160
3.3.1. Charles A. Ridley. <i>Swingig the Lambeth walk Nazi style</i> , 1941. Film de compilación y antipropaganda contra el régimen Nazi.....	162
3.3.2. Emergency Broadcast Network. <i>We Will Rock You</i> , 1991. Deconstruyendo el mensaje televisivo.....	164

3.3.3. Douglas Gordon. <i>24 Hour Psycho</i> , 1993. Un ralentí extremo.....	165
3.3.4. Martin Arnold. <i>Alone. Life Wastes Andy Hardy</i> , 1998. Psicoanálisis de la imagen clásica del cine de Hollywood.	167
3.3.5. John Callaghan. <i>Imagine this</i> , 2006. El efecto viral del vídeo en la red.	169
3.3.6. Hernán Bula e Iker Fidalgo. <i>El debate</i> , 2011. Análisis de una verdad incómoda en la situación política española.	170

CAPÍTULO 4. EL VÍDEO Y LA APROPIACIÓN EN LA ERA DE INTERNET..... 172

4.1. Aspectos legales: <i>Copyright</i>	180
4.2. <i>Copyleft</i> , <i>Creative Commons</i> y Cultura libre.	186

PARTE II. VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA CULTURA VISUAL. VIDEOARTE Y PERSPECTIVA DE GÉNERO.192

CAPÍTULO 5. EL GÉNERO COMO CATEGORÍA ANALÍTICA: ALGUNOS APUNTES..... 196

5.1. Modelo Mujer: estereotipo sexual.	202
5.2. Discurso de género y sistema patriarcal.	208
5.3. Violencia de género.....	214
5.4. Violencia de género en la cultura visual.	222
5.4.1. La representación de la mujer desde el arte hegemónico.....	227
5.4.2. Arte reivindicativo <i>versus</i> arte hegemónico.....	236
5.4.3. La mujer como objeto de consumo y deseo en la publicidad.	242

5.4.4. La construcción del estereotipo femenino en el Cine.....	249
5.4.5. La representación del estereotipo femenino en la TV.....	253

CAPÍTULO 6. EL VÍDEO COMO HERRAMIENTA DE EMANCIPACIÓN Y EMPODERAMIENTO..... 268

6.1. El vídeo como instrumento político y de concienciación social.....272

6.1.1. Joan Jonas. <i>Vertical roll</i> , 1972. La identidad femenina en el vídeo.....	274
6.1.2. Marina Abramovic. <i>Art must be beautiful artist must be beautiful</i> , 1975. Cuestionando la belleza y su papel en el arte.....	277
6.1.3. Pola Weiss. <i>Ciudad, Mujer, Ciudad</i> , 1978. La experimentalidad en el vídeo.....	279
6.1.4. Pilar Albarracín. <i>Furor latino</i> , 2003. Estereotipo sexual y producto nacional.....	281
6.1.5. Teresa Serrano. <i>La piñata</i> , 2003. Juegos violentos ficcionalizados.	283
6.1.6. Valeria Andrade. <i>Cañón de carne</i> , 2006. Denunciando el suceso.....	285

6.2. La apropiación como estrategia en el discurso feminista.....288

6.2.1. Martha Rosler. <i>Semiotics of the Kitchen</i> , 1975. Modos de apropiación de la televisión y la publicidad. .	291
6.2.2. Ulrike Rosenbach. <i>Don't believe I'm a Amazon</i> , 1975. La deconstrucción del estereotipo femenino.	293
6.2.3. Dara Birnbaum. <i>Technology / transformation wonder woman</i> , 1978. El <i>scracht</i> como técnica del montaje videográfico.....	295
6.2.4. Eugènia Balcells. <i>Boy Meets Girl</i> , 1978. Modos de apropiación mediática.	298

6.2.5. Joan Braderman. <i>Joan does Dynasty</i> , 1986. La mercantilización de las mujeres en las series televisivas y el uso del <i>chroma-key</i>	300
6.2.6. Pipilotti Rist. <i>I'm not the Girl who Misses Much</i> , 1986. Modos de apropiación del videoclip: La representación sexual femenina.....	302
6.2.7. Cecilia Barriga. <i>Encuentro entre dos reinas</i> , 1991. Apropiación fílmica y el discurso de la identidad.....	304
6.2.8. Marcela Fernández. <i>De cuerpo presente</i> , 1997. Análisis del Cine mexicano en una educación diferenciada por el género.....	306
6.2.10. Ximena Cuevas. <i>Natural Instincts</i> , 1999. La identidad autocensurada en las imágenes mediáticas.	310
6.2.11. Lucía Madriz. <i>Dime cuándo sonreír</i> , 2002. Apropiación del gesto: la intimidad y lo cotidiano.	312
6.2.12. O.R.G.I.A. <i>Producto Nacional Bruto</i> , 2005. Destapando un cine de post dictadura.	314
6.2.13. Flor Aliberti. <i>Daily routine</i> , 2012. Apropiaciones de la red, construyendo identidades.	316

CAPÍTULO 7. ANÁLISIS DE OBRAS VIDEOGRÁFICAS PROPIAS PRODUCIDAS EN ESPAÑA. 320

7.1. <i>Construcción</i> , 2010.....	323
7.2. <i>Copy-machine</i> , 2010.....	328
7.3. <i>Porque yo lo valgo</i> , 2011.....	330

CAPÍTULO 8. ANALISIS VIDEOGRÁFICO DE OBRAS PROPIAS PRODUCIDAS EN MÉXICO. 336

8.1. <i>Audiencias Críticas</i> , 2012.....	344
8.2. <i>La fábrica de los sueños</i> , 2012.	352
8.3. <i>Cuerpos hiperbólicos</i> , 2012.....	358

8.4. <i>Televisión y circo</i>, 2012.....	362
8.5. <i>Quince años</i>, 2014.	366
CONCLUSIONES	369
BIBLIOGRAFÍA.....	373
RECURSOS EN LÍNEA.....	383
LISTADO DE IMÁGENES.	389
ANEXO: LINKS A OBRAS VIDEOGRÁFICAS.....	403

RESUMEN (CASTELLANO)

VIDEOARTE Y APROPIACIÓN: UNA HERRAMIENTA CRÍTICA DE DENUNCIA SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LAS IMÁGENES.

La presente tesis doctoral tiene como objetivo principal, a través del videoarte y la apropiación de imágenes extraídas de medios como la televisión y el cine, analizar y denunciar la violencia de género que existe en la cultura visual y en las narrativas mediáticas que consumimos, mostrando específicamente cómo el videoarte supone para muchas mujeres una forma de empoderamiento y crítica social.

Para ello, esta investigación se estructura en dos partes: la primera desarrolla el medio del vídeo en la práctica artística como vehículo crítico. En este segmento también se abordan las diferentes técnicas empleadas en la práctica de varios/as videoartistas y con ello se muestra cómo este lenguaje propio de las artes constituye una respuesta contestataria ante el sistema y los medios, especialmente la televisión. La segunda parte de la tesis está centrada en el análisis del discurso de género en el ámbito del videoarte. Se han seleccionado varios ejemplos de obras artísticas representativas e indicativas del poder que demuestra tener la producción videográfica como crítica a la sociedad patriarcal y a la violencia de género según roles establecidos, estereotipos fijados, identidades impuestas.

Metodológicamente, se opera recopilando, estudiando y analizando un amplio rango de producciones videográficas,

valorando no solo las asociadas a las artes sino también aquellas que condicionan en gran medida los comportamientos sociales, como por ejemplo las imágenes de la televisión. Con posterioridad, y después de manejar simultáneamente estudios, ensayos e investigaciones elaboradas por otros autores/as sobre las prácticas videográficas en los ámbitos de la comunicación audiovisual, la teoría y la crítica de las artes, se trata de constatar, mediante diagnóstico, cómo el uso del vídeo posibilita el análisis y la crítica en cuanto a cuestiones de género a través de una práctica artística propia que se lleva a cabo entre dos territorios: España y México.

Partimos de la base de que el lenguaje artístico del vídeo tiene una función transformadora, crítica y pedagógica. Si a través de la televisión o el cine se pueden llegar a aprender y aceptar la violencia, las conductas sexistas, los comportamientos machistas... con la práctica y la exhibición de propuestas videográficas de contenido feminista, se pueden llegar a *desaprender* ese tipo de pautas, conductas y hábitos que se nos imponen de modo tácito.

Con los resultados que se obtienen en esta investigación teórico-práctica se presenta esta cuestión de modo explícito, proponiendo como alternativa un uso y un ejercicio de la práctica videográfica que es reflexivo, constructivo y educativo.

PALABRAS CLAVE: videoarte / apropiación / violencia / género / cultura / medios.

ABSTRACT (ENGLISH)

VIDEOART AND APPROPRIATION: A CRITICAL TOOL TO DENOUNCE GENDER VIOLENCE IN THE IMAGES.

This thesis has as main objective, through video art and appropriation of images taken from media like television and film, analyze and report gender-based violence that exists in the visual culture and the media narratives we consume showing specifically how video art represents for many women a form of empowerment and social criticism.

This research is divided into two parts: the first develops the video in the art practice as a critical vehicle. In this segment the different techniques employed by several videoartists are also addressed and it shows how the language of this language of the arts constitutes a rebellious response against the system and the media, especially television. The second part of the thesis is focused on the analysis of gender discourse in the field of videoart. There have been selected several examples of representative artistic works, indicative of the power that video production has as a critique of patriarchal society and gender violence as established roles, fixed stereotypes, imposed identities.

Methodologically the work has been performed collecting, studying and analyzing a wide range of video productions, evaluating not only those associated with the arts but also those that largely determine social behaviors, as for example television images. Subsequently, and after handling simultaneously essays, studies, and research carried out by other authors about the videographic practice in the fields of audiovisual communication, theory and

criticism of the arts, we will diagnose how the use of video enables the analysis and criticism regarding gender by means of the PhD student own artistic practice, which has taken place between two territories: Spain and Mexico.

We assume that the artistic language video has got a transformative, critical and pedagogical function. If through television or cinema we can get to learn and accept violence, sexist behavior, *machismo*... then, we could assume that through the practice and exhibition of videographic proposals with feminist content, we would be able to “unlearn” patterns, behaviors and habits that have been tacitly imposed.

With the results obtained in this theoretical-practical research, this issue is explicitly, proposed presenting as an alternative an educational, reflexive and constructive use and exercise of the videographic practice.

KEYWORDS: videoart / appropriation / gender / violence / culture / media.

RESUM (VALENCIÀ)

VIDEOART I APROPIACIÓ: UNA FERRAMENTA CRÍTICA DE DENÚNCIA SOBRE LA VIOLÈNCIA DE GÈNERE A LES IMATGES.

La present tesi doctoral té com a objectiu principal, a través del videoart i l'apropiació d'imatges extretes d'altres mitjans como la televisió i el cinema, analitzar i denunciar la violència de gènere que existeix en la cultura visual i en les narratives mediàtiques que consumim, mostrant específicament com el videoart suposa una forma d'apoderament i crítica social per a moltes dones.

Per a això, aquesta investigació s'estructura en dues parts: la primera desenvolupa el mitjà del vídeo a la pràctica artística com a vehicle crític. En aquest segment també s'aborden les diferents tècniques emprades en la pràctica de diversos/es videoartistes i amb això es mostra com aquest llenguatge propi de les arts constitueix una resposta contestatària davant el sistema i els mitjans, especialment la televisió. La segona part de la tesi està centrada en l'anàlisi del discurs de gènere en l'àmbit del videoart. S'han seleccionat diversos exemples d'obres artístiques representatives i indicatives del poder que demostra tenir la producció videogràfica com a crítica a la societat patriarcal i a la violència de gènere segons rols establerts, estereotips fixats, identitats imposades.

Metodològicament, s'opera recopilant, estudiant i analitzant un ampli rang de produccions videogràfiques, valorant no només les

associades a les arts sinó també aquelles que condicionen en gran mesura els comportaments socials, com per exemple les imatges de la televisió. Amb posterioritat, i després de manejar simultàniament estudis, assaigs i investigacions elaborades per altres autors/es de les pràctiques videogràfiques en els àmbits de la comunicació audiovisual, la teoria i la crítica de les arts, es tracta de constatar, mitjançant diagnòstic, com l'ús del vídeo possibilita l'anàlisi i la crítica pel que fa a qüestions de gènere, mitjançant la pràctica artística pròpia que es du a terme entre dos territoris: Espanya i Mèxic.

Partim de la base de que el llenguatge artístic del vídeo té una funció transformadora, crítica i pedagògica. Si a través de la televisió o el cinema es poden arribar a aprendre i acceptar la violència, les conductes sexistes, els comportaments masclistes... amb la pràctica i l'exhibició de propostes videogràfiques de contingut feminista, es poden arribar a "desaprendre" aquest tipus de pautes, conductes i hàbits que se'ns imposen de manera tàcita.

Amb els resultats que s'obtenen en aquesta investigació teórico pràctica es presenta aquesta qüestió de manera explícita, proposant com a alternativa un ús i un exercici de la pràctica videogràfica que és reflexiu, constructiu i educatiu.

PARAULES CLAU: videoart / apropiació / violència / gènere / cultura / mitjans.

INTRODUCCIÓN.

No es casual que encendamos el televisor y nos aparezca en primer plano el cuerpo de una presentadora mientras le toman las medidas, al igual que tampoco es accidental que en pleno debate presidencial en México con retransmisión en directo, coloquen a una mujer con un atuendo de gala de “miss” como parte del espectáculo mediático para entregar las papeletas que contienen las preguntas, o que aparezcan en una misma portada de revista o periódico la imagen de una mujer desnuda al lado de la de un asesinato. Si hacemos *zapping* y cambiamos de canal veremos cuerpos femeninos, cuerpos que responden a un canon determinado, de corte occidental... Podríamos seguir dando numerosos ejemplos, citando otras situaciones en las que se promueven la desigualdad y la objetualización de la mujer en el contexto social.

Tales circunstancias son las que han motivado el desarrollo de esta investigación, las que nos han llevado a preguntarnos cuáles son las características que definen a la “mujer” que presentan los medios de masas, cómo afecta esto a la construcción del imaginario colectivo y en qué medida pueden ser subvertidas, por medio de propuestas videográficas artísticas, las desigualdades de género que tales medios promueven.

Con nuestra investigación y práctica videográfica se persigue mostrar que con el vídeo como herramienta crítica de creación, se incentiva la capacidad de análisis de las imágenes que nos rodean y que por ello, este tipo de expresión artística contribuye a impulsar el cambio social: entendemos que en el proceso de relectura de las imágenes hay otro procesamiento de carácter pedagógico que la práctica apropiacionista hace posible.

El objetivo principal de esta investigación consiste en integrar las herramientas de trabajo videográfico y las estrategias derivadas de la apropiación audiovisual para denunciar cómo numerosas

imágenes mediáticas contienen una violencia de género en muchas ocasiones explícita y en otras subyacentes. Con el fin de mostrar lo que acabamos de plantear, actuaremos siguiendo los siguientes objetivos, que se derivan del fin último comentado:

1. Presentar las características generales del arte en vídeo con el fin de localizar cuáles son las que nos interesa abordar dada la especificidad del tema objeto de la investigación. Para ello trataremos de establecer las distintas formas que hay de apropiación trazando un recorrido por las diversas obras que utilizan esta estrategia con un trasfondo crítico en la práctica artística.

2. Estudiar y clasificar las características que nos ofrece el vídeo para convertirse en una herramienta de estudio y de análisis de las imágenes. Para ello se recopilarán obras de vídeo como referentes de la práctica videográfica comprobando si en ellas se da una respuesta contestataria ante el sistema y los medios de comunicación, especialmente la televisión.

3. Mostrar las diferentes corrientes y técnicas apropiacionistas: *found footage*, *collage* audiovisual, *remix*, etc., que se dan en el uso de la apropiación audiovisual para recopilar obras dentro del videoarte que recurran a dichas estrategias que por otra parte, se instauran como fenómeno de creación propio en el ámbito de la práctica videográfica contemporánea. Mostrar también la expansión del vídeo en el amplio terreno de internet y ver cómo en este espacio la creación audiovisual y las prácticas relacionadas con la apropiación se están desarrollando de forma ilimitada. Señalar los puntos fuertes, pero también los límites del territorio internet, pues cada vez se está restringiendo más lo público y democrático de este medio.

4. Destacar la existencia de contenidos que promueven la discriminación de sexos favoreciendo que tengan lugar conductas de violencia de género en nuestra cultura.

5. Estudiar las obras artísticas y videográficas que funcionan como crítica a la sociedad patriarcal y a la violencia de género según la tematización que se hace en ellas en torno a roles, estereotipos, sexo, identidad, etc. Se realizará un análisis que estará dividido según el entorno de producción y difusión de tales producciones videográficas: el campo del arte, la publicidad, el cine y la televisión. En este mismo análisis también se profundizará en aquellas aportaciones videográficas realizadas por mujeres artistas que recurren a las estrategias de la apropiación, la parodia, la imitación y la deconstrucción como procesos significantes, críticos y visibles en torno a temas de violencia de género.

6. Desarrollar un trabajo videográfico personal en dos contextos distintos, España y México, ambos marco geográfico en nuestra investigación. En términos generales nuestra práctica artística estará basada en la realización de una serie de vídeos que estarán creados siguiendo las estrategias de la apropiación, el reciclaje y *desmontaje* para revisar desde otro punto de vista —el de la producción artística personal— la construcción femenina, los discursos sexistas y la imagen estereotipada de la mujer en los medios actuales. Mediante este trabajo trataremos de constatar cómo una práctica videográfica que contempla la perspectiva de género según la aplicación de las técnicas de producción comentadas, puede llegar a constituir una alternativa al discurso oficial de las producciones culturales hegemónicas.

Metodológicamente, la presente tesis doctoral se desarrolla siguiendo tres ejes de aplicación centrales: un enfoque de investigación teórico que se basa en los estudios de género y la cultura visual; un medio de creación artística, el uso del vídeo como herramienta de creación y análisis; y por último, la aplicación de la apropiación audiovisual como una estrategia crítica para el análisis videográfico incluyendo en este último segmento las obras artísticas que son de producción propia.

En líneas generales esta investigación se realiza manteniendo un enfoque transdisciplinar pues lo exige el tema que se aborda. La metodología que se desarrolla es teórica y de aplicación práctica, proviene del ámbito de las Bellas Artes y de otras aportaciones localizadas en áreas de conocimiento afines: Historia del Arte, Estudios Visuales y de Teoría Feminista, Comunicación Audiovisual.

Fundamentalmente basamos nuestro estudio y análisis teórico en grandes aportaciones propias de los estudios de género ya que se aborda la producción videográfica que se ha realizado en torno a tales campos; por otra parte, la investigación teórica también se desarrolla en combinación con la producción de obra de carácter videográfico que retoma imágenes del cine, la televisión, la publicidad comercial e internet; obras de otros artistas y también de producción propia. En este particular nos centramos en dos zonas que culturalmente son próximas aunque también presentan profundas brechas que las distinguen en el tema que nos ocupa: España y México.

De acuerdo con lo anterior y con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, el modo de proceder será como sigue a continuación: en primer lugar revisaremos los estudios relacionados con nuestro tema y desarrollados con anterioridad, pues es necesario conocer las observaciones y los puntos trazados por otros para poder determinar la aportación específica que constituirá nuestro estudio dada la situación actual del tema. En segundo lugar seleccionaremos una serie de ejemplos indicativos, entre ellos los trabajos de Wolf Vostell, Nam June Paik, Richard Serra y Carlotta Fay Schoolman, Antoni Muntadas o Dara Birnbaum, que confirman una actitud contestataria y crítica ante los medios de comunicación de masas, y más concretamente contra la televisión. En tercer lugar localizaremos los precedentes de la apropiación audiovisual, que se sitúan en los primeros *collages* y fotomontajes, donde hay una obvia intención crítica en la imagen que va más allá de lo estético. Se tratarán las técnicas del *collage* y del fotomontaje junto a las obras de algunos de los pioneros de

tales técnicas: Pablo Picasso, Hanna Höch, John Heartfield, Grete Stern, Robert Rauschenberg, Josep Renau o Martha Rosler. Después de todo ello, podremos trazar un recorrido basado en aquellas obras artísticas que trabajan con la apropiación de forma directa. Aquí destacaremos la figura de Marcel Duchamp, por sus *ready-made*, una práctica de corte apropiacionista que tiene relación directa con los posteriores *collages* videográficos.

Con la presentación de tales contenidos será entonces pertinente dedicarnos a extraer conclusiones en torno a los mismos, describiendo cada técnica apropiacionista detectada: *found footage*, *collage* audiovisual, remezcla, *scratch*, manipulación de la imagen en movimiento... En esta parte de la investigación también se estudian otras obras artísticas, seleccionando aquellas en las que se llevan a cabo tales técnicas de modo más evidente.

La selección videográfica que se realizará en la siguiente parte de la tesis persigue el fin de comenzar a constatar parte de los objetivos propuestos y ha consistido en buscar tres elementos comunes en esas producciones: el uso del vídeo, la estrategia de la apropiación y el discurso de género. Algunos de los trabajos seleccionados son obras de referencia en el videoarte que tematizan cuestiones de género, otros son ya más actuales, menos estudiados, pero igualmente determinantes de acuerdo con el tema objeto de nuestro estudio.

Respecto a la práctica artística propia, indicamos que se ha realizado simultáneamente al desarrollo teórico de la investigación que presentamos; no obstante, hemos decidido incluirla en las dos secciones finales del texto ya que su elaboración constituye, en cierto modo, un reflejo de las conclusiones que se han ido obteniendo a lo largo de la investigación. Mostraremos una selección de obra videográfica personal, un total de ocho piezas: *Construcción* (2010), *Copy-machine* (2010), *Porque yo lo valgo* (2011), *Audiencias críticas* (2012), *La fábrica de los sueños* (2012), *Cuerpos hiperbólicos* (2012), *Televisión y circo* (2012), *Quince años* (2014). Todas estas obras se han realizado a partir

de la apropiación, el reciclaje y el *desmontaje* de imágenes. Una parte de la producción ha sido elaborada en el contexto español; y la otra, en México. En ellas se analiza y revisa la violencia ejercida en las imágenes que se exhiben a través del cine, la televisión y la publicidad. Imágenes, algunas de ellas, que incorporan altos niveles de violencia de género: imágenes que contaminan el tejido de lo público y también el espacio de lo privado.

La estructura de la tesis está formada por dos partes: una primera parte titulada *Vídeo y Apropiación Audiovisual*, y una segunda llamada *Violencia de género en la cultura visual. Videoarte y perspectiva de género*. En resumen, en la primera parte de la tesis presentamos el marco teórico, histórico, artístico y técnico del tema, incidiendo en la idea del vídeo como estrategia crítica de creación que se sirve de la apropiación para subvertir los discursos y las imágenes que nos son impuestas por las industrias culturales hegemónicas. En la segunda parte, a grandes rasgos, analizamos los discursos y las creaciones artísticas construidas en torno a la cuestión de género presentando ya conclusiones, mostrando una selección de obras, todas ellas realizadas por mujeres que denuncian la violencia de género mediante el análisis y la reflexión de las imágenes difundidas por los medios de comunicación.

En los dos segmentos iniciales de la primera parte: 1. *Vídeo* y 1.1. *El vídeo como herramienta de creación artística y análisis*, se desarrollan las principales características que tiene el lenguaje videográfico, como herramienta técnica, de creación y de estudio de las imágenes. En el apartado 1.2. *Videoarte: entre arte y medios masivos* se trata cómo el videoarte ha ido conformándose en varios territorios, compartiéndose entre diferentes disciplinas, medios y formatos hasta lograr ser un lenguaje específico en sí mismo. En el siguiente punto, 1.3. *El vídeo como generador de discursos políticos y sociales: TV vídeo/Videoarte contra TV*, mostraremos que la expresión videográfica se erige como un elemento fundamental en el contexto de los años sesenta-setenta,

cuando se libraron muchos movimientos sociales en protesta contra la situación política del momento en varios lugares del mundo: Mayo del 68, la guerra de Vietnam, reivindicaciones feministas, antirracistas, etc. En este mismo apartado haremos notar que las primeras manifestaciones artísticas que se dieron en contra del sistema y del poder de la televisión se hicieron, muchas de ellas, a través de la producción videográfica. Mostraremos la visión de algunos de los artistas que fueron pioneros en trabajar de este modo observando en ellos dos actitudes bien diferenciadas: una pro-televisión y otra anti-televisión. También se tratará en este segmento el surgimiento del vídeo de guerrilla comunitario, que tuvo lugar a principios de los años setenta, un movimiento que destacamos entre otros porque en él se apostaba por una televisión distinta a la convencional.

Una vez tematizada la cuestión de la televisión como aparato ideológico y de control de las sociedades y una vez analizada la enriquecedora visión de aquellos artistas cuyas piezas fueron pioneras en trabajar con estos medios, en el punto 1.3.2. *Tipologías de lucha contra la TV*, mostraremos cuatro tipos de formas de videoarte que se enfrentan a este medio de comunicación desde una perspectiva crítica: las obras de vídeo monocanal, que cuestionan la TV a través de la utilización de los formatos y códigos televisivos; las videoesculturas, que descontextualizan el mensaje televisivo al cuestionar sus formas de representación; la videoinstalación, donde se tratan las cuestiones del espacio y la pasividad del espectador; y los canales televisivos alternativos, en los que se busca hacer un tipo de televisión que sea diferente.

En el *Capítulo 2. Definiciones del concepto de apropiación*, profundizaremos sobre tal procedimiento y presentaremos algunas de las obras que han trabajado con la apropiación directa en la práctica artística. En el apartado 2.1. *Apropiación directa: obras que funcionan como antecedentes en los posteriores collages audiovisuales*, indicaremos algunos ejemplos de quienes son antecedentes en el uso la apropiación audiovisual. En el

siguiente punto, 2.2. *Formas de apropiación: un recorrido por obras basadas en la apropiación con un trasfondo directo y crítico*, realizaremos una selección de obras artísticas de diversas procedencias y lenguajes. Esto nos servirá para indicar cuáles son los antecedentes de las obras que se presentarán en el *Capítulo 3. Apropiación audiovisual: prácticas videográficas y fílmicas*, donde ya se comenzarán a indicar obras audiovisuales en las que se emplea la técnica de la apropiación teniendo como fuente los medios de comunicación de masas y donde se utiliza también, con mucha frecuencia, la imitación de las estrategias narrativas propias de la publicidad, el cine o la televisión. Los apartados que constituyen este capítulo de la tesis han sido establecidos siguiendo las diversas corrientes y técnicas detectadas a tal efecto: 1) *found footage*, 2) *collage audiovisual y la transformación en el montaje*, 3) *el scratch y la modificación de la imagen en movimiento*. Se han añadido, en cada caso, ejemplos indicativos de obras asociadas.

En *El Vídeo y la Apropiación en la era de Internet*, el cuarto capítulo, abordaremos la expansión de las creaciones audiovisuales y la apropiación audiovisual en el terreno de internet, así como sus posibilidades expresivas y de difusión que son inherentes a este canal comunicativo. Aquí haremos notar que debido al gran desarrollo de las tecnologías y de las plataformas con material descargable, la técnica de la apropiación y todos sus derivados se han consolidado como recursos frecuentes en la creación videográfica contemporánea. En este mismo capítulo indicaremos cuáles son los beneficios y también las desventajas de la red para pasar a presentar en los puntos 4.1. *Aspectos legales: Copyright* y 4.2. *Copyleft, CC y Cultura libre*, aquellos aspectos legales que tienen que ver con la descarga de material e información colgados en internet reflexionando sobre lo que todo ello supone cuando la producción artística de obras está basada en materiales de otros autores y de diversas procedencias.

La segunda parte de la tesis, titulada: *Violencia de género en la cultura visual. Videoarte y perspectiva de género*, estará centrada

en los estudios de género y en la construcción que se hace del mismo en la cultura visual: ejes vertebradores del contenido de la tesis. Así, en el *Capítulo 5. El género como categoría analítica: algunos apuntes*, trataremos el tema barajando los principales discursos que se generan en torno a él; y para ello analizaremos las teorías de varios autores. En el primer punto del capítulo mencionado abordaremos cómo se genera un *modelo de mujer* que además se ha convertido en *estereotipo sexual*, en el siguiente segmento trataremos el *discurso de género* y el *sistema patriarcal* reflexionando sobre cómo se favorece la desigualdad respecto a la mujer, exponiendo cómo se sustentan tales modelos de pensamiento, que todavía hoy perduran. En el punto 5.3. precisaremos a qué nos referimos cuando hablamos de violencia de género para que en el apartado 5.4. *Violencia de género en la cultura visual*, podamos efectuar un análisis más profundo de casos según los temas que recogeremos en los cinco subapartados siguientes: 5.4.1. *La representación de la mujer desde el arte hegemónico* (evaluación de algunos aspectos en torno a cómo se percibe la mujer a lo largo de la Historia del Arte y especialmente desde la pintura clásica europea hasta las segundas vanguardias), 5.4.2. *Arte reivindicativo versus arte hegemónico* (algunas respuestas de carácter reivindicativo al arte hegemónico y androcéntrico), 5.4.3. *La Mujer como objeto de consumo y deseo en la publicidad* (comparativa entre los modelos pictóricos del pasado y las imágenes publicitarias actuales), 5.4.4. *La construcción del estereotipo femenino en el cine* (de la mano de la teoría fílmica feminista se abordarán algunas de las obras clave que tematizan la subordinación de la mujer, su objetualización, la mirada *vouyerista* o la posición de la mujer como *espectadora*), 5.4.5. *La representación del estereotipo femenino en la TV* (cómo este medio de difusión masiva consolida los estereotipos femeninos, valoración de su impacto a través de casos concretos en la televisión italiana, mexicana, española y estadounidense).

En el siguiente capítulo, *El vídeo como herramienta de emancipación y empoderamiento*. Aquí abriremos dos líneas de

trabajo que conformarán dos puntos: *El vídeo como instrumento político y de concienciación social*, donde se mostrará una selección cronológica de obras que usen el propio vídeo como vía de emancipación política y de denuncia en torno a las diversas problemáticas que derivan de la situación de la mujer en el ámbito de lo público y de lo privado; y el otro apartado, *La apropiación como estrategia en el discurso feminista*, en el que mostraremos también una serie de obras —ordenadas cronológicamente— que recurren a la técnica de la apropiación, o que imitan modelos extraídos de otros medios para parodiar, criticar y denunciar la violencia simbólica en torno a la mujer que se hace evidente en determinados modos de representación.

Finalmente, en los dos últimos capítulos —el 7 y el 8— presentamos la producción artística personal, basada toda ella en los contenidos de la investigación siendo las obras resultado artístico de la misma. En el *Capítulo 7*, realizaremos una sucinta exposición de la situación del videoarte en España en el contexto actual. En este apartado, exponemos las piezas realizadas durante el periodo investigador transcurrido en España, siendo las obras escogidas las siguientes: *Construcción* (2010), *Copy-machine* (2010) y *Porque yo lo valgo* (2011); y en el *Capítulo 8* presentamos las obras videográficas elaboradas durante nuestra estancia de investigación en la ciudad de México: *Audiencias críticas* (2012), *La fábrica de los sueños* (2012), *Cuerpos hiperbólicos* (2012), *TV y circo* (2012) y *Quince años* (2014). En este último capítulo incluimos un breve inciso sobre la práctica videográfica mexicana por varios motivos: uno, porque hemos considerado necesario proporcionar ese contexto dado que México no es nuestro país de procedencia y por lo tanto algunos de los aspectos que expondremos no tienen por qué ser tan conocidos como los del ámbito español; dos, el estudio de la práctica videográfica mexicana ha sido importante para el desarrollo de nuestra investigación, y tres: la marcada influencia de la cultura visual que allí se construye cotidianamente se refleja en nuestro trabajo artístico.

El proceso de investigación de la presente tesis doctoral ha supuesto un desafío, pues la elección de los temas que se abordan en ella son tremendamente amplios. En este sentido, hemos tenido que elaborar un arduo ejercicio de síntesis para poder exponer del modo más claro posible cuáles han sido los hallazgos que se han ido realizando a medida que la investigación seguía adelante. Por otra parte, también deseamos subrayar que en el resultado final, que es el texto que presentamos, sí que se define un objeto de estudio concreto pues la relación que hemos establecido entre esos temas generales es la que nos lo ha proporcionado.

Nos gustaría señalar que nuestra búsqueda de obras artísticas se ha centrado en las ramas específicas del ámbito de la videocreación que estuvieran directamente relacionadas con el tema de nuestro estudio. Como es obvio, los ejemplos que proporcionamos son meramente indicativos, no obstante, en esta investigación se muestra un estudio de casos videográficos lo suficientemente amplio como para evidenciar que existe una tendencia definida en las prácticas de creación audiovisual que tiene que ver con los recursos y usos más específicos que se dan en torno a la técnica de la apropiación.

Respecto a cómo se abordan los contextos España-México deseamos hacer notar que no hemos pretendido trazar un mapa en su total extensión sobre el videoarte —ni en España ni en México—. En primer lugar, porque no era competencia de la investigación y en segundo lugar, porque en el caso mexicano no hemos localizado una trayectoria videográfica que recurra a la apropiación como sistema, salvo en casos puntuales, concretos y recientes. Por estos motivos hemos decidido ubicar la introducción sobre el vídeo en México encabezando uno de los apartados dedicados a la exposición de la obra artística propia ya que siendo coherentes con el curso de la investigación, indicamos de este modo que del contexto mexicano lo que nos ha influenciado no han sido tanto sus prácticas videográficas artísticas cuanto el tipo de imágenes asociadas a la mujer que se difunden en los medios

de comunicación de masas. Y para finalizar, lo que verdaderamente entendemos como positivo de ese mantenernos sobre dos puntos geográficos distintos, fueron las posibilidades que se abrieron a nuestro paso: un rico e interesante diálogo entre la cultura popular española y mexicana.

En definitiva, con esta investigación hemos querido señalar la importancia de poder trabajar con imágenes extraídas de otros medios o de terceros, para poder con ello indicar y denunciar el mensaje ideológico que aparece reflejado en las imágenes con las que se nos bombardea cotidianamente. Nuestro mayor interés ha residido en mostrar que el vídeo, como herramienta de análisis de las imágenes, junto con la apropiación, como estrategia de trabajo con las imágenes, puede convertirse en un medio crítico, transformador y pedagógico para propiciar otras lecturas e interpretaciones del entorno mediático que nos rodea.

I PARTE. VÍDEO Y APROPIACIÓN AUDIOVISUAL: el videoarte como alternativa a la producción de imágenes hegemónicas.



“[...] el vídeo revela ser un lugar privilegiado donde se trabajan pasajes y recuperaciones, un espacio de transformaciones, una bisagra crítica que mezcla una multiplicidad de modelos”.

Anne Marie Duguet¹.

¹ DUGUET, A. 1998. Dispositifs. En: Bellour, Raymond y Duguet (eds.). *Vidéo, Communications*, n°48. Paris: l’Etoile, p. 239.

CAPÍTULO 1. VÍDEO.

Comenzaremos esta primera parte de la investigación recordando los fundamentos del vídeo para ver sus orígenes en el contexto histórico de surgimiento en los años 60-70, hasta llegar a su evolución en la actualidad. Destacamos el vídeo de los inicios porque es donde más se da la tendencia de manipular y trabajar con imágenes ajenas. No será hasta los 90 y, especialmente, en la actualidad, cuando el apropiacionismo y el *desmontaje* cobren mayor auge en la práctica videográfica. Se destacará la producción en vídeo en EE.UU por el gran desarrollo que hubo a nivel tecnológico y comercial debido al gran impacto que tuvo en la población norteamericana el uso del vídeo.

Nuestra intención no es reescribir una historia del vídeo que ya ha sido escrita en numerosas ocasiones, sino situarlo y buscar los antecedentes para asentar unas bases histórico-sociales que nos sirvan como referencia evidente en las prácticas videográficas de hoy. Trataremos de redefinir el medio y de realizar un estudio general del vídeo en la práctica artística.

Nos centraremos en analizar las características que ofrece el medio videográfico para constatar su labor de reflexión crítica sobre las imágenes que explora. El entender la extensión de lo videográfico como una herramienta más de estudio nos permite elaborar un análisis de la imagen y de la práctica del videoarte. Analizaremos principalmente aquellas obras que utilizan la apropiación como estrategia crítica, fenómeno que se revela como una de las formas actuales en la videografía.

El vídeo, como sabemos, es un medio que tiene la capacidad de registrar la realidad capturada por la cámara y las imágenes, tienen la sensibilidad de ser cuestionadas y de poderse alterar a través del montaje.

Trataremos el vídeo como el medio de creación de imágenes en movimiento más idóneo para convertirse en una herramienta de reflexión y análisis que cuestiona las imágenes y las representaciones de las mismas:

“El dispositivo videográfico posee una cualidad liminar, como medio que se encuentra entre, en la frontera con, en un espacio híbrido, contaminado -entre arte y comunicación, entre televisión y cine-, que propicia el trabajo analítico: sus características comunes con los otros medios y, a la vez, la diferente relación con la imagen promovida por la videografía, permiten tomar la distancia necesaria para adoptar una actitud analítica, crítica, incluso de revuelta”².

Por lo tanto, utilizaremos el medio videográfico como una herramienta adecuada y decisiva para la crítica de la imagen y el análisis de los mensajes normalizados que las imágenes mediáticas contienen.

En este sentido, explicaré a mi entender, porque el vídeo nos parece el medio más eficiente para analizar las imágenes. Esta premisa ha sido a la vez una idea justificada y compartida con otros autores / as y artistas. Como veremos en el siguiente apartado, el vídeo tiene una serie de características que favorecen el visionado de las imágenes, así como de reproducirlas, tantas veces sea necesario posibilitando con ello un mayor estudio de las imágenes. Si además, añadimos el potencial del desmontaje que tiene el vídeo, será este un factor fundamental no solo para la creación, sino para el análisis de las imágenes.

Al trabajar con imágenes en movimiento extraídas de otros medios, estas siempre aparecerán con una información cierta, verdadera o impuesta en el sentido de la retórica de la propia imagen, potenciando el enfrentamiento problemático entre

² RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Videografía y arte: indagaciones sobre la imagen en movimiento*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, p.25.

representación y realidad, y que se tratará de evidenciar con el vídeo y la apropiación.

El proceso de apropiación junto la selección y manipulación de las fuentes, imágenes que forman nuestro panorama visual y mundo mediático, favorece que podamos cuestionar las estructuras políticas, culturales y sociales que limitan sistemáticamente la reflexión y en la cual el mensaje oficial aparece constantemente distorsionado en las imágenes audiovisuales. El vídeo, por lo tanto, nos permite producir y manipular esas imágenes dadas para crear un discurso propio, una micronarrativa adicional que contrasta y crítica la narrativa cuestionada haciendo visible el mensaje que hay oculto detrás de las imágenes.

La deconstrucción y posible descontextualización de esa realidad a la que nos referíamos, es posible por la elaboración de micronarrativas que consisten en yuxtaponer elementos aparentemente diferentes los cuales, a través de un argumento crítico, metafórico, irónico o dubitativo suponen un desplazamiento en el significado original.

En última instancia, pensamos que el arte debe tener una función social que intentamos que se refleje en la obra personal mostrada en la segunda parte de la tesis.

En el siguiente capítulo, nos centraremos en el estudio del vídeo como una herramienta clave por sus capacidades con la imagen.

1.1. El vídeo como herramienta de creación artística y análisis.

En este apartado nos vamos a dedicar a analizar las características y cualidades que posee este medio en algunas de sus variedades: documentación, ficción, vídeo comunitario, videoocreación. Seguidamente, haremos un recorrido por el contexto histórico y artístico que lo impulsó, para llegar a la actualidad más inmediata.

Existe un eterno debate terminológico sobre la denominación del vocablo vídeo en las prácticas artísticas (videoarte, videoocreación, etc.) pero como apunta Rodríguez Mattalía:

“[...] no se puede negar que el vídeo ha tenido un importante papel como forma artística, es decir, como medio inscrito en los circuitos artísticos, institucionales o no, y como forma de investigación sobre la imagen en movimiento en general, [...]”³.

Nos parece acertada la expresión acuñada por la autora como, “prácticas artísticas videográficas” para denominar al conjunto de obras en vídeo, sin entrar en distinciones, ni compartimentos.

El soporte videográfico ofrece una mirada que lo convertirá en un medio accesible para todo el público, donde cualquiera puede ser emisor siempre y cuando disponga de las herramientas necesarias. Destaca un tipo de mirada en primera persona que implica una proximidad e intimidad con la imagen en movimiento. Esa visión en primera persona caracteriza el dispositivo como un instrumento directo en el que la imagen aparece instantáneamente, siendo capaz de hacer visible en tiempo real lo que la cámara está captando.

³ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Arte videográfico: inicios, polémicas y parámetros básicos de análisis*. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia, p. 31.

Para empezar podríamos recordar qué significa el término vídeo etimológicamente, según Rodríguez Mattalía:

“[...] la palabra vídeo corresponde a la primera persona del presente de indicativo del verbo latino *vídeo*, es decir, “yo veo”, Se promueve por tanto la idea de dicho medio como vehículo de una visión en primera persona, cosa que lo diferencia del concepto de televisión que significa “visión a distancia”, denominación mucho más impersonal que habla de su vocación como medio masivo”⁴.

Como comenta Vicente Ortiz la palabra vídeo se empleó en los orígenes de la televisión:

“El vocablo vídeo se emplea inicialmente en el seno de la televisión, designa elementos tecnológicos, asociado a las señales eléctricas que producen y transportan las imágenes de T.V. por analogía con la señal de audio que canaliza el sonido”⁵.

Como hemos comentado desde un principio, pensamos en el vídeo como un medio de creación de imagen que a la vez nos ofrece una herramienta de trabajo imprescindible para la reflexión, investigación, análisis, para cuestionar y criticar la imagen normativizada. Françoise Parfait⁶ destaca el uso del vídeo como herramienta de estudio para investigar las imágenes televisivas y cinematográficas, así como también para la creación artística a partir de imágenes dadas: esto viene posibilitado por la propia herramienta videográfica y sus diversas capacidades: transformación, montaje y funciones como el congelado de imagen, repeticiones, asociaciones, rebobinar, acelerar, ralentizar, efectos, etc. Estas posibilidades que ofrece el medio servirán a muchos artistas para desvelar los mensajes ocultos que

⁴ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, p. 43.

⁵ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Una propuesta escultórica: Videoinstalación y Videoescultura. Un análisis estructural de la videoinstalación y cuatro ejercicios experimentales*. EMILIO MARTÍNEZ ARROYO, director. Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia, p. 24.

⁶ Cfr. PARFAIT, F. 2001. *Vidéo: un art contemporain*. Paris: Éditions du Regard.

hay detrás de las imágenes, tanto de ficción, como de información, publicidad, etc. Dicho esto, destacamos tres líneas principales de trabajo que nos permite la herramienta videográfica:

- 1) Manipular la imagen: efectos visuales y sonoros, transformaciones, etc.
- 2) Herramienta de estudio crítico, a partir de los productos culturales, mediante la aplicación de la estrategia de la cita, apropiación, *collage* y reciclaje de imágenes.
- 3) Acceso democrático e inmediato: cámara, tecnología digital, ordenador personal.

Estas herramientas de trabajo son determinantes y fueron lo que más caracterizó al medio favoreciendo su expansión masiva.

Rodríguez Mattalía plantea tres líneas básicas de investigación respecto a la videografía y la imagen en movimiento:

1. “Los modelos de representación que están en el origen de los dispositivos de creación de imagen móvil y que nos vienen de la tradición renacentista”.
2. “La relación con el espectador y el cuestionamiento de su lugar institucionalizado”.
3. “La especulación sobre el cine u otros dispositivos de creación de imagen móvil por medio de la estrategia apropiacionista”⁷.

Estos son algunos de los territorios en los que centra su investigación dicha práctica artística, aunque podrían abarcarse todavía más pues todos los ámbitos y objetos de nuestra cultura y por lo tanto del arte, son susceptibles de convertirse en un lugar de investigación.

⁷ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p.51.

Otra de las cualidades que posee el vídeo es la velocidad e inmediatez de procesamiento de la imagen o la simultaneidad con la que el vídeo es capaz de mostrar lo que la cámara ha captado en tiempo real. El vídeo digital, carece de materialidad, esto supone una enorme ventaja en cuanto a la modificación de la imagen digital en cualquier fase de creación, creciendo las posibilidades de manipulación y trabajo con esta. También el vídeo ofrece la posibilidad de archivar y de reutilizar material cinematográfico y televisivo.

Otro factor que caracteriza al vídeo es la intimidad que el medio permite con el uso de su tecnología y que según Marita Struken⁸ está asociada a la instantaneidad de la imagen electrónica (y en la actualidad digital) ya que permite no pasar por ningún tipo de revelado de la película a diferencia del dispositivo cinematográfico analógico. También podemos relacionar la intimidad en el proceso de creación y grabación con la mirada en primera persona que nos señalaba Rodríguez Mattalía.

Respecto a lo que supone el significado del vídeo para Josu Rekalde, el medio tiene una doble condición que lo hace ser un “medio de comunicación” y un “instrumento artístico”.⁹ Vicente Ortiz nos habla desde una perspectiva más tecnológica, ya que ambos tienen casi el mismo soporte para ver la imagen:

“El primer uso comercial que se hace del vídeo, lo hace la industria televisiva, como auxiliar, para la grabación y almacenamiento de programas”¹⁰.

⁸ Cfr. STRUKEN, M. 1998. Les grandes esperances et la construction d'une histoire. Paradoxes de l'évolution d'une forme artistique. En: Bellour, Raymond y Duguet, Anne-Marie (eds.). *Vidéo Communications*, nº 48. Paris: l'Etoile.

⁹ REKALDE, J. 1995. *Vidéo, un soporte temporal para el arte*. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 39.

¹⁰ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p. 120.

Los años 60-70 son los años de nacimiento del videoarte¹¹ y también del vídeo comunitario, de guerrilla o social que se opondrán frontalmente a la televisión, cuestión sobre la cual nos detendremos más adelante. Desde la aparición del *portapack*, los artistas emplearon otra manera de trabajar con la imagen en movimiento, con mayor facilidad, flexibilidad y bajo precio respecto a los demás medios de creación de imagen móvil. La posterior comercialización y el uso doméstico del *portapack*¹², supuso el acceso masivo al vídeo.

Según Rodríguez Mattalía:

“[...] la aparición del vídeo doméstico aumentó el grado de accesibilidad de la imagen en movimiento, permitió almacenarla, grabar la señal televisiva, borrar, volver a grabar; y no solo eso, las cámaras de vídeo aficionado y semiprofesionales abrieron el abanico de posibilidades al campo de la creación, provocando toda una serie de reacciones –en el ámbito artístico y social- que constituyeron los inicios del llamado videoarte en los años sesenta y setenta”¹³.

Encontramos otras opiniones que establecen el origen del vídeo a partir de una demanda militar. Así lo argumenta Ulrike Rosenbach

¹¹ Se ha acuñado genéricamente el término de “videoarte” por parte de la historiografía para referirse a una etapa del vídeo con “fines más artísticos”, menospreciando otros fines más incómodos, sociales y políticos y que veremos más adelante. Hay que señalar que dicha diferencia la hizo la institución del arte, no los artistas, pues en la práctica artística no se distinguía entre fines artísticos, sociales y políticos... no se hacía una división tajante de dichos ámbitos, aunque la institución haya pretendido separarlos drásticamente.

¹² La firma japonesa *Sony* y la holandesa *Philips* comercializan los primeros magnetoscopios portátiles en cinta de bobina abierta de media pulgada, 1965. El portapack es un equipo de vídeo portátil compuesto por una cámara y un magnetoscopio permitiendo el acceso a esta tecnología a escala popular y provocando toda una revolución en el mundo de la imagen.

¹³ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p.24.

en el artículo “El vídeo como medio de emancipación”¹⁴, publicado en el marco de la Muestra Internacional de Videocreación, realizada en Valencia en 1988. En el artículo Rosenbach explica el cómo y para qué fines se había inventado la técnica del vídeo. Y añade también que sus orígenes estaban relacionados con fines militares, como forma de control del “*big brother*”.

Por otra parte John Burris señala que:

“El vídeo estaba particularmente bien preparado para esta tarea ambivalente. Comparte atributos formales con muchos medios: puede emplear el movimiento como el cine, su espacio es bidimensional como la pintura, podría ocupar tres dimensiones como la escultura, puede usar palabras como la escritura y el teatro, y la figura móvil como la danza. Su afinidad con el arte del *performance* es evidente. El vídeo podría situarse culturalmente fuera de la sociedad —en el estudio del artista— o dentro de ella, en las calles. Y por supuesto podría localizarse dentro de la alta cultura de las bellas artes o la cultura popular de la televisión”¹⁵.

A partir de los años 70, las funciones técnicas del aparato fueron ampliadas para poder reproducir y rebobinar con mayor soltura. El nuevo medio se había expandido firmemente en el terreno de las artes a pesar de que la democratización del vídeo se produjera algo más tarde en los mercados europeos. De forma análoga se desarrolló el material de grabación: desde las cintas de bobina abierta, pasando por la cinta *U-matic* hasta llegar a las cintas de

¹⁴ ROSENBACH, U. 1982. El vídeo como medio de emancipación. *Videokunst in Deutschland 1963-1980*. Traducido en Muestra Internacional de Videocreación. Valencia, 1988, p.43.

¹⁵ BURRIS, J. *¿Fue el Portapak la causa del vídeo? Notas sobre la formación de un Nuevo medio*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web del Laboratorio de Luz. Traducción por María José Martínez de Pisón. [Consulta: 10 de octubre de 2013]. Disponible en:
<<http://www.upv.es/laboluz/2222/textos/portapak.htm>>

vídeo de *Betamax* y *VHS* junto a las conservadas cintas domésticas de cine *Súper 8*.

En los años 90, comenzó la distribución de la llamada *Camcorder* en la que cámara y grabadora se presentaban ya en un único objeto. A finales de esta década es también cuando el almacenamiento numérico de datos (digital) termina por reemplazar ampliamente la grabación de material audiovisual en cintas magnéticas: la empresa *Sony*, seguida por *Canon*, introdujeron la cámara digital en el mercado americano en el año 1997.

En la actualidad, las cámaras digitales han potenciado las cualidades técnicas de la imagen y de soporte en el vídeo, el artista puede con mayor libertad y bajo presupuesto, investigar el dispositivo, la grabación, el montaje y favorecer la evolución constante del medio ya que no depende del mercado cinematográfico ni de la audiencia televisiva, además de permitir una imagen de alta calidad a unos bajos costes.

Para Rodríguez Mattalía,

“[...] el dispositivo videográfico puede presentar un alto grado de experimentalidad, es justamente porque permite algo fundamental en toda forma de experimentación e investigación: el derecho al error, la posibilidad de volver a empezar, retroceder, repetir el trabajo”¹⁶.

El hecho de que el soporte electrónico y digital sea reutilizable o reciclable y que el vídeo nos ofrezca mayor accesibilidad, instantaneidad, etc., propician que el medio sea más flexible en el proceso creativo, de investigación y experimentación.

Estas características nos ofrecen mayores posibilidades a la hora de trabajar con la imagen en movimiento, lo que en numerosas prácticas videográficas permitió un alto grado de experimentación.

¹⁶ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 47.

En vídeo, los costes de producción son inferiores al medio televisivo o cinematográfico, pues no necesita la intervención decisiva de modos de producción y difusión propios de la industria cultural. Distintos autores han hablado de la democratización de la tecnología en relación con el vídeo, señalando que el acceso al medio fue más asequible que con otros medios tecnológicos; además, cualquier persona podía manejar y usar la cámara, controlando todas las fases de producción y de difusión sin contar con grandes infraestructuras.

Millner en “Les médias bon marché. Prende le contrôle de nos images et de nos vies”¹⁷ defendía el valor del vídeo como medio de creación democrático: dado su carácter asequible y de fácil manejo se permitía al ciudadano pasar a ser emisor sin necesidad de superinfraestructuras. La autora sostiene que los medios de creación baratos pueden ser más independientes y críticos. Tal y como afirma Joaquim Dols:

“[...] uno de los factores definatorios del vídeo: su capacidad para conseguir que lo particular de un individuo o grupo, llegue al conjunto universal de todos los ciudadanos, entendido cada uno de estos, a su vez, como un emisor en potencia”¹⁸.

Manuel Palacio explica lo que significó el proceso de democratización en la imagen fuera del mercado industrializado:

“Que el medio posea un decisivo carácter personal, individual, es una parte central de su grandeza pues acerca su proceso creativo al que poseen las artes plásticas, proporcionando de

¹⁷ MILLNER, S. 1997. Les médias bon marché. Prende le contrôle de nos images et de nos vies. En: VV.AA. *La vidéo, entre art et communication*. Paris: École Nationale Supérieure de Beaux-Arts, pp. 73-78.

¹⁸ DOLS, J. 1980. Historia del audiovisual magnético televisivo: Televisión, TV, vídeo. En: BONET, E., MERCADER, A., MUNTADAS, A. (eds.). *En torno al vídeo*. Barcelona: Gustavo Gili, p. 85.

esta manera al medio y a sus creadores una pátina de independencia”¹⁹.

¹⁹ PALACIO, M. 1995. Mercator vídeo. En: BONET, E. (ed.). *Señales de vídeo: aspectos de la videocreación española de los últimos años*. Madrid: Museo Nacional de Arte Reina Sofía, p. 17.

1.2. Videoarte: entre arte y medios masivos.

En los años 60-70 el vídeo, ya inscrito en los circuitos del arte, estuvo implicado con lo social y cultural de su época, aunque por parte de la historiografía hubo un intento de separar estos ámbitos, menospreciando la dimensión social. En el texto de Martha Rosler, "Video: Shedding the Utopian Moment"²⁰ la autora nos habla acerca de cómo la historiografía del vídeo y el mercado del arte consiguieron disciplinar el medio con el fin de diferenciar el "videoarte" de la "comunicación". Además de favorecer y promover un protagonismo masculino a expensas de las artistas mujeres. Rosler continúa criticando que la historia oficial del vídeo está basada en nombres de artistas ya reconocidos, en su mayoría hombres, y que se encuentra centrada en la producción estadounidense, donde rápidamente se construyó la figura mítica de un héroe o padre del videoarte. Coincidimos con Rosler, la historiografía en general tiene un traductor mayoritariamente masculino y de corte patriarcal que no ha sido equitativo a la hora de escribir la historia del vídeo; y con esto no pretendemos quitar relevancia ni importancia a los artistas masculinos en la trascendencia del vídeo, pero sí que reivindicamos la constancia de la figura de las mujeres artistas en las prácticas videográficas como impulsoras de un trabajo creativo, político, crítico y feminista.

Hubo una gran controversia entre el vídeo y la institución del arte, así como numerosas reacciones por parte de artistas y críticos en el momento que el vídeo fue absorbido por dichas instituciones: museos, galerías, otros espacios expositivos. Marita Sturken²¹ denuncia que prácticamente han sido los museos en exclusiva los

²⁰ ROSLER, M. 1997. Vidéo: *La dissipation du momet utopique*. En: VV.AA. *La vidéo, entre art et communication*. París: École Nationales Supérieure de Beaux Arts, pp. 17-47. Citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, pp. 115-117.

²¹ Cfr. STURKEN, M. 1989. La elaboración de una historia, paradojas en la evolución del vídeo. *El Paseante*, nº 12.

que han definido la historia del vídeo. Tanto las instituciones que subvencionaban los museos como los propios museos hicieron una separación de géneros que diferenciaba el videoarte del vídeo con un carácter de contra-información, de guerrilla o comunitario, así como de la influencia de otras formas artísticas. Marita Sturken afirma que las instituciones fueron además responsables de la dicotomía entre videoactivismo y videoarte, cuando a mediados de los 70 eludieron financiar las obras de contra-información. Laura Baigorri indica:

“La crítica social y política será, pues, una de las primeras funciones que asumirá el vídeo de los 60, constituyéndose como arma de la contra-cultura”²².

La cultura globalizada fue impulsada por un sistema mediático que provocó una reacción en forma de “contra-cultura” ante los fenómenos políticos y sociales, además de basarse en la confianza de que existía realmente una capacidad de lo cultural para provocar un cambio social.

El vídeo destacó en las segundas vanguardias de los años 60 y 70, recuperando el espíritu de ruptura de la modernidad. Esto supuso el acceso a un territorio multidisciplinar tremendamente enriquecedor, en el cual el vídeo comenzó a ser utilizado por artistas que se expresaban en los más diversos lenguajes plásticos.

Vicente Ortiz nos habla acerca de la especificidad del videoarte y de cómo se ha ido fusionando y experimentando con los otros dispositivos de la imagen en movimiento, el cine y la televisión, con las artes plásticas en general, además de las artes escénicas, música, teatro y danza, generándose una interdisciplinariedad manifiesta.

²² BAIGORRI, L. 2005. *Vídeo: primera etapa: El vídeo en el contexto social y artístico de los años 60/70*. Madrid: Brumaría, p. 32.

“En esta hibridación influirá decisivamente el carácter experimental propio del contexto en que su uso comienza a implantarse, mitad de los sesenta. Situación en la que conviven fluxus, minimal, pop art, land art, el happening y la performance, entre otras vanguardias y tendencias del momento [...]”²³.

Este carácter híbrido propio del vídeo se fue extendiendo, haciéndose más amplia esa tendencia a cruzar las fronteras entre las diversas disciplinas artísticas propiciándose un territorio multidisciplinar con los distintos medios y géneros. Este aspecto concreto hace del vídeo un medio heterogéneo y múltiple.

El videoarte y el cine experimental compartirán muchas similitudes pero también muchas diferencias, entre ellas: la forma de ubicar al espectador, pero sobre todo es en el espacio artístico donde se rompe el modo de representar la imagen, es decir, la forma de visionar y exhibir las imágenes con las perspectivas tradicionales cinematográficas: videoinstalaciones, proyecciones múltiples, etc.

El cine experimental o *underground* nos interesa por el paralelismo que mantiene con el vídeo a la hora de cuestionar los discursos de la imagen, la capacidad para generar otras narrativas y códigos visuales mediante la apropiación u otro tipo de estrategias. Más adelante trataremos el concepto de la apropiación como estrategia que interviene en las prácticas videográficas y en el discurso operante de muchos artistas y creadores audiovisuales.

Algunas obras videográficas desarrollan un trabajo de reflexión sobre el medio y los parámetros esenciales del arte en todos sus campos. En este contexto, el vídeo experimenta una transformación importante, además de suponer el inicio de un camino de inclusión de elementos tecnológicos en las obras de arte a partir del uso artístico que se hace del televisor como objeto cotidiano, *ready-made*. La gran conexión que tuvo el videoarte con

²³ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p. 36.

el panorama artístico del momento, mantuvo unas estrechas relaciones con las segundas vanguardias.

A partir de la segunda mitad de los años 60 y hasta mediados de los 70, las distintas vanguardias internacionales recurren al vídeo utilizándolo para su conveniencia, es decir, según las potencialidades o las virtualidades que ofrece ese medio, según los intereses con los que juega cada uno de los artistas y cada una de las tendencias. El cruce interdisciplinario de las artes (literatura, música, teatro, danza) y el intercambio internacional de artistas, movimientos e ideas, produjo un clima cultural de alto nivel en el que las nuevas tecnologías serían empleadas de forma experimental junto con una capacidad artística y expresiva.

Como señala Lorena Rodríguez Mattalía:

“El videoarte también aparece en el momento de desarrollo del llamado cine *underground* o experimental, cuyo manifiesto, escrito por Jonas Mekas en 1962, habla de la necesidad de un cine de ataque a la cultura oficial y situado en sus márgenes — idea seguida por cineastas y artistas plásticos como Stan Brackhage, Michael Snow o el mismo Andy Warhol—. Esta línea cinematográfica de ruptura de los códigos tradicionales influyó profundamente en el vídeo de los inicios, que comparte dicha vocación de renovar el trabajo con la imagen en movimiento intentando huir de la estandarización de la industria cultural que domina tanto el cine como la televisión —lo que les llevó a buscar formas de producción y difusión alternativas a los circuitos oficiales—”²⁴.

Adentrándonos en los inicios del vídeo, el historiador Román Gubern estudia el escenario que definió el uso del vídeo y señala que:

“Los usos más extendidos del vídeo son, hoy en día, la información y el entretenimiento, producidos y difundidos especialmente a través de la televisión. Al margen y en la

²⁴ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, p. 33.

periferia de estas dos provincias más importantes, aparece el videoarte, que nace como una exploración de la naturaleza del vídeo, como forma de creación estética, autónoma, específica²⁵.

Y según Sylvia Martín²⁶, el vídeo se desarrolló de forma distinta y acentuó una gran discrepancia con el sector televisivo que ya se encontraba en plena expansión. Ambos medios tuvieron una relación próxima por la afinidad electrónica que compartían y fue lo que favoreció el surgimiento del vídeo.

Esta evolución proviene de la interdisciplinaridad y de las herramientas digitales que hay al alcance del usuario. De esta manera, el creador se ha apropiado de la fotografía, de la pintura, del sonido, del teatro, de la danza, del cine, de la televisión y de internet para promover otro arte en movimiento.

Las estrechas relaciones con la televisión y el cine que caracterizan y enriquecen este medio artístico, lo dotan de un carácter heterogéneo con autonomía en el espacio, tiempo y estructura, dependiendo del uso que de él hace el artista. Los puntos centrales de esta forma de arte han residido desde sus inicios en el debate conceptual sobre los modelos del tiempo y el espacio, así como en la visión del cuerpo humano como material artístico.

En el siguiente apartado, trataremos el vídeo desde un impulso crítico respecto al gran medio de comunicación que fue y es la televisión, estableceremos la visión de los artistas que trabajaron contra la televisión y se mostrará la importancia que tiene el vídeo como alternativa a la producción de imágenes operantes en el sistema.

²⁵ GUBERN, R. 1991. Iconosfera. En: *El Arte del Vídeo. Introducción a la historia del vídeo experimental*. Madrid: ED del Ente Público de RTVE /Serbal, p. 12.

Citado en: ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p.26.

²⁶ Cfr. MARTIN, S. 2006. *Videoarte*. Barcelona: Taschen, p. 8.

A continuación haremos un recorrido por las primeras manifestaciones artísticas, sociales y políticas que se dieron en contra del poder de la televisión, pues fue un momento decisivo y de crucial importancia para la emancipación del vídeo respecto a la televisión, y por supuesto, por el carácter revulsivo y de protesta que tuvo el vídeo por parte de los artistas. Observaremos cómo esta contestación en “contra-de” se ha expandido a todo el sistema mediático y político y ha seguido manifestándose hasta la actualidad.

1.3. El vídeo como generador de discursos políticos y sociales: TV-vídeo / Videoarte contra-TV.

Como hemos comentado ya, la década de los 60 y 70 fue un periodo de amplia crítica y revuelta cultural hacia las instituciones y hacia el sistema. Había una creencia compartida en la capacidad del arte para desarmar mitos y analizar estrategias institucionales, empleando sus formas como medio para la crítica: recurriendo al lenguaje del sistema, pero con un distanciamiento crítico, subvirtiendo el mensaje oficial.

Es importante señalar algunas de las más influyentes manifestaciones contra-culturales que se dieron entonces: las protestas contra la guerra de Vietnam, los movimientos de Mayo del 68 en Europa, el movimiento de liberación de la América negra, los feminismos, etc. Todas estas manifestaciones acompañaron la primera fase de desarrollo del videoarte que tuvo lugar en una época de resurgimiento político y social, de impulsos utópicos y críticos que supusieron la emergencia de un posicionamiento permanente de la cultura en la política, instalando en lo social las grandes teorías del cambio.

Los artistas empezaron a trabajar con imágenes y objetos de la cultura, los símbolos políticos, sociales y los acontecimientos mediáticos, televisivos, etc., operando desde un sentido crítico y alterando su significado. Esto fue impulsado, entre otros fenómenos, por parte del arte Pop como precursor de esta idea renovada del arte y de la propia práctica artística. En este sentido, se asimila un nuevo material iconográfico al interesarse por los productos de la sociedad de consumo, de la publicidad y de los medios de comunicación: por ejemplo, las versiones de la bandera americana de Jasper Johns, los *collages* de Rauschenberg o las pinturas de Warhol.

Esta época constituyó un momento decisivo y de crucial importancia para la emancipación del vídeo respecto a la televisión, y por supuesto por el carácter revulsivo y de protesta

que tuvo el vídeo por parte de los artistas y teóricos de la contracultura del periodo de los sesenta.

Como señala Baigorri: “Las primeras reacciones contra el medio televisivo tienen lugar en el terreno del *happening* y la *performance* [...]”²⁷. Como ejemplo, Wolf Vostell organizó un *happening* que mostraba un peculiar funeral donde la fallecida era la televisión. Durante el sepelio, Vostell envolvió el aparato de televisión en un alambre de espino y lo sepultó mientras emitía su programación.

Baigorri comenta:

“[...] el primer enfrentamiento de los artistas europeos (alemanes, concretamente) con la televisión se caracteriza por la burla, el atentado o la destrucción y sus primeras acciones se distinguirán de las de sus colegas norteamericanos por la mayor violencia de sus propuestas”²⁸.

Continúa:

“Entre los artistas y activistas norteamericanos, la verdadera agresión física contra el “objeto televisivo” no tomará forma hasta bien avanzados los 70 y se presentará siempre mediatizada por otras intenciones complementarias: el sentido del espectáculo, la crítica a sus líderes políticos, la denuncia del consumismo, etc”²⁹.

²⁷ BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p.51.

²⁸ *Ibid.*, p.52.

²⁹ *Ibid.*, p.53.



Fig. 1. *Media Burn*. Ant Farm, 1975.

La pieza *Media Burn* (Ant Farm, 1975), expone dos de los símbolos más representativos del consumismo norteamericano, el coche y la televisión. En su propuesta los artistas hacen una acción en la que un *Cadillac* llamado “*Dream Car*”, (irónico nombre por su semejanza con el conocido “*American Dream*”) se estrellaba contra un muro hecho de televisiones.

Esta acción se hizo en un día muy señalado para los estadounidenses, el 4 de julio. Ese mismo día Doug Hall, uno de los integrantes del grupo Ant Farm, recreó a modo de parodia el discurso que John F. Kennedy realizó para conmemorar el día de la independencia incitando a los espectadores a destrozarse los aparatos televisivos.

En este contexto socio-cultural Marshall McLuhan³⁰ analizó las consecuencias psicosociales de los medios de masas, algo que se sintetiza en su popular frase: “el medio es el mensaje”. No obstante, McLuhan también llegó a la conclusión de que el arte puede llegar a ser una suerte de antídoto facilitado por los propios medios. La idea de aldea global viene definida por el mismo autor y se refiere, entre otras cosas, a las imágenes y a la relación que

³⁰ MCLUHAN, M. 1969. *El medio es el mensaje*. Buenos Aires: Paidós.

se establece entre ellas y los espectadores, donde estos son parte activa de los acontecimientos de su época.

Sobre el fenómeno vídeo, Rodríguez Mattalía comenta:

“En cuanto al medio videográfico, este estuvo muy ligado desde el principio a estas tendencias político-culturales ya que muy rápidamente fue visto como una posible herramienta cultural para influir en la sociedad, dada su versatilidad, su facilidad de manejo, su bajo coste y, sobre todo dado el conocimiento del poder de las imágenes en una sociedad donde la televisión era ya un centro neurálgico”³¹.

El vídeo se convirtió pronto en parte del fenómeno *underground* y en un medio alternativo de comunicación, estableciéndose como un posible recurso que podía influir en la sociedad. Surgieron diversos artistas, activistas y colectivos que hacían un vídeo experimental, independiente o de guerrilla, con un claro carácter político liderado por la nueva izquierda. Estos utilizaban el medio como herramienta de contra-información que reivindicaba la capacidad de colectivos no institucionales para crear sus propias imágenes y sus propias experiencias de lo social contraatacando al sistema.

Bruce Conner, en la película *Report* (1963), realizó un *collage* compuesto por imágenes sobre el asesinato de Kennedy y sobre la influencia e información que los programas de noticias emitían sobre el caso. Podemos apreciar cómo ya hay un fuerte planteamiento de base para cuestionar a los medios de información y su papel en la contribución al estilo de vida norteamericano.

Nam June Paik, desde el humor con el que impregna sus videoesculturas, también fue crítico con la televisión. Esta actitud se hace más patente en aquellas videoesculturas que cuestionan la televisión mostrándola como “mueble” y que critican el papel pasivo que asume el espectador frente a ella. *TV Clock* (1965), *TV*

³¹ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, p. 30.

Cross (1966), *TV Bra* (1969), etc., son algunas de las obras en las que tales planteamientos se hacen visibles.



Fig. 2. Nam June Paik. *TV Clock*, (versión de 1989).

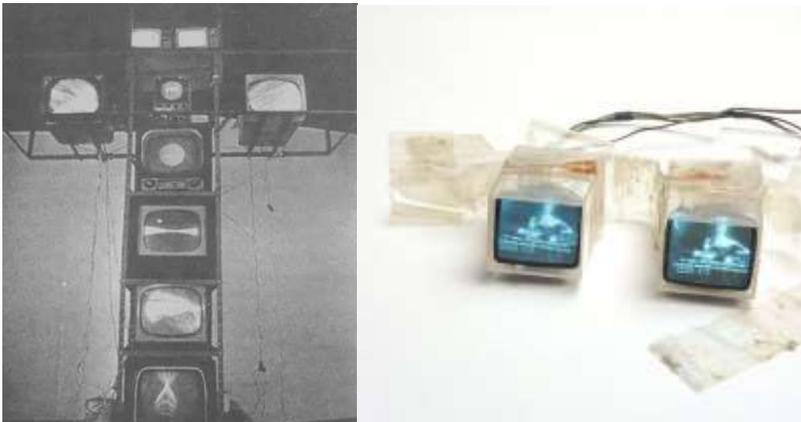


Fig. 3. Nam June Paik. *TV Cross*, 1966. / Fig. 4. Nam June Paik. *TV Bra for living sculpture*, 1969.

Jean-Luc Godard dirigió muchos de sus *films* influenciado por los movimientos de Mayo del 68. Realizó varias películas: *Cinétracts* (1968), *Un film comme les autres* (1968) o *Sympathy for the Devil* (1968), un documental donde muestra cómo los *Rolling Stones* van dando forma a esa canción a la par que da a conocer otros discursos políticos y estéticos revolucionarios asociados. A su vez,

Jean-Paul Fargier, como activista del Mayo del 68, realizó su primera película colectiva, *La Politique* (1970).

Como parte del movimiento de la contra-cultura, se originará en EE.UU otro movimiento de crítica a los tabúes sexistas: un movimiento de lucha en favor de los derechos de las mujeres. En 1971 se creó el *Feminist Art Program* en el *California Institute of the Arts*, organizado por Judy Chicago y Miriam Shapiro, quienes crearon un programa de arte centrado en la mujer y el feminismo y construyeron un espacio para dar clases y realizar proyectos, la *Womanhouse*, en colaboración con los estudiantes.

Este programa destacó por emplear un método de enseñanza circular y no jerarquizante, generó una comunidad de artistas mujeres y promovió la auto-consciencia para profundizar y contemplar las situaciones sexistas, machistas y patriarcales a las que se enfrentaban las mujeres.

Por otra parte, Paul Kos realiza la pieza, *Tokio Rose* (1975) que confrontaba la pasividad del espectador frente a la persuasión de los media. Según comenta Baigorri:

“El título de la obra, *Tokio Rose*, hacía referencia a una emisora de radio japonesa del mismo nombre que, durante la Segunda Guerra Mundial, estuvo incitando a los pilotos norteamericanos a rendirse. Sobran, pues los comentarios, ante los evidentes paralelismos que suscita esta obra en su confrontación con el poder de los media”³².

Paul Kos puso un monitor dentro de una jaula; en la pantalla aparecía el rostro de una mujer y se podía escuchar su voz que invitaba a prestarle atención: “Mírame... No te resistas... No puedes vencer... Ríndete... Me acerco...”.

³² BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p. 81.



Fig. 5. Paul Kos. *Tokio Rose*, 1975.

Dara Birnbaum realizó varias películas donde cuestionaba la manipulación de las series y formatos televisivos desde una perspectiva feminista, algunas de sus piezas más representativas son: *Kiss the Girls: Make them Cry* (1979) o *Technology/Transformation: Wonder Woman* (1978), una obra sobre la que nos detendremos más adelante.

Sherry Millner³³ mantiene una interesante postura sobre las prácticas artísticas en vídeo hechas por mujeres y que investigan la cuestión de género. El vídeo, a diferencia de otras tecnologías de difícil acceso a las mujeres por el sistema patriarcal, supuso una alternativa para quienes no podían acceder a otros medios de producción. El vídeo desde su aparición en el ámbito artístico tuvo una participación muy amplia de mujeres que lo utilizaron como herramienta de crítica impulsando discursos sobre las mujeres, la identidad, el cuerpo, etc. Las mujeres artistas tenían acceso a la tecnología y se apropiaron de su lenguaje y sus formas, cuestionaron las imágenes del sistema, descubrieron las

³³ Cfr. MILLNER, S. 1997. *Op. cit.*, pp. 73-78.

ideologías que aparecían subyacentes a través de deconstrucciones teóricas y visuales, reflejando cómo sus significados creaban desigualdad y opresión promovidas principalmente por los medios de masas: la televisión y el cine comercial.

Retomamos los numerosos conflictos que se desencadenaron, sobre todo a partir de los años 60 y 70, y que favorecieron que los símbolos políticos y los acontecimientos sociales comenzaran a ser repensados por la sociedad: el activismo antibelicista, los derechos civiles, la contra-cultura, los feminismos, la lucha contra el racismo, etc.

El arte se hizo eco de estas cuestiones sociales teniendo en cuenta que la política encuentra en la televisión un lugar idóneo para manipular la opinión pública.³⁴ Diferentes artistas, los más críticos, reaccionaron considerando que los *mass media* se encontraban bajo el control de los intereses del poder, y que sus emisiones eludían cualquier otra propuesta que pudiera funcionar como discurso contratativo: a grandes rasgos, los espectadores estaban siendo cada vez más influenciados por la publicidad (incitación al consumismo), las propagandas políticas y el mito del gran sueño americano.

Todo esto contribuía a un paulatino empobrecimiento cultural, a la par que se construía una sociedad basada en el miedo. La desilusión y la crisis de los modelos importados del estilo de vida norteamericanos (difundidos principalmente por la televisión) dieron lugar a la toma de conciencia, en algunos sectores, del carácter manipulador de los medios de comunicación. Los artistas comenzaron a cuestionar y criticar sistemáticamente la televisión a través de sus propuestas evidenciando la imposición de estereotipos y la falsa representatividad plural.

³⁴ Joan Fontcuberta en el proyecto *Sputnik* expresó: “la fotografía no siempre es un fiel testimonio de la realidad”, haciendo alusión al montaje fotográfico del hombre en la luna.

Dichos artistas vieron en el vídeo una herramienta artística potencial como medio de comunicación y empoderamiento para poder producir sus propios discursos y, sobre todo, para criticar el discurso del sistema y los media, o como se denominan en la actualidad, las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC).³⁵ Para Laura Baigorri:

“El vídeo no existe como fenómeno independiente: ni su incorporación al arte tuvo lugar en un limitado reducto artístico, ni tampoco se produjo como un hecho aislado, desconectado de la situación cultural, social, y política que le envolvía; lo que verdaderamente existe es “el vídeo y sus circunstancias” ”³⁶.



Fig. 6. *Paper Tiger Television Collective*, 1963. / Fig.7. *Videofreex*, 1970.

³⁵ Destacar la actualidad caracterizada por la gran crisis política, económica y social en el mundo que vivimos, el resurgimiento del vídeo documental y comunitario en los diferentes movimientos sociales: la primavera árabe, el movimiento estudiantil chileno, el movimiento “15-M” en España y “#yo soy 132” en México, entre otros muchos en el mundo. Este fenómeno se expande gracias a la aparición de la red y al acceso a las nuevas tecnologías. En todos estos movimientos destacan el uso del vídeo como herramienta de lucha y de denuncia social. Para más información:

FIDALGO, I., BULA, H. 2013. El trabajo audiovisual en los movimientos sociales del 2011 #NRVP como plataforma de producción, gestión e investigación sobre vídeo y política. En: *Arte y políticas de identidad* [en línea], vol.8, pp. 201-223. [Consulta: 15-06-2014]. ISSN 1989-8452. Disponible en: <<https://www.revistas.um.es/api/article/download/191721/158421>>

³⁶ BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p.32.

El vídeo no nació específicamente en el contexto del arte, sino que hay unas circunstancias históricas, sociales, culturales, políticas y tecnológicas que provocan la emergencia del vídeo en varios contextos.

También en estas décadas comenzaron a desarrollarse los colectivos de vídeo comunitario, vídeo documental o televisión de guerrilla³⁷. Algunos de esos colectivos son, en Estados Unidos, *Artist's television* (1969), *Videofreex* (1969), *People's Video Theatre* (1969), *Guerrilla television* (1971), *Ant Farm* (1968), *Global Village*, etc.; y en Europa: *Videoheads* (Amsterdan), *TVX* (Londres), *Vídeo-Nou* (Barcelona), etc.

Vicente Ortiz describe el contexto social de aquellos años señalando que el vídeo juega un papel determinante y comprometido, denominándolo *vídeo militante*.³⁸ Mientras, Roman Gubern³⁹, se refiere a estas prácticas como *vídeo comunitario* subrayando con ello su aspecto social, o como *guerrilla electrónica*, refiriéndose a su capacidad política.

Estos colectivos tenían como interés común el enfrentamiento contra la televisión y la participación en la contra-cultura frente a las convenciones de dicho medio masivo, todo ello a través de una concepción renovadora del vídeo, como instrumento crítico y subversivo. Así lo comenta Vicente Ortiz:

³⁷ En 1971 Michael Shamberg y Raindance Corporation publicaron *Guerrilla Television*, un libro que acabaría dando nombre a uno de los principales movimientos contraculturales de la época. Los activistas del vídeo lucharon contra el poder político e institucional de los 70, pero, sobre todo, contra el poder mediático de la televisión, lo hicieron con sus mismas armas, utilizando la tecnología y los canales alternativos. En: SHAMBERG, S. 1971. *Guerrilla television*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston.

³⁸ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. Cit.*, p. 66.

³⁹ GUBERN, R. 1987. ¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?. *Telos*. nº 9, p.43.

“La manera de actuar de estos grupos consistía en invitar a la gente a expresar sus comentarios e inmediatamente mostraban lo grabado, como método de activar la discusión. Grababan en la calle y entre la gente, realizando la difusión en lugares públicos, para conseguir el máximo de audiencia”⁴⁰.

Los citados colectivos hacían uso de la crítica directa, ofreciendo así, una alternativa a la información oficial: es decir, produciendo contra-información. Estos colectivos también plateaban que el vídeo es esa “otra” televisión, una “televisión” que pretendía acabar con el centralismo y el control informativo de lo oficial: dando visibilidad a manifestaciones, denunciando abusos de poder, haciendo reflexiones sobre el medio, generando la participación de los ciudadanos, etc.

El significado de vídeo activista, militante o de guerrilla tiene que ver más con el movimiento o concepto de guerrilla TV. Para Marita Sturken⁴¹, la expresión guerrilla TV o televisión guerrillera, hace referencia a una televisión alternativa que destacó por desarrollar el vídeo activista en sus emisiones, criticando fuertemente las noticias mediáticas y sociales, generando un estilo audiovisual diferente al tradicional.

Tal y como propone Vicente Ortiz:

“Por vídeo comunitario entendemos todas aquellas videomanifestaciones, que de una manera global aglutinarían, a lo que antes hemos definido como la vertiente crítica, que a su vez incluye a la guerrilla televisión y al vídeo comunitario propiamente dicho”⁴².

En relación a ello, Juan Cueto menciona dos tipos de videomanifestaciones, la crítica y la específica:

⁴⁰ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p. 69.

⁴¹ *Cfr.* STURKEN, M. 1989. La elaboración de una historia, paradojas en la evolución del vídeo. *El Paseante*, nº 12.

⁴² ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p. 67.

"En dos grandes categorías no contradictorias, clasifico yo la nada desdeñable producción videoartística que hasta el momento he tenido ocasión de contemplar: el vídeo de raza crítica y el vídeo de obsesión específica. Por un lado, aquellas videomanifestaciones destinadas a poner en solfa el sistema estético, moral, informativo, sociológico, comunicacional, narrativo, mercantil o semiótico de la TV convencional [...] por otro, aquellas creaciones de vídeo cuyo objetivo principal es la desesperada búsqueda de una especificidad, sea artística, expresiva o comunicacional; incluso "especificidad masmediática" o sencillamente teórica...[...]"⁴³.

Juan Cueto insiste en que no hay dos categorías opuestas (como se ha mantenido por algunos) porque la mayor parte de las experiencias videográficas manifiestan la descalificación total o parcial del discurso televisivo dominante.

Antoni Muntadas es uno de los artistas que ha desarrollado, desde los años 70, varias propuestas de creación en torno a los medios de comunicación, en particular la televisión. En este sentido, su práctica videográfica es muy incisiva, crítica y cuestiona los entresijos del sistema y las imágenes mediáticas. Antoni Muntadas, es uno de los artistas que con más eficacia utiliza el vídeo para reflexionar sobre el poder no visible que los medios ejercen sobre la sociedad. El artista catalán cuenta con muchas piezas que cuestionan y critican a la televisión, como por ejemplo: *TVE: primer intento* (1989), *En la Televisión* (1980) o *Video is Television?* (1989).

⁴³ CUETO, J. 1984. *El complejo de los Orígenes. I Festival Nacional de Vídeo*. Madrid: Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid y el Circulo de Bellas Artes, p. 17. Citado en: ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, pp. 65-66.



Fig. 8. Muntadas. *TVE: primer intento*, 1989. / Fig. 9. Muntadas. *En la Televisión*, 1980.

Muntadas realiza varias intervenciones en la emisora de televisión, Cadaqués Canal Local (1974), fue un proyecto de televisión comunitaria y alternativa a la oficial, de carácter experimental que proponía otras opciones de comunicación, así también, como nuevas experiencias en la creación audiovisual. Esta fue la primera experiencia de televisión local comunitaria hecha en nuestro país, y se hizo durante la dictadura. Como señala Vicente Ortiz, a partir de 1977 se crea en Barcelona un grupo que realiza un trabajo práctico y reflexivo sobre vídeo comunitario, es el autodenominado, *Vídeo Nou*:

“Los integrantes de este colectivo aglutinaron las experiencias de otros países, en la búsqueda de las posibilidades del vídeo como medio de expresión, comunicación o información paralela. Este grupo nacido de forma independiente, cambia su estrategia a partir de las primeras elecciones municipales celebradas en 1979, realiza sucesivos convenios con el Ayuntamiento de Barcelona y se financia económicamente gracias a la Caixa de Barcelona, es el momento en el que cambia su nombre por el de Servei de Vídeo Comunitari. Su institucionalización les obliga a perder su carácter contrainformativo, pero este les hace tener

una estructura más estable para sus actividades, así como una mayor difusión de su trabajo”⁴⁴.

En el territorio Español el vídeo no empezó a proliferar hasta los años 70 —como recapitula Baigorri—. Las causas de este tardío comienzo se deben a la situación y represión política del régimen franquista. Muchos artistas se marcharon del país o trabajaron en la clandestinidad, lo que de algún modo no favoreció que este lenguaje tuviera un desarrollo más fluido. A pesar de ello, el vídeo también terminó por convertirse en la etapa del franquismo en un medio alternativo de expresión, libre e independiente; y con él se atacaban las políticas del gobierno imperante.

Francesc Torres, artista multimedia y conceptual, autoexiliado en París, vivió de cerca el Mayo francés como una experiencia que influiría en todas sus obras. El trabajo de Francesc Torres está relacionado con la memoria histórica, la política, el poder y el terror. En muchas de sus obras el artista aborda la situación vivida durante el régimen franquista, por ejemplo en: *Casi como durmiendo* (1975), *Construction of the Matrix* (1976) o *Accident* (1977). Francesc Torres colaboró años más tarde con el *Grup de Treball*, un colectivo artístico que denunciaba abiertamente el franquismo mediante sus prácticas.

En la videoinstalación *Casi como durmiendo* (1975) (Fig. 10.) puede apreciarse cómo el autor aparece dormido en una cama, proyectándose detrás de él una película sin fin. En ese vídeo central la imagen muestra cómo Francesc Torres se muerde las uñas, mientras que a la derecha y a la izquierda de esta pantalla, se ven dos grandes diapositivas: una con la imagen de Franco y otra con la del abuelo de Francesc. Este escenario se completa con otras proyecciones en una pared lateral (que recogían frases oídas al azar, en distintos lugares) y con dos altavoces que cuentan la vida del artista.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 76.



Fig.10. Francesc Torres. *Casi como durmiendo*, 1975.

Durante aquellos años apareció en Estados Unidos una revista, *Radical Software*, creada por el colectivo *Raindance*, que comenzó a editarse en 1970 y se estuvo publicando hasta 1974. Lo relevante de esta revista, es lo que generó y aportó teóricamente, como comenta Baigorri:

“El contenido de la revista, que seguía una compaginación muy poco convencional, proporcionaba direcciones, consejos técnicos sobre vídeo e informaciones varias, entremezclados con entusiastas manifiestos y artículos delirantes que seguían el modelo de las publicaciones “undergrounds” de la época, influenciadas por el movimiento hippie y la “Drug Culture”⁴⁵.

Lo que nos resulta más interesante señalar —dado el tema de nuestra investigación— es que la revista *Radical Software* creó un símbolo propio: una X encerrada en un círculo. Un símbolo que significa precisamente lo contrario de *Copyright*, “do copy”⁴⁶. Podría decirse que, de algún modo, esta iniciativa precede a lo que hoy denominamos *Copyleft*, un tema sobre el que nos extenderemos en páginas posteriores.

⁴⁵ BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p. 62.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 62.

Dentro de este clima de renovación social los artistas decidieron introducirse en la programación televisiva intentando modificar sus estructuras desde el interior del propio medio con el fin de alcanzar al público de masas.

Como apunta Vicente Ortiz, el videoarte fue generando una relación diferente y distanciada con la televisión, ya que ambos mantienen un vínculo estable a partir de los 70. El desarrollo de la tecnología permite retransmitir el vídeo independiente por la televisión, se van creando talleres de televisión (*TV laboratory* o *TV workshop*) en Europa y en Estados Unidos. Se crearon programas de televisión como *Vidéographie*, de la emisora *RTBF* de Lieja (Bélgica), dirigido por Jean-Paul Trefois. Y también canales de televisión como *ATN*, *Artists Television Network* de Nueva York, que emitió desde 1978 a 1984 el programa *Soho Television*.⁴⁷

Manuel Palacio, en un artículo publicado con motivo de la exposición *La Imagen Sublime: Vídeo de creación en España*, hace referencia a las creaciones realizadas para la televisión que se denominaron *TV artist* o *Media artist*:

“De hecho hoy los jóvenes creadores de vídeo quieren hacer televisión, trabajar para una nueva televisión..., quieren hacer vídeo para mucha audiencia, en los “mass media”. Dara Birnbaum, una de las pioneras en esta nueva concepción, escribía en 1981: “El vídeo ha muerto; esto es, si lo definimos como videoarte y en relación al sistema de galerías de arte. Pero el vídeo está vivo como indefinible relación a la industria”⁴⁸; y de aquí provienen unas nuevas definiciones surgidas en EE.UU. en los últimos años, como “TV artist” o “Media artist”, que intentan acotar el trabajo de unos autores cuya obra se realiza fundamentalmente en vídeo, y cuyas piezas pueden ser un clip musical como John Logue o John Sanborn, un spot publicitario

⁴⁷ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, pp. 121-122.

⁴⁸ BIRBAUM, D. 1984. *14 The new filmmakers series*. New York: The Whitney Museum of American Art. (Catálogo de exposición).

como Xaiver Villaverde, unos interludios televisivos como el mismo Bill Viola, una pieza para un museo y otras muchas variantes que permite la industria audiovisual...”⁴⁹.

Muchas propuestas videográficas surgieron, como hemos visto, en relación al gran medio de comunicación que fue y es la televisión. En ellas se reivindicaba una democratización del sistema televisual y mediático hegemónico por las grandes empresas que no dejaban lugar a otros discursos; y es importante señalar que algunas de las obras más representativas de los inicios del vídeo trabajan con la estrategia discursiva de la apropiación y con la imitación de los modos extraídos de la televisión o el cine.

La televisión es el punto de mira, de análisis y crítica de muchas de las obras videográficas desde los inicios del arte del vídeo: una forma de diferenciación y distanciamiento respecto a tal medio.

Cuando utilizamos el término televisión no nos estamos refiriendo al mero dispositivo tecnológico que también es, sino a lo que representa la televisión como conjunto de poderes sistémicos y de mercado que estructuran los contenidos y los mensajes de una forma unidireccional en términos generales. Insistimos, no pretendemos cuestionar la televisión como dispositivo técnico, sino que queremos señalar cómo las estructuras económicas y de poder controlan la información: en lugar de comunicar, potencian la espectacularización, la pasividad y el aislamiento del espectador.

Lo que se trata de mostrar en cuanto a la televisión como empresa económica y mediática es: quién controla dicho servicio y según qué intereses. Desde que se consolidaron las televisiones estatales o públicas, poco a poco, se ha ido desarrollando una suerte de descrédito respecto a los contenidos que se emiten; y

⁴⁹ MANUEL, P. 1987. La imagen Sublime. En: *Vídeo de creación en España 1970-1987*. Madrid: Centro de Arte Reina Sofía y Ministerio de Cultura, p. 42. Citado en: ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, pp. 123-124.

también una sensación de imposibilidad para considerarlo como servicio realmente público.

Desde nuestro punto de vista, no cabe la menor duda, la televisión forma parte de la industria mediática, económica y politizada, no se practica el sentido de la comunicación, se distorsiona la realidad convirtiéndola en espectáculo.



Fig. 11. Imagen mediática retransmitida por cadena de televisión internacional perteneciente al 11-S, 2001.

Las imágenes que muestra la televisión pretenden transportar a los espectadores al lugar de los hechos para ser participes, de forma que todo el mundo crea así superar las barreras del espacio/tiempo, conformándose una supuesta aldea global⁵⁰ sobre los distintos pasajes históricos, bélicos y políticos en el transcurso de la historia de la humanidad hasta la actualidad. Señalaremos el término televisión contraponiéndolo del término vídeo, que realiza Joaquim Dols:

⁵⁰ La idea de aldea global viene definida por McLuhan, refiriéndose a las imágenes y a la relación que hay con el espectador, donde este es parte activa de los acontecimientos de su época. MCLUHAN, M. 2009. *Comprendiendo los medios. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

- "VÍdeo: sistema de comunicación audiovisual magnético, de potencial televisibilidad, pero ajeno a cualquier tipo de TV".

- "Televisión: capacidad de hacer que se vean imágenes (y oigan los correspondientes sonidos) a distancia".

- "TV: entidad empresarial que se dedica al aprovechamiento comercial-ideológico del medio televisivo. Pueden ser estatales o comerciales y recurrir al cable (CTV) o a las ondas hertzianas (RTV)"⁵¹.

Según Pérez Ornia:

"La televisión colma las viejas aspiraciones de la humanidad, como es el deseo de ver lo que está lejos, fuera del alcance de la visión, y la necesidad de transmitir imágenes y sonidos a distancia"⁵².

Como señala Baigorri⁵³, desde que apareció la televisión a finales de los años 30 en EE.UU., esta invadió completamente la vida cotidiana de las personas. Se instauró como una nueva forma de poder político y control social. Durante los años 40 y 50, el auge de la televisión fue estableciéndose como una poderosa herramienta de control y a partir de los años 60 su eterna omnipresencia en los hogares hizo que se convirtiera en una forma de adoctrinamiento cultural de masas. Esto comenzó a provocar cierta desconfianza, se tomó consciencia del poder que ostentaban los *mass media*: es por ello que tales cuestiones cobraron protagonismo en las artes.

⁵¹ DOLS, J. 1980. *Op. cit.*, p.30. El autor enumera más conceptos diferenciando ambos medios.

⁵² PÉREZ ORNÍA, J. 1992-1993. Introducción: Televisión. En: *Bienal de la Imagen en movimiento '92. Visionarios españoles*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Cultura, p. 40. Citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, p. 80.

⁵³ *Cfr.* BAIGORRI, L. 2005. *Op.cit.*, p.49.

Umberto Eco⁵⁴ ha diferenciado dos etapas, que según él, marcan la historia de la televisión. La primera de ellas es la “paleotelevisión”, donde este dispositivo es como una especie de ventana que se abre al mundo para mostrarlo y dar a conocer acontecimientos políticos, sociales, etc.: el medio sale fuera para mostrar la realidad, las cámaras se trasladan al mundo real para registrar lo que allí sucede. La segunda etapa que señala Eco es la “neotelevisión”, aquí el proceso anteriormente descrito se invierte y es la “realidad” de la noticia o del suceso que aparece como verdad absoluta y que se nos muestra en la televisión: así también como sucede en los diferentes géneros: *talk shows*, *reality shows*, etc., donde se crean historias ficticias.

Otra definición sobre la televisión es la que propone Eugeni Bonet desde una perspectiva política:

“Por tanto, la definición real de televisión deberá entenderse en otros términos: como medio de distribución o medio de información fuertemente unidireccional, como servicio público al servicio de intereses privados, como industria e instrumento del Poder, como la más poderosa industria de la conciencia”⁵⁵.

Y según María Acaso, la televisión contemporánea ejerce una especie de terrorismo visual:

“Definido el TV como el sistema de presión organizado desde los grupos de poder con el objetivo de aterrorizar a la población a través de la imagen, [...]”⁵⁶.

De acuerdo con Acaso los objetivos tácitos más básicos de la televisión son:

⁵⁴ ECO, U. 1986. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, p. 200.

⁵⁵ BONET, E. 1980. Alter-vídeo. En: MUNTADAS, A., DOLS, J., MERCADER, A. (eds.). *En torno al vídeo*. Barcelona: Gustavo Gili, p. 102.

⁵⁶ ACASO, M. 2006. *Esto no son las torres gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Catarata, p. 31.

- “El TV tiene varios objetivos concretos: impedir el desarrollo del conocimiento propio, es decir, imposibilitar que el ciudadano occidental desarrolle sus propias ideas y construya sus propias versiones sobre lo que ocurre en la realidad”.
- “Un segundo objetivo consigue que el espectador no piense en absoluto, inundando su vida de temas y preocupaciones que lo alejan de los verdaderos problemas que tiene, en muchos casos causados directamente por los Estados y las multinacionales, precisamente los creadores del TV”.
- “El tercer objetivo es el de modelar la identidad del individuo creando ideales estilos de vida”⁵⁷.

En este último aspecto, Albert Bandura menciona que la televisión como el cine crea una parte considerable de “modelos plásticos”⁵⁸ con los cuales nos identificamos y llegamos a reproducir.

Como sostiene María Acaso, la televisión además utiliza como procedimiento habitual la metanarrativa visual:

“El término gran relato en ocasiones ha sido sustituido por otras denominaciones, como metanarrativa o metanarración, con la intención de transmitir el conjunto de relatos emitidos por el poder, es decir, la información que producen los Estados, las grandes empresas y las religiones, fundamentalmente”⁵⁹.

Efectivamente, el discurso que emplean los medios, la televisión, es promovido desde los intereses del poder. La industria mediática está además subordinada a los intereses económicos de las grandes empresas, por lo que no dejan de proyectarse mensajes

⁵⁷ *Ibid.*, pp. 28-29.

⁵⁸ BANDURA, A. 1974. *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza, p. 59. La idea básica de Bandura es que el aprendizaje puede darse a través de la observación y el ejemplo. Los modelos simbólicos o plásticos comprenden la exposición verbal, oral y visual de forma directa o indirecta a través de modelos en películas, programas de televisión, etc.

⁵⁹ ACASO, M. 2006. *Op. cit.*, p. 30.

en favor de sus propósitos. En este sentido, José Luis Brea apunta lo siguiente:

“Pensar en una TV que realice o pueda realizar un servicio positivo a los objetivos de democratización del espacio social es ponerle una vela al aparato de control, [...]”⁶⁰.

La pregunta que cabría hacerse según este mismo autor sería:

““qué acción es posible en la esfera pública” no tiene respuesta en el ámbito de la TV -como no sea: anti-TV, micro-TV, TV no guiada por la ley que “define” a la TV, la ley de la audiencia. Bajo su gobierno, bajo el gobierno de esa ley, la TV no crece ni puede crecer sino como instrumento de control y degradación de la experiencia, como dispositivo de aculturación brutal, como aparato productor de masa ciudadana inerte, negador de toda socialidad”⁶¹.

El vídeo y la televisión comparten la misma tecnología, el mismo soporte, pero ambos poseen naturalezas ideológicas y políticas muy diferentes. Según Manuel Palacio, la relación del vídeo con la televisión es:

“Ya como organismo productor o lugar privilegiado de difusión de las obras de vídeo, ya como un adversario a desenmascarar los estereotipos en que basa su funcionamiento la televisión institucional, cualquier investigación sobre videoarte reenvía constantemente a la televisión”⁶².

⁶⁰ BREA, J. L. 2006. no+tv. En: *La Televisión no lo filma*. [en línea]. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp.22-26. [Consulta: 5 mayo 2013]. Disponible en:

<http://www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/libro_LTVNLF.pdf>

⁶¹ *Ibid.*, p.22.

⁶² PALACIO, M. 1987. Cartografía vídeo. En: *La Imagen sublime. Vídeo de creación en España 1970/1987*. Madrid: Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Cultura, p. 39. Citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, p.79.

La televisión es un medio de difusión masiva y unidireccional; el vídeo, en cambio, tiene otras intenciones comunicativas, culturales y artísticas, además de ser multidireccional.

Existen otras propuestas artísticas videográficas que son fronteras: no son programas televisivos al uso ni tampoco pretenden alejarse completamente de su referente. En ellas se escoge una vía intermedia, apropiándose no solo de obras sino de modelos y formas de hacer televisión⁶³, pero de un modo crítico, distanciado respecto del modelo institucional. Artistas que han trabajado en esta línea son, por ejemplo: Eugeni Bonet, Eugenia Balcells, Antoni Muntadas, Richard Serra o Carlotta Fay Schoolman, Martha Rosler, Dara Birnbaum, etc.

Un ejemplo de ese intento de ser una televisión o programación alternativa es, *TV Dé-coll/age für Millionen*; un proyecto de Wolf Vostell realizado en 1963 para la televisión, aunque lamentablemente nunca llegó a emitirse, pues ninguna cadena se atrevió a incluirlo en su programación. La idea de este proyecto consistía en que el público participara realizando una serie de acciones (propuestas por el propio Vostell) en las que se evidenciara críticamente la influencia que ejercen los medios sobre la opinión de las personas.

Otro ejemplo en esta misma línea lo constituye el programa *The Medium is the Medium*, que constituye un hito del momento en el cual el videoarte se introdujo definitivamente en la televisión. Emitido en 1969 por la cadena *WGBH* de Boston, se presentaban acciones, *happenings* televisivos, videoperformances, videoinstalaciones de circuito cerrado, trabajos donde se implicaba al público en la obra, etc.

⁶³ El tema de la apropiación lo desarrollaremos más adelante dada su relevancia en la producción propia y de artistas que trabajan en la línea que interesa a esta investigación.

Eugeni Bonet presenta las siguientes distinciones a la hora de referirse al territorio vídeo y su integración con el medio televisivo, y lo hace apoyándose en distintos niveles de televisión. Lo que él denomina “videoesfera”⁶⁴ estaría compuesto por:

“Megatelevisión. Transmisión por medio de satélites de telecomunicación.

Macrotelevisión. Televisión convencional: estatal (monopolista) o privada/comercial (oligopolios).

Mesotelevisión. Televisión (o canales de un sistema de TV) de gestión comunitaria o de un cierto grado de participación pública efectiva.

Microtelevisión. Sistemas de circuito cerrado y vídeo (pequeños formatos). Diversos usos: (contra) información, comunicación, artístico, experimental, documental, científico, didáctico, educativo, terapéutico, auxiliar, doméstico, promocional, publicitario, comercial...”⁶⁵.

Tal y como observa Rodríguez Mattalía:

“[...] el vídeo nació de la televisión que lo consideraba una tecnología subsidiaria, muy pronto se independizó de dicha institución por medio de su inscripción en el campo del arte o de su utilización por parte de colectivos de militancia social. Surgió así un vídeo de corte *contra-televisivo* y otro que podríamos denominar *para-televisivo*, ambos como puesta en cuestión de la omnipotencia de la TV empresarial”⁶⁶.

Bonet ha resumido el panorama sobre la posición del vídeo ante la televisión distinguiendo tres espacios de actuación:

-“Vídeo / TV: anti-TV. Contexto: espacios artísticos”.

⁶⁴ Término de Gene Youngblood.

⁶⁵ BONET, E. 1980. *Op. cit.*, p. 104.

⁶⁶ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Op. cit.*, p.97.

-“Vídeo / TV: alter-TV. Contexto: espacios alternativos”.

-“Vídeo / TV: pro-TV. Contexto: televisión”⁶⁷.

El esquema que plantea Bonet muestra el vídeo/*anti-TV*: cuyo contexto serían los espacios artísticos, donde se suele trabajar con la subjetividad del tiempo y el espacio. El vídeo/*alter-TV*, que sería aquel espacio neutro donde conviven los dos medios, potenciándose las cualidades de ambos, especialmente las del vídeo por ser numerosas las aportaciones que se realizaron de la mano de los artistas involucrados en ello. Y por último, el vídeo/*pro-TV*, que se da en el contexto de la televisión; la formalización de su espacio/tiempo está configurada por la superestructura de la industria televisiva.

⁶⁷ BONET, E. 1987. Metavideo. Del estado del vídeo, su historia y estética. En: PALACIO, M. (ed.). *La Imagen sublime. Vídeo de creación en España, 1970/87*. Madrid: Centro de Arte Reina Sofía. Ministerio de Cultura, p. 13.

1.3.1. El vídeo no es TV.

En este apartado, cuyo título hace referencia a una célebre pieza de Antoni Muntadas, *¿El vídeo es la televisión?* (1989), nos dedicaremos a tematizar la enorme discrepancia que ha mantenido el vídeo con este medio. Para ello hemos trazado un recorrido por algunas de las obras más emblemáticas de los comienzos del vídeo con el fin de subrayar ciertos hitos que fueron centrales en la génesis de un discurso contra televisivo.

Haremos referencia a las contribuciones de distintos artistas, todas ellas con un claro contenido crítico, social y político, así como también a los comentarios que han sido más influyentes e insistieron en denunciar y atacar frontalmente la televisión como medio de masas.

Con el fin de mostrar más claramente lo expuesto distinguiremos entre dos áreas o tendencias que se perfilan dentro del amplio tema que estamos tratando. Estas son: *el videoarte no es televisión y la televisión como medio creativo*.

Considera Eugeni Bonet que esta doble situación que referenciamos limita el discurso idealizado en relación con el vídeo que pretenderá ser como la televisión pero que a la vez no lo será. Esta clase de vídeo tomará como referentes algunos de los formatos televisivos pero desde una óptica novedosa y más creativa.

En lo que se refiere a *la televisión como medio creativo*, este tipo de prácticas se distanciarán todavía más, pues buscarán otros medios y territorios, lo que terminará por denominarse *vídeo expandido*: videoinstalaciones, videoescultura, *performances*, vídeo interactivo, etc⁶⁸.

⁶⁸ BONET, E. 1990. El Futur(ismo) de la imagen en movimiento. En: PÉREZ ORNIA, J. (ed.). *Bienal de la imagen en movimiento'90*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Por su parte Jean-Paul Fargier⁶⁹ señala dos actitudes distintas entre los artistas que realizaban vídeos: por un lado, destacó la “actitud positiva”, que intentaría desarrollar unos lenguajes o estilos que la televisión no acabaría por reproducir. Y por otro lado, observó una “actitud negativa”, la que es pura crítica televisiva. Según el autor ambas modalidades convergieron paralelamente, muchos artistas utilizaron el televisor como instrumento, otros como objeto y algunos como concepto, con una actitud más crítica. En cuanto a la “actitud positiva” Fargier indica que hubo una intención de trasladar elementos, como la experimentalidad de la imagen electrónica del videoarte, a los canales y producciones de la televisión. Mientras que la “actitud negativa”, que es la que nos interesa desarrollar aquí, se distanciaba de la televisión de forma crítica: en contra del medio y del sistema al que está sujeta.

Baigorri observa:

“El vídeo que se enfrenta a la televisión asume una contradicción inherente a su propia naturaleza: el vídeo comparte la misma tecnología que la televisión, el mismo soporte y, en muchas ocasiones, el mismo dispositivo de difusión; pero lucha contra su lenguaje y sus códigos, contra su programación, contra su ideología”⁷⁰.

Debido a la línea de trabajo que planteamos, es más interesante para esta investigación desarrollar la actitud crítica que tuvo el vídeo frente la televisión por lo que de ahora en adelante vamos a centrarnos en mostrar algunas de las obras más representativas.

En la obra *Television Décollage* (1963), Vostell llenó el espacio de la galería con televisores colocados de forma desordenada sobre muebles y archivadores de oficina. El interés de este artista hacia

⁶⁹ Cfr. FARGIER, J.P. 1993. *Un coup de dés, toujours. Images en Scène. Installations vidéo et cinéma. Art 3000*. París : Palais de Tokyo.

⁷⁰ BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p. 70.

la televisión se centra en el objeto como tal, en lo que representa el propio aparato y en los rituales domésticos que despierta. Vostell utilizó la televisión como un elemento más en su repertorio de materiales otorgándole un nuevo sentido en sus *happenings*.



Fig. 12. Wolf Vostell. *Television Décollage*, 1963.

Una de las primeras muestras colectivas de vídeo fue *TV as a creative medium*, realizada en Nueva York en 1969, una exposición en la que se testimonia la diversidad temática que abarcaba el vídeo en sus inicios: arte cinético, desmitificación de la televisión, uso interactivo del medio, muestra de sus características estéticas y tecnológicas, etc.

El uso artístico del vídeo tiene otras manifestaciones que evidentemente ayudan a definirlo, tal y como referencia Vicente Ortiz a través de las palabras de John G. Hanhardt:

“El potencial artístico del vídeo se hizo patente al final de los 50 y principios de los 60, cuando el proceso de creación y percepción comenzó a cambiar. El objeto de arte y sus fuentes fueron reevaluados en los diversos movimientos populares, Fluxus, happenings, minimalismo, letrismo, cine de vanguardia, y los programas intertextuales y multimedia de espectáculo y danza. Todos estos movimientos rechazaron la noción de artista heroico y existencial autoretratado en el expresionismo abstracto. [...]”⁷¹.

El cuestionamiento de las imágenes, las ideologías de los media, la crítica a los líderes políticos, contribuían al desarrollo de una serie de variantes del videoarte que concibieron esta práctica como contra-medio frente a las estructuras tradicionales de la televisión.

La idea de que *el vídeo no es televisión*, la defiende Gene Youngblood⁷² en su famoso texto sobre el cine expandido. En este realizaba un llamamiento a la revolución cultural para conseguir cambiar el hecho de que los medios masivos fueran un medio de control social. El texto publicado por Youngblood fue muy influyente a la hora de reconocer el arte mediático como disciplina artística y académica, pues este fue uno de los primeros textos en los que se plantea que el vídeo es una forma de arte, así como las imágenes digitales y electrónicas. Con *Expanded Cinema* se marcó un hito en la Historia del Arte para lo que actualmente conocemos como arte multimedia, arte electrónico o relación entre arte y tecnología.

Bajo la influencia y la transformación político-culturales de los 60, del auge del cine experimental y de la aparición de las primeras manifestaciones artísticas en el campo del vídeo, *Expanded*

⁷¹ HANDARDT, J. 1984. *Videoarte: Pasado y Futuro (Entre el Arte y la tecnología)*. II Festival Nacional de Vídeo. Madrid: Comunidad de Madrid, p. 14. Citado en: ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p. 52.

⁷² YOUNGBLOOD, G., DUTTON (eds.). 1970. *Expanded Cinema*. Nueva York: Studio Vista, London.

Cinema, fue un texto que se refería a la expansión de la tecnología (incluido el cine) y, consecuentemente, al modo en que ello puede influir sobre la percepción y la conciencia social. Nos habla de una democratización de las tecnologías de la comunicación, que debería sustentarse en una contra-cultura.

1.3.2. Tipologías de lucha contra la TV.

A continuación vamos a resumir cuatro tipologías de vídeo que realiza Baigorri⁷³ sobre los distintos modos con los que varios artistas han utilizado este medio de forma particular y diferente pero confrontándose a la televisión y al espectador.



Fig. 13. Dara Birnbaum. *Kiss the Girls: Make them Cry*, 1979.

El primer tipo sería las obras de vídeo monocal que cuestionan a la TV a través de la imitación y subversión de los formatos y códigos televisivos, además de criticar y parodiar los contenidos y la programación que están dirigida a llamar la atención del espectador. Según Baigorri:

⁷³ BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p. 54.

“La cinta de vídeo cuestiona a la televisión desde dos frentes: por una parte, intenta transgredir los códigos y formatos televisivos, es decir, atenta contra las características formales de la “visión televisiva”; por la otra ataca directamente los contenidos, es decir, parodia y ridiculiza los programas-tipo destinados a la alineación del espectador”⁷⁴.

Dara Birnbaum realizó varias piezas en vídeo y película donde critica la manipulación de las series y de la televisión en general desde una perspectiva feminista. Birnbaum construye un análisis de los gestos codificados exponiendo cómo la televisión funciona como un agente del mimetismo cultural y la instrucción. La pieza *Kiss the Girls: Make them Cry*⁷⁵, (1979) (Fig. 15) está compuesta por imágenes de televisión y del programa *Hollywood Squares*. El contenido del vídeo consiste en mostrar a varias celebridades femeninas de Hollywood mientras dan la bienvenida al público con los movimientos de su cuerpo, realizando exagerados gestos faciales en sincronía con las canciones que se escuchan de fondo. Estas secuencias se repiten en todo el vídeo y, a menudo, se rebobinan. Birbaum descubre con claridad, mediante el montaje de las imágenes, la teatralidad de los actores y la potencialidad de los primeros planos en la pantalla de televisión.

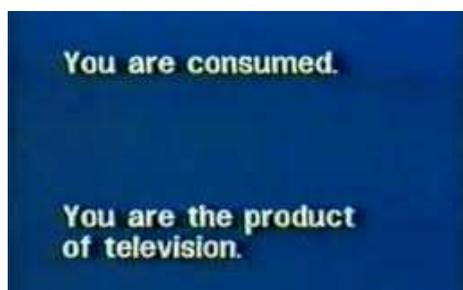


Fig.14. Richard Serra y Carlotta Fay Schoolman. *Television Delivers People*⁷⁶, 1973.

⁷⁴ *Ibid.*, p. 54.

⁷⁵ Para su visionado en: <<http://www.vdb.org/titles/kiss-girls-make-them-cry>>

⁷⁶ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=G64GwcXEitM>>

En la obra videográfica de Richard Serra y Carlotta Fay Schoolman, *Television Delivers People* (1973), se utiliza la apariencia de los créditos de cierre de un programa televisivo sobre un fondo azul para hacer aparecer unas frases provocativas, que cuestionan de forma directa la televisión como empresa dominada por la industria y el sistema⁷⁷.

El audio de esta obra está principalmente compuesto por una música ambiental que evoca las típicas melodías de los anuncios de la época; un toque de humor perturbador cuando se simultanean frases como las siguientes:

“Tú eres consumido”
“Tú eres el producto de la televisión”
“La televisión comercial es la audiencia”
“El consumidor es consumido”
“Usted pone dinero para que otra persona decida por usted”.

El discurso es evidentemente crítico y la estrategia utilizada es formalmente explícita: imitar el formato televisivo. Se reciclan los modelos discursivos de dicho medio para enfrentarse al mismo mediante su propio lenguaje.



Fig. 15. Antoni Muntadas. *¿El vídeo es la televisión?*⁷⁸, 1989.

⁷⁷ Esta línea de revisiones sobre la televisión fue muy prolifera en el trabajo de los artistas con el medio videográfico.

⁷⁸ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=N439EuEv-xg>>

Antoni Muntadas plantea una serie de preguntas en el marco de un programa de televisión: “¿qué es televisión?, ¿qué es cine?, ¿cuál es el contexto?, ¿cuál es la situación de la audiencia?, ¿en qué manera la televisión, el cine y el vídeo fragmentan la realidad?, ¿en qué manera el arte puede transmitir utilizando este medio?”. Sucesivamente, en las imágenes de la obra *¿El vídeo es televisión?*⁷⁹, Muntadas nos va a ir señalando diversos conceptos: vídeo, *film*, televisión, imagen, fragmento, extracto, manipulación, *landscape*, contexto, audiencia, *ratings* (puntuaciones), contenido, *generic* (genéricos), etc.

Los trabajos de Muntadas en vídeo se han ido elaborando desde una subjetividad crítica⁸⁰. Desde esta perspectiva, Muntadas señala que intervienen dos mecanismos: la observación y la señalización. El primero dirige la atención personal sobre cuestiones que interesan, molestan o preocupan, y a través del segundo se suele manifestar una actitud crítica y cuestionadora. Muntadas comenta algunos aspectos de trabajos en vídeo bajo el concepto de subjetividad crítica:

“Lo primero que podemos observar es su planteamiento crítico común hacia la televisión y los mass-media, y la consideración de distintos factores relacionados: factores culturales, interpretativos, de entorno, etc. [...] Son trabajos que parten de una toma de conciencia respecto al poder de los mass-media y se concentran en la observación de lo que llamo *media landscape* (media-paisaje, media-entorno): el paisaje configurado por los medios de comunicación de masas y su actuación”⁸¹.

Como señala Muntadas, este tipo de trabajos en vídeo se dirigen hacia la televisión desde una mirada crítica.

⁷⁹ Programa de televisión: *El arte del vídeo*. 1991. Dirigido por PÉREZ ORNÍA, J. Madrid: TVE Española.

⁸⁰ MUNTADAS, A. 1980. Una subjetividad crítica. En: BONET, E., DOLS, J., MERCADER, A. (eds.). *Op. cit.*

⁸¹ *Ibid.*, p. 243.

Retomando el texto “Video: Shedding The Utopian Moment”⁸² de Martha Rosler, en él se señala que la mayoría de los artistas que trabajaban con el vídeo pensaban que estaban efectuando una crítica social contra el medio de la televisión y contra quienes controlaban la televisión como elemento propagador de sentido en la cultura occidental. Se iniciaba así una verdadera ofensiva contra el medio televisivo donde se cuestionaba el medio como un aparato de culturalización. Para Baigorri⁸³ el vídeo y sus estrategias críticas contra la televisión se convertirán en premisas imprescindibles para marcar la diferencia entre dicho medio y la televisión. La autora afirma que, en las propuestas estratégicas que desarrollan los artistas contra la televisión, destacan dos claras intenciones: la concienciación social y la participación del espectador en un arte activo. Se trata, en definitiva, de activar al público para una toma de posición frente al “modus operandi” de la televisión. La intención es que los ciudadanos sean conscientes del poder de los media, a la vez que conozcan su propia capacidad de lucha favoreciendo que se involucren activamente en los problemas sociales y políticos.

Retomando la tipología anunciada al principio de este apartado, en el segundo tipo de obras que se enfrentan a la televisión, las *videoesculturas*, provocan un nexo inhabitual con el mensaje televisivo: se crea una ruptura con lo establecido por la televisión al cuestionar sus formas de representación, su forma bidireccional de comunicación así como la evidencia de que es un mueble doméstico.

Entre los artistas que trabajan según tales supuestos destacamos a Nam June Paik porque fue uno de los que más usó el televisor como elemento artístico en sus propuestas. Paik no solo intenta extraer nuevas herramientas y experiencias del vídeo y del monitor, como objeto mediático y social, sino que además

⁸² Cfr. ROSLER, M. 1997. *Op. cit.*

⁸³ Cfr. BAIGORRI, L. 2005. *Vídeo: primera etapa. el vídeo en el contexto social y artístico de los años 60/70*. Madrid: Brumaría.

manipula los instrumentos de control y los mecanismos electrónicos que intervienen en la formación de la imagen dentro del monitor, provocando y creando otro tipo de imágenes que son nuevas.



Fig. 16. Nam June Paik. *TV-Bed*, (1972).

Fig. 17. Nam June Paik. *TV-Chair*, (1975).

Por otra parte, la postura adoptada por Paik no tiene un carácter agresivo y aun así continúa siendo crítico con la televisión. Esta actitud se hace más patente en las videoesculturas que cuestionan la televisión como mueble y que critican el papel pasivo que asume el espectador frente a esta. En esa línea, el artista realizó numerosas obras que remiten a objetos cotidianos. Bonet, reflexionando sobre el monitor como objeto al uso indica:

“En el video-objeto o video-escultura suele enfatizarse el carácter objetual-escultural de la caja-monitor, a través de su transformación o su integración en construcciones volumétricas harto singulares; aunque no hemos de olvidar el contenido ecránico —el programa vídeo mostrado en esta

construcción específica— y la relación que puede establecerse entre ambos elementos”⁸⁴.

La definición más precisa que encontramos sobre el concepto de videoescultura nos la aporta Vicente Ortiz:

“[...] una escultura que incorpora un mecanismo de reproducción de imagen electrónica. Ampliando esta definición, podemos catalogarla como obra de arte objetual que incorpora el vídeo, pero que no hace referencia directa al entorno o al recorrido. Las cualidades plásticas de la pieza y su relación con las imágenes electrónicas dan sentido a la obra”⁸⁵.

Ortiz⁸⁶ resalta que la palabra *videoescultura* está compuesta por dos términos: “vídeo” lo que conformaría la pantalla o monitor y “escultura” el objeto que se integra con el vídeo o monitor.

El tercer tipo de obras que hacen frente a la televisión lo podemos encontrar en las *videoinstalaciones*, en ellas se cuestionará, sobre todo, el rol pasivo del espectador frente a la televisión. Aquí la interacción con el espectador cambia: se le propone que participe, investigue, explore, que tenga una experiencia. Para Eugeni Bonet:

“El término videoinstalación suele designar aquellas realizaciones que por sí mismas, por su modo de presentación, su forma de ocupación de un espacio, su interrelación de diversos elementos, se distinguen del programa o videograma unitario, monocanal, contenido en cinta magnética o disco, con una duración determinada y destinado a ser

⁸⁴ BONET, E. 1987. Polivideo: el vídeo en plural. *Telos* nº 9, p. 103. Citado en: ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, pp. 155-156.

⁸⁵ *Ibid.*, p. 152.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 154.

visionado convencionalmente en un monitor o grupo de monitores o pantalla de proyección, además de susceptible de ser emitido televisivamente.”⁸⁷



Fig. 18. Antoni Muntadas. *Los últimos diez minutos*, 1977.

Los últimos diez minutos es una pieza de videoinstalación realizada por Antoni Muntadas para la *Documenta 6* de Kassel. La obra consiste en tres monitores que recogen los últimos diez minutos de la programación televisiva de tres ciudades de distintos países: Washington, Moscú y Kassel y con ello hace evidente la similitud de los medios de comunicación en cualquier país del mundo. Estas escenas ponen de manifiesto la rutinaria emisión televisiva en cada país que se nos muestra como un espacio común donde la imagen se convierte en signo desterritorializado. De esta forma, Muntadas refleja el carácter manipulador de la imagen televisiva, la descontextualización de la realidad específica de cada lugar y su papel en la construcción de un paisaje mediático común.

⁸⁷ BONET, E. 2000. *El Polivideo: el vídeo en plural*. Texto sin paginación. Consultado on-line en la página web [Quaderns digitals.net](http://www.quadernsdigitals.net). [Consulta: 18-01-15]. Disponible en: http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_339/a_4350/4350.htmlPONERLO

Finalmente, la última tipología de lucha enmarca aquellas obras y proyectos audiovisuales que buscaron ser una opción diferente para hacer otro tipo de televisión frente a la convencional o tratando de experimentar con la televisión comercial proponiendo “canales alternativos” desde dentro y fuera de la TV. Como sostiene Baigorri:

“Las primeras emisiones televisivas realizadas por artistas se dedican a explotar las posibilidades del medio de una forma alternativa; sobre todo, las que son favorecidas por los canales de televisión pública o institucional tales como la *KQED* de San Francisco o la *WGHB* de Boston, las primeras que pusieron sus estudios y sus técnicos profesionales a disposición de algunos artistas”⁸⁸.

En 1969 el canal *WGBH* de Boston propuso a varios artistas, tales como Paik, Kaprow, etc., trabajar de forma experimental en el programa *The Medium is the Medium*. Artistas y activistas pronto sacaron partido del documental televisivo para utilizarlo como medio de contra-información, generándose el fenómeno de la TV-guerrilla que ya hemos comentado anteriormente.

⁸⁸ BAIGORRI, L. 2005. *Op. cit.*, p.57.

CAPÍTULO 2. DEFINICIONES DEL CONCEPTO DE APROPIACIÓN.

En este apartado contextualizaremos el fenómeno de la apropiación como estrategia de producción discursiva generadora de una subjetividad significativa en la práctica artística y videográfica. Con ello trataremos de mostrar de qué forma se está manifestando en la actualidad, con el fin de tener una visión general sobre el campo de estudio hacia el que dirigiremos nuestra atención.

Pretendemos buscar las relaciones que surgen entre el medio videográfico y la práctica apropiacionista. También nos remitiremos a definiciones y teorías de diversos autores sobre el concepto de apropiación como estrategia artística y crítica. Este concepto tiene que ver con el trabajo videográfico que mostraremos más adelante, donde hablaremos de la apropiación como potente estrategia crítica; una vía muy transitada por diferentes artistas que utilizan el vídeo y que trabajan concretamente con la cuestión de género.

Antes de entrar en materia, es preciso aclarar por qué consideramos fundamental la apropiación audiovisual tanto en la práctica artística videográfica realizada por otros, como en nuestro propio trabajo de creación audiovisual. Entendemos que tal estrategia es necesaria por los siguientes motivos:

- La apropiación conlleva una función pedagógica y creativa: enseña a través de las imágenes y posibilita otras lecturas.
- La apropiación es una estrategia discursiva y analítica: favorece que se produzca un análisis de las imágenes, promueve la creación de un discurso crítico y propio.
- Gracias a la apropiación se redefine la relación entre realidad y representación.

- Gracias a la apropiación se cuestionan y critican las imágenes, las representaciones, los tópicos, la imposición de ideas afines al poder y los medios, etc.

La idea de la apropiación como forma artística surge a principios del siglo XX en diferentes disciplinas, entre ellas la literatura. En los años 60 y 70 aparece el término de “intertextualidad” que fue desarrollado por diferentes autores en el ámbito literario, a partir de las teorías de Bajtín⁸⁹, quien concibe la novela como un texto formado por otros textos que confluyen con los del propio autor. El término “intertextualidad”⁹⁰ se puede entender como un conjunto de relaciones y asociaciones que conectan un texto determinado a otros textos de variada procedencia, de forma explícita o implícita. Julia Kristeva comenta al respecto:

“[...] todo texto se construye como un mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto; en lugar de la noción de intersubjetividad se instala la de intertextualidad [...]”⁹¹.

Mediante el concepto de intertextualidad solemos hacer alusión a la cita o a la referencia directa de un texto en otro, no obstante, para Kristeva este concepto significa algo básico en todo proceso de creación donde, sea de modo directo o no, toda obra enuncia, reutiliza o se relaciona con otras. Como apunta Rodríguez Mattalía, el concepto de intertextualidad no solo se refiere al texto literario sino que debe ser entendido, de forma más amplia y general, en relación a todo enunciado, independientemente del medio o soporte: literario, fílmico, videográfico, publicitario, etc.

⁸⁹ Concepción bajtiana, dialógica y polifónica en la novela. Para el autor, lo dialógico se encuentra en cualquier forma de comunicación.

⁹⁰ Esta revisión del concepto de intertextualidad tiene una estrecha relación con la apropiación que desarrolla Lorena Rodríguez Mattalía y pertenece al libro: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Videografía y Arte: indagaciones sobre la imagen en movimiento*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, p. 135.

⁹¹ KRISTEVA, J. 1978. *Semiótica 1*. Madrid: Fundamentos, p. 190. Citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 135.

De la tipología realizada por Genette sobre las formas de la intertextualidad, resaltamos las siguientes definiciones: paratextualidad, architextualidad e hipertextualidad⁹².

La intertextualidad se refiere a la aparición explícita de un texto en otro. Su forma más directa se da en la cita o referencia, como estrategia que parte de señalar una obra dada. La forma paratextual englobaría a todo “subtexto” que influye en el cuerpo del propio texto: títulos, notas a pie de página, comentarios, etc., o sea su contextualización. La architextualidad se define como la recuperación de un marco genérico o de modelos y formas de hacer en la creación de una obra. La hipertextualidad se entiende como la transferencia de una estructura textual a otra o como la transformación de un texto en otro; estamos hablando de una obra que se deriva de otra preexistente.

Esta visión del concepto de intertextualidad nos da un inmenso margen de estudio y trabajo analítico, y es importante señalar que dicho concepto está activo en todo proceso creativo, en la nueva obra que surge y que proviene del cruce de múltiples influencias interconectadas en una red gigantesca de información y de referencias.

Es en el posmodernismo, a partir de la década de los 70, cuando hay una proliferación de creaciones artísticas y de reacciones en las formas de pensamiento y de concepción del objeto artístico que van a recurrir a las estrategias y a las prácticas apropiacionistas de una forma determinante. Según Prada:

“Como estrategia de lenguaje el apropiacionismo crítico se sitúa en uno de los parámetros fundamentales de lo posmoderno, ya que supone una radicalización de los recursos de la cita, la alusión o el plagio que caracterizan la práctica artística posmoderna; como estrategia crítica implica una actitud de revisión, de relectura de lo dado, de toma de conciencia de la

⁹² GENETTE, G. 1982. *Palimpsestes. La litté au second degré*. París: Editorial du Seuil. Citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 142.

influencia de los sistemas de exposición y comercialización sobre la obra de arte, su dependencia del contexto institucional y del discurso histórico por él determinado”⁹³.

Pero en general, el hecho de dar nuevo uso a estos materiales preexistentes no es otro que descubrir su significado oculto, desmontar y alterar el sentido o una idea falsa, etc. De acuerdo con Rodríguez Mattalía:

“Se puede definir el apropiacionismo en el campo del arte, tal y como se acuñó el término durante los años ochenta, como ese procedimiento por el cual una obra utiliza, cita, re-estructura, imágenes y/o sonidos de diversa procedencia. Es por tanto una forma de intertextualidad manifiesta, donde dicho mecanismo general a todos los textos se ve exhibido y reivindicado”⁹⁴.

Un factor clave para la apropiación en la práctica videográfica es el proceso de *postproducción* que implica otros modos de creación; según Borriaud:

“Postproducción es un término técnico utilizado en el mundo de la televisión, el cine y el vídeo. Designa el conjunto de procesos efectuados sobre un material grabado: el montaje, la inclusión de otras fuentes visuales o sonoras, el subtítulado, la voces en off, los efectos especiales”⁹⁵.

Para el autor, “la apropiación es en efecto el primer estadio de la postproducción”⁹⁶; ya que consiste en seleccionar un objeto o imagen existente para reutilizarlo con una intención específica. Esta práctica, o lo que para nosotros es ya una tendencia artística, respondería a la expansión del imaginario cultural y a la inclusión

⁹³ MARTÍN PRADA, J. 2001. *La apropiación posmoderna*. Madrid: Fundamentos, p. 7.

⁹⁴ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, pp. 145-146.

⁹⁵ BOURRIAUD, N. 2004. *Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: AH, p. 7.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 24.

dentro del mundo del arte de formas, objetos e imágenes hasta entonces ignoradas o desvalorizadas⁹⁷.

Como señala Bourriaud, con el empleo de la apropiación las nociones de originalidad y de creación, tan fuertemente arraigadas desde la modernidad, se desvanecen en este nuevo panorama cultural: se inicia así una relectura y un modo de habitar estilos y formas haciendo uso de las imágenes existentes y tomando influencias de distintos modelos culturales. En la actualidad se da por tanto una cultura del uso de los signos, las obras, las imágenes, etc., donde las artes visuales más representativas de los últimos años amplifican el concepto de *ready-made* de Marcel Duchamp. Estas formas, imágenes u objetos cotidianos tienden a disolverse en material de creación y producción con la elaboración del *ready-made*. Tal y como indica Bourriaud, de lo que se trata es de manipular, intervenir o modificar los distintos objetos e imágenes que ya están circulando en nuestro entorno cultural⁹⁸.

Con estas nuevas formas de producción el pensador francés cuestiona la clásica pregunta en el campo del arte sobre qué es lo nuevo que se puede hacer, y en su lugar propone: “¿qué se puede hacer con?”⁹⁹: de lo que se trata es de componer algo a partir de material dado o encontrado en la gran vorágine mediática, llena de objetos, imágenes y referencias que constituyen nuestro universo cotidiano y cultural:

“Todas estas prácticas artísticas, aunque formalmente muy heterogéneas, tienen en común el hecho de recurrir a formas ya producidas. Atestiguan una voluntad de inscribir la obra de arte en el interior de una red de signos y de significaciones, en lugar de considerarla como una forma autónoma u original”¹⁰⁰.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 7.

⁹⁸ *Ibid.*, pp. 7-8.

⁹⁹ *Ibid.*, p. 13.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 13.

El prefijo "post"¹⁰¹ que plantea el autor, comporta una actitud renovada y una forma operacional distinta en la creación. El modo operante de estas prácticas no consiste en reproducir imágenes ni copiarlas, sino en reinventar estrategias de uso para las formas de representación y las estructuras formales existentes.

Hay otras metáforas de apropiación que nos han parecido muy interesantes, pues con ellas se amplía el significado del término. Por ejemplo, el *desmontaje* y el *Archival Art Film*¹⁰² que retomamos del texto de Eugeni Bonet "Modos de empleo del desmontaje". Bonet menciona un texto de Sharon Sandusky¹⁰³ respecto al potencial del *desmontaje* y lo que ella denomina como el *Archival Art Film*: una herramienta estándar de crítica, reflexión y análisis, además de un componente creativo y personal. Bonet señala que la apropiación debería entenderse como una metáfora, haciendo hincapié en el procedimiento y fuente de extracción, resaltando la alusión al reciclaje y al hallazgo fortuito; o sea el *found footage*.

En este sentido el autor relaciona las metáforas de Sandusky con las ideas de otros autores respecto al potencial del *desmontaje* como herramienta crítica y de reflexión, y que según Bonet. El *desmontaje* y el *Archival Art Film* son: arqueología, psicoanálisis, diálogo y ecología¹⁰⁴. A continuación vamos a señalar y comentar dichas metáforas pues enriquecen la visión sobre la labor de creación que supone el ejercicio de la apropiación.

- "Arqueología": por arqueología se entiende el proceso que se ocupa de las tecnologías que se han utilizado para la creación y captura de las imágenes reutilizadas. Con ella

¹⁰¹ *Ibid.*, p. 14.

¹⁰² BONET, E. 1993. *Desmontaje: Film, vídeo/apropiación, reciclaje*. Valencia: IVAM.

¹⁰³ SANDUSKY, S. 1991. Towards an Introduction to the Archival Art Film. *European Media Art Festival'91*. Osnabrück, p. 254. Citado en: BONET, E. 1993. *Op. cit.*, p. 20.

¹⁰⁴ BONET, E. 1993. *Op. cit.*, pp. 21-22.

se recuperan los sedimentos de la emulsión de una película o cinta magnética. También se denominaría arqueología la utilización de material audiovisual con fines menos históricos, es decir, aquellos que hacen una búsqueda y una excavación más profunda de las imágenes y que tendría que ver más con la corriente de “archivología”¹⁰⁵.

- “Psicoanálisis”: con la apropiación hay una relación metafórica con las imágenes, se extrae una lectura más profunda del significado que estas contienen:

“A diferencia del texto escrito, las imágenes cinematográficas pueden ser interrogadas, no solo para revelar su falsedad, sino también para desenterrar su verdad oculta [...]. El psicoanálisis, al igual, comporta un arte de la memoria, la excavación de aquellas cosas no únicamente olvidadas, sino reprimidas de nuestra conciencia”¹⁰⁶.

- “Diálogo”: con este factor que completa todavía más el potencial de esta herramienta (*Archival Art Film*). Se provoca un diálogo con las imágenes, se establece una discusión, un enfrentamiento, un cuestionamiento de las mismas y de los mensajes que nos vienen dados con ellas.
- “Ecología”: otra posibilidad que se añade a este tipo de prácticas es la del reciclaje, haciendo alusión a su denominación ecológica. Esto ha de entenderse como una metáfora de la reutilización de las imágenes que nos vienen dadas o bien, que son extraídas de otros medios o fuentes.

¹⁰⁵ KATZ, J. 1993. From Archive to Archiveology. En: BONET, E. (ed.).

Desmontaje: Film, vídeo/apropiación, reciclaje. Valencia: IVAM, pp. 55-61.

¹⁰⁶ GUNNING, T. 1989. Films that tell Time: The Paradoxes of the Cinema of Ken Jacobs. En: SCHWARTZ, D. (ed.). *Films That Tell Time: A Ken Jacobs Retrospective*. Nueva York: American Museum of the Moving Image, p. 11.

Citado en: BONET, E. 1993. *Op. cit.*, p.22.

Como señala Bonet:

“El hecho de dar un nuevo uso a estos materiales preexistentes —despreciados o todo lo contrario—, de acudir a este pozo virtualmente sin fondo en lugar de a la obtención de nuestras propias imágenes, no supondrá el reequilibrio de un medio ambiente viciado, salvo en el estricto plano de lo simbólico, [...] descubrir lo oculto, desmontar las piezas, alterar el sentido evidente, borrar una idea falsa, reemplazarla por la correcta...; arqueología, psicoanálisis, diálogo reciclaje, apropiación *détournement*, desmontaje”¹⁰⁷.

Para Bonet, en la estrategia de la apropiación se da un proceso de reciclaje donde las imágenes son reutilizadas para otros fines que la alejan del plagio comercial. Rodríguez Mattalía comenta al respecto:

“En la apropiación artística, el gesto transgresor está en la reivindicación de las imágenes como parte de nuestro entorno, de nuestra vida cotidiana, convirtiéndose por tanto en “dominio público” reutilizable”¹⁰⁸.

Como sostiene Dominique Berthet¹⁰⁹, el concepto de apropiación nos lleva a una compleja forma de prácticas y de modalidades asociadas a este fenómeno. La autora señala que esta práctica no es una característica exclusiva del arte del pasado siglo XX sino que el acto mismo de la apropiación forma parte del proceso de la creación y de la voluntad del autor. Como comenta Daniel G. Andújar:

“La práctica de la apropiación se ha convertido en una parte fundamental de muchas actividades culturales creativas y

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 22.

¹⁰⁸ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p.146.

¹⁰⁹ BERTHET, D. 2008. De la desviación a la copia. *Exit Express*, nº 38, p. 14.

forman parte de una larga tradición bien documentada en la Historia del Arte”¹¹⁰

Según Dominique Berthet:

“A lo largo de este periodo, los artistas propusieron una gran diversidad de modos de apropiación, entre ellos la copia, la cita, la muestra, la inclusión, la interpretación, la variación, la transformación, la hibridación, la alteración, la desviación, la trasgresión, la mutación, etc. El fotomontaje, el *collage*, el ensamblaje, el montaje, el reciclaje son, entre otros, procedimientos que forman también parte de la apropiación”¹¹¹.

Berthet, hace una clasificación donde podemos distinguir el acto de la apropiación en dos categorías:

“Una se sitúa en el lado del robo, de la usurpación, de la estafa, de la falsificación. Apropiarse de algo significa entonces atribuirse la propiedad de lo que, en realidad, pertenece a otro. Tomado en este sentido, apropiarse equivale a arrebatar, apoderarse, robar, capturar, piratear”¹¹².

La otra categoría que nos plantea la autora está en el lado del préstamo, es decir, de utilizar un fragmento o parte. Lo que indica que debe de existir un distanciamiento que implique una nueva versión personal. En esta categoría la autora distingue dos tipos de apropiación: la apropiación productora o creadora y la apropiación reproductora o imitativa.

“La primera es productora de distanciamientos significativos, mientras que la segunda investiga hasta el distanciamiento más débil con el referente”¹¹³.

¹¹⁰ ANDÚJAR, D. 2008. Apología de la apropiación legítima. *Exit Express*, nº 38, p. 30.

¹¹¹ BERTHET, D. 2008. *Op. cit.*, p. 13.

¹¹² *Ibid.*, p. 13.

¹¹³ *Ibid.*, p. 13.

En nuestro caso, estamos del lado de la apropiación como productora o creadora de nuevos significados. Creemos que es pertinente el uso de la apropiación en la práctica artística porque con ella se cuestionan, revalorizan y critican las imágenes que nos rodean. Andújar sostiene que:

“La capacidad del apropiacionismo no solo ha cambiado nuestra forma de hacer arte, ha cambiado la forma en que vemos el mundo. Y, sin embargo, vemos que esta forma de creatividad, esta herramienta del arte, se ve amenazada por absurdas regulaciones que incluso de forma preventiva pretenden impedir la investigación de nuevas formas de expresión”¹¹⁴.

Con esta postura Andújar resalta la idea de que los artistas deben contar con el apoyo de la ley para no tener que trabajar en condiciones de incertidumbre o de ilegalidad, y defiende además, que los artistas necesitan tener acceso a las obras de otros para poder desarrollar su trabajo, un trabajo nuevo, que tiene la capacidad de cuestionar y de reflexionar sobre cualquier objeto artístico y cultural.

En el siguiente manifiesto *Declaraciones sobre apropiación*, su autor, Michalis Pichler, define la actitud y las implicaciones metodológicas que acompañan al hecho de ser un artista de la apropiación; citamos a continuación algunos de los puntos de dicho manifiesto:

“Me parece que la firma del autor, ya sea un artista, cineasta o poeta, parece ser el comienzo del sistema de la mentira, de que todos los poetas, todos los artistas tratan de establecer para defenderse no sé exactamente de qué”.

“La *Propiedad Intelectual* es el petróleo del siglo XXI”.

“Ciertas imágenes, objetos, sonidos, textos o pensamientos que están dentro del área de lo que es la apropiación, a veces son

¹¹⁴ ANDÚJAR, D.2008. *Op. cit.*, p. 30.

estrategias, a veces caen en el endeudamiento, el robo, la apropiación, la herencia.... [...]”.

“El plagio es necesario, el progreso lo implica”.

“En última instancia, cualquier signo o palabra es susceptible de ser convertido en otra cosa, incluso en su contrario”.

“El mundo está lleno de textos, más o menos interesantes: no quiero añadir nada más”¹¹⁵.

¹¹⁵ PICHLER, M. 2009. *Statements on Appropriation*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web *UbuWeb*. [Consulta: 4 de abril de 2013]. Disponible en: <http://www.ubu.com/papers/pichler_appropriation.html>

2.1. Apropiación directa: obras que funcionan como antecedentes en los posteriores *collages* audiovisuales.

Destacamos como referencia dos prácticas artísticas para comentar ejemplos de aquellas obras de las primeras vanguardias donde ya utilizaban el recurso de la apropiación directa en la técnica del *collage* y del fotomontaje. En el caso del *collage*, se suelen utilizar tanto objetos cotidianos como populares, y en el fotomontaje se recurre a la apropiación directa a través de la utilización de imágenes, recortes, fotografías, etc. A lo largo del presente capítulo trataremos de dejar constancia de que estas estrategias y obras funcionan como antecedentes para los posteriores *collages* audiovisuales que veremos más detenidamente.



Fig. 19. Pablo Picasso. *Naturaleza muerta con silla de rejilla*, 1912.

Picasso, en lugar de pintar el asiento de la silla, pegó una tela con el diseño de una silla de rejilla al cuadro. Con este modo de proceder alteró la distinción entre realidad e ilusión en el lienzo. El *collage* se concibe como una operación que hace surgir otro sentido distinto por medio del enlace. Es un método crítico que

construye y organiza la disposición de las imágenes y objetos con la intención de dirigir al público a reconocer las razones para la elección de los elementos extraídos, así como para apreciar la nueva significación que proporciona su yuxtaposición. William C. Wees en el texto, “*Found footage* y *collage* épico” relaciona de forma muy oportuna los *films* de *found footage* y el uso de los principios del *collage*. De acuerdo con Gregory Ulmer: “... el *collage*, es sin duda la innovación formal más revolucionaria en la representación artística de nuestro siglo”¹¹⁶. Y para William C. Wees:

“Una obra de *collage* anuncia abiertamente su filiación con el mundo cotidiano de los objetos corrientes, los productos de consumo y la cultura popular, del mismo modo que exhibe sin ánimo apologético su forma y contenido fragmentarios”¹¹⁷.

Tanto *collage* como montaje son términos que resaltan la labor constructiva del proceso: unir las piezas, sean objetos o imágenes. Además, ambos modos de producción empiezan cuando el artista selecciona las piezas de su contexto.

El recurso del *collage* y del *assemblage* son técnicas de apropiación directa de la realidad a través de imágenes, objetos y papeles, que se dan mediante el restablecimiento del vínculo del arte con su entorno cotidiano. Wees argumenta que el *collage* politiza el arte al provocar un enfrentamiento y cuestionamiento en el espectador a través de fragmentos de la realidad que están dentro de un límite que tradicionalmente ha denostado la separación del arte y la realidad. Y añade que la presencia de objetos e imágenes producidos en el arte desafía y cuestiona el

¹¹⁶ ULMER, G. 1983. The Object of Post-Criticisim. En: FOSTER, H. (ed.). *The Anti-Aesthetic: Essays on Post Modern Culture*. Seattle: Bay Press, p. 84. Citado en: WEES. W. 1993. *Found Footage* y *collage* épico. En: BONET, E. (ed.). *Desmontaje: Film, vídeo/apropiación, reciclaje*. Valencia: IVAM, p. 37.

¹¹⁷ WEES, W. 1993. *Op. cit.*, p. 38.

“aura” y el “valor de culto”¹¹⁸ de las obras originales. Además ofrece a los artistas una nueva forma de trabajar con las imágenes de cualquier procedencia y medio para cuestionarlas desde el análisis crítico. Wees, además, sugiere que montaje y *collage* son términos afines siempre que ambos se entiendan como la yuxtaposición de elementos pre-existentes extraídos de sus contextos originarios o desviados (*détournés*, en la terminología de los situacionistas).

El montaje, perteneciente más al ámbito cinematográfico y videográfico, lo entendemos como una especie de *collage*, como una práctica constructiva que trata de unir piezas e imágenes que se extraen de otro contexto. Pero el término montaje, al margen de la acepción que señala Wees, denomina sobre todo la fase de postproducción que organiza los planos de un *film*.

Fig. 20. Hannah Höch. *Da Dandy*, 1919.



En los fotomontajes y *collages* de Hannah Höch, John Heartfield, Josep Renau, Grete Stern, Robert Rauschenberg o Martha Rosler entre otros, se utilizan imágenes pre-existentes con una evidente

¹¹⁸ Estas expresiones son propias de Walter Benjamin en el conocido texto: *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*.

estrategia analítica y crítica. El fotomontaje fue una de las referencias clave para el desarrollo del concepto de apropiación a través de la capacidad de transformar y manipular la imagen como revisión crítica. La práctica del fotomontaje se desarrolló en el contexto artístico y cultural del dadaísmo berlinés y paralelamente, en la antigua Unión Soviética donde tenía un carácter de crítica y parodia con una evidente protesta social y política.

Hannah Höch respondió políticamente a los acontecimientos históricos relacionados con el nazismo y trabajó con la nueva imagen de la mujer alemana, retransmitida como una mercancía despolitizada por los medios de comunicación, la publicidad y el cine de los años 20. Esta artista desarrolló la técnica del fotomontaje al servicio de una nueva concepción del cuerpo de la mujer y de los valores de género cambiantes en su país.

Höch incluye en sus composiciones el humor y la ironía utilizando figuras humanas en las que los rasgos europeos se mezclan con los de culturas africanas o japonesas. La artista, fascinada por los avances que experimentaron las mujeres de su época durante unos años en los que surgieron los movimientos feministas y las primeras organizaciones homosexuales, criticó la imagen frívola que algunos medios transmitían de las mujeres en piezas como, *Die Neue Frau (La nueva mujer)*.

John Heartfield también realizó varios fotomontajes y *collages* en contra del régimen nazi. Trabajó en revistas ilustradas poniendo de manifiesto mediante el uso del fotomontaje, la sátira y ácida crítica sobre la realidad nazi y la absoluta permisividad por parte de la vigente República de Weimar.

Josep Renau¹¹⁹ es una de las figuras más destacadas del cartelismo y fotomontaje español. Creó un nuevo universo a través

¹¹⁹ Josep Renau: *Muestra de Carteles de Cine*. En el marco de las actividades programadas por los 75 años del Exilio Español en México, CCMex, México D.F., 2015.

de la reutilización de imágenes públicas donde existe una mezcla perfecta entre el compromiso del autor frente a la sociedad que le tocó vivir. Realizó un sinfín de fotomontajes donde trataba los conflictos de la Guerra Civil española, la Guerra de Vietnam, la Guerra Fría y carteles de propaganda política y cinematográfica, sobre todo durante su exilio en México.



Fig. 21. John Heartfield. *Como en la edad media*, 1934. / Fig. 22. Josep Renau. *Liberación de nuestro territorio de las fuerzas invasoras italianas y alemanas*, de la serie *Los 13 puntos de Negrín*, 1938.

El trabajo de Grete Stern plantea la problemática de la opresión femenina, especialmente en los 140 fotomontajes basados en los sueños de las lectoras publicados en la revista *idilio* y que la artista interpretaba por medio de sus obras. *Idilio* era una publicación femenina popular de moda, cocina y fotonovelas, dirigida a las jóvenes y amas de casa de los años 50. El resultado del trabajo de Stern fue un recorrido por las percepciones de las mujeres, muchas veces en conflicto con la vida cotidiana estereotipada, como podemos observar en su serie *Sueños*.



Fig. 23. Grete Stern, *Artículos eléctricos para el hogar*. Serie *Sueños*, n°1, 1949.

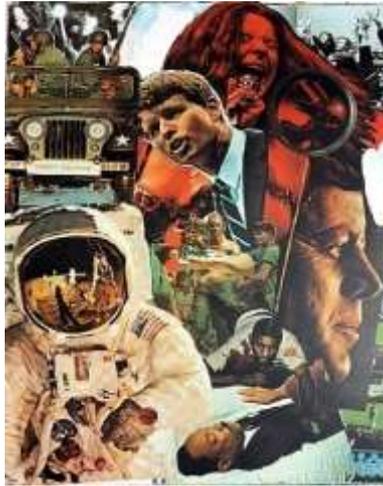


Fig. 24. Robert Rauschenberg. *Señales*, 1970.

En la obra *Señales*, Robert Rauschenberg reutilizó imágenes apocalípticas de los 60 representando la opresión de los afroamericanos, la guerra de Vietnam, la muerte de Janis Joplin, y los asesinatos de John F. Kennedy, Bobby Kennedy y Martin Luther King. Durante el curso de su vida, creó obras que abordaban temáticas sociales comprometidas con los temas de la

guerra, el *Apartheid*, la igualdad racial, el desarme nuclear, el desarrollo económico, los derechos del artista, etc.

Por su parte, Martha Rosler¹²⁰ abordó los conflictos de las guerras de Vietnam e Irak desde dos puntos principales: la representación de la mujer en los medios y el espacio público. Su crítica se centra en la política y la cultura occidental basada en el consumismo y la centralidad de las imágenes mediáticas. Sus obras muestran cómo el capital está en el centro del poder y cómo las imágenes difundidas por los medios masivos se encargan de reforzar dicho sistema.



Fig. 25. Martha Rosler. *Bringing the War Home: House Beautiful*, 2004.

¹²⁰ Exposición: *Tristes Armas. Josep Renau y Martha Rosler ante la guerra*. IVAM: Valencia, 2015.

2.2. Formas de apropiación: un recorrido por obras basadas en la apropiación con un trasfondo directo y crítico.

La creación apropiacionista se basa en el tránsito y préstamo de imágenes, objetos, papeles, etc. Como hemos visto, tiene sus precedentes en las vanguardias artísticas y se le atribuye a Marcel Duchamp el ser uno de los primeros que definió un nuevo concepto de obra que revolucionó el arte, el *ready-made*: que consiste en el acto de descontextualizar un elemento mediante su uso artístico sin que este contenga originariamente una función artística.

Es conveniente insistir en las repercusiones que tuvo el *ready-made* y que pueden resumirse en:

- La desmitificación del valor aurático de la obra.
- La pérdida de su carácter sublime.
- El cuestionamiento de la obra de arte y de la tradición del pensamiento histórico occidental.
- La pérdida de la contemplación de la obra tradicional por parte del espectador.
- La desvalorización de la firma del autor como sello distintivo del arte.

Gran parte de la apropiación audiovisual que analizaremos más adelante se puede entender como un tipo de *ready-made* que trabaja con imágenes pre-existentes para inducir a la reflexión y al análisis crítico. Deducimos que muchos términos, tales como *collage*, reciclaje, etc., tienen sus orígenes en las vanguardias históricas dentro de la escultura, la pintura y la fotografía, siendo el citado *ready-made* la estrategia fundacional. En dicho gesto apropiacionista, el interés no es estético, sino que el artista practica todas las formas posibles de operar con el objeto dado o encontrado, en cuanto a producto industrial o popular para erigirlo en un problema de planteamiento artístico. El *ready-made*, en

cualquiera de sus versiones, representa uno de los gestos más transgresores que se observan en el arte del siglo XX. Como apunta Rodríguez Mattalía:

“En torno al tema de la apropiación en el ámbito de la imagen en movimiento, se despliega una serie de términos afines como son los de cita, *remake*, objeto encontrado, *ready-made*, simulacro, *collage*, montaje, *re-mix*, que muestran la amplitud de este tipo de prácticas”¹²¹.

El gran avance de la reproductividad artística tuvo varios momentos significativos: con el nacimiento de la imprenta de Gutenberg, posteriormente con la aparición de la fotografía, tras lo cual continuó latente en la era analógica y se consolidó con carácter firme en la era digital. No obstante, fue el teórico Walter Benjamin¹²² quien analizó más pormenorizadamente el concepto de reproductividad técnica, en su conocido texto de 1936. La reproductividad técnica negó los conceptos de unidad, originalidad y autenticidad de la obra, puesto que su aura empieza a desaparecer con la copia, pasando esta al dominio de lo accesible: desde el momento en que la tecnología permite copiar en serie o reproducir de forma exacta el contenido de una obra, se pierde de alguna manera el privilegio de la exhibición por la difusión cultural masiva.

Rodríguez Mattalía sostiene que la práctica videográfica convive con la apropiación y la reproductividad técnica en un gesto de autoreferencialidad respecto al cine y la televisión. Este hecho posibilita la creación sin fin de material videográfico, puesto que la naturaleza propia del vídeo permite apropiarse de material existente para copiarlo, manipularlo, etc.

¹²¹ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 147.

¹²² BENJAMIN, W. 2003. *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*. México D.F: Ed. Itaca.

Otra influencia fundamental, fueron las teorías situacionistas de Guy Debord, donde el concepto de deriva se une al de *détournement* o desviación, para reivindicar la apropiación de obras del mundo viejo y su reutilización en los nuevos contextos culturales, sociales y políticos. Nos encontramos con una serie de obras que interrogan directamente otras piezas y modelos de representación extraídos del cine y la televisión, además de alterar la posición del espectador.

La estrategia de la apropiación ha servido a muchos artistas para analizar otras propuestas, también es portadora de una función pedagógica, como apunta Eugeni Bonet:

“[...] sí creo que un postulado latente es el de enseñarnos a percibir, ver, oír, palpar, pensar las cosas a nuestro alrededor, de maneras radicalmente distintas a las que nos vienen dadas por los cauces habituales del mercado, las redes de información, los *holdings* del espectáculo. Instruirnos a manejar las imágenes, en lugar de dejarnos manejar por ellas y por quienes pretenden manejarlas profesionalmente, competentemente, autorizadamente”¹²³.

Rodríguez Mattalía añade:

“La apropiación es además una estrategia de interpelación al espectador pues se apela a su memoria, se le incita a reconocer los fragmentos que forman la nueva obra, a dilucidar las razones de la elección y los nuevos sentidos que se pueden inferir”¹²⁴.

A continuación, vamos a comentar una serie de obras, por orden cronológico, para que veamos la diversidad de los procedimientos y lenguajes que desencadena la práctica de la apropiación.

¹²³ BONET, E. 1993. *Op. cit.*, p. 19.

¹²⁴ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 160.

2.2.1. Marcel Duchamp. *La fuente*, 1917. Rehaciendo el objeto del arte.



Fig. 26. Marcel Duchamp. *La Fuente*, 1917.

El concepto artístico que Duchamp postula con obras como la *Fuente*, es el ya comentado del *ready-made*, es decir "lo ya hecho" a partir de un objeto encontrado. Duchamp ubica la esencia del acto artístico en la idea y selección del objeto, no en la creación de la obra. De esta forma, el artista se olvida de la manualidad y de la técnica que la tradición artística entendía como algo indisoluble al acto mismo de la creación. Tal y como indica Prada, la apropiación, al efectuarse sobre una obra dada, cuestiona muchos de los conceptos clásicos del arte, como son la creación, la genialidad, la perennidad, el misterio, etc.

2.2.2. Meret Oppenheim. *Ma gouvernante, my nurse, mein kindermädchen*, 1936. Apropiación del objeto.



Fig. 27. Meret Oppenheim. *Ma gouvernante, my nurse, mein kindermädchen*, 1936.

En una clara relación con la temática que nos interesa en esta tesis, la apropiación y la perspectiva de género, destacamos la obra de Meret Oppenheim. Estos dos zapatos de tacón femeninos atados sobre una bandeja, como si de un pollo se tratara, no dejan duda alguna sobre la idea de la que nos quiere hablar. Dentro del ámbito de la apropiación del objeto, la obra de Meret Oppenheim se afianzó con un estilo propio: perseveró en el trabajo sobre objetos que destacaban por su contenido sexual y por su simbolismo fetichista. Su trabajo exploraba la cosificación del cuerpo de la mujer como espectáculo *voyeurístico* para un público masculino.

2.2.3. Andy Warhol. *Marilyn Monroe*, 1967. La exaltación en el arte de la industria cultural.



Fig. 28. Andy Warhol. *Four Marilyns*, 1967.

La corriente artística del *Pop Art* estableció sus principios mediante la exaltación de objetos cotidianos de la sociedad de consumo, con la intención de suprimir la barrera entre la alta cultura y la baja cultura, o lo que es lo mismo, entre la cultura del museo y la cultura popular. Como es bien sabido, Andy Warhol utilizaba como tema para sus obras objetos tales como latas de sopa, cajas de detergente, etc. También pintaba con colores saturados iconos de la cultura de masas como Marilyn Monroe o Micky Mouse entre otros, pues eran y son símbolos de la industria cultural. En su afán por retratar la cultura estadounidense también pintó otra clase de símbolos, como por ejemplo una silla eléctrica. Para Prada:

“El interés de las propuestas artísticas vinculadas al arte Pop por el fragmento, por el *ensamblage*, por el *collage*, por el préstamo,

evidencia su inclusión dentro de un sistema de lenguaje que funciona a través de una reflexión sobre lo producido, lo ya dado”¹²⁵.

Como nos sugiere Prada, Andy Warhol, recurre a la apropiación-reproducción de imágenes mediante procedimientos repetitivos como la serigrafía, herramienta fundamental en su obra. Para el autor, hay una serie de prácticas apropiacionistas que no responden al criterio de la apropiación crítica que nos interesa resaltar. La obra de Warhol entraría en esa categoría, pues no era intención explícita del artista mantener una reacción contestataria al reproducir imágenes de este tipo.

2.2.4. Valie Export. *The Birth Madonna*, 1976. Revisiones sobre el modelo femenino en la Historia del Arte.



Fig. 29. Valie Export. *The Birth Madonna*, 1976.

¹²⁵ MARTÍN PRADA, J. 2001. *Op. cit.*, p. 39.

The Birth Madonna es un *collage* fotográfico donde la artista examina el contenido ideológico del modelo de la historia del arte en relación a la figura de la mujer en la famosa *Piedad* de Miguel Ángel, 1498–1499. La parodia se encuentra en que, en lugar de representar a la idealizada madre, la artista escoge representar el rol del ama de casa incluyendo el realismo de un acto cotidiano de la vida de una mujer en el espacio doméstico: vemos una lavadora como símbolo de la vida diaria de una mujer ama de casa.

La imagen está en blanco y negro, para resaltar lo clásico, contraponiéndose a la imagen de la lavadora, en color, que alude a la modernidad.

Su identidad femenina la llevó a reflexionar sobre el papel que ha desempeñado históricamente la mujer en la Historia del Arte y destacar cómo los esquemas patriarcales habían definido de una manera determinada su identidad, cuestión que desarrollaremos más adelante en el capítulo sobre género.

En esta obra Valie Export analiza el rol y los estereotipos sobre la mujer como madre, ama de casa, según la mirada masculina proyectada sobre la mujer durante décadas a través de la iconografía escogida. Este tipo de reflexiones sobre cuál es la verdadera identidad de las mujeres, cuestiona los roles activo/pasivo que en las imágenes icónicas se perciben.

Al superponer distintas representaciones sobre el mismo tema, Export evidencia no solo la naturaleza construida de las imágenes, sino también un modo potencial de cambiarlas; y además nos señala la influencia mutua y la interrelación existente entre imagen y realidad.

2.2.5. Cindy Sherman. *Untitled Film Stills*, 1977-1980. Parodiando el estereotipo femenino en el Cine de Hollywood.



Fig. 30. Cindy Sherman. *Untitled Film Stills*, 1977-1980. / Fig. 31. *La ventana indiscreta*. Dir. Alfred Hitchcock, 1954.

Vamos a analizar una fotografía de la serie *Untitled Film Stills* de Cindy Sherman. Esta es una serie fotográfica en blanco y negro donde la artista se presenta en escenas cinematográficas adoptando poses consideradas típicamente femeninas, casi siempre en un contexto melodramático o *kitsch* y simulando algunos de los estereotipos femeninos que proyecta del cine clásico de Hollywood: colegiala, seductora, diva, ama de casa, etc.

Cindy Sherman interpreta, por tanto, papeles femeninos culturalmente establecidos que reproducen los diferentes medios de comunicación, concretamente el cine. A través de la lectura de estas imágenes podemos ver cómo se objetualiza el cuerpo de la mujer y cómo se cosifica el deseo sexual hacia dicho cuerpo representado.

Uno de sus métodos de trabajo es el de exhibir ese carácter *voyeur* de la mirada masculina. Las fotografías de Sherman, además, tienen un cierto aspecto de victimismo, ya que en cierto sentido la imagen huye de la glorificación de la persona retratada,

intentando paliar el *voyeurismo* de origen y el fetichismo de las miradas convencionales.

Como comenta Prada, lo subversivo en la obra de Sherman reside en un “distanciamiento irónico” o en una “simulación hiperconformista”. Con esta estrategia vinculada al concepto de simulación y puesta en práctica por las primeras artistas feministas en la década de los 70, consiguió desarrollar una sólida crítica a la identidad estereotipada y opresiva femenina. El autor añade que:

“La apropiación-imitación de las ordenadas formas de la feminidad parecía ser el primer paso de separación para ganar distancia crítica de lo que estaba siendo criticado”¹²⁶.

Existe un amplio número de críticas y teóricas feministas como Laura Mulvey y Teresa de Lauretis, que reflexionan sobre la representación de la mujer en el discurso cinematográfico, la construcción del género femenino en los medios y el papel de la mujer como espectadora. Las primeras críticas feministas estaban dirigidas a tales estereotipos principalmente en el cine clásico de Hollywood. Se consideraba que las repetidas imágenes de la mujer eran distorsiones objetables que tendrían un impacto negativo en las espectadoras. Estas pensadoras feministas trataron de entender, con la ayuda de marcos teóricos basados en el estructuralismo, el psicoanálisis o la semiótica, el poder de las imágenes sexistas, y cómo la diferencia sexual es codificada en la narrativa clásica.

Sherman trata los puntos de vista, el encuadre, la estructura falocéntrica en la narración, etc., elementos que rescata del cine clásico, para mostrar cómo el cine ha representado a la mujer para satisfacción masculina, adjudicando diferencias por sexos.

¹²⁶ *Ibid.*, p. 61.

La mujer, al ser expuesta como objeto sexual, será mayoritariamente el tema central del espectáculo erótico en las películas que siguen la tendencia dominante.



Fig. 32. *La ventana indiscreta*. Dir. Alfred Hitchcock, 1954.

El trabajo de Sherman tiene un gran interés debido al análisis que esta artista hace de la mirada. Influida por las teorías de Laura Mulvey en *Placer visual y cine narrativo*¹²⁷, Sherman mostró la idea del “objeto de deseo” personificado en la representación femenina en el cine clásico, algo que conlleva una crítica hacia la mirada del hombre que observa la postura pasiva de la mujer presentada como mero objeto de su mirada. En este sentido, Mulvey afirma que es el sistema patriarcal el que determina la mirada del deseo: coloca a la mujer como el objeto de placer de un público masculino, por ejemplo en las películas de Alfred Hitchcock: *La ventana indiscreta* (1954), *Vértigo* (1958), etc. Como señala Mulvey¹²⁸, en la mayoría de las películas de Hitchcock emplea el tema de la mirada, concentrándola en el erotismo escopofílico y el *vouyerismo*. Otro rasgo muy común en este género cinematográfico y que el director ha utilizado en varias de sus

¹²⁷ MULVEY, L. 1988. *Placer visual y cine narrativo*. Valencia: Episteme.

¹²⁸ Cfr. MULVEY, L. 1975. *Placer visual y cine narrativo*. *Screen* 16.3, pp.6-18.

películas, como por ejemplo en *Rebeca* (1940), fue mostrar un orden simbólico estructurado por la ideología patriarcal donde la figura de la mujer está asociada al mal y la del hombre en el lado del bien.

Lauretis había llegado a la comprensión del aparato cinematográfico como tecnología de género, aspecto que desarrolla detenidamente en su libro, *Alicia ya no*.¹²⁹ El análisis feminista en torno al cine, la imagen y la representación femenina, cuestiona al cine como aparato tecnológico y social, productor-reproductor de la subjetividad, educador sentimental: en última instancia un constructor de género. En la segunda parte de la tesis desarrollaremos con más detenimiento estas cuestiones para entender cómo funcionan el cine y otras industrias culturales como tecnologías de género.

En la misma línea comentada, Cindy Sherman revela el género como una posición inestable y construida, lo que sugiere que no existe una identidad femenina biológica innata.

¹²⁹ LAURETIS, T. 1992. *Alicia ya no: Feminismo, Semiótica, Cine*. Traducción de Silvia Iglesias. Madrid: Cátedra.

2.2.6. Krzysztof Wodiczko. *The Soldiers and Sailors Memorial*, 1984-85. Reconstruyendo la memoria histórica del lugar.



Fig. 33. Krzysztof Wodiczko. *The soldiers and Sailors Memorial*, 1984-85.

Wodiczko se ha dado a conocer internacionalmente por las múltiples proyecciones de imágenes gigantesas sobre edificios y monumentos que ha realizado en todo el mundo a lo largo de la década de los ochenta. Las imágenes que proyecta se integran con la forma arquitectónica del edificio o monumento escogidos; sea una fachada, un arco, una columna, los peldaños de una escalera o una estatua.

En este sentido, las imágenes que integra en la superficie están confeccionadas como si fueran un fotomontaje que funciona como una forma de apropiación. A menudo se trata de edificios y monumentos que los viandantes integran pasivamente en su cotidianidad, según el artista. Wodiczko, a través de sus intervenciones, provoca un diálogo que renueva y actualiza su

función originaria. De este modo enriquece, transforma y manipula el mensaje inicial de esta arquitectura, con la intención de impactar, denunciar y producir un efecto revulsivo en la opinión pública. Utiliza las artes audiovisuales y se apropia de espacios públicos para despertar la conciencia respecto a determinadas problemáticas sociales y políticas ignoradas por las autoridades y la opinión pública. Como señala Prada, la intención de Wodiczko es la de sabotear la función ideológica del monumento.

2.2.7. Eugenia Chellet. *Fotonovelas. Portadas intervenidas, 1981-1995.* La búsqueda de la identidad en las fotonovelas.



Fig. 34. Eugenia Chellet, *Fotonovelas. Portadas intervenidas, 1981-1995.*

Fotonovela pertenece a una serie de portadas que Eugenia Chellet interviene mediante el *collage*. En estos trabajos realiza una crítica señalando los temas preferidos de la fotonovela rosa: el sexo, la violencia y la muerte. Chellet destaca en el texto el alto

contenido de violencia de género que hay implícito y que además, según la artista, tuvo mucho éxito en la sociedad mexicana.

Estas fotonovelas —antecesoras de las posteriores telenovelas— tuvieron su auge en México en las décadas de los 60-70. En la Fig. 34 se aprecia cómo la artista ha recortado la cabeza de una imagen femenina para colocar su propio retrato. La portada es en color mientras que la fotografía de la artista es en blanco y negro. En las portadas de las fotonovelas que escoge aparecen escenas típicas de la novela rosa, donde se observan escenas de una pelea por celos, un asesinato a una mujer con su amante, una mujer y dos hombres enfrentados por ella, etc.

Fotonovelas, tiene un alto componente sociológico, pues la artista entiende este género como una fuente documental donde está plasmada parte de la sociedad y realidad mexicanas, haciendo de la fotonovela un objeto de estudio, sobre todo en lo que se refiere a cuestiones de género.

“Se especula sobre la influencia de este tipo de fotonovelas en las personas. Si te dedicaras a leerlas con cuidado, te horrorizarías de ver la realidad que está representada en ellas. Si estudiamos con qué imágenes se identifica, por ejemplo, una mujer de clase media baja, te horrorizarías de ver cuáles son sus posibilidades. [...] El hombre aparece como un bruto, un sádico y es siempre un violador en potencia. Porque, además su imagen permanentemente está enunciada a partir de la sexualidad. Esta permea todas sus relaciones: si es potente o no es potente, si tiene erecciones o no. No hay ninguna otra cualidad”¹³⁰.

2.2.8. Barbara Kruger. *Your body is a battleground*, 1989. Modos extraídos de la publicidad.

¹³⁰ LA CRÓNICA DE HOY. [Sitio web]. CHELLET, E. 2005. *La fotonovela refleja que la familia es un monstruo*. [Consulta: 13 junio 2013]. Disponible en: <http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=207600>



Fig. 35. Barbara Kruger. *Your body is a battleground*, 1989.

En la siguiente pieza de Barbara Kruger vemos cómo la artista se apropia de las tácticas y recursos publicitarios en la elaboración de sus carteles. Utiliza imágenes o fotografías que no son suyas sino que fueron tomadas de otros autores. Esta obra fue utilizada para convocar una manifestación proabortista en 1989 durante el mandato de George Bush (quien hizo peligrar el derecho de abortar que con tanto esfuerzo costó a las mujeres conseguir). Su trabajo tenía así un claro discurso político, feminista y de intervención pública. La gran mayoría de sus obras son grandes fotografías en blanco y negro con un mensaje o una frase de crítica social. Las frases que usa son cortas pero con un mensaje fuerte y contundente; suelen ser de color rojo, blanco o negro.

Este tipo de obras tienen en común la práctica apropiacionista que es utilizada como herramienta artística, política, crítica y reflexiva.

2.2.9. Yasumasa Morimura. *Un bar aux Folies-Bergère*, 1990. La absorción de las formas de representación occidentales en otras culturas.



Fig. 36. Yasumasa Morimura. *Un bar aux Folies-Bergère*, 1990. / Fig. 37. Édouard Manet. *Un bar aux Folies-Bergère*, 1882.

Un bar aux Folies-Bergère de Édouard Manet (1882) es reinterpretado por Yasumasa Morimura. Este artista realiza apropiaciones recreando obras de arte conocidas destacando ciertos aspectos desde su punto de vista personal, ya sea como crítica o como una nueva interpretación.

Su obra, por lo general, y sobre todo a partir de la década de los 80, está directamente relacionada con el uso del maquillaje, el *Body Art*, y con la intervención de la apropiación estilística del género retrato, realizando apropiaciones irónicas de obras del pasado.

El artista, cuya temática alude al género y a la sexualidad, incluye en sus autorretratos ídolos o figuras de la cultura occidental: Madonna, Velázquez, Michael Jackson, etc., investiga los procesos de absorción e influencia de las formas de representación de Occidente. Sus propuestas están entre la simulación, la sustitución, la desmitificación y el análisis sintáctico.

2.2.10. Lorena Wolffer. *Soy totalmente de Hierro*, 2000. Cuestionando las representaciones estereotípicas en la publicidad.



Fig. 38. Lorena Wolffer. *Soy totalmente de Hierro*, 2000.

En la obra de Lorena Wolffer hay un claro discurso sobre la violencia de género, donde critica el sexismo y el machismo utilizado por la marca comercial *El Palacio de Hierro*. La artista, a través de diez espectaculares carteles colocados en distintos puntos de la ciudad de México, realiza una "contra-campaña". En *Soy totalmente de Hierro*¹³¹ busca cuestionar y ofrecer una respuesta contestataria a las representaciones estereotípicas femeninas adoptadas.

En las cuatro imágenes que hemos seleccionado, vemos el carácter de lucha, protesta e indignación que ejerce la artista. Hay dos imágenes en las que aparece la modelo en una amplia calle de la ciudad, otra donde la sitúa en el pasillo de un microbús. Wolffer quiere indicar la situación tan preocupante en la que se

¹³¹ LORENA WOLFFER: [Consulta: 8 abril 2013]. Disponible en: <<http://www.lorenawolffer.net/>>

encuentran las mujeres en el espacio público, pues en la calle se convive con el conflicto social de la violencia de género a la que alude la artista.

Las imágenes de Wolffer son en blanco y negro, resaltando en color la mujer que aparece de forma desafiante y reivindicativa frente a la cámara. La aparición del texto en la imagen refuerza el mensaje político y crítico que la artista busca. Las frases que crea atraen la atención y tienen un mensaje antagónico al mensaje original, donde los eslóganes de la marca se complementan con imágenes de mujeres delgadas y jóvenes que van más allá de un modelo canónico. También cambia radicalmente la modelo que aparece en sus carteles: ya no es el estereotipo de mujer blanca, rubia y occidental.

Las siguientes imágenes pertenecen a la citada campaña publicitaria *Soy totalmente Palacio*. Queremos hacer patente el discurso sexista y machista que proyectan.



Fig.39. Imágenes campaña publicitaria, *Soy totalmente Palacio*.
El Palacio de Hierro.

2.2.11. Alma López. *Our Lady (Nuestra Señora)*, 1999. Subvirtiendo la imagen hetero-patriarcal.

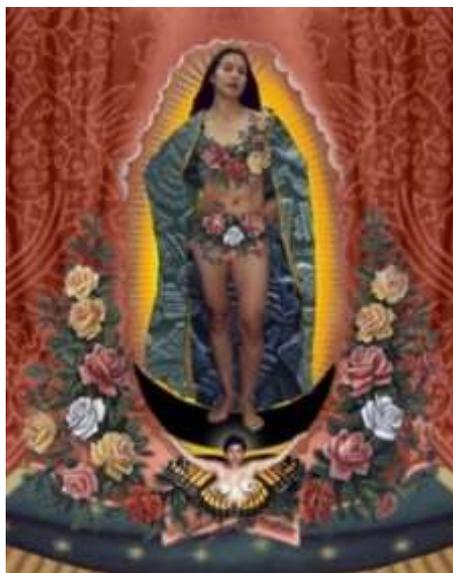


Fig.40. Alma López. *Our Lady (Nuestra Señora)*, 1999.

La obra titulada *Nuestra Señora* es un *collage* digital de una mujer morena que aparece con el cuerpo semidesnudo, de pie y en una posición que mira al espectador de forma desafiante: todo ello utilizando una iconografía religiosa. Esta obra fue muy controvertida, sobre todo en los sectores más conservadores de México, concretamente la iglesia católica. Con ella se generó un debate sobre una gran variedad de temas: la libertad de expresión, el género, la sexualidad, la economía, la inmigración, la raza, la tradición, etc.

La pieza se basa en la apropiación de la imagen de la Virgen de Guadalupe, muy venerada y visible en México. En lugar de la Virgen, la artista ha colocado la imagen de una mujer con identidad chicana. Si nos fijamos en la parte de abajo, aparece un

querubín femenino con unas alas de mariposa monarca. Aquí la artista hace una relación metafórica con la migración de la mariposa, que viaja desde Michoacan (México) a EE.UU. y Canadá comparando esto con la situación de la migración chicana a EE.UU. Esta población mantiene a menudo una difícil posición cultural de doble identidad mexicana y estadounidense pero sin ser reconocida en ambos lugares.

Nuestra Señora se enfrenta a las estructuras hetero-patriarcales de la iglesia reforzadas por las ceremonias tradicionales. La artista quiso representar la sexualidad de las mujeres chicanas que según ella todavía se encuentra reprimida bajo el dominio patriarcal y que permanece sujeta a la figura tradicional de la Virgen como madre pura. Esta pieza constituye un claro rechazo a la construcción que la iglesia católica hace sobre la mujer y un reclamo como símbolo activista femenino.

Según comenta Irene Ballester¹³², Alma López, desde su mirada feminista y su condición sexual de lesbiana, quería resaltar a la Virgen india precolombina en contraposición a la visión católica de la Virgen de Guadalupe como benefactora y maternal.

¹³² Cfr. BALLESTER, I. 2010. Desde el empoderamiento imágenes extremas contra el capitalismo patriarcal globalizador: combatividad y resistencia frente al feminicidio mexicano y la desterritorialización chicana. *Arte y políticas de identidad*, vol. 3 [en línea], pp. 41-58, p. 51. [Consulta: 16 julio 2015]. ISSN: 19898452. Disponible en: <<http://revistas.um.es/api/article/view/117401/111051>>

CAPÍTULO 3. APROPIACIÓN AUDIOVISUAL: PRÁCTICAS VIDEOGRÁFICAS Y FÍLMICAS.

En la década de los 70 la cultura de los medios fue un punto esencial en el vídeo ya que, como hemos apuntado, la crítica a las estructuras de poder dominadas por el cine y la televisión convencionales fue muy habitual. El vídeo ofrece numerosas formas de trabajo con la imagen ya creada, especialmente para analizar obras o modelos extraídos del cine o la televisión. Esto generó una tendencia de trabajo que consistía en la apropiación de imágenes con el fin de cuestionar y revisar su estructura original. Mostraremos como el medio videográfico interroga otros dispositivos como la televisión, el cine, otras imágenes mediáticas, producciones culturales, etc

Existen muchos artistas que examinan directamente obras y modelos extraídos de otros medios, como por ejemplo: Cindy Sherman, Dara Birnbaum, Douglas Gordon, Antoni Muntadas, Eugeni Bonet o Martha Rosler, entre otros. En la década de los 90, algunos creadores como Jean-Luc Godard, Pierre Huyghe o Douglas Gordon, utilizaron la cinematografía como referencia importante para el trabajo videográfico. Recurrieron a la historia del cine como almacén de material e hicieron *remakes* de imágenes clásicas apropiándose de secuencias, héroes e iconos. Con el vídeo digital, este material se encuentra más que nunca a disposición de los artistas, para ser transformado, analizado e interpretado a través de obras nuevas. Para Bonet:

“Sin embargo, muchas otras prácticas videográficas se basan en principios de montaje y desmontaje comunes al medio fílmico [...] Aun así, no se pueden pasar por alto las cualidades y recursos propios que otorgan las técnicas de edición informatizada, la conmutación instantánea entre dos o más fuentes, o el uso del vídeo-disco [...] las mezclas y efectos que permiten abrir ventanas, simultanear diversas imágenes, “compaginarlas” sobre la pantalla, ralentizarlas o acelerarlas, “comentarlas”

mediante rótulos superpuestos [...] sin olvidar el recurso al *chroma key*, que permite incrustar sobre las imágenes de base un “cuerpo extraño” [...]”¹³³.

Las formas de apropiación audiovisual empleadas por ellos en aquel momento podrían ser las siguientes:

1. *Found Footage*.
2. *Collage* audiovisual y manipulación en el montaje.
3. El *scratch* y la modificación del movimiento de la imagen.

A continuación vamos a explicar la clasificación que hemos realizado y a comentar con ejemplos varias obras según las formas que indicamos.

Algunas de las piezas seleccionadas las señalaremos con el símbolo del reciclaje para constatar que cumplen con alguna o varias de las metáforas de la apropiación que ya hemos señalado en el *Capítulo 2*: arqueología, psicoanálisis, diálogo y ecología.

¹³³ BONET, E. 1993. *Op. cit.*, p. 33.

3.1. *Found footage*.

El *found footage* es una corriente alternativa artística y cinematográfica cuyo término en inglés evoca la idea de objeto encontrado y remite a la noción de *ready-made* duchampiana. Denomina a aquellos *films* elaborados total o parcialmente con materiales encontrados. Esta técnica recicla imágenes y sonidos, también se interviene en la propia película de forma manual y química. Se trata de una técnica con un alto grado de experimentalidad.

En el *found footage* podemos encontrar *films* de distintas variedades: educativos e instructivos, documentales, publicitarios, subproductos de ficción de las “series B”, así como todo tipo de descartes, residuos, etc. Si bien el *found footage* es película encontrada (no siempre por azar), es ante todo una película que ha sido seleccionada y distribuida de forma diferente a como lo era anteriormente. Veamos ahora una serie de ejemplos de obras que pueden clasificarse en esta categoría.

3.1.1. Bruce Conner. *A Movie*, 1958. Arqueología y reciclaje de la imagen.



Fig. 41. Bruce Conner. *A Movie*, 1958.

Podría decirse que Bruce Conner es pionero en la práctica del *found footage* y que crea un nuevo enfoque para el arte desde la cinematografía, mediante la apropiación o el uso de imágenes encontradas (antiguos informativos, películas, series, etc.)

*A Movie*¹³⁴ gira en torno a la violencia, la destrucción, la muerte y el sexo asociando la destrucción humana con el poder fálico. El *film* muestra de forma peyorativa la involución del mundo mediante las imágenes bélicas. En esta pieza de Conner se puede apreciar la metáfora de la arqueología ya que utiliza fragmentos de la cultura visual del siglo XX.

Conner muestra el tema de la destrucción en el montaje de una forma enérgica, con una intensidad dramática que hace de la catástrofe una experiencia sublime. Lo que intenta hacer Conner es mostrar otra visión del mundo en el cual vivimos recontextualizando imágenes de nuestra memoria colectiva con la intención de darle un nuevo sentido.

Como indicamos en el subtítulo que aparece junto a la obra, aquí vemos cómo se dan dos tipos de planteamientos sobre el modo y el proceso de extracción de las imágenes: la arqueología por un lado y el reciclaje por el otro, mostrando como ambas estrategias pueden estar íntimamente ligadas.

¹³⁴ Para su visionado en:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/search/bruce+conner>>

3.1.2. Ken Jacobs. *Perfect film*, 1986. Ecología de la imagen del desecho.



Fig. 42. Ken Jacobs. *Perfect film*, 1986.

En esta pieza Ken Jacobs¹³⁵ recoge material de descarte de la televisión. Lo significativo de este autor es que no altera el material sino que muestra lo que ha sido eliminado y borrado tal y como lo encontró. Lo que nos genera una reflexión sobre la cantidad de metraje grabado que no tiene visibilidad y es desechado. Nos hace preguntarnos sobre el por qué de lo que no se muestra.

*Perfect Film*¹³⁶ es el metraje registrado por la televisión sobre las declaraciones de la gente que estuvo presente en el discurso de Malcom X, y su posterior asesinato. Ken Jacobs encontró el

¹³⁵ Para su visionado en:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/search/ken+jacobs>>

¹³⁶ ALCOZ, A. *Found Footage. Joseph Cornell, Hollis Frampton, Ken Jacobs, Ernie Gehr y Bruce Conner*. Recurso electrónico sin paginación. [Consulta: 16 julio 2015]. Disponible en:

<<http://www.visionaryfilm.net/search?q=Ken+Jacobs%2C+perfect+film>>

metraje años después de que el suceso tuviera lugar y lo firmó con su nombre sin realizar manipulación alguna salvo un ligero ajuste en el sonido. Rescatar este *film* sin haber manipulado las imágenes ni el montaje, resalta la labor de Jacobs a la hora de demostrar lo que ha sido descartado por los medios; centrándose además en un suceso histórico tan decisivo para la comunidad afroamericana como lo fue el asesinato de Malcom X.

Esta obra también coincide en tener la característica común de la arqueología, como en la gran mayoría de obras y además, como en la anterior pieza, recurre al factor del reciclaje, puesto que trabaja con los desechos, derroches y sobrantes de otros elementos anteriores y ajenos.

3.2. *Collage* audiovisual y transformación en el montaje.

En este apartado haremos referencia a una selección cronológica de vídeos y *films* en los que se ha trabajado directamente con la apropiación de imágenes televisivas, fílmicas o de internet, así como también con la apropiación de modos de hacer extraídos del cine o la televisión.

Un factor clave para la apropiación en la práctica videográfica es el proceso de postproducción, algo que ya hemos referido con anterioridad.

El proceso de la postproducción está compuesto por la edición y el montaje:

“la edición sería así un procedimiento dinámico y fluido que no solo consiste en cortar y pegar, sino en una intervención continua sobre la imagen captada por la cámara”¹³⁷.

La edición se caracteriza por la necesidad de seleccionar las imágenes que interesan y descarta, por ejemplo, las que no conviene incluir. El montaje es el proceso de ordenación de la sucesión de imágenes, de creación de las relaciones que componen las imágenes y sonidos. Ignacio París señala que:

“De entre las prácticas apropiacionistas, el *collage* —entendido aquí en un sentido amplio, más como una dinámica que como una técnica, y que incluiría tanto el fotomontaje como el montaje cinematográfico, etcétera— es el recurso más recurrente entre las estrategias de apropiación, y la operación más frecuente en el arte de los últimos cincuenta

¹³⁷ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 42.

años; en este sentido representa el paradigma de lo contemporáneo”¹³⁸.

3.2.1. Nam June Paik. *Global Groove*, 1973. La imagen global y el uso del *collage*.



Fig. 43. Nam June Paik. *Global Groove*, 1973.

Para Laura Baigorri¹³⁹ uno de los vídeos más emblemáticos de Paik es *Global Groove*¹⁴⁰ (1973) pues, según la autora, muestra una visión profética de la futura televisión global, compuesta por numerosos canales.

¹³⁸ PARÍS, I. *Relectura y apropiación: cuando la creación está amenazada por la legalidad*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Ignacio París. [Consulta: 11 junio 2013]. Disponible en: <<http://www.ignacioparis.org>>

¹³⁹ BAIGORRI, L. 2006. Paik TV. Homenaje a un mongol visionario. En: *La Televisión no lo filma* [en línea]. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp. 27-39. [Consulta: 6 mayo 2013]. Disponible en: <http://www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/libro_LTVNLF.pdf>

¹⁴⁰ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=7UXwhiQsYXY>>

En *Global Groove*, Paik recurre al *collage* y a la apropiación de material televisivo. Mezcla estas imágenes con imágenes de elaboración propia para materializar esta obra cuyo título se inspira en el libro *La Aldea Global*¹⁴¹ de Marshall McLuhan.

En el vídeo las imágenes se visualizan como un *zapping* televisivo, haciendo referencia a un mundo saturado de imágenes mediáticas. Se trata de un frenético *collage* electrónico, en el que imagen y sonido subvierten el lenguaje de la televisión de la época.

Este *zapping* está compuesto de elementos multiculturales, figuras del mundo del arte e iconos comerciales del pop que se yuxtaponen a *performances* de artistas de vanguardia tales como John Cage y Merce Cunningham, por ejemplo. La influencia de la estructura de los anuncios publicitarios y de la llamada estética del videoclip de la emisora *MTV* es el punto de partida para esta obra.

¹⁴¹ Marshall McLuhan había descrito la *Aldea global* como un cambio producido por el origen de los medios de comunicación audiovisual en la sociedad; la radio, el cine y la televisión, y por la difusión de imágenes y sonidos que emiten desde cualquier lugar y momento. Este cambio provocó la expansión definitiva de los medios en el hogar y la vida cotidiana. MCLUHAN, M., POWER, B. (eds.). 1995. *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

3.2.2. Martha Rosler. *If it's too bad to be true, it could be disinformation*, 1985. Estética televisiva y vídeo contra-televisivo.



Fig. 44. Martha Rosler. *If it's too bad to be true, it could be disinformation*, 1985.

En esta obra videográfica¹⁴², Rosler presenta el programa de noticias nocturno de la *NBC* y otros informativos con el fin de analizar su cuestionable información y de evidenciar la manipulación proyectada intencionalmente por estos medios oficiales. Rosler mezcla imágenes de estos medios con un anuncio comercial de la marca *Canon* e incluye además unos textos que ella misma escribe a modo de subtítulos. La artista subraya el hecho de que no existe una historia sin manipular. También se presenta un montaje bastante irónico sobre un discurso de Ronald Reagan al que le sigue un anuncio de la marca comercial *Canon*: Rosler hace hincapié en la fotografía

¹⁴² Para su visionado en:

http://artfem.tv/id;14/action;showpage/page_type;video/page_id;if_it_s_to_o_bad_to_be_true_it_could_be_disinformation_by_martha_rosler_flv/

mostrando la obsesión estadounidense por este medio que tanta importancia tuvo en el siglo XX.

Además Rosler también cuestiona la fiabilidad de la transmisión electrónica enfatizando la distorsión y el despropósito lingüístico que se da como consecuencia de las múltiples interferencias técnicas.

En esta obra, a través del montaje, se realiza una lectura crítica donde se localizan varias implicaciones geopolíticas: Estados Unidos con América Latina, concretamente Nicaragua y Cuba, donde los medios tienen un papel fundamental.

Con esta y otras piezas, Rosler se plantea utilizar el medio vídeo como vehículo para la estrategia contra-hegemónica, el análisis y la reflexión crítica: muestra al espectador otro modo de interpretar las guerras y los conflictos.

En referencia a las metáforas sobre la estrategia apropiacionista, este vídeo puede englobarse en el trabajo de reciclaje de las imágenes en un movimiento que se podría calificar de ecología de dichas imágenes.

3.2.3. Antoni Muntadas. *Cross Cultural Television*, 1985. La imagen mediática y la Televisión.



Fig. 45. Antoni Muntadas. *Cross Cultural Television*, 1987.

Como hemos comentado más arriba, Antoni Muntadas es uno de los videoartistas más destacados internacionalmente por su trayectoria y aportación crítica hacia los medios de comunicación, especialmente en relación a la televisión como medio de información. El propio Muntadas se define a sí mismo como un traductor de imágenes, su compromiso es intentar contribuir a descifrar el “paisaje de los media”, como él lo denomina. Antoni Muntadas propone la participación del espectador como única vía para tener una opinión propia frente a la opinión dominante.

En la pieza *Cross Cultural Television* se apropia de varios informativos y crea una obra multipantalla exhibiendo el patrón que siguen los programas de noticias alrededor del mundo, a modo de clichés. El resultado de este cruce cultural aparece en esta obra que ofrece una visión del formato del telediario como producto que elimina las marcas culturales a las que pertenecen sus protagonistas. En definitiva, esta obra exhibe la artificialidad mediática existente.

3.2.4. Jean-Luc Godard. *Histoire(s) du cinéma*, 1988-98. Reconstruyendo la memoria, una red intertextual¹⁴³: cita, apropiación y reciclaje.



Fig. 46. Jean Luc-Godard. *Histoire(s) du cinéma*, 1988-98.

Godard eligió el vídeo para realizar una historia del cine, por ser un medio que pone la imagen a nuestro alcance aprovechando la accesibilidad y las posibilidades que ofrece.

Histoire(s) du cinema es una serie de ocho capítulos basados en la cita, apropiación y reciclaje de *films* para tratar la memoria del cine. Este trabajo responde a un tránsito de zonas híbridas en las que el artista mezcla diferentes imágenes (provenientes casi todas de películas pertenecientes a distintas épocas), utilizando las técnicas de la sobreimpresión, incrustación, redundancia, aceleración..., con textos y sonidos en los que se incluye el audio de otras películas, junto la intervención de su voz que narra.

¹⁴³ RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 163. Concepto que aplica la autora para catalogar esta pieza y que tomamos como referencia.

Se destaca el proceso de producción mismo por medio del montaje, donde se muestra cómo se manipula el material seleccionado (citas y apropiaciones) de esta red intertextual que habla de la historia del cine vista por el citado cineasta. Estos segmentos conviven con una nueva razón de ser que no es otra que la que el artista decide teniendo en cuenta también la memoria del espectador.

En numerosos fragmentos aparecen personajes conocidos de la historia del cine como Chaplin, Keaton, Marilyn, etc. Citas de escritores como Víctor Hugo o W. Benjamin..., pinturas de Goya, Rembrandt, Klimt, etc., música de Beethoven entre otros, e imágenes de archivo de autores anónimos.

Hay que destacar que la estrategia de Godard no tiene nada que ver con la idea tradicional de la narrativa histórica, en el sentido cronológico y lógico. Este *collage* videográfico constituye una extracción de *films* a través del re-montaje, fuera de una historia lineal. Es un trabajo de apropiación que muestra la complejidad y densidad a la que puede llegar dicha "red intertextual" o tipo de escritura, a partir de otros textos, enunciados y extractos.

Esta obra fue un referente también en lo que respecta a la cuestión de los derechos de autor. Rosenbaum¹⁴⁴ señala que esta obra fue un precedente jurídico y político, pues fue emitida por televisión y no se pagaron los derechos que obliga la ley. Godard consideraba al respecto que para estas citas no existía beneficio comercial alguno y que no tenía por qué pagar por ellas. Godard también considera que estas imágenes pertenecen al dominio público.

¹⁴⁴ Cfr. ROSENBAUM, J. 1997. Bande-annonce pour les Histoires(s) du cinéma de Godard. *Trafic*, nº 21.

3.2.5. Keith Sanborn. *The artwork in its age of mechanical reproducibility*, 1996. La industria del *Copyright*.



Fig. 47. Keith Sanborn. *The artwork in its age of mechanical reproducibility*, 1996.

Keith Sanborn realiza un vídeo¹⁴⁵ a partir de una estrategia apropiacionista que titula, *La obra de arte en la era de su reproductibilidad* haciendo así referencia al título de la obra de Walter Benjamin.

En el vídeo muestra de modo repetitivo las normas de *Copyright* y resalta las posibles multas al quebrantarlas. Los créditos de Sanborn subrayan la obsesión de la industria cinematográfica por el control del uso de sus productos. Esta acción, con la apropiación de esos rótulos, nos hace pensar que al *Copyright* le queda poco futuro por las posibilidades actuales de copia y reproducción. También, Antoni Muntadas realizó una obra, *Warnings* (1988), un vídeo montado a partir de una sucesión de avisos del FBI en contra de la violación del *Copyright* que precedían a las películas en las cintas de vídeo de venta o alquiler.

¹⁴⁵ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=6kvdTFYisTw>>

Podemos observar cómo se van repitiendo obra tras obra, las metáforas que Bonet interpreta de Sharon Sandusky. En este caso concreto, al ser imágenes ajenas, se da un proceso de reciclaje al trabajar con imágenes pre-existentes, donde se reivindica de paso nuestro derecho a reutilizar nuestro entorno audiovisual.

3.2.6. Laura Baigorri. *Zap War*, 1997. La descontextualización de la imagen fílmica y televisiva.



Fig. 48. Laura Baigorri. *Zap-war*, 1997.

Situándose en los límites de las fronteras entre realidad y ficción, entre el divertimento y el horror, entre la imagen cinematográfica y la imagen televisiva, *Zap-War*¹⁴⁶ es un *videocollage* que aborda el impacto de las imágenes mediáticas y su credibilidad.

Laura Baigorri se apropia de escenas de *films* populares como son: *Wargames* (Dir. John Badham, 1983), *Full metal jacquet* (Dir.

¹⁴⁶ Para su visionado en:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Laura%20Baigorri>>

Stanley Kubrick, 1987), *Apocalypse now* (Dir. Francis Ford Coppola, 1979), *Platoon* (Dir. Oliver Stone, 1986), etc., y de escenas televisivas de la guerra de Vietnam, del Golfo, de los Balcanes y la guerra de Liberia.

Con este tipo de vídeos Baigorri nos hace reflexionar sobre lo que nos rodea con un cierto escepticismo proactivo y crítico, nos damos cuenta de la cruda realidad, de cómo el sistema del ocio nos presenta dicha realidad disfrazada como si se tratara de un mero pasatiempo social.

Con la apropiación audiovisual se nos abren varias posibilidades a la hora de modificar la mirada de forma consciente, pues estas reapropiaciones son capaces de descifrar mensajes ocultos, subliminales, invisibles para un ojo saturado de imágenes que sin una educación audiovisual es imposible interpretar. La remezcla entendida de esta forma es precisamente una manera de comprender los diferentes sucesos y conflictos contemporáneos.

Baigorri cuestiona la veracidad de los conflictos bélicos mediante las imágenes de las películas, así como la barbarie y las injusticias que se han ejecutado en las enumeradas guerras. También favorece que el espectador tome posición respecto al tratamiento de la realidad que se hace en las películas de corte bélico.

Es paradójico ver cómo en el momento recreativo de visionado de una película solemos acompañar la catástrofe o la barbarie con unas palomitas de maíz y un refresco. Reflexión que esta pieza nos invita a plantearnos al poner de relieve la espectacularización de lo bélico.

3.2.7. Vicente Ortiz Sausor. *Hunt Symphony*, 1998.

Videoinstalación: una orquesta audiovisual.



Fig. 49. Vicente Ortiz. *Hunt Symphony*, 1998.

La obra *Hunt Symphony* de Vicente Ortiz trata un tópico del cine norteamericano. El autor apunta a una actitud que se da muy a menudo en los personajes de ciertas películas norteamericanas en las que los ciudadanos se agrupan y toman la justicia por su cuenta para perseguir a un delincuente, la llamada “caza legal” del hombre. Este suceso no pertenece a una categoría en concreto pues se puede observar en cualquier tipo de género.

Este tipo de escenas tienen un *atrezzo* común: aparecen rifles, caballos o camionetas, botellas de whisky o latas de cerveza. La víctima, en ocasiones, también es culpable. Como señala Ortiz, la víctima es perseguida hasta la muerte en una especie de “Sinfonía de la caza” inmortalizada en películas como: *La Jauría humana* (1966) del director Arthur Penn; *A la caza del hombre* (1993), de R. J. Kizer; *Razas de noche* (1990), de Clive Barker.

*Hunt Symphony*¹⁴⁷ divide su historia en tres actos o en tres tiempos: la reunión de los cazadores (la preparación), la caza (la persecución) y la muerte de la víctima. La videoinstalación plantea seis versiones con las mismas imágenes, pero ordenadas de distinta manera.

¹⁴⁷ ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Op. cit.*, p. 296.

Los televisores/pantallas funciona como metáfora de los músicos de una orquesta: que interpretan visualmente su *Hunt Symphony*. Al frente de cada televisor se encuentran unos atriles que son los que sostienen las partituras de los músicos: cada monitor reproduce al mismo tiempo la misma melodía.

La situación que se encontrará el espectador pretende ser caótica, solo se pueden ver algunas de las pantallas, otras quedan a su espalda: lo que le dará la opción de recrear su propia lectura sin orden establecido.

3.2.8. Mathias Müller, *Home stories*, 1990. Análisis de género en la imagen fílmica.



Fig. 50. Mathias Müller. *Home stories*, 1990.

En *Home stories*¹⁴⁸ se recopilan fragmentos de melodramas clásicos del cine de Hollywood de las décadas de 1950 y 1960. Mathias Müller elabora un estudio crítico de los clichés y estereotipos de la mujer en el cine de Hollywood, donde la condición de la mujer se reduce al espacio doméstico. Además

¹⁴⁸ Para su visionado en: <<http://www.medienkunstnetz.de/works/home-stories/video/1/>>

muestra cómo las mujeres se convierten en víctimas de la mirada *voyeurística* que promueve gran parte del cine.

En el montaje, los motivos de suspense extraídos del cine clásico, se repiten constantemente y la trama permite moverse sin problemas entre escenas de diferentes películas con protagonistas distintos creando un *collage* enérgico y dinámico. Los movimientos y los gestos de actrices como Lana Turner, Tippi Hedren o Grace Kelly parecen coreografiados. El montaje se concentra en el cambio dramático de las imágenes donde observamos como lo familiar y doméstico se convierte en algo inquietante y extraño.

Destacamos esta obra por su perspectiva auto-reflexiva sobre la condición de la mujer en el cine de Hollywood. En este sentido, la estrategia de la apropiación se muestra aquí de forma explícita y responde a la línea de trabajo que reivindicamos, respecto al potencial que tiene el vídeo de *desmontaje* como herramienta crítica, de reflexión y análisis.

En esta pieza, podríamos enumerar todas las metáforas comentadas, pero entre todas ellas destaca la del psicoanálisis. En este sentido, lo que se quiere decir al utilizar este término es que por el modo en que se han reutilizado las imágenes se ha conseguido realizar una especie de psicoanálisis visual que evidencia un conflicto de trasfondo, soterrado, en las imágenes del cine de Hollywood.

3.2.9. Jonathan McIntosh. *Donald Duck Meets Glen Beck in Right Wing Radio Duck*, 2010. Subviritiendo el discurso de los media.



Fig. 51. Jonathan McIntosh. *Donald Duck Meets Glenn Beck in Right Wing Radio Duck*, 2010.

Los subversivos vídeos de Jonathan McIntosh¹⁴⁹ consisten en deconstruir el discurso dominante (medios, políticos, corporaciones) para realizar remezclas audiovisuales que pongan en evidencia el mensaje que proyectan.

En este sentido, la apropiación y la remezcla no solo cuestionan el uso inapropiado de imágenes de terceros sino que se han convertido en un ecosistema cultural y ahí es donde se insertan este tipo de prácticas.

Según expresa el autor: “no se trata de remezclar materiales audiovisuales sin más, se trata de subvertir el discurso de otros”¹⁵⁰. Esos otros, para él, son quienes tienen el poder y una representación mediática.

La pieza de McIntosh es un *remix* de los dibujos del pato Donald de Walt Disney. Su argumento es el siguiente: la vida de Donald

¹⁴⁹ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=HfuwNU0jsk0>>

¹⁵⁰ GIL, F. *Código fuente. Audiovisual de Jonathan McIntosh*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Embed.AT. [Consulta: 10 junio 2013]. Disponible en: <<http://antes.embed.at/article44.html>>

ha dado un giro por la crisis económica en EE.UU., que se compara con la gran depresión que hubo en Norteamérica. Donald se encuentra desempleado, buscando trabajo como miles de norteamericanos y ciudadanos del mundo. Además, el pato Donald se enfrenta a la catastrófica situación de perder su casa por el impago de la hipoteca. A medida que su frustración se convierte en desesperación, Donald escucha una voz que procede de la radio: es Glenn Beck (famoso presentador de radio en EE. UU.), haciendo apología del miedo con motivo de la situación laboral y económica del país.

En esta pieza observamos de nuevo cómo se establece un diálogo con las imágenes para entrar en una discursión que cuestiona el conflicto de las imágenes tomadas. Además de cumplir con el rasgo distintivo y típico de estas prácticas: trabajar con imágenes recicladas para, en este caso, construir una nueva narrativa de carácter irónico a la vez que reivindicativo.

3.2.10. María Cañas. *Europa se hunde. Como una ola. Chanquete ha muerto*, 2012. Parodiando la situación social.



Fig. 52. María Cañas. *Europa se hunde. Como una ola. Chanquete ha muerto*¹⁵¹, 2012.

En este vídeo María Cañas recopila y muestra, a modo de *remix* y parodia, ciertos aspectos de la situación internacional, como el funeral de Kim Jong-il, dictador en Corea del Norte. Cañas mezcla las imágenes del sepelio con los obligados llantos masivos del pueblo coreano incluyendo fragmentos de la muerte de Chanquete de la popular serie televisiva española *Verano Azul*.

María Cañas también inserta fragmentos de la serie *Los vigilantes de la playa*, pero lo hace parodiándola como *Los vigilantes de la papaya*, cambia el tema musical e incluye otros cuerpos; usa la canción *Como una ola*, inserta imágenes de un Tsunami, etc. Hace de esta forma una metáfora de la situación que atraviesa la Unión Europea frente a la crisis económica, laboral, etc.

Otra de las series de las que se apropia es *Vacaciones en el mar*. También modifica su título, y la denomina *El barco del amor*. Aquí la artista asocia la historia ficticia de la serie con el trágico

¹⁵¹ Para su visionado en:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Mar%C3%ADa%20Ca%C3%B1as>>

desenlace del crucero Costa Concordia¹⁵². Cañas relaciona todo lo anterior a la crisis que asola Europa y España, a través de la mezcla de diferentes fuentes: noticias, series de televisión, música popular, etc.

María Cañas presenta la situación actual a modo de *zapping* televisivo; recopila y muestra sucesos históricos y políticos que han influido en la historia de la televisión y los une a algunas de las series internacionales y nacionales que han marcado a varias generaciones. Se apropia de ellas y, a través del montaje, relaciona situaciones políticas y sucesos de índole social, donde la realidad y la ficción se confunden.

En esta pieza se destaca la metáfora del psicoanálisis que emplea la artista al interrogar las imágenes establecidas, se da un toque de atención a la memoria apelando a diversos conflictos que María Cañas nos recuerda con humor e ironía.

¹⁵² El crucero Costa Concordia, se hundió la noche del 13 de enero del 2012, después de chocar contra un arrecife de la costa italiana, tras salirse de su ruta en la isla de Giglio, Italia.

3.3. El *scratch* y la modificación del movimiento en la imagen.

A partir de los años 60 y 70, los artistas visuales desarrollarán proyectos con músicos, cineastas, etc., utilizando material de archivo o material encontrado (*found footage*) donde la práctica de la apropiación y la remezcla será una constante hasta la actualidad. Podemos diferenciar el material de archivo haciendo referencia a una serie infinita de imágenes audiovisuales que están de alguna forma ubicadas en un lugar, del cual se pueden extraer. En cambio, el material encontrado, hace alusión a aquel que se presenta ante nosotros de modo azaroso.

En el ámbito del vídeo existe la denominación *scratch*¹⁵³, que surgió en la primera mitad de los años 80. Consiste en un remontaje, sobre todo de origen televisivo, donde además de mezclar imágenes de distintas procedencias, se suelen realizar deconstrucciones y manipulaciones formales de manera que las imágenes retroceden, avanzan, se ralentizan, se aceleran, etc.

En su diversidad, estas prácticas pueden estar en soporte fílmico o digital, pero más allá del formato, y según Rodríguez Mattalía, son concebidas como gestos intertextuales en el campo de la imagen en movimiento. De este modo, se interpela al espectador llamando su atención y apelando a su memoria, implicándolo como figura activa en el proceso de recepción de la obra.

Felipe G. Gil aborda en un texto la definición del concepto de remezcla audiovisual como combinación de varias posibilidades:

“Procomún y remezcla, el paisaje mediático está lleno de audios, vídeos e imágenes fijas que fluyen en un intercambio que convierte nuestra cultura en un bucle constante de ideas que

¹⁵³ Término que proviene de “*to scratch*”, expresión del mundo del rap que significa rayar.

viajan a la velocidad de la luz y nos enriquecen continuamente”¹⁵⁴.

Actualmente la noción del *remix* se asocia más al uso del material preexistente para combinarlo y transformarlo en nuevas formas, extendiéndose a las artes visuales. Desde la aparición de internet se ha producido una proliferación de este tipo de prácticas.

En la actualidad, localizamos el vídeo *remix* o los *Political Remix Video*¹⁵⁵ como una forma más de *collage* contemporáneo, tanto en su contenido como en su forma, es un proceso de reciclaje y de creación cultural. Son vídeos que trabajan con la apropiación, se buscan imágenes que contradigan el discurso dominante y los mitos socioculturales instaurados por los medios de comunicación de masas. Todo objeto e imagen popular y mediática es sensible de ser remezclado: *spots* electorales, películas, vídeos musicales, anuncios de televisión, comerciales, documentales, noticias extraídas de telediarios, vídeos extraídos de la red, etc. Según Rubén Díaz:

“El *Political Remix Video* conlleva un mensaje nuevo, un análisis, una apreciación, un nuevo punto de vista, un juicio y una opinión ante el nuevo discurso construido. Es un vídeo cargado de ideología y de activismo”¹⁵⁶.

¹⁵⁴ GIL, F. *Remezcla audiovisual*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Embed.at. [Consulta: 13 junio 2013]. Disponible en: <<http://antes.embed.at/article25.html>>

¹⁵⁵ Los *Political Remix Video* critican las estructuras de poder, el sistema establecido, deconstruyen mitos sociales y desafían a los medios dominantes con técnicas diversas en el montaje y la edición, mediante fragmentos de los medios y de la cultura. También *Political Remix Video* es el nombre de una convocatoria audiovisual organizada por Embed, que trata de investigar las narrativas y usos de la remezcla audiovisual como herramienta para reflexionar de manera crítica, basada en la transformación de los medios.

¹⁵⁶ DIAZ, R. *Political Remix Video*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Embed.at. [Consulta: 6 abril 2013]. Disponible en: <<http://embed.at/article4.html>>

Aunque los *Political Remix Vídeo* varían ampliamente en forma, temas y mensajes, comparten aspectos similares a la técnica situacionista. Estos trabajos presentan mensajes políticos, donde la palabra “política” refiere trabajos críticos y comprometidos, no solo se dedican a cuestionar y denunciar a las instituciones y los gobiernos, sino que también tratan aspectos sociales y culturales como género, raza, sexualidad, medio ambiente, etc. A continuación, mostraremos una selección de piezas por orden cronológico, donde la mayoría de ellas utiliza la citada técnica del *scratch*, pero donde también hay otras que trabajan simplemente con la modificación del movimiento de la imagen –característica que las une a las del primer tipo-, pero con una estrategia distinta, como puede ser el *ralenti* extremo.

3.3.1. Charles A. Ridley. *Swingig the Lambeth walk Nazi style*, 1941. Film de compilación y antipropaganda contra el régimen Nazi.



Fig. 53. Charles A. Ridley. *Swingig the Lambeth walk Nazi style*, 1941.

Eugeni Bonet sostiene que los *films* de denuncia y propaganda política durante la II Guerra Mundial ya recurrían a trabajar con

imágenes de terceros con intenciones críticas y satíricas. En la obra titulada, *Swinging the Lambeth walk Nazi style*¹⁵⁷, Charles A. Ridley recicla imágenes de soldados durante los desfiles nazis; y también del mismo Hitler: imágenes extraídas del documental de Leni Riefensthal, *El triunfo de la voluntad* (1934-1935).

Según Jonathan McIntosh, durante la II Guerra Mundial, Charles A. Ridley reeditó material de archivo de soldados nazis y de Hitler. La pieza remezclada fue distribuida de forma gratuita a las empresas aliadas con los EE. UU., y Reino Unido podría decirse que se trata del primer vídeo viral de remezcla, creado más de 60 años antes del surgimiento de *YouTube*¹⁵⁸.

En estas imágenes podemos observar un trabajo de compilación que mediante el re-montaje critica el discurso original a través de una parodia de los desfiles militares así como del propio Hitler como si fuera un director de orquesta. Esta pieza además cumple con al menos una de las metáforas sobre la apropiación que hemos comentado anteriormente, metáfora referida al procedimiento y fuente de extracción de las imágenes: arqueología.

Esta obra pudo realizarse gracias al desarrollo de la tecnología o de los procesos para editar y capturar imágenes reutilizadas. Además de utilizar el reciclaje en las imágenes.

¹⁵⁷ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=gYdmk3GP3iM>>

¹⁵⁸ MCINTOSH, J. 2012. A History of Subversive Remix Video before YouTube: Thirty Political Video Mashups Made between World War II and 2005.

Transformative Works and Cultures, nº 9 [en línea]. [Consulta: 13 abril 2013].

Disponible en:

<<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/371/299>>

3.3.2. Emergency Broadcast Network. *We Will Rock You*, 1991. Deconstruyendo el mensaje televisivo.



Fig. 54. EBN. *We will Rock You*, 1991.

Este vídeo comienza con el escudo del presidente del gobierno de los EE. UU., se muestran imágenes de la cámara del senado mientras que aparecen varias personalidades, políticos, militares aplaudiendo el discurso de George Bush. Las imágenes se van mezclando al ritmo de la música y alternando con otros personajes, Sadam Husein, presentadores de informativos. Al final del vídeo vemos a George Bush recitar por última vez, *We will Rock You* y acto seguido aparecen las imágenes del congreso, donde se está aplaudiendo el discurso del presidente.

Esta pieza, *We will Rock You*¹⁵⁹, del colectivo Emergency Broadcast Network, pertenece al género *Political Remix*. Este género se desarrolló en los años 90, en el contexto de la guerra del Golfo. *EBN* se dedica a construir mensajes críticos por medio de la apropiación de imágenes extraídas de la televisión.

¹⁵⁹ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=My7D-rlBqNU>>

La pieza que estamos comentando es una obra de remezcla mediante la popular técnica del *videoscratching*. El proceso de trabajo de *EBN* parte de la utilización de las emisiones de televisión por cable para luego remezclarlas con un ritmo *funky* haciendo alusión también a la popular canción del grupo *Queen*.

Las próximas obras que vamos a comentar, pertenecientes a Douglas Gordon y Martin Arnold no son específicamente de *remix* televisivo pero su trabajo con la imagen en movimiento los relaciona con la técnica del *scratch* al basarse en la modificación del devenir natural de la imagen cinematográfica. Este tipo de obras también contribuyen a la investigación artística en torno al cine y la imagen audiovisual en general.

3.3.3. Douglas Gordon. *24 Hour Psycho*, 1993. Un ralenti extremo.



Fig. 55. Douglas Gordon. *24h Psycho*, 1993.

Douglas Gordon se apropia de *films* muy conocidos para modificarlos por medio del ralenti, además de otro tipo de estrategias. Sus obras podemos apreciarlas como “*ready-mades*”

filmicos". El artista señala que la principal razón por la que ha elegido este modo de trabajar es de carácter económico:

"Siempre he querido hacer una película comercial que fuese un éxito de taquilla. Pero era imposible con el presupuesto que tenía en aquel momento. Al final resultó una solución más práctica, e incluso más ética, apropiarse de algo que ya existía. Y así surgió *24 Hour Psycho*"¹⁶⁰.

En sus obras, mediante repeticiones, cámara lenta y ampliaciones, el artista modifica el material audiovisual y dirige, con ello, la atención hacia las construcciones temporales, haciendo referencia además a los mecanismos del recuerdo.

*24 Hour Psycho*¹⁶¹, consiste en una proyección ralentizada de la película de Alfred Hitchcock, *Psicosis* (1960). La alusión a la duración de la pieza, veinticuatro horas, no es literal en cuando a la recepción por parte del espectador se refiere; más bien lo que quiere el artista es señalar una ruptura con el tiempo estándar de los *films*.

En esta obra las imágenes están tan ralentizadas que el movimiento es prácticamente imperceptible y el sonido apenas identificable: por ejemplo, la conocida escena de la ducha pasa a durar unos treinta minutos.

Para Rodríguez Mattalía¹⁶² el ralenti, en televisión, ha sido utilizado para subrayar momentos importantes con el fin de magnificar la acción y/o resaltar algo. Por otra parte, Douglas Gordon usa el ralenti en esta obra provocando un efecto diametralmente opuesto: pues mediante la utilización de esta técnica elimina todo suspense y tensión contenida en la imagen.

¹⁶⁰ ULRICH, H., GORDON, D. 2003. *Point of View. An Anthology of the Moving Image*. 2003. [Colección en DVD]. New York: New Museum of Contemporary Art. Citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 203.

¹⁶¹ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=Utlg5TqqVeA>>

¹⁶² RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 200.

3.3.4. Martin Arnold. *Alone. Life Wastes Andy Hardy*, 1998. Psicoanálisis de la imagen clásica del cine de Hollywood.



Fig. 56. Martin Arnold. *Alone. Life Wastes Andy Hardy*, 1998.

El trabajo de Martin Arnold¹⁶³ se basa también en la apropiación de películas del cine de Hollywood. Recopila fragmentos de *films* para escoger un lapso de tiempo muy reducido y mediante la copia óptica genera movimientos ralentizados o acelerados, hacia delante y hacia atrás con un mismo *frame*, durante un tiempo prolongado. Con esta repetición extrema de la imagen altera su significado dándole otra connotación que nos llama la atención por el carácter sexual que evoca esta nueva reconfiguración:

“Por medio de una impresora óptica fabricada por él mismo que le permite trabajar fotograma a fotograma, Arnold realiza un *ultradécoupage* que los repite, los hace avanzar y retroceder de forma que el movimiento se convierte en increíble parpadeo,

¹⁶³ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=LgqH3PK6-3Q>>

poniendo así en suspenso el sentido de las imágenes retomadas”¹⁶⁴.

En esta pieza, más allá del indudable proceso arqueológico que realiza el artista, observamos que en el montaje, Arnold convierte una escena convencional en una escena inquietante y sórdida. Su forma de trabajar el montaje nos hace pensar en una especie de psicoanálisis de la imagen clásica del cine de Hollywood, ya que su objetivo es mostrar aquello que no es visible.

Según el autor:

“El cine Hollywoodiense es un cine de la exclusión, de la reducción y del rechazo. Un cine de la repulsa. En consecuencia, debemos tener en cuenta lo que es mostrado pero también lo que no lo es. Siempre hay algo no representado detrás de lo representado. Eso es precisamente lo que es interesante de estudiar”¹⁶⁵.

¹⁶⁴ *Ibid.*, p. 188.

¹⁶⁵ MARTÍN ARNOLD citado en: RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2011. *Op. cit.*, p. 193.

3.3.5. John Callaghan. *Imagine this*, 2006. El efecto viral del vídeo en la red.



Fig. 57. John Callaghan. *Imagine this* 2006.

Imagine this de John Callaghan es una muestra del empoderamiento ciudadano. Este vídeo apareció originalmente en 2004 y se extendió en internet gracias a los usuarios que se oponían a la guerra en Irak: una guerra fuertemente promocionada por George Bush.

Dos años después, John Callaghan creó el vídeo definitivo, *Imagine this*,¹⁶⁶ que se expandió viralmente a través de la red. En la propuesta de Callaghan podemos ver al presidente Bush como si fuera a dar un discurso ante el pueblo estadounidense; sin embargo, lo que vemos en el montaje del artista, influenciado por la televisión de guerrilla, son imágenes de la invasión y la guerra de Irak mezcladas con las del presidente y otras de John Lennon: intercala escenas de tanques a través del desierto de Irak con las de niños sonrientes.

¹⁶⁶ Para su visionado en:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/John%20Callaghan>>

Mediante el montaje, Callaghan hace coincidir la letra de la canción de John Lennon con los movimientos de la boca de George Bush.

Aquí podemos resaltar varias metáforas ya señaladas cuyo objetivo último es establecer un diálogo entre las imágenes que cuestione el mensaje oficial de bush y que provoque en el espectador una reacción crítica.

3.3.6. Hernán Bula e Iker Fidalgo. *El debate*, 2011. Análisis de una verdad incómoda en la situación política española.



Fig. 58. Spot festival, NRVP N°2. *El debate*, 2011.

El debate es una obra videográfica que formó parte del spot para la realización del Festival de Creación Audiovisual #NRVP¹⁶⁷ y que

¹⁶⁷ Festival de Creación Audiovisual # NRVP. Coordinado por: Hernán Enrique Bula e Iker Fidalgo Alday. Organiza: Laboratorio de Creaciones Intermedia (UPV). Más información en: <<http://nrvp.wordpress.com/>> [Consulta: 13

hace alusión a las elecciones presidenciales Españolas del año 2011.

En esta pieza, en un acto intencionado y a través del montaje, dejamos de escuchar el discurso de cada uno de los dos principales aspirantes a presidente del gobierno para oír solo murmullos, respiraciones, exclamaciones y una constante repetición de gestos, gruñidos, onomatopeyas, etc: no se emite palabra alguna, es decir, no hay discurso que escuchar, no se enuncian promesas que no se cumplirán, no se asiste a los reclamos entre los aspirantes, cuestionándose los unos a los otros. Las imágenes de ambos candidatos aparecen contrapuestas, enfrentadas, dialogando sobre nada.

Los autores de este *spot* recurren al reciclaje de imágenes extraídas de otros medios para evidenciar y cuestionar la situación política del momento y haciendo que el silencio de los políticos hable por sí mismo.

enero 2014]. Para el visionado del audiovisual:
<<https://vimeo.com/31975073>>

CAPÍTULO 4. EL VÍDEO Y LA APROPIACIÓN EN LA ERA DE INTERNET.

En este apartado vamos a centrarnos en la cuestión de internet destacando la práctica videográfica *on-line*: cómo el acceso a la red y a las nuevas tecnologías nos ha facilitado trabajar con imágenes de todo tipo. Señalaremos aquí los pros y contras de este territorio, pues, como se señala a menudo, cada vez más se está restringiendo en este medio lo público y lo democrático. Por tales motivos trataremos más adelante los derechos de autor para comprender cuál es la lógica del *Copyleft* y *Creative Commons*.

Las posibilidades del creador en la era de internet aumentan de igual forma que ocurrió en los años 60 con la expansión de los medios. Internet marca un antes y un después en la creación artística, en las producciones audiovisuales, en la difusión y visualización de las obras y en las estrategias creativas basadas en la apropiación audiovisual del inmenso material que hay en la red.

Se está produciendo un desplazamiento de los espacios físicos hacia los espacios virtuales, ya que muchas obras han salido del espacio físico del museo y la galería para buscar un nuevo lugar: la difusión *on-line*. Esto posibilita una mayor interacción con el soporte audiovisual para mostrar, exhibir e intercambiar cualquier tipo de obra, ya que, a fin de cuentas, cualquiera puede subir un vídeo a la red.

El uso de *Youtube* o *Vimeo*, entre otros portales, permite que muchos creadores, artistas y activistas muestren sus vídeos o desarrollen sus proyectos. En la actualidad el vídeo se abre camino en los dispositivos móviles y tablets. Se explota el fenómeno del vídeo viral y el *streaming* (transmisión en vivo) mediante portales específicos para ello, entre otras prácticas llenas de posibilidades para el intercambio y la comunicación.

La red potencia y genera prácticas tipo *crowdfunding*: nuevas formas de producción, distribución y financiación de proyectos fuera del *mainstream*. La red es además un medio idóneo para la distribución y transmisión de contenidos pues permite intercambiar información y estudiar la cultura visual contemporánea de un modo más directo: acceso a la información, a las imágenes fijas o móviles... Todo ello puede utilizarse como materia prima volviendo a difundirse a través de la red o mediante otros circuitos.

Si hasta ahora hemos señalado las ventajas, cabe mencionar también los peligros derivados: a menudo se nos olvida que la red también está sometida a los intereses políticos y económicos de las corporaciones, las multinacionales, los gobiernos. José Luis Brea comenta que la red es:

“La ilusión de una zona temporalmente autónoma, de un dominio ajeno a la territorialización del mercado e institución —es una ilusión definitivamente imposible de sostener”¹⁶⁸.

Con este comentario Brea indica que, aunque en un momento dado se pensó en internet como utopía democrática, ese tiempo está empezando a desvanecerse y, sin ir más lejos, podemos dar ejemplos que han acontecido en España: la Ley Sinde sobre los derechos relacionados con el *Copyright* o la nueva Ley de Propiedad Intelectual, que penaliza el uso de enlaces y el acto de compartir contenidos publicados en la red. Evidentemente, los primeros afectados por esta decisión son los espacios de comunicación e información, como por ejemplo *Google News*. Aunque los usuarios corrientes de internet también se ven afectados pues se nos puede penalizar por el uso de determinados enlaces o por compartir determinados contenidos.

Es cierto que detrás de internet hay un mercado que modifica los hábitos de consumo, de comunicación y de entretenimiento de la sociedad, que incluso llegan a monitorizarnos para saber cuáles

¹⁶⁸ BREA, J. 2006. *Op. cit.*, p. 23.

son nuestros gustos (*cookies*), etc. En contrapartida, internet ofrece una comunicación descentralizada en la que no hay un único emisor, sino muchos emisores ofreciendo información paralela a los medios convencionales.

Todo esto posibilita que existan un gran número de páginas web y portales donde se almacenan archivos libres para descargar material, además de otras posibilidades de descarga mediante captadoras o enlaces a materiales audiovisuales.

Gracias a todo esto se ha generado todo un mundo de remezclas audiovisuales. La creación en vídeo, a partir de la expansión digital, de los materiales digitales y del archivo de formato abierto, permite que las prácticas audiovisuales de *found footage*, remezcla, etc., proliferen.

También se han generado sitios *on-line* que tratan los aspectos legales, la autoría de la obra, de qué forma se puede compartir en la red; y la producción audiovisual basada en la apropiación a través de unas licencias que otorgan derecho a la parodia, la cita, etc.

Internet se convierte en un escaparate donde mostrar cualquier tipo de producción audiovisual y musical, donde podemos encontrar grupos musicales que se han lanzado a la producción independiente de *videoclips* normalmente exhibidos en plataformas virtuales como las de *Vimeo*, *Youtube* o *Myspace*. La aparición de inmensos archivos de imágenes, muchos de ellos libres de derechos, tales como *Arcay.org*, *Visionaryfilm*, *Venusplutón*, posibilitan la proliferación de vídeos y películas de *found footage* y de apropiación. Además, con la facilidad de acceso a los *softwares* de edición de vídeo ya no es estrictamente necesario ser un profesional del medio, cualquiera puede trabajar con la imagen móvil. Por lo tanto, el usuario ya no es un mero consumidor y espectador, sino que también es productor de contenidos.

Para Enrique Piñuel¹⁶⁹, las posibilidades del reciclaje audiovisual son innumerables y están presentes en muchas áreas, no únicamente la cinematográfica, sino que también se emplea en otras artes. Como refiere el autor, en plena era de la remezcla y el *scratcheo* audiovisual, surge una línea de trabajo que une la música y el *found footage*: como resultado se crean videoclips que utilizan imágenes de archivo. También hay unas prácticas audiovisuales que utilizan la música y la imagen apropiada creando un espectáculo multimedia en las sesiones de VJ (*Video Jockey*).



Fig. 59. eXgae. *El hundimiento de "El Hundimiento"*, 2010.

En el amplio panorama del reciclaje de imágenes hay una prolífera vertiente de vídeos (*re-cuts*) con un sentido más lúdico y de humor, como señala Piñuel. Son trabajos que reutilizan fragmentos de una película donde se altera la banda sonora, se dobla a los personajes o se introducen textos que cambian el sentido del

¹⁶⁹ PIÑUEL, E. *Otras desviaciones de la imagen*. Texto sin paginación consultado on-line en la página Numerocero.es. [Consulta: 11 junio 2013]. Disponible en: <<http://numerocero.es/cine/articulo/otras-desviaciones-imagen/241>>

original. Como por ejemplo la pieza, *El hundimiento de “El Hundimiento”* realizado por la eXgae¹⁷⁰.

Previo a este vídeo, la eXgae realizó otro, *Hitler no ama el derecho*, una parodia para la que utilizaron las imágenes de la misma película: *El Hundimiento* de Oliver Hirschbiegel (2004), con la intención de hablar del proceso de apropiarse de material con derechos de terceros. Citamos este trabajo, entre otras cosas, porque fue censurado, al igual que muchos otros, por motivos del *Copyright*; pero aquí, la eXgae reaccionó ante esta situación y readaptó su obra a la ley que permite la posibilidad del derecho a la parodia, (artículo 39 de la Ley de Propiedad Intelectual del 2003, que veremos más adelante).



Fig. 60. Sut Jhally. *Dreamworlds 2*, 1990-1995.

Eugeni Bonet resalta que el desmontaje posee ciertas cualidades pedagógicas. Por ejemplo, en otro vídeo de compilación creado por Sut Jhally, profesor de comunicaciones en la Universidad de

¹⁷⁰ eXgae, colectivo que promueve otros modelos alternativos de difusión cultural y sobre la gestión de los derechos de autor. EXGAE [sitio web] [Consulta: 14 septiembre 2014]. Disponible en: <<http://whois--x.net/>>

Massachussets, titulado *Dreamworlds: Desire, Sex, Power in Rock Video 2*¹⁷¹ (1990-1995).

El autor montó numerosos extractos de vídeos musicales grabados de las emisiones del canal *MTV*; examinó 160 videoclips con el propósito de analizar de qué manera se representa a las mujeres en estos populares promocionales de la industria discográfica. Su conclusión fue que en la mayoría de las ocasiones las mujeres aparecen como objetos sexuales o ninfomaníacas, utilizadas como accesorios para vender música.

Este trabajo nos ayuda a corroborar la importancia y la necesidad de este tipo de prácticas apropiacionistas para cuestionar las imágenes que nos rodean. La *MTV* intentó demandar a Sut Jhally pero este afirmó que su obra estaba protegida bajo la disposición la Ley de Derechos de Autor: una disposición que permite a otros a utilizar o duplicar partes de materiales con derechos de autor con el propósito de realizar una crítica, análisis o recreación de la obra diferente. Como sostiene Daniel G. Andújar:

“Estos nuevos trabajos tienen la capacidad de cuestionar el mundo en que vivimos y reflejan la naturaleza propia de la práctica artística, así como de otros procesos culturales”¹⁷².

Piñuel nos recuerda que las posibilidades del reciclaje audiovisual son innumerables y están presentes en muchas áreas, como por ejemplo en la publicidad, donde encontramos numerosos casos, como el *spot* realizado para la marca *BMW*. Los creativos tomaron la famosa entrevista realizada a Bruce Lee para un programa de la televisión canadiense en 1971. Montaron las imágenes de modo

¹⁷¹ BONET, E. 1993. *Op. cit.*, p. 20.

Sut Jhally, profesor de Comunicación de la Universidad de Massachussets Amherst, ha creado posteriormente otras versiones donde vuelve a examinar en los vídeos musicales como se representa a la mujer y sobre todo la sexualidad en nuestra cultura. Haciendo hincapié en la influencia que tienen estos vídeos en la formación de la sexualidad y el género.

¹⁷² ANDÚJAR, D. 2008. *Op. cit.*, p. 30.

que es Bruce Lee quien termina por anunciar un coche *BMW*: “*be water, my friend*”.¹⁷³



Fig. 61. Bruce Lee. “*Be water, my friend*”, 2006.

En el artículo publicado en la revista *Exit Express*, titulado “Apología de la apropiación legítima”, Daniel Andújar defiende la idea de la cultura como construcción colectiva y como consecuencia, algo legítimo en lo que respecta a la técnica de la apropiación:

“El Arte, como cualquier otro proceso cultural, es básicamente un proceso de transmisión, de transferencia, de diálogo continuo, permanente y necesario. En ocasiones olvidamos que este proceso implica trasgresión, ruptura, ironía, parodia, usurpación, confrontación, investigación, exploración, interrogación, contestación y, por supuesto, también apropiación”¹⁷⁴.

No obstante, Daniel G. Andújar sostiene también que esta forma de creatividad o práctica artística está amenazada por la ley que puede afectar y paralizar las nuevas formas de expresión e

¹⁷³ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=GAKkhX7iggw>>

¹⁷⁴ *Ibid.*, p. 30.

investigación. El autor defiende que deben existir menos restricciones para que los artistas puedan desarrollar su trabajo sin necesidad de exclusión e ilegalidad. En el citado texto reivindica que se considere la práctica apropiacionista en beneficio de todos. Andújar señala que es necesaria una ley que ofrezca medios y acceso a las obras de otros para el desarrollo y avance en cualquier tipo de creación. Lo que nos deja perplejos, es que en plena era de la producción digital y del intercambio en red, todavía continúen los intentos por mantener ideas de otra época sobre la propiedad y el control de la cultura.

Lo que realmente se está debatiendo cuando hablamos de las formas legales o ilegales, es el uso y difusión del arte y del conocimiento, la relectura e interpretación libre de textos, imágenes, sonidos.

4.1. Aspectos legales: *Copyright*.

Las leyes de propiedad intelectual obstaculizan las nuevas posibilidades de reelaboración y creación (tecnologías de producción y distribución), es decir, se están limitando las formas de creación y de difusión compartida. Como apunta Gloria Vilches:

“Según nuestro sistema legal, la apropiación audiovisual supone un choque frontal con los pilares fundamentales en los que se basa la ley de propiedad intelectual y los derechos de autor”¹⁷⁵.

En este apartado expondremos la Ley de Propiedad Intelectual española para ver los límites que se demarcan con ella. En contrapartida, señalaremos los nuevos tipos de licencias alternativas, como las *Creative Commons*, que son mucho más flexibles y generan muchas más opciones para poder trabajar con material de apropiación y de dominio público.

A continuación, de la Ley de Propiedad Intelectual publicada en el BOE¹⁷⁶, señalamos los artículos que resultan relevantes en relación a la técnica de la apropiación:

Artículo 19. Distribución: “Se entiende por distribución la puesta a disposición del público del original o de las copias de la obra, en un soporte tangible, mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma”.

Artículo 20. Comunicación pública: “Se entenderá por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas”.

¹⁷⁵ VILCHES, G. *El conflicto de la apropiación audiovisual con la Ley de propiedad Intelectual*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Daniel G. Andújar Archive. [Consulta: 11 junio 2013]. Disponible en: <<http://www.danielandujar.org/2010/09/03/el-conflicto-de-la-apropiacion-audiovisual-con-las-leyes-de-propiedad-intelectual/>>

¹⁷⁶ REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/1996, Ley de propiedad intelectual. Boletín Oficial del Estado [en línea]. [Consulta: 08 abril 2013]. Disponible en: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>>

Artículo 21. Transformación: “La transformación de una obra comprende su traducción, adaptación y cualquier otra modificación en su forma de la que se derive una obra diferente”.

Artículo 32. Citas y reseñas e ilustración con fines educativos o de investigación científica: “Es lícita la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras ajenas de naturaleza escrita, sonora o audiovisual, así como la de obras aisladas de carácter plástico o fotográfico figurativo, siempre que se trate de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Tal utilización solo podrá realizarse con fines docentes o de investigación, en la medida justificada por el fin de esa incorporación e indicando la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada”.

Gloria Vilches hace una interesante reflexión sobre la Ley de Propiedad Intelectual y la apropiación audiovisual, concretamente con el artículo 32, y dice así:

“Según este, las condiciones que permiten citar (entendido en nuestro caso en el sentido de integrar) una obra ajena en una propia incluso sin el consentimiento de su autor son las siguientes: que la obra apropiada haya sido divulgada con anterioridad; que se indique la fuente y el nombre de su autor; que el motivo de la inclusión sea el análisis, el comentario o el juicio crítico; que responda a fines docentes o de investigación; y que la medida sea la justificada para su fin. Los primeros dos requisitos son claros y certificables, pero los siguientes resultan extremadamente ambiguos, y su lectura puede hacerse en un sentido restrictivo o laxo”¹⁷⁷.

Continuamos señalando los siguientes artículos;

Artículo 33. Trabajos sobre temas de actualidad: “Los trabajos y artículos sobre temas de actualidad difundidos por los medios de comunicación social podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por cualesquiera otros de la misma clase, citando la fuente y el autor si el trabajo apareció con firma y siempre que no se hubiese hecho constar

¹⁷⁷ VILCHES, G. 2010. *Op. cit.*

en origen la reserva de derechos. Todo ello sin perjuicio del derecho del autor a percibir la remuneración acordada o, en defecto de acuerdo, la que se estime equitativa”.

Artículo 35. Utilización de las obras con ocasión de informaciones de actualidad y de las situadas en vías públicas: “Cualquier obra susceptible de ser vista u oída con ocasión de informaciones sobre acontecimientos de la actualidad puede ser reproducida, distribuida y comunicada públicamente, si bien sólo en la medida que lo justifique dicha finalidad informativa. Las obras situadas permanentemente en parques, calles, plazas u otras vías públicas pueden ser reproducidas, distribuidas y comunicadas libremente por medio de pinturas, dibujos, fotografías y procedimientos audiovisuales.”

Artículo 37. Reproducción, préstamo y consulta de obras mediante terminales especializados en determinados establecimientos: “Los titulares de los derechos de autor no podrán oponerse a las reproducciones de las obras, cuando aquellas se realicen sin finalidad lucrativa por los museos, bibliotecas, fonotecas, filmotecas, hemerotecas o archivos de titularidad pública o integradas en instituciones de carácter cultural o científico y la reproducción se realice exclusivamente para fines de investigación o conservación”.

Artículo 39. Parodia: “No será considerada transformación que exija consentimiento del autor la parodia de la obra divulgada, mientras no implique riesgo de confusión con la misma ni se infiera un daño a la obra original o a su autor”.

Artículo 41. Condiciones para la utilización de las obras en dominio público: “La extinción de los derechos de explotación de las obras determinará su paso al dominio público. Las obras de dominio público podrán ser utilizadas por cualquiera, siempre que se respete la autoría y la integridad de la obra, en los términos previstos en los apartados 3º y 4º del artículo 14”.

Y a modo de conclusión, Vilches sostiene:

“Como justificación ante las leyes que protegen los derechos de autor de las obras originales, se podría argumentar —y así lo hacen muchos de estos cineastas y videoartistas— que la

apropiación genera una nueva obra original, porque presenta el trabajo apropiado bajo un prisma nuevo, invitando a hacer una nueva lectura gracias a su recontextualización y añadiendo una nueva capa crítica al trabajo apropiado. Según este argumento, la apropiación audiovisual quedaría recogida dentro del derecho de cita, puesto que se podría considerar un ejercicio de experimentación creativa, investigación audiovisual o análisis”¹⁷⁸.

Hay que señalar que lo que se está exponiendo es la defensa y protección para los artistas audiovisuales que utilizan la cultura que les rodea, para que puedan realizar nuevos trabajos de apropiación y que no por ello estén haciendo una falsificación o plagio de la obra original, sino todo lo contrario: ellos utilizan un enfoque nuevo y reflexivo que automáticamente genera una transformación de la obra de origen. Además no amenazan, ni atentan en ningún caso la integridad de la obra o el mercado comercial del material original como algunos piensan, pues insistimos: su producción es una obra nueva y diferente.

En EE.UU., se ha aplicado el término del uso legítimo o uso razonable (*fair use*, en inglés) el cual permite trabajar con material apropiado pero con un uso limitado de material protegido sin necesitar permiso del propietario de los derechos. Esta excepción también está contemplada en el *Copyright*.

El *fair use* se aplica si la obra tiene fines didácticos o docentes sin ánimo de lucro, es decir, que ha de ser no comercial. Hay unos requerimientos que se deben cumplir: la obra ha de ser totalmente diferente a la original, creando un mensaje nuevo. También se debe respetar la naturaleza de la obra protegida: se ha de indicar la autoría de la obra original, sea mediante una cita, un extracto, etc. Además, la parte utilizada en relación con la obra original debe ser limitada en relación a la obra total. Finalmente, se tiene también en cuenta el efecto de la nueva obra en el mercado: la obra derivada no debe de suponer competencia económica a la

¹⁷⁸ *Ibid.*

original pues el discurso es otro y su práctica debe de darse en otro ámbito.

4.2. Copyleft, Creative Commons y Cultura libre.

La Cultura libre es una corriente de pensamiento que defiende la libertad en la distribución y modificación de trabajos creativos basándose en el principio del contenido libre para distribuir o modificar trabajos y obras creativas usando internet así como otros medios. Este movimiento se contrapone a las medidas restrictivas de los derechos de autor que obstaculizan la creatividad, el desarrollo y los derechos de los otros. La cultura libre está conformada por varios tipos de corrientes de pensamiento: el dominio público, el *Copyleft*, las licencias *Creative Commons* y las licencias de programas libres (*software* libre). Al respecto, Lawrence Lessig, en el texto, *Por una Cultura Libre*, explica cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad:

“Las culturas libres son culturas que dejan una gran parte abierta a los demás para que se basen en ella; las que no son libres, las culturas del permiso, dejan mucho menos. La nuestra era una cultura libre. Se está convirtiendo en una que lo es en mucho menor grado”¹⁷⁹.

El *Copyleft*¹⁸⁰ es una alternativa al *Copyright* y consiste en permitir la libre distribución de copias y versiones modificadas de una obra o trabajo, exigiendo que los mismos derechos sean preservados en las versiones modificadas. Se pretende ofrecer a un autor la posibilidad de liberar una obra, escogiendo una licencia libre que permita su utilización, copia, modificación y redistribución. Del mismo modo, mediante el *Copyleft*, se garantiza que se preserven tales libertades para los receptores de una copia o de una versión derivada. La idea es sustituir la popular frase, “todos los derechos

¹⁷⁹ LESSIG, L. 2005. *Por una cultura libre*. [en línea].Madrid: Traficantes de Sueños. [Consulta: 05 marzo 2014]. Disponible en:
<<http://www.traficantes.net/libros/por-una-cultura-libre>>

¹⁸⁰ WIKIPEDIA. COPYLEFT. [Consulta: 18 mayo 2015]. Disponible en:
<<https://www.wikipedia.com>>

reservados” del *Copyright*, por “algunos derechos reservados”, e incluso, “ningún derecho reservado”, del *Copyleft*, según considere el autor.

Con el término inglés *Copyleft*, se definen diversas prácticas de *software* libre que han surgido en los últimos años a partir de la propuesta de Richard Stallman en 1988. La *General Public License (GPL)* ofrece la libertad de copiar y compartir programas con otras personas, modificarlos de acuerdo a los intereses de cada cual y distribuir incluso una versión mejorada. Lo único que no está permitido es apropiarse del *software* o prohibir su libre circulación. Frente al *Copyright* restrictivo, se fomenta no solo el beneficio económico de los autores sino también el enriquecimiento creativo y comunitario, proponiendo un acceso más libre a bienes y recursos culturales. El *Copyleft* se opone al *Copyright* porque entiende la cultura, el conocimiento y la información como bienes sociales, mientras que el *Copyright* lo trata todo como pura mercancía.

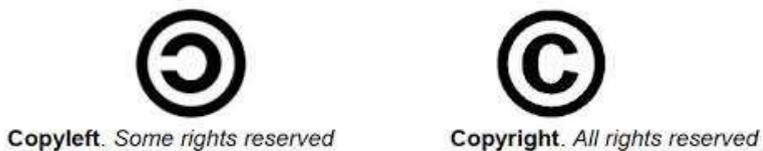


Fig. 62. Símbolos *Copyleft* y *Copyright*.

Otra de las propuestas respecto a la licencia de derechos procede de *Creative Commons*, una organización sin ánimo de lucro (presidida por Lawrence Lessig) que desde el año 2001 y con el apoyo de universidades e instituciones, un equipo jurídico y expertos en tecnología, quiere ofrecer un marco legal a aquellas propuestas artísticas, culturales o científicas que apuesten por cooperar en lugar de competir o restringir.

Creative Commons no solo ofrece un marco legal sino también una serie de aplicaciones informáticas que facilitan la distribución y el uso de contenidos en beneficio de la sociedad: esto es, un espacio intermedio entre la regulación restrictiva que aplica la normativa vigente y la abolición total del *Copyright*.

La opción más básica y abierta de *Creative Commons* es la **Licencia de Reconocimiento**: es un tipo de licencia que nos posibilita distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de una obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original. Esta licencia básica se puede completar con otras:

“**Reconocimiento-SinObraDerivada**. Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría”.

“**Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual**. Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos”.

“**Reconocimiento-CompartirIgual**. Esta licencia permite a otros re-mezclar, modificar y desarrollar sobre otra obra incluso para propósitos comerciales, siempre que se atribuya el crédito y se licencien sus nuevas obras bajo idénticos términos”.

“**Reconocimiento-NoComercial**. Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, y aunque en sus nuevas creaciones deban reconocerle su autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos”.

“Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada.

Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, solo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente”¹⁸¹.

Se pueden combinar las licencias propiciando un uso más favorable según lo desee el autor, por ejemplo, citar a la autoría exigiendo un uso no comercial, pero también se puede permitir la manipulación u obtener una licencia de atribución que exija no alterar la obra pero que sí posibilite el uso comercial, etc.

Las licencias	
1) 	Atribución CC BY
2) 	Atribución-SinDerivadas CC BY-ND
3) 	Atribución-NoComercial-CompartirIgual CC BY-NC-SA
4) 	Atribución-CompartirIgual CC BY-SA
5) 	Atribución-NoComercial CC BY-NC
6) 	Atribución-NoComercial-SinDerivadas CC BY-NC-ND

Fig. 63. Tabla *Creative Commons*.

Esta tabla muestra los símbolos de *Creative Commons* que al ser combinados generan seis licencias. Las citadas licencias han supuesto un cambio radical respecto al tradicional sistema de cesión de los derechos, además de implementar una mayor flexibilidad por parte de los autores al permitir optar por un modelo

¹⁸¹ CREATIVE COMMONS [sitio web]. [Consulta: 5 mayo 2013]. Disponible en: <<https://creativecommons.org/licenses/>>

alternativo de distribución y de difusión de su obra. Lo característico de estas licencias es que no suponen una negación absoluta de los derechos de autor, pero sí permiten que los autores puedan ceder parte de sus derechos: sin que los usuarios tengan que pagar cifras astronómicas, o esperar muchos años tras la muerte del autor.

Una vez expuestas las licencias de las *Creative Commons* y una vez examinadas sus características, así como las ventajas que nos ofrecen, destacamos el documental *¡Copiad, malditos!*¹⁸² de Stéphane M. Grueso, 2011. Es el primer documental elaborado con una licencia de las *Creative Commons*. Permite visionarlo, descargarlo y copiarlo libremente siempre que se cite la fuente de origen. Con este trabajo se promueve la liberación de otras obras y a la vez reconocer al autor.

En este sentido, destacamos de la *X.net*¹⁸³ las características de lo que se considera una creación libre, según la definición de las obras culturales libres, que son aquellas que proporcionan a los usuarios/creadores las siguientes libertades: usar el trabajo y disfrutar de los beneficios de usarlo, estudiar el trabajo y aplicar los conocimientos adquiridos de él, hacer y redistribuir copias, ya sea de su totalidad o de una parte y por último, hacer cambios y mejoras, y distribuir el resultado derivado de estos cambios.

La revolución actual apuesta por lo comunitario y apuesta por entender la propiedad intelectual primando la idea de propiedad social, intentando que las obras de creación puedan ser compartidas con mayor fluidez, circulando libres de derechos

¹⁸² Para su visionado en:

<<http://www.rtve.es/television/documentales/copiad-malditos/>>

¹⁸³ *X.net* nació con el nombre de EXGAE en 2008 como asesoría y plataforma para librar a los ciudadanos y artistas de los abusos de la SGAE y las industrias culturales con el fin de defender los derechos de los ciudadanos y artistas en la era digital. Para esto construyeron un conjunto de herramientas y documentos disponibles en el blog: <<https://xnet-x.net/blog/>> XNET: [Consultla: 12 abril 2013].

restrictivos, en beneficio de la cultura, la creación y de la sociedad¹⁸⁴.

¹⁸⁴ Destacar el trabajo de algunos colectivos y grupos de investigación que intentan gestionar la cultura de otra forma, cuestionando la propiedad intelectual y la creación audiovisual: Medialab-Prado (Madrid), CCBB Lab (Barcelona), Museo Reina Sofía y Zemos98 (Sevilla). También hay bibliotecas *online* como *Traficantes de Sueños* donde los esfuerzos se centran en gestionar la cultura de otra manera.

PARTE II. VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA CULTURA VISUAL. VIDEOARTE Y PERSPECTIVA DE GÉNERO.



“La representación del género es su construcción, y en el sentido más simple se puede afirmar que todo el arte y la cultura occidental es el cincelado de la historia de esa construcción”¹⁸⁵.

Teresa de Lauretis.

“Las mujeres son muy visibles como seres sexuales, pero como seres sociales son totalmente invisibles, y aun así deben hacerse lo más pequeñas posible y deben siempre disculparse”¹⁸⁶.

Monique Wittig.

¹⁸⁵ LAURETIS, T. 2000. *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*. Madrid: Horas y Horas, p. 36.

¹⁸⁶ WITTIG, M. 2006. *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Traducción de Javier Sáez y Paco Vidarte. Madrid: Egales, p. 28.

Hemos expuesto, en la primera parte de la tesis, cómo el vídeo ha sido y es una herramienta fundamental para el análisis y la crítica de las imágenes y que, junto a la estrategia discursiva de la apropiación, apunta a desmontar el discurso hegemónico.

A continuación, en esta segunda etapa de la tesis, desarrollaremos su marco teórico central: aquí profundizaremos en los feminismos y estudios de género, revisando la violencia simbólica respecto a las mujeres en el territorio de la cultura visual¹⁸⁷: arte, cine, televisión y publicidad. A su vez, se expondrá también un marco práctico pues analizaremos las obras videográficas que exploran estas temáticas.

Estudiaremos cómo el vídeo se erige como herramienta de emancipación y de empoderamiento, será aquí donde comentaremos algunos aspectos básicos sobre el videoarte en España. Una vez hecho esto, abriremos dos frentes: *el vídeo como instrumento político y de concienciación social y la apropiación como estrategia en el discurso feminista*. El tratamiento de estos dos campos contribuirá a sumergirnos en la situación de denuncia, crítica y lucha que es central para las obras videográficas que vamos a analizar.

En capítulos posteriores presentaremos un breve contexto sobre el videoarte en España y México como referentes en la creación de la obra personal presentada. El análisis de dichas obras incluirá comentarios referidos a los contextos geográficos seleccionados, pero no hablaremos de capítulos dedicados a este tema. De la situación videográfica en México, estudiaremos los conflictos raciales, de género y la violencia que hay en las narrativas visuales.

Al término de esta parte de la tesis doctoral habrán quedado ya definidos y estudiados de los tres ejes fundamentales de nuestra investigación: el vídeo como herramienta de estudio, el uso de la

¹⁸⁷ Cuyos principales exponentes son las artes plásticas, el cine, etc., más adelante se definirá el término.

apropiación audiovisual como estrategia crítica y el análisis de la violencia de género en la cultura visual.

CAPÍTULO 5. EL GÉNERO COMO CATEGORÍA ANALÍTICA: ALGUNOS APUNTES.

En este capítulo estudiaremos el discurso de género como eje vertebrador que sustenta la teoría sobre la construcción femenina. Es necesario adentrarnos en la teoría de género para visibilizar las desigualdades sociales, políticas y sexuales que sufre una mujer por su condición en una cultura todavía predominantemente patriarcal¹⁸⁸.

El feminismo postula que el género corresponde a la construcción social, cultural y psicológica impuesta sobre la diferencia sexual biológica, lo que significa que el género se construye culturalmente y que depende de los contextos y del significado que se le dé. Esto implica que esté mediado por otras categorías como la raza, la religión, la clase social, el lugar de origen y la preferencia sexual.

Abordaremos herramientas teóricas y metodológicas desde la perspectiva de género; la introducción al concepto de género dará cabida a una nueva forma de presentar y auto-representar nuevos modelos de masculinidades y feminidades. La conciencia sobre la diversidad de diferentes modelos de identidad es clave para el desarrollo de los estudios de género. En esta parte nos introduciremos en el concepto de género con las definiciones y teorizaciones de algunas de las autoras que más han contribuido a tales cuestiones.

Simone de Beauvoir, en sus brillantes aportaciones a la teoría del género desde el ámbito de la filosofía existencialista, argumenta que el discurso masculino ha convertido a la mujer en la otredad:

¹⁸⁸ *Cfr.* Diccionario de la Transgresión feminista: el patriarcado es un sistema de poder y de dominio del hombre sobre la mujer. Este sistema opera a través de las instituciones políticas y sociales que se articulan para mantener y reforzar un orden social, económico, cultural, religioso y político que determina la subordinación de las mujeres.

“No se nace mujer: se llega a serlo. Ningún destino biológico, psíquico, económico, define la imagen que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; el conjunto de la civilización elabora este producto intermedio entre el macho y el castrado que se suele calificar de femenino. Solo la mediación ajena puede convertir a un individuo en Alteridad”¹⁸⁹.

La autora establece que es en la sociedad, a través de la cultura patriarcal, donde se determinan las características femeninas y masculinas y que por tanto, no se trata de algo natural. Asumiremos tales afirmaciones, la de definir el género como una construcción social, y la de presentarlo como “tecnología de género”; en términos de Lauretis:

“[...] el género, ya sea como representación o auto-representación, sea considerado como el producto de variadas tecnologías sociales, como el Cine, y de discursos institucionalizados, epistemologías y de prácticas críticas, además de prácticas de la vida cotidiana”¹⁹⁰.

Lo que nos interesa resaltar de Lauretis es cómo entiende las producciones culturales y sociales, al igual que otros aparatos e instituciones responsables de intervenir en el proceso de construcción del género, de mantenerlo y perpetuarlo dentro del sistema. En definitiva, Lauretis entiende que:

“[...] el término *gender* es la representación de una relación, es decir, la relación de pertenencia a una clase, a un grupo, a una categoría. El género es la representación de una relación o, si puedo anticipar brevemente mi segunda proposición, el género construye una relación entre una entidad y otras entidades que están ya constituidas como

¹⁸⁹ BEAUVOIR, S. 1999. *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra, p. 13.

¹⁹⁰ La autora aplica la noción de “tecnología del sexo” de Michael Foucault en *Historia de la Sexualidad*, pensando el género a través de las técnicas y estrategias discursivas por las que se construye y perpetúa. Por otra parte Foucault define la tecnología de sexo como un conjunto de técnicas para asegurar la supervivencia de la burguesía. LAURETIS, T. 2000. *Op. cit.*, p. 35.

clase, y tal relación es de pertenencia. De esta manera, el género asigna a una entidad, digamos un individuo, una posición en el seno de una clase, y por tanto también una posición respecto a otras clases preconstituidas”¹⁹¹.

Por lo tanto, el género sería una derivación de la diferencia sexual; lo que se plantea y discute es la relación causal que se da entre sexo-género y que llevaría a un determinismo biológico. Para Joan Scott, el género es una categoría útil y necesaria para abordar el análisis histórico y para introducir a la mujer en la historiografía, así como para comprender todos los mecanismos que lo sostienen:

“La forma en que esta nueva historia debería incluir y dar cuenta de la experiencia de las mujeres depende de la amplitud con que pudiera desarrollarse el género como categoría de análisis”¹⁹².

Es necesario, como señala la autora, la inclusión de otras categorías, imprescindibles para el análisis, como lo son la clase social y la raza. Como apunta Joan Scott, el término género tiene un significado social y cultural, es decir: “Género es, según esta definición, una categoría social impuesta sobre un cuerpo sexuado”¹⁹³.

Scott apunta que hay varios autores que señalan el componente psíquico en la construcción del género y nos sugiere que igual que se resaltan las implicaciones para el análisis de género del contexto social, ideológico y económico, habría que incluir la estructuración psíquica de la identidad del género para estudiar la conexión entre la sociedad y las estructuras psíquicas que parecen permanentes.

¹⁹¹ *Ibid.*, pp. 37-38.

¹⁹² SCOTT, J. 1996. El género: una categoría útil para el análisis histórico. En: LAMAS, M. (comp.). *El Género la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: UNAM-PUEG, pp. 267-268.

¹⁹³ *Ibid.*, p. 271.

Como señala la autora, en el ámbito académico feminista de los años 80 se acogió la palabra “género” por “mujeres” pues tiene que ver más con un concepto político de análisis, además su significado es más neutral y objetivo. De acuerdo con Joan Scott:

“El término género forma parte de una tentativa de las feministas contemporáneas para reivindicar un territorio definidor específico, de insistir en la insuficiencia de los cuerpos teóricos existentes para explicar la persistente desigualdad entre mujeres y hombres”¹⁹⁴.

Pero será Monique Wittig, quién irá más lejos al escribir: “Las lesbianas no son mujeres”¹⁹⁵, haciendo una marcada diferencia respecto a la construcción feminizada y heterosexual del concepto de mujer.

El feminismo, acuñado “de la tercera oleada”, surge como una reacción frente al feminismo esencialista, y evita caer en la trampa universalizadora que supone hablar desde la posición de la mujer blanca y heterosexual, dejando fuera otros discursos, como el de las lesbianas, las latinas, las afroamericanas, etc. La variedad de cuestiones y voces son más que nunca reconocidas mientras proliferan y convergen la teoría *queer*, poscolonial, decolonial, etc.

Este tipo de feminismo ya no es solo un discurso en defensa de las mujeres, sino también de las minorías étnicas y sexuales que son igualmente marginadas por el poder hegemónico: se contempla la interacción del género con la raza, la clase, el sexo y la heterosexualidad como principales categorías políticas para explicar las diversas realidades que sufren las mujeres que no son de origen blanco. Para Judith Butler:

¹⁹⁴ *Ibid.*, p. 287.

¹⁹⁵ WITTIG, M. 2006. *Op. cit.*, p. 57. La autora pondrá en cuestión la heterosexualidad como un sistema político y social que se basa en la opresión de las mujeres por los hombres, un sistema que marca diferencias sexuales para justificar esta opresión.

“La postura de que el género es performativo intentaba poner de manifiesto que lo que consideramos una esencia interna del género se construye a través de un conjunto sostenido de actos, postulados por medio de la estilización del cuerpo basada en el género”¹⁹⁶.

Con esta postura, la autora confirma que lo que hemos adquirido y manifestado como algo distintivo nuestro, es algo que reproducimos a través de ciertos actos corporales. Butler elaboró un modelo de concepto de género donde define que las categorías de hombre y mujer se construyen por la repetición de actos. Como apunta Virginia Villaplana:

“[...] el género es una construcción social basada en la repetición de acciones que incluyen unas tareas, una forma de utilizar el cuerpo, una relación con el lenguaje, una forma de utilizar el espacio, una forma de consumir y una forma de interrelacionarse”¹⁹⁷.

¹⁹⁶ BUTLER, J. 2007. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Traducción de María Antonia Muñoz. Barcelona: Paidós, p.17.

¹⁹⁷ VILLAPLANA RUIZ, V. 2008. *Nuevas violencias de género, arte y cultura visual*. PEDRO ORTUÑO MENGUAL, director. Tesis doctoral, Universidad de Murcia, p.145.

5.1. Modelo Mujer: estereotipo sexual.

El término “mujeres”, como sabemos, indica un lugar y una identidad común pero hay que matizar: existen otros modelos que no necesariamente se reconocen como mujeres.

Partiremos de un modelo de “mujer” que aunque no sea el único, es el que predomina y representa generalmente la cultura dominante occidental: mujer blanca, rubia y generalmente, de origen anglosajón. Un modelo de mujer occidental que ha sido exportado a otras culturas mediante los medios de comunicación masiva (televisión, cine convencional, etc.) y el arte hegemónico dentro de un sistema dominante androcéntrico. Un modelo inventado, con un único canon de belleza, un modelo que suprime otras identidades y que elimina las subjetividades del devenir “mujer”. Según la antropóloga Marcela Lagarde:

“La feminidad es la distinción cultural históricamente determinada, que caracteriza a la mujer a partir de su condición genérica y la define de manera contrastada, excluyente y antagónica frente a la masculinidad del hombre. Las características de la feminidad son patriarcalmente asignadas como atributos naturales, eternos históricos, inherentes al género y a cada mujer”¹⁹⁸.

Empar Cubells, explica que la estrategia deconstructiva genera un análisis y una discusión profunda sobre la construcción de mujer en los discursos científicos y a la vez, una deconstrucción de estos:

“Si bien la deconstrucción feminista se vale sobre todo de la idea de que no existe algo “natural” y que el proceso de la significación del sujeto mujer es un proceso social en el cual está

¹⁹⁸ LAGARDE, M. 2008. Identidad Femenina. En: GARCÍA ORTEGA, J. (comp.). *Compilación sobre género y violencia*. México: Instituto Aguascalentense de las Mujeres, p.35.

incluida una jerarquización y una exclusión y anormalización de lo que no cabe”¹⁹⁹.

Butler criticó una aplicación rígida y naturalizada de la categoría mujer en el feminismo y optó por el uso estratégico de identidades teniendo en cuenta las diferencias existentes y su interrelación con otras categorías. Por su parte, Teresa de Lauretis, en su teorización sobre la representación de la mujer-mujeres, entiende la primera como la representación constituida por el orden masculino y las mujeres como sujetos históricos y sociales:

“Con “la mujer” hago referencia a una construcción ficticia, un destilado de los discursos, diversos pero coherentes, que dominan en las culturas occidentales (discursos críticos y científicos, literarios o jurídicos), que funciona a la vez como su punto de fuga y su peculiar condición de existencia”²⁰⁰.

Lauretis argumenta que la relación que existe entre “la mujer” y “las mujeres” es arbitraria y simbólica, es decir, culturalmente establecida. Hay toda una confabulación de partida en la cual la mujer es representada masivamente y de forma diferenciada por la cultura y las TIC, donde la imagen de la mujer es el producto de las tecnologías de género. Estas tecnologías de género para Lauretis continúan perpetuando y reproduciendo a “la mujer” sobre los arquetipos tradicionales. Los cuerpos son por lo tanto contruidos y prefabricados por las producciones culturales. Como indica señala Bourdieu:

“La dominación masculina, que convierte a las mujeres en objetos simbólicos, cuyo ser (*esse*) es un ser percibido (*percipi*), tiene el efecto de colocarlas en un estado permanente de inseguridad corporal o, mejor dicho, de dependencia simbólica. Existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que *objetos* acogedores, atractivos, disponibles.

¹⁹⁹ CUBELLS CASARES, A. 2006. *Identidad femenina, sexualidad y violencia en el videoarte de mujeres*. ISABEL DOMENECH IBÁÑEZ, directora. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia, p. 100.

²⁰⁰ LAURETIS, T. 1992. *Alicia ya no: Feminismo, Semiótica, Cine*. Traducción de Silvia Iglesias. Madrid: Cátedra, p. 15.

Se espera de ellas que sean “femeninas”, es decir, sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas, por no decir difuminadas”²⁰¹.

El autor añade que la “feminidad” suele ser una forma de complacer las expectativas masculinas, de ahí que haya toda una homogeneización del cuerpo femenino. Un ejemplo relevante es que México es uno de los países donde más tinte rubio se consume²⁰² aunque esta es una tendencia muy globalizada: en Europa, sobre todo en la zona mediterránea, también existe esta preferencia. A esta costumbre se le suman los cosméticos que blanquean la piel en varios países de América Latina. Otro ejemplo sería ver cómo las mujeres afroamericanas también son víctimas de este proceso de occidentalización, puesto que hay una tendencia estética de alisarse el cabello y teñirlo de rubio. En los países orientales, concretamente en Japón, existe desde hace varios años otro tipo de moda: son muchas las mujeres japonesas que utilizan pegamento o productos similares con el fin de estirar la zona de los párpados; sumando la ayuda del maquillaje tratan de conseguir un aspecto occidental para su mirada. Otras mujeres orientales son más radicales, y recurren directamente a la cirugía²⁰³.

²⁰¹ BOURDIEU, P. 2000. *La dominación masculina*. Traducción de Joaquín Jordá. Barcelona: Anagrama, p. 86.

²⁰² Periódico electrónico LA JORNADA. 2014. *Ser rubio o barbie humana, la aspiración*. México: La Jornada.com. [Consulta: 6 junio 2014]. Disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2014/05/05/politica/003n1pol>>

²⁰³ Una de las técnicas es la blefaroplastia: se crea un surco o pliegue en la piel del párpado que hay en los ojos occidentales y que no figura en la mitad de los orientales. Mediante su aplicación el ojo se ve más grande. Además se puede realizar la epicantoplastia que agranda el ojo eliminando el aspecto típico oriental.



Fig. 64. *Reality*. Cambio de imagen. Televisión japonesa.

Lo alarmante de todas estas “modas” es que se está perdiendo la heterogeneidad de las identidades culturales y raciales para formar parte del mismo patrón y estereotipo de “mujer”. Nuestra sociedad gobernada por un sistema sexo-género tiene prefijados los papeles correspondientes a cada género.

Con la expresión *papel* o *rol*, nos referimos a unas normas de conducta que una colectividad, en un contexto determinado, asigna a las personas pertenecientes a un grupo. Lo preocupante es observar cómo esas personas asumen esos *papeles* o *roles* expresando en su vida cotidiana lo que se espera de ellas. Los roles son generados a partir de criterios vinculados con el género y con otras categorías como la raza, edad, religión y clase. Los roles son además comportamientos aprendidos en el marco de una sociedad, comunidad o grupo social dados los miembros están condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas tareas, actividades y responsabilidades. Según Juan Carlos Suárez se entiende por estereotipo el:

“[...] conjunto de ideas que una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos. La acción de estereotipar es fijar de manera permanente y de identificar lo estereotipado como el seguimiento de un modelo

preestablecido, conocido y formalizado que se adopta de una manera fija”²⁰⁴.



Fig. 65. Cindy Sherman. *Untitled Film Still*, nº 10, 1978. / Fig. 66. Pilar Albarracín. *Dancing Spanish dolls*, 2001.

En el campo del arte –cuestión que desarrollaremos más adelante–, tanto Cindy Sherman como Pilar Albarracín han trabajado con el estereotipo femenino que el cine o la cultura en general plasman y exportan. Ambas artistas tienen un trabajo reivindicativo sobre el rechazo de la construcción estereotipada y sexista. Como hemos comentado ya, Cindy Sherman realiza una serie de fotografías donde escenifica imágenes cinematográficas y posa asumiendo diferentes roles y estereotipos femeninos. Sherman deconstruye la imagen estereotipada de la mujer y nos hace reflexionar sobre la condición que el cine tanto ha explotado: la victimización, el rol pasivo, el objeto sexual, el fetichismo, etc. En sus fotografías analiza de forma crítica lo que hay de artificial bajo esa construcción de lo femenino. Imita los tipos de planos, encuadres, puestas en escena, el vestuario y el maquillaje que forman parte de un trabajo de transformación de tipo performativo.

²⁰⁴ SUÁREZ VILLEGAS, J. *Estereotipos de la mujer en la comunicación*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Mujeres en Red. El periódico Feminista. [Consulta: 10 septiembre 2012]. Disponible en: <<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1211>>

Los trabajos de Pilar Albarracín tratan, en general, la identidad femenina estereotipada. En la pieza *Dancing Spanish dolls*, representa a “la gitana”: estereotipo folklórico de la mujer española. Pilar Albarracín trabaja con la construcción del estereotipo español y la exportación de la mujer andaluza y flamenca como un espectáculo turístico y fetichista, impuesto por la industria del turismo a través del cual España se proyectó internacionalmente en los años sesenta. El vídeo *Dancing Spanish dolls* consiste en la presentación de las muñecas flamencas bailando, donde aparece Pilar Albarracín parodiando a las muñecas, con el mismo vestido, imitando su baile. El tipo de plano es general, se puede observar la puesta en escena del baile, de forma que parece un juguete musical. En el montaje del vídeo vemos cómo la imagen de la artista se integra junto con la imagen de las muñecas y cómo juega con la escala de las muñecas para que la artista parezca una más.

5.2. Discurso de género y sistema patriarcal.

El discurso de género es aquel modelo de pensamiento que propone analizar nuestras realidades con el fin de erradicar la discriminación de género y abolir la construcción social del género pues es esto último lo que permite que continúe la desigualdad respecto a las mujeres, los homosexuales, etc. El discurso de género se basa en que hay todo un sistema organizado para mantener y perpetuar las desigualdades.

La aportación de Joan Kelly permitió poner el acento en los factores económicos y la determinación del sistema sexo/género sobre una realidad social de base sexual. Joan Kelly sostiene en "The Doubled Vision of Feminist Theory"²⁰⁵ que los sistemas económicos y de género operan juntos y que influyeron en las experiencias sociales e históricas para fijar las estructuras socioeconómicas de la dominación masculina que pertenecen a un orden social determinado, el hombre blanco, occidental.

La perspectiva de género será una forma de abatir desigualdades arcaicas entre hombres y mujeres a partir del discurso de la desnaturalización. La perspectiva de género es una visión muy importante para el desarrollo de la igualdad con un gran potencial analítico y político. Dicha perspectiva cuestiona las diferencias y las relaciones entre hombres y mujeres en cualquier actividad o proceso político. El motivo principal del surgimiento de dicha perspectiva es la evidencia de que hay unas estructuras que son diferentes para hombres y mujeres, pues las políticas emprendidas afectan de manera diferente a cada cual. Su objetivo principal consiste en llegar a la igualdad entre géneros, deshacer el género como señala la teoría *queer*. No obstante, para lograr este reto dicha perspectiva debe trabajar primero en torno a las políticas seguidas en otros ámbitos.

²⁰⁵ KELLY, J. 1986. *The Doubled Vision of Feminist Theory. Women, History and theory*. Chicago: University of Chicago Press.

Como comenta Susana Gamba:

“La perspectiva de género, en referencia a los marcos teóricos adoptados para una investigación, capacitación o desarrollo de políticas o programas, implica:

a) Reconocer las relaciones de poder que se dan entre los géneros, en general favorables a los varones como grupo social y discriminatorias para las mujeres; b) que dichas relaciones han sido constituidas social e históricamente y son constitutivas de las personas; c) que las mismas atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales, como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual y religión”²⁰⁶.

La perspectiva de género se enfoca hacia las relaciones de poder y subordinación pues trata una cuestión que aborda la problemática de entender la configuración del mundo.

La estrategia que se emplea para conseguir tales objetivos, es llevar a cabo una planificación de género; una idea promovida por Caroline Moser, académica especializada en antropología y filosofía. Moser aplicó la perspectiva de género al campo de la planificación del desarrollo y la capacitación.

“El objetivo de la planificación de género es emancipar a la mujer de su subordinación y llevarla a alcanzar la igualdad, la equidad y el empoderamiento”²⁰⁷.

²⁰⁶ GAMBIA, S. *¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género?*

Texto sin paginación consultado on-line en la página web Mujeres en Red. El periódico feminista. [Consulta: 3 febrero 2013]. Disponible en: <<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1395>>

²⁰⁷ El empoderamiento es un concepto clave en la perspectiva de género. Este concepto fue acuñado por un grupo de feministas del Sur, DAWN, (Alternativas de Desarrollo con Mujeres por una Nueva Era) que surge en los años 80, en la conferencia de Beijing (1985). Parten del análisis de la desigualdad estructural de las mujeres y reivindican que ellas asuman el poder para participar en los procesos de desarrollo y formar parte de las decisiones que se tomen. MOSER, C. 1998. Planificación de género. Objetivos

Como indica Empar Cubells en su texto *Identidad Femenina Sexualidad y Violencia en el Videoarte de las Mujeres*:

“El objetivo de la formación en género es generar por un lado conocimientos y potencial de reflexionar sobre las desigualdades de género y el papel que desempeña cada uno/a en estas relaciones y por otro, facilitar herramientas para poder aplicar el enfoque de género en los respectivos ámbitos de actuación”²⁰⁸.

Un claro ejemplo de la necesidad de esta planificación es la intervención de las plataformas de mujeres en las conferencias internacionales, un poderoso síntoma de la urgencia de este tipo de aportaciones para tratar de cambiar el modelo social existente. Ese intento por crear un nuevo modelo de convivencia es ya visible en las conferencias de *Naciones Unidas*²⁰⁹. A continuación enumeramos brevemente algunos de los hitos más determinantes:

México, 1975: lugar donde se celebró la primera conferencia mundial sobre las mujeres; constó de tres objetivos principales a tratar: la igualdad de género y eliminación de la discriminación, la integración y la participación de la mujer en el desarrollo y la contribución al fortalecimiento de la paz. Se pidió a los gobiernos de los países que pusieran en práctica estos objetivos.

Copenhague, 1980: evaluación sobre los avances realizados en el seguimiento del Plan de Acción Mundial de 1975, orientado al desarrollo de leyes y políticas económico-sociales de las mujeres. Se llegó a la conclusión de que muchos países solo habían logrado la igualdad jurídica pero no la igualdad real.

Nairobi, 1985: se consolidaron nuevas pautas para lograr la igualdad entre mujeres y hombres y para buscar formas de

y obstáculos. En: *Género en el Estado, estado del género*. Chile: Ediciones de las Mujeres, p. 1.

²⁰⁸ CUBELLS CASARES, E. 2006. *Op. cit.*, p. 93.

²⁰⁹ *Ibid.*, pp. 106-109.

También en: <<http://www.unwomen.org/>> [Consulta: 4 enero 2013].

superar los distintos obstáculos en la vida de la mujer. Se reivindicó el concepto de empoderamiento de las mujeres y una crítica macro-económica desde las perspectivas de las mujeres del hemisferio sur. Se instauró el enfoque de género en el desarrollo y la cooperación internacional.

Pekín, 1995: destacada por proclamar un reglamento internacional sobre las medidas a emprender para obtener la igualdad en el sistema sanitario, el sistema educativo, el mercado laboral, leyes, etc. Es un momento decisivo, porque se acordó instalar la perspectiva de género tanto en la cooperación al desarrollo como en los Estados miembros.

Los gobiernos asumieron la necesidad de incluir dicha perspectiva en todas sus instituciones, políticas y procesos de planificación. También fue introducido el concepto de transversalización de género, concepto que designa la incorporación de la perspectiva de género en todas las políticas, programas y proyectos para lograr la equidad entre hombres y mujeres y la integración y los derechos de las mujeres.

Después de Beijing la Asamblea General de Naciones Unidas ha ido celebrando sucesivamente (cada 5 años) nuevas sesiones para dar seguimiento a los progresos y a los resultados obtenidos para trabajar sobre los obstáculos y problemas que todavía hoy persisten. En el 2000 fue emprendida una revisión en la 23^o Conferencia: "Mujer 2000: Igualdad entre los géneros, desarrollo y paz en el siglo XXI". En el 2005 se realizó la 49^o sesión de la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer de las Naciones Unidas (CSW), cuyo objetivo fue el análisis y del seguimiento de Beijing 95 y de los documentos de la Asamblea General de Beijing celebrada en 2000. En el 2010 se celebró el 15^o Aniversario de la aplicación de la Declaración de Beijing y la Plataforma de Acción y la tercera revisión de los avances y retos pendientes.

La ONU tiene previsto llevar a cabo la *V Conferencia Internacional sobre la Mujer* para el próximo 2018 pero todavía no se ha

confirmado. *ONU Mujeres* alerta de que es necesario y urgente realizarla puesto que ningún país ha conseguido cumplir el programa. La desigualdad, la discriminación, la inseguridad de las mujeres... todavía siguen siendo asuntos pendientes. El objetivo sería, entre otras muchas cuestiones, la inclusión de nuevos asuntos, tales como: la participación de las mujeres en política, el fin de la discriminación de mujeres que viven en áreas rurales, el acceso a un empleo digno, etc. En general la situación de las mujeres en el mundo no es la deseada, todavía hoy se cometen múltiples violaciones de los derechos humanos de mujeres y niñas.

Según apunta Marcela Lagarde:

“La ideología patriarcal afirma que el origen y la dialéctica de la condición de la mujer escapan a la historia y, para la mitad de la humanidad, corresponden a determinaciones biológicas, congénitas, verdaderas, e inmutables”²¹⁰.

Nos tendríamos que remontar muchos años atrás cuando comenzaron a fundarse las teorías sobre el *contrato social* para entender cómo se estableció lo que se denomina patriarcado, Carole Pateman indica al respecto: “La nueva sociedad civil creada a través de un contrato originario es un orden social patriarcal”²¹¹.

El concepto de patriarcado es el eje central sobre el que se erige la lucha de todo el movimiento feminista. Este concepto se refiere a un sistema de poder familiar, social, ideológico, religioso y político presidido por los hombres a través de una doble división que es productiva y reproductiva. Además:

²¹⁰ LAGARDE, M. 2008. *Op. cit.*, p. 34.

²¹¹ PATERMAN, C. 1995. *El contrato sexual*. Traducción de M^a Luisa Femenías. Barcelona: Anthropos, p. 10.

“La visión familiar del patriarcado está ligada también al argumento ampliamente extendido, de que el patriarcado es una característica universal de la sociedad humana”²¹².

Carole Pateman sostiene que han existido varios argumentos sobre el patriarcado en la historia y que se han ido conformando a través de la construcción de la familia otorgando al padre la máxima autoridad en las relaciones. De acuerdo con ello la autora distingue tres tipos de patriarcado: el tradicional, que asimila todas las relaciones de poder a la regla del padre y a toda una creencia religiosa basada en el significado del “padre” como sujeto fundacional de la familia; el clásico, que tiene que ver con la teoría del derecho y de la obediencia política (poder político paternal); y por último, el patriarcado moderno que es contractual y estructura la sociedad civil capitalista. Sobre el capitalismo y el patriarcado Ángeles J. Perona afirma lo siguiente:

“Se trata de dos sistemas de dominación que inciden sobre las mujeres, pero que no son lo mismo. El capitalismo, por utilizar la definición clásica marxista, es el sistema de dominación de los poseedores (de propiedad y de medios de producción) sobre los desposeídos y esa dominación se manifiesta bajo la categoría estructural de explotación. El patriarcado, por su parte, es el sistema de dominación de los varones sobre las mujeres y se concreta en la categoría serial de opresión”²¹³.

²¹² *Ibid.*, p. 36.

²¹³ PERONA, A. 1994. El feminismo americano de post-guerra. En: AMORÓS, C. (coord.). *Historia de la teoría feminista*. Madrid: UCM, p. 131. Citado en: VILLAPLANA RUIZ, V. 2008. *Nuevas violencias de género, arte y cultura visual*. PEDRO ORTUÑO MENGUAL, director. Tesis doctoral, Universidad de Murcia, p. 112.

5.3. Violencia de género.

Entendemos por violencia de género cualquier ámbito de dominación y poder que socialmente estructura un conjunto de atribuciones simbólicas e ideológicas hacia las mujeres. Además, este tipo de violencia no solo afecta al sexo, también a la raza y la clase: esto viene a significar que una mujer morena o negra será víctima de una doble violencia.

Pierre Bourdieu que ha escrito sobre la significación del poder en las tradiciones judeocristiana e islámica, y sobre cómo la división del mundo se crea en base a las diferencias biológicas, entre ellas las sexuales, sobre todo las que se refieren a la división del trabajo, procreación y producción, describe cómo el dominio masculino se auto-justifica por medio de costumbres y discursos generando una visión dominante de la división sexual, haciendo parecer esta división como algo “natural” o normal. Según Bourdieu, esto es así porque se encuentra en un estado social fuertemente arraigado en la construcción del pensamiento.

“El efecto de la dominación simbólica (trátese de etnia, de sexo, de cultura, de lengua, etc.) no se produce en la lógica pura de las conciencias conocedoras, sino a través de los esquemas de percepción, de apreciación y de acción que constituyen los hábitos y que sustentan, antes que las decisiones de la conciencia y de los controles de la voluntad, una relación de conocimiento profundamente oscura para ella misma”²¹⁴.

Para Bourdieu el sexismo es un esencialismo que parte de esa idea. Buscando atribuir diferencias sociales históricamente construidas sobre una división sexual. Existe una arraigada violencia contra las mujeres que se ve de forma alarmante en las conductas y hábitos culturales así como en las producciones mediáticas, como veremos más adelante. Según la conferencia mundial de la ONU sobre derechos humanos en 1993:

²¹⁴ BOURDIEU, P. 2000. *Op. cit.*, pp.53-54.

“[...] Por “Violencia contra la mujer” se entiende todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada”²¹⁵.

La violencia contra la mujer abarca los siguientes aspectos, aunque no se limite a ellos: la violencia física, sexual y psicológica que puedan producirse en el seno de la familia, por las instituciones. Algunas de las modalidades mediante las cuales se ejerce violencia contra las mujeres son: física, psicológica, sexual, simbólica, moral, económica, discriminación social, educativa o laboral, etc., En definitiva, todas aquellas acciones que suponen la vulneración de los derechos de la persona.

Es obligación del Estado prevenir y condenar todas las formas de violencia contra las mujeres. Como también es obligación de la ciudadanía exigir que los poderes públicos cumplan con las leyes comenzando por corregir aquellas violencias de género que emanan directamente del Estado:

“La mujer tiene derecho, en condiciones de igualdad, al goce y la protección de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural, civil y de cualquier otra índole [...]”²¹⁶.

Adentrándonos en la cuestión de la violencia de género destacaremos los casos de España y México dado que son los dos países donde hemos desarrollado la investigación y también

²¹⁵ ASAMBLEA GENERAL DE LA ONU. 1993. Resolución 48/104, 20 de diciembre. [Consulta: 17 mayo 2014]. Disponible en:

<<http://malostratos.org/violencia-de-genero/que-es-la-violencia/>>

²¹⁶ ASAMBLEA GENERAL DE LA ONU. 1993. Resolución 48/104, 20 de diciembre. [Consulta: 17 mayo 2014]. Disponible en:

<<http://malostratos.org/violencia-de-genero/que-es-la-violencia/>>

porque hay un grave problema de violencia de género en ambos lugares.

El Estado español implantó una “Ley Integral de medidas contra la Violencia de Género”²¹⁷ pero esto no se hizo hasta el año 2004. De hecho, durante los años 1998 y 1999, las organizaciones de mujeres que trabajaban contra la violencia de género ayudando a las víctimas, reclamaban con urgencia de una *Ley Integral* que reconociese este grave problema.

Volviendo a tomar como referencia la obra de pilar albarracín, en su performance *Sangre en la calle*²¹⁸, se presentan 8 acciones que han sido documentadas videográficamente. Con esta obra Albarracín denuncia la violencia de género que se da en España, concretamente los asesinatos a mujeres. La artista emplea su propio cuerpo, asume diferentes identidades de mujer, y utiliza la sangre para indicar con ella que han tenido lugar actos de violencia.



Fig. 67. Pilar Albarracín. *Sangre en la calle*, 1992.

²¹⁷ *Historia de la Ley integral contra la violencia de género española*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Mujeres en Red. El periódico feminista. [Consulta: 18 abril 2014]. Disponible en: <<http://www.mujeresenred.net/>>

²¹⁸ PILAR ALBARRACIN: [Consulta: 8 febrero 2013]. Disponible en: <<<http://www.pilaralbarracin.com>>>

En México, la “Ley General de Acceso para las Mujeres a una Vida Libre de Violencia”²¹⁹ se aprobó tres años más tarde, en el año 2007. Esta fue la ley más avanzada en materia de violencia contra las mujeres en toda Iberoamérica. Como señala Marcela Lagarde, el surgimiento de esta Ley responde a la situación urgente, trágica y violenta que azota a las mujeres en México. Mediante varias investigaciones se ha corroborado que la violencia que allí se da es de tipo estructural, el orden de la vida social está basado sobre sistemas patriarcales:

“Las mujeres en México están sometidas en grados diversos a poderes de exclusión, segregación, discriminación y explotación de tipo estructural, presentes con peculiaridades en todo el país y en todos los órdenes y esferas de la vida privada y pública”²²⁰.

Esta Ley garantiza y debe de proteger la creación de un sistema integral de prevención, protección, asistencia y erradicación de la violencia de género en todo el país. También se crean unas condiciones favorables para que el Estado se implique en esta problemática y deje de ser un agente pasivo viéndose en la obligación de cumplir con los derechos y garantizar la seguridad e integridad de las víctimas. Con esta Ley se consiguió además, el establecimiento de una política integral en las competencias y obligaciones para los tres órdenes del gobierno (federal, estatal y municipal) que garantizara la atención, sanción y erradicación de

²¹⁹ Marcela Lagarde, ex diputada, académica, antropóloga e investigadora mexicana, representa una figura clave del feminismo latinoamericano. La autora fue quién definió el término feminicidio para describir los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez y en el resto del país. Para mayor información se puede consultar *on-line* el siguiente texto: LAGARDE, M. 2007. Por los derechos humanos de las mujeres: la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, pp. 144-165. [Consulta: 15 marzo 2014]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/pdf/421/42120009.pdf>>

²²⁰ *Ibid.*, p. 147.

la violencia contra las mujeres desde el municipio hasta la federación.

No obstante, aunque esta Ley se haya establecido, no podemos dejar de señalar el vacío político, judicial, estatal y mediático sobre los casos de feminicidio²²¹ que existen hasta la fecha a lo largo de todo el país, aunque por desgracia esta cuestión no afecta exclusivamente a México, este fenómeno es igual de intenso en otros países de América Latina y del mundo en general.



Fig. 68. Elina Chauvet. *Zapatos rojos*, 2009.

²²¹ OBSERVATORIO CIUDADANO NACIONAL DEL FEMINICIDIO [sitio web]. México: *Blog Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio*. [Consulta: 6 abril 2015]. Disponible en: <<http://observatoriofeminicidio.blogspot.mx/>> Sobre el término Feminicidio: “femicide” fue traducido al español por la feminista mexicana Marcela Lagarde como “feminicidio”, que quiere decir el asesinato sistemático por la condición de ser mujer.

Zapatos Rojos, de Elina Chauvet, es una intervención artística que habla sobre este tema. Esta artista mexicana recopila con la ayuda de un equipo, zapatos que han pertenecido a otras muchas personas, los pinta de rojo, y después los expone en las vías públicas más importantes de diversas ciudades, como por ejemplo, Ciudad Juárez. Con esta acción, Elina Chauvet quiere llamar la atención sobre los feminicidios representando a cada una de las mujeres asesinadas con un par de zapatos.

Otra de las denuncias que se hacen de la violencia sufrida por las mujeres la podemos encontrar en el proyecto ciberfeminista *El lugar de las mujeres en el metro de la Ciudad de México*, de la autora Cindy Gabriela Flores. Con este trabajo se hace una incursión fotográfica por el espacio subterráneo del metro de México en el año 2001 mostrando cómo debido al creciente número de acosos y violencia sexual dados en estos espacios, el metro mexicano ha terminado por segregar una zona exclusiva para mujeres.



Fig. 69. Cindy Gabriela Flores.
El lugar de las mujeres en el metro de Ciudad de México, 2001.

Las autoridades del metro de la Ciudad de México decidieron aplicar tales normas de seguridad separando a las mujeres de los

hombres durante las horas con mayor número de pasajeros en dos vagones especiales. Lo preocupante de este sistema es que se trata de una solución preventiva pero no erradica la violencia y el acoso. En palabras de la propia artista:

“50% de las usuarias de este sistema subterráneo ha sido en alguna ocasión víctima de algún delito.” “[...] El tocamiento es el delito más denunciado en el metro, incluso por encima del robo. [...] La mayoría de las mexicanas piensa que el único delito sexual que puede denunciar es la violación. La mayoría ni si quiera sabe que el acoso sexual es un delito”²²².



Fig. 70. Imagen separación de vagones por género en el metro de México D.F. Fotografía: Lucía Godínez, *El Universal*.

La artista compara el espacio subterráneo del metro con el espacio de la red:

“Es exactamente igual que en el ciberespacio, las mujeres lidiamos con este acoso —yo lo llamo violencia de género—, porque cuando un hombre nos descubre en línea, difícilmente

²²² CINDY GABRIELA FLORES: *El lugar de las mujeres en el metro de Ciudad de México*. [Consulta: 13 mayo 2013]. Disponible en: <<http://ciberfeminista.org/metro>>

puede hacer otra cosa que vernos como un objeto, tal como sucede en el metro"²²³.

²²³ *Ibid.*

5.4. Violencia de género en la cultura visual.

La contemplación de la imagen de la mujer desde la cultura occidental nos muestra una posición androcéntrica bastante limitada de la realidad. Como comenta Pilar López Díez es desde el discurso tradicional que se nos sitúa en el orden de lo representado como objetos sexuales para el deleite de la mirada masculina:

“Mirar, descodificar, entender, interpretar desde la posición de la realidad de las mujeres; elaborar, construir, teorizar, escribir, pintar, fotografiar desde el lado de la realidad acercada por las mujeres que se plantean cambiar su situación en el patriarcado, es contemplar la perspectiva de género”²²⁴.

Podemos establecer un factor común en las representaciones del cuerpo femenino por el cual este es exhibido de forma sexual en todos los espacios contemporáneos posibles, mediáticos, culturales, artísticos, etc. A su vez las mujeres consumimos miles de mensajes interiorizando y adaptando determinados cánones estéticos y formas hegemónicas de ser mujer. Esto requiere entender que la sexualidad femenina es construida por el hombre, que hay impuesto un canon a las mujeres y que se estructura desde las desigualdades de sexo.

El concepto de violencia de género hay que entenderlo como un fenómeno global que se localiza en las sociedades con estructuras patriarcales; por lo tanto, los estudios de género y de la cultura visual examinarán cuestiones de significado y lenguajes para construir nuevas subjetividades que cuestionen el modo hegemónico patriarcal. Así también se podrán investigar las tecnologías de la visualidad para comprobar cómo ejercen mecanismos y conductas de género. El análisis que realizaremos

²²⁴ LÓPEZ DÍEZ, P. (ed.). 2004. La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de comunicación. *Manual de información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, p. 5.

a continuación estará centrado en la violencia simbólica elaborada desde las producciones culturales de la Historia del Arte y en las narrativas visuales actuales ya que nuestro ámbito de investigación abarca ambos terrenos al estar basado en el estudio de las imágenes que ejercen dominación o cualquier tipo de opresión.



Fig. 71. Martha Rosler. *Body Beautiful, Beauty Knows No Pain: Hot House, or Harem*, 1966-72.

Martha Rosler, en este harén de mujeres que retrata a la cultura occidental, nos presenta un hacinamiento del cuerpo femenino a través de la acumulación de imágenes de revistas pornográficas como *Playboy*; con ello también se nos muestra el estilo de belleza que marcó la moda en los EE. UU., de los años 60.

Rosler descontextualizó los cuerpos femeninos pasivos y sumisos a la mirada masculina y los desprendió de su eterna sumisión generando esta sobreexposición de cuerpos provocando una alteración en el orden mostrado tradicionalmente. Esta pieza fue mostrada en la exposición *Wack! Art and the Feminist Revolution*, en el 2007. Fue esta imagen la que se eligió como portada del catálogo.

La representación mediática femenina tiene un papel importantísimo para elaborar discursos que proyectan agudas

críticas en torno a la violencia de género. Nos preguntamos ahora cómo se representa a la “mujer” mediáticamente y para ello es útil conocer el significado del término representación según la RAE: 1. *Acción y efecto de representar*. 3. *Figura, imagen o idea que sustituye a la realidad*²²⁵. La segunda definición indica que la representación es algo ficticio, algo que tiene como referente la realidad pero que en modo alguno ha de confundirse con esta. Siguiendo la definición de la RAE podemos considerar que lo que se nos presenta como “mujer” no es más que una ficción imaginaria, no real, creada por un sistema que la subordina. Butler sostiene que:

“Por un lado, representación funciona como término operativo dentro de un procedimiento político que pretende ampliar la visibilidad y la legitimidad hacia las mujeres como sujetos políticos; por otro, la representación es la función normativa de un lenguaje que, al parecer, muestra o distorsiona lo que se considera verdadero acerca de la categoría de las mujeres”²²⁶.

La autora añade que para la teoría feminista ha sido sumamente relevante el desarrollo de un lenguaje que promueva la visibilidad política y que represente a las mujeres de modo no sexista, sobre todo teniendo en cuenta la situación actual de las mujeres cuya vida se representa generalmente en lo estético, sexual, doméstico y reproductivo. Según Virginia Villaplana:

“Las representaciones son construcciones artificiales, aparentemente inmutables, mediante las cuales aprendemos el mundo: representaciones conceptuales tales como: imágenes, lenguaje o definiciones; que a la vez incluyen y construyen otras representaciones sociales como la raza y el género”²²⁷.

Nuestro análisis se centra en la violencia de género que se desarrolla en la llamada “cultura visual”; sabemos que este es un

²²⁵ Diccionario de la Lengua Española [base de datos online] [2013]. [Consulta: 17 abril 2013]. Disponible en: <<http://lema.rae.es/drae/?val=representación>>

²²⁶ BUTLER, J. 2007. *Op. cit.*, p. 46.

²²⁷ VILLAPLANA RUIZ, V. 2008. *Op. cit.*, p. 100.

concepto muy amplio, que abarca muchas disciplinas y objetos de estudio para Ana M^a Guasch:

“Y por Cultura Visual o Estudios Visuales entendemos un cambio fundamental en el estudio de la historia tradicional del arte en el que, tal como apunta Foster aunque desde una perspectiva negativa, el concepto “historia” es sustituido por el de “cultura”, y el de “arte” por lo “visual” jugando a la vez con la “virtualidad” implícita en lo visual y con la “materialidad” propia del término cultura”²²⁸.

Estos estudios abordarán lo que relacionamos, indudablemente, con los “modos de ver” y la “visualidad”. Según María Acaso:

“*Cultura Visual* puede definirse como un conjunto de representaciones visuales que forman el entramado que dota de significado al mundo en el que viven las personas que pertenecen a una sociedad determinada. Es el conjunto de productos visuales que pueblan nuestra cotidianidad y dan origen a la identidad del individuo contemporáneo”²²⁹.

Las conexiones entre estudios de género y cultura visual han tenido un importante desarrollo con Griselda Pollock (referente en los estudios visuales y de género) quien ha realizado una historia/teoría crítica de las representaciones culturales contemplando la resignificación del campo visual. La Historia del Arte será interpretada como una especie de *tecnología de género* que reproduce a las mujeres como sujetos mediados por la mirada del artista. Por otra parte, la definición que Griselda Pollock hace de la cultura visual está relacionada también con la idea de construir otros espacios de significación y producción, de repensar los espacios culturales y psicológicamente asignados a la mujer.

²²⁸ GUASCH, A. 2003. Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión. *Estudios visuales*, nº 1, p. 8.

²²⁹ ACASO, M. 2006. *Esto no son las torres gemelas*. Madrid: Catarata, pp. 18-19.

Muchas mujeres, artistas, historiadoras, teóricas y profesoras como Caron Duncan, Linda Nochlin, Griselda Pollock, Patricia Mayayo etc., investigaron sobre la actividad artística de la mujer en la Historia del Arte y descubrieron que existían muchas pinturas y esculturas hechas por mujeres pero que habían sido olvidadas intencionalmente por los historiadores y por la Academia. Desde tal perspectiva, la Historia del Arte se construye sobre la división de género presentando a las mujeres como objetos de espectáculo, convirtiéndolas en imágenes ficticias o cuerpos inexistentes creados en función de la mirada del artista. De acuerdo con Griselda Pollock:

“[...] no es la historia sino la ideología la que es responsable de la ausencia de mujeres dentro de la mitología que nombramos “historia del arte” ”²³⁰.

Y continúa:

“Pero la historia del arte moderno es profesional, en tanto que institución oficial establecida en las universidades, la prensa y los museos, ha hecho desaparecer las mujeres del discurso dominante. Esto no ocurre ni por olvido ni por negligencia, pero sí por un esfuerzo sistemático, político, queriendo afirmar la dominación masculina en el dominio del arte y de la cultura. Han creado así una identidad casi absoluta entre creatividad, cultura, belleza, verdad y masculinidad. No es necesario decir el arte de los hombres; sabemos bien, en efecto, que el arte es de los hombres”²³¹.

Como sostiene Amelia Jones²³², el feminismo ha tenido un papel central en el desarrollo de la crítica, en los modos de lectura de las imágenes y en definitiva a la cultura visual y sus disciplinas afines.

²³⁰ POLLOCK, G. *Historia y Política. ¿Puede la Historia del Arte sobrevivir al Feminismo?* Texto sin paginación consultado *on-line* en la página web Estudios online sobre arte y mujer. [Consulta: 18 mayo 2015]. Disponible en: <<http://www.estudiosonline.net/texts/pollock.htm>>

²³¹ *Ibid.*

²³² JONES, A. (ed.) .2003. *The Feminism and Visual Culture Reader*. New York: Routledge Press.

Para Jones, el feminismo arrojará luz cuestionando los modelos anticuados de historizar lo visual de las imágenes mediante la articulación de nuevas formas de entender las complejas conexiones entre esas imágenes, las culturas y las personas.

En el siguiente apartado tomaremos como referencia a John Berger y sus teorías sobre los “modos de ver”, haciendo énfasis en el análisis pictórico del desnudo europeo. Vamos a realizar un breve recorrido por la Historia del Arte, enumerando los ejemplos que hay desde la pintura clásica europea hasta llegar a las segundas vanguardias artísticas para corroborar cómo desde el arte hegemónico se ha manifestado una constante violencia simbólica contra la mujer.

5.4.1. La representación de la mujer desde el arte hegemónico.

Al trazar un análisis sobre la violencia de género que se manifiesta en la Historia del Arte, tanto en las pinturas clásicas como en las vanguardias artísticas, podremos observar cómo estos lenguajes están cargados de manifestaciones falocéntricas²³³ y que contienen un alto nivel de sexismo y de violencia.

La expresión “modos de ver” o “modos de percepción”, expresada por John Berger²³⁴, se refiere a la forma o estructura dominante de una época y cuya tradición en la Historia del Arte marcó las realizaciones artísticas posteriores, así como la manera en que los

²³³ Cfr. ALIAGA, J.V. 2007. *Orden fálico: androcentrismo y violencia de género en las prácticas artísticas del s. XX*. Madrid: Akal. Hace referencia a este término para constatar cómo en el arte ha habido una clara visión androcéntrica basado en un sistema dominante masculino.

²³⁴ BERGER, J. *et al.* 2000. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.

individuos perciben el mundo y, según indicaremos nosotros, a la mujer.

Como comenta Berger, la presencia de la mujer en la obra de arte era completamente diferente a la del hombre; en el caso de la pintura europea al óleo, el retrato de la mujer desnuda se convirtió en una costumbre a partir de una convicción cultural tanto en la Edad Media, como en el Renacimiento o el Modernismo. Según Berger:

“Ser un desnudo equivale a ser visto en estado de desnudez por otros, y sin embargo, no ser reconocido por uno mismo. Para que un cuerpo desnudo se convierta en “un desnudo” es preciso que se le vea como un objeto. (Y el verlo como un objeto estimula el usarlo como un objeto). La desnudez se revela a sí misma. El desnudo se exhibe”²³⁵.

Como nos sugiere el autor en el arte europeo los espectadores eran mayoritariamente hombres y las personas retratadas como objetos, claro está, generalmente mujeres. Esta relación tan marcada y desigual todavía se encuentra hoy muy arraigada en nuestra cultura y continúa colocando a la mujer como modelo en la obra de arte o como objeto de deseo en la película, etc.

En muchas de las obras que vamos a ver nos encontraremos con signos de violencia contra la mujer, como por ejemplo, en el *Rapto de las sabinas*, uno de los ejemplos más obvios.

Esta pieza pictórica se elaboró según un episodio mitológico en el que se describe el secuestro de las mujeres de la tribu de los Sabinos por los fundadores de Roma. Según la leyenda en la Roma de los primeros tiempos había muy pocas mujeres y para solucionar esto Rómulo, su fundador, organizó unos juegos deportivos en honor a Neptuno con el objetivo encubierto de robar a las mujeres de los pueblos vecinos que acudieran al evento. La Sabina fue uno de los pueblos invitados. Cuando se dio comienzo a los juegos comenzaron también los secuestros: cada romano

²³⁵ *Ibid.*, p. 62.

raptó a una mujer. En este relato es fácil detectar cómo ha habido una tendencia a construir los mitos desde la violencia patriarcal.



Fig. 72. Jacques-Louis David. *El rapto de las Sabinas*, 1799. / Fig. 73. Tintoretto. *Susana y los viejos*, 1560-1563.

La historia de Susana es otro popular relato de violencia en la Historia del Arte. En esta historia se refiere cómo una joven es espiada por dos ancianos en el baño. La violencia que aparece en esta pintura es obvia: Al margen del *voyeurismo*, esos dos ancianos intentan obligar a Susana a tener relaciones sexuales con ellos diciéndole que si no hace lo que piden terminarán por decir que la han visto ser infiel a su esposo.

Susana decide no ceder a sus amenazas, los viejos la acusan de adulterio y se la condena a muerte. En este punto de la historia interviene el profeta Daniel quien, interrogando a los ancianos, acaba probando la falsedad de la imputación. Daniel salva a Susana y ordena la ejecución de los ancianos. La pintura solo refleja el carácter sexista del relato al plasmar únicamente la escena de deseo por la mirada masculina sobre el cuerpo de una mujer totalmente desnudo y erotizado.

Erika Bornay²³⁶ realiza un estupendo análisis sobre la iconografía femenina en el periodo Barroco, donde aporta una mirada distinta a la de los historiadores. Según la autora, la historiografía y su discurso del orden y lo natural responden a un punto de vista patriarcal:

“El cuerpo de la mujer, y todas las derivaciones de tipo erótico que en él se proyectan, ha sido durante siglos una imagen tan recurrente en el arte que hasta fecha muy reciente nadie se ha cuestionado si su representación y lectura no podía ser de otro modo”²³⁷.

Para Bornay hay una determinación cultural en las narraciones visuales del cuerpo femenino, en el que se impone el discurso patriarcal, además señala que el papel de la mujer en la Biblia está relacionado con lo erótico y lo perverso. Bornay destaca dos factores comunes a las pinturas que se derivan de todo ello:

“El primero es el del protagonismo de la mujer en cuanto proveedora del factor erótico, que viene enfatizado por la exhibición de su cuerpo totalmente desnudo (Susana o Betsabé) o parcialmente descubierto (Dalila o la mujer de Putifar). El segundo aspecto destacable es el dramático, subrayado muy frecuentemente por elementos de violencia o siniestros”²³⁸.

El tema del abuso sexual fue bastante recurrente a partir del siglo XVI; un ejemplo podría ser el cuadro de *Lucrecia violada por Sexto Tarquino*, entre otros. En esta pintura se representa a Tarquino chantajeando sexualmente a una bella y joven mujer casada, a quien amenaza con acusarla de adúltera y matarla si no se somete a sus deseos.

²³⁶ BORNAY, E. 1999. *Mujeres de la Biblia en la pintura del barroco*. Madrid: Cátedra.

²³⁷ *Ibid.*, p. 12.

²³⁸ *Ibid.*, p. 27.



Fig. 74. Fortuny. *Lucrecia violada por Sexto Tarquino*, 1861.



Fig. 75. Rubens. *El juicio de Paris*, 1577-1640.

Cabe mencionar también la obra *El juicio de Paris* de Rubens (1577-1640) porque resalta una cuestión importante a tener en cuenta desde el discurso de género: la competición por la belleza.

En las siguientes imágenes se muestran escenas donde se representa el desnudo femenino, como portador de la mirada masculina del pintor o del encargo realizado por quien desea ser espectador. Berger observa al respecto:

“En los desnudos europeos encontramos algunos de los criterios y convenciones que han llevado a ver y juzgar a las mujeres como visiones”²³⁹.



Fig. 76. Velázquez. *La Venus del espejo*, 1647-1651.

La Venus del espejo, representa a la diosa romana del amor, la belleza y la fertilidad, aparece en su cama con la espalda hacia el espectador. Este tipo de retratos desnudos fue un motivo erótico muy común en la época. Lo que nos interesa destacar en esta obra es la función del espejo, que según Berger, “[...] fue utilizado muchas veces como símbolo de la vanidad de la mujer”²⁴⁰, aunque su función real fuera muy distinta a la que nos han hecho creer, pues este objeto estaba destinado a que la mujer pudiera observarse a sí misma como un espectáculo y objeto de deseo.

²³⁹ BERGER, J. 2000. *Op. cit.*, p. 55.

²⁴⁰ *Ibid.*, p. 59.



Fig. 77. Manet. *Le Déjeuner sur l'Herbe*, 1862–1863.

El género, definido como construcción social, apunta a la diferenciación sexual y lo podemos observar en la codificación de símbolos visuales en las obras de arte, donde se identifican oposiciones binarias tales como cultura/naturaleza, privado/público, cuerpo/espíritu, que se relacionan con el género femenino y masculino. Como vemos en *Le Déjeuner sur l'Herbe* de Manet, la mujer aparece desnuda mientras que los hombres están vestidos. Esa insistencia en retratar a la mujer de distinta forma que al hombre, desnuda, es ya un acto pictórico de objetualización más que evidente.

Según Griselda Pollock, es en la modernidad cuando las mujeres cuestionan lo que se entiende como feminización, desafiando políticamente al estado burgués y reclamando el derecho a la auto-representación cultural y política:

“La tarea inmediata después de 1970 era la necesidad absoluta de rectificar todos los huecos en el saber histórico creados por la consistente omisión de las mujeres de todas las culturas de la historia del arte. El único lugar donde la obra de una mujer se podía ver era en el sótano o bodega de una galería nacional”²⁴¹.

²⁴¹ POLLOCK, G. 2007. Diferenciando: El encuentro del feminismo con el canon. En: CORDERO, K., SAENZ, I. (comp.). *Crítica feminista en la Teoría e*

Destacamos las observaciones que realiza Juan Vicente Aliaga en torno a la cuestión de género olvidada por la historia del arte hegemónico. Según Aliaga²⁴², hubo un momento decisivo en la instauración del Pop Art y la cultura de masas en el que, tras la aparición del consumismo en las sociedades occidentales, se colocó también a la mujer como objeto de consumo y sexo además de identificarla como usuaria única y directa de artículos del hogar y de belleza.



Fig. 78. Mel Ramos. *You like it, it likes you*, 1994.

Como señala Aliaga, es durante los años 50 y 60 del s. XX cuando resurgió un sexismo exarceado en los lenguajes artísticos y visuales: el Por Art fue un amplio campo de operaciones y representaciones. Mel Ramos, por ejemplo, trabajará con una

Historia del Arte. [en línea]. México D.F: Universidad Iberoamericana, Pueg, Conaculta-Fonca, pp. 45-79. [Consulta: 10 junio 2015]. Disponible en: <http://www.mnba.cl/617/articles-8671_archivo_05.pdf>

²⁴² Cfr. ALIAGA, J. V. 2004. *Arte y cuestiones de género. Una travesía del siglo XX*. Madrid: Nerea.

extensa iconografía de desnudos femeninos idealizados, chicas *pin-up* y de calendario combinadas con anuncios de grandes marcas de productos de consumo.

La objetualización sexual y fetichista del cuerpo de la mujer es explícita también en las esculturas de Allen Jones. Según las apreciaciones de Juan Vicente Aliaga:

“Las mujeres son maniquíes cuya misión es funcional (son las patas de una mesa, por ejemplo) y erótica a la vez, pues pueden servir de aliciente a las fantasías masculinas. En ningún caso, que se sepa, el varón es presentado de esa guisa y con esa intención utilitaria”²⁴³.

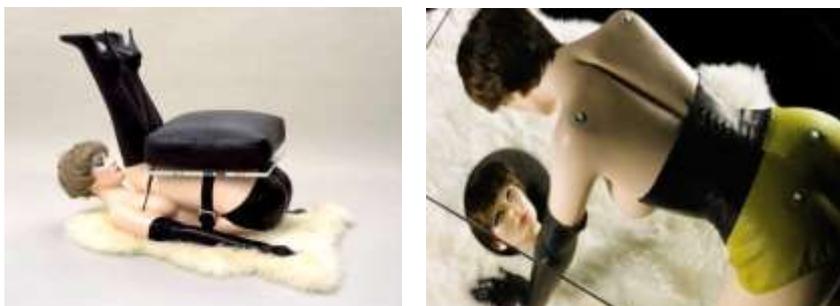


Fig. 79. Allen Jones. *Chair* y *Table*, 1969.

²⁴³ *Ibid.*, p. 48.

5.4.2. Arte reivindicativo *versus* arte hegemónico.

La necesidad de vincular la cultura visual al arte feminista surgió gracias a las corrientes deconstructivistas y a las reacciones que se producían ante las imágenes opresivas heredadas del pasado. La unión de estas dos formas de cuestionamiento converge en una reflexión interdisciplinar sobre el cuerpo de las mujeres fuera del parámetro hegemónico occidental. Los escritos feministas se adentraron, por una parte, en analizar la representación de la mujer en el ámbito visual y, por otra, en estudiar la producción artística femenina.

Vamos a centrarnos en señalar una serie de ejemplos concretos de obras de mujeres que señalan la violencia de género en la sociedad y el sexismo de la representación hegemónica, que proponen otras formas de representar-se o que denuncian la violencia hacia las mujeres desde el arte. A continuación referiremos algunos de los trabajos realizados por Frida Kahlo, Guerrilla Girls y Mariana Dellekamp.



Fig. 80. Frida Kahlo. *Unos cuantos piquetitos*, 1935.

El asesinato sexual como tema está representado por artistas como Frida Kahlo en *Unos cuantos piquetitos* (1935), donde se recrea el escenario de una mujer asesinada violentamente, noticia publicada en un reportaje periodístico de la época donde se indica que el asesino se había defendido justificándose ante el juez con las siguientes palabras: “¡Pero solo le di unos cuantos piquetitos!”.

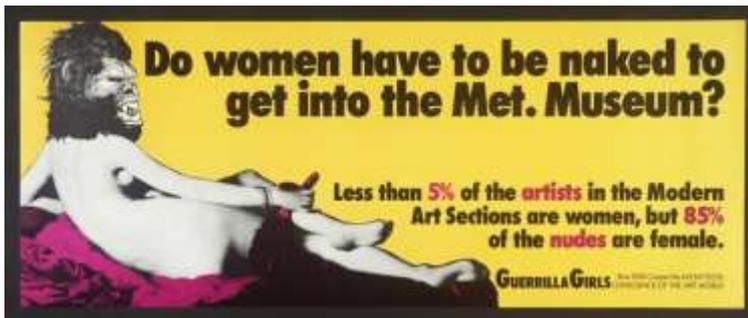


Fig.81. Guerrilla Girls. *Do women have to be naked to get not the met museum?* 1989.

En cuanto a la sobrerepresentación sexual de la mujer, muchas artistas y colectivos activistas como las populares Guerrilla Girls, reaccionaron elaborando propuestas críticas para denunciar tales cuestiones. Las Guerrilla Girls se constituyeron como grupo en Nueva York en 1985 y se denominaron así por usar tácticas de guerrilla para promocionar la presencia de la mujer en el arte luchando contra el sistema patriarcal en el ámbito cultural.

Su proyecto, de vertiente política y crítica, es difundido a través de la plataforma web desde donde se expone su trabajo²⁴⁴. Uno de sus primeros proyectos consistió en desplegar posters por las calles de Nueva York para denunciar la desigualdad de género y

²⁴⁴ GUERRILLA GIRLS: [Consulta: 3 abril 2013]. Disponible en: <www.guerrillagirls.com>

el racismo en las galerías y museos. A lo largo de los años, expandieron su activismo a Hollywood, la industria del cine, la cultura popular, los estereotipos de género y la corrupción en el mundo del arte.

Las Guerrilla Girls crearon un estilo propio: texto y gráficos mediante un tipo de humor descarado, divertido y provocador. Sus propuestas en red, como *Do women to be naked to get to in museum?*, entre otras muchas más, revisan los estereotipos históricos de las mujeres en el arte. Dicho proyecto desembocó en el famoso cartel *Do women have to be naked to get not the met museum?*, realizado también con motivo de la exposición *An International Survey of Painting and Sculpture* en el MOMA en 1985. Entre los artistas que participaron en aquella exposición solo trece fueron mujeres frente al resto: 156 hombres, blancos y occidentales. Este hecho mostró una vez más cómo se marginaba el trabajo de las mujeres artistas y de otros sectores de la sociedad que no se ajustaban a los cánones establecidos.²⁴⁵ En 1989 Guerrilla Girls colocó un cartel frente al *Metropolitan Museum* de Nueva York que decía:

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

Al margen del texto, la imagen del cartel parodiaba la *Gran Odalisca* de Ingres, imagen icónica dentro de la tradición del

²⁴⁵ En otros contextos geográficos diferentes: MAV (Mujeres en las Artes Visuales) realizará un estudio aproximado con datos que destacan la desigualdad de género en cualquier ámbito profesional y en el sistema de las artes visuales en España. Según el INFORME MAV 7 (2011): “sobre 10 museos de arte contemporáneo en España, la presencia de artistas españolas en sus colecciones es el 13%, y de obras de artistas españolas, el 10’4%”.

En México, Monica Mayer, realiza un proyecto de documentación, *Archiva*, donde reúne obras de arte feministas. Es una propuesta que cuestiona a los espacios museísticos que excluyen a las mujeres artistas cuando la obra es de contenido feminista.

desnudo femenino. Guerrilla Girls ha vuelto a retomar este proyecto de 1989 comparando ahora el número de mujeres artistas con el número de desnudos femeninos en las exposiciones del *Museo Metropolitano* de Nueva York durante los años 2005 y 2012.



Fig. 82. Mariana Dellekamp. *Antropología del cuerpo*, 1999.



Fig. 83. Valeria Lukyanova. *Barbie humana*.

Las mujeres aplicando la perspectiva de género y el feminismo desde el conocimiento profesional, teórico y artístico, han trabajado en el análisis de la ausencia o la distorsión mediática de la imagen de las mujeres.

El siguiente ejemplo que presentamos es el proyecto de la artista mexicana Mariana Dellekamp. Este trabajo tiene que ver con la construcción del cuerpo femenino. La artista utiliza como modelo el cuerpo de una muñeca Barbie. En su trabajo Dellekamp aborda el canon de belleza femenino mediante un estudio fotográfico y un cuestionario a un grupo de mujeres para ver cómo perciben su cuerpo.

La muñeca *Barbie* se convierte en ideal de belleza y feminidad para la niña y futura proyección de mujer, tal es así, que se pueden observar casos reales de mujeres que se someten a cirugías para parecerse a la muñeca.²⁴⁶ Incluso la muñeca está configurada para transformarse en otra raza y con ello, consigue traspasar fronteras geográficas. Llegando a ser distribuida a nivel mundial. Como sostiene Kerry Freedman:

“Los individuos se apropian de las características de las representaciones visuales adoptando dichas representaciones como descripciones de sí mismos”²⁴⁷.

²⁴⁶ Ejemplo de cómo afecta el ideal de belleza: Valeria Lukyanova se ha sometido a múltiples operaciones de cirugía estética para conseguir parecerse a la famosa muñeca, e incluso ha llegado a ponerse el sobrenombre de *Barbie humana*.

²⁴⁷ FREEDMAN, K. 2006. *Enseñar cultura visual*. Barcelona: Octaedro, p. 2. Citado en: ACASO, M. 2006. *Esto no son las torres gemelas*. Madrid: Catarata, p. 19.

Y según María Acaso:

“El que manipula la cultura visual maneja el poder que nos conduce a la identidad de las sociedades occidentales actuales, la identidad de consumidor”²⁴⁸.

La cultura visual es un fenómeno global y cotidiano que va proyectando la mirada desde quien detenta el poder.

²⁴⁸ *Ibid.*, p. 19.

5.4.3. La mujer como objeto de consumo y deseo en la publicidad.

La publicidad comercial y la moda utilizan un modelo de representación que proviene de la tradición pictórica e incluso se inspira en cuadros donde se representa a la mujer como objeto sexual para un espectador que siempre es masculino.



Fig. 84. Tiziano, *La Venus de Urbino*, 1487-1576. / Fig. 85. Publicidad *Coco Chanel*.

Berger, en *Modos de ver*, señala una interesante similitud que puede observarse comparando la forma de representar a la mujer en la pintura clásica europea con la publicidad actual; y si algo se pone de manifiesto con ello es que el *modo de ver* y el uso al que se destinaban las imágenes de mujeres no ha cambiado en absoluto: el lenguaje de la publicidad repite la estructura dominante que se tenía cuatro siglos atrás:

“Las mujeres son representadas de un modo completamente distinto a los hombres, y no porque lo femenino sea diferente de lo masculino, sino porque siempre se supone que el espectador “ideal” es varón y la imagen de la mujer está destinada a adularle”²⁴⁹.

²⁴⁹ BERGER, J. 2000. *Op. cit.*, p. 74.

A continuación, como podrá verse en las imágenes que referiremos, hay un alto grado de sexismo que hace que la desigualdad parezca más justificable en el sistema social que vivimos.



Fig. 86. *Exposición sobre la electricidad*. Los Ángeles, 1936.

Los objetos pueden ser comprados y vendidos, se exhiben en numerosos anuncios junto a cuerpos femeninos, lo que coloca a las mujeres como mercancía de uso diario. En el anuncio de 1936 de la *Exposición sobre la Electricidad* en Los Ángeles, podemos apreciar cómo las mujeres se convierten en un electrodoméstico más.

El estudio del concepto de cosificación u objetualización de las mujeres surgió con los feminismos de segunda ola, en torno a los años 70. Sin embargo, parece que es hoy en día cuando la cosificación de las mujeres se ha vuelto más relevante, en una sociedad devorada por el consumismo y donde las mujeres continúan siendo una mercancía dedicada al disfrute, generalmente del hombre.

Empar Cubells sostiene que la mujer mantiene una constante lucha por el dominio de su imagen, y esto se debe a que la mujer ha sido tratada principal y casi únicamente como imagen. La

autora afirma que la mujer ha estado permanentemente subyugada al reconocimiento por el otro, no en su realidad sino en el ideal que para ella ha sido diseñado:

“La mujer cuando se mira se reconoce como objeto, y en este sentido femeninamente; pero cuando ejerce esta mirada no lo hace como sujeto autónomo sino a través de la mirada masculina”²⁵⁰.

También, como señala Silvia Bovenschen:

“Durante mucho tiempo —y de nuevo me refiero a nuestra vida cotidiana—, las mujeres contemplaron sus cuerpos en previsión de la fetichización masculina, y permitieron que esta se convirtiera en criterio de su propia aceptabilidad”²⁵¹.

María Acaso define la expresión «violencia visual» como la violencia de aquellos que producen las imágenes y que, a través de ellas, intentan manipularnos y transmitirnos el miedo en sus mensajes con fines lucrativos. La autora hace una exhaustiva clasificación sobre los terrores visuales a los que nos someten los medios, la industria cultural, el Estado, etc.; realiza también una excelente tipología sobre los terrores corporales, sociales, culturales, políticos y religiosos que hay detrás de esas imágenes. De ellos mostraremos algunos ejemplos a continuación:

²⁵⁰ CUBELLS CASARES, E. 2006. *Op. cit.*, p. 381.

²⁵¹ BOVENSCHEN, S. 1986. ¿Existe una estética feminista?. En: ECKER, G. (ed.). *Estética Feminista*. Traducción de Paloma Villegas. Barcelona: Icaria, p. 45.



Fig. 87. Imágenes publicitarias I. *Tom Ford* y *BMW*.

Se suele representar a la mujer con cuerpos del tipo muñeca *Barbie*, o adolescentes al estilo *“Lolita”*. La estrategia que más se repite es la sexual: no importa el producto que se venda, es la utilización del sexo la herramienta publicitaria más popular entre las marcas comerciales que están dirigidas, sobre todo, a los hombres.



Fig. 88. Imágenes publicitarias II. *Audi* y *Tecate*.

Estas imágenes sugieren el origen de uno de los miedos que más arraigados están a la sociedad de hoy en día: el terror en torno a la posibilidad de que nuestro cuerpo no sea perfecto, bello, aceptado, deseado... terror a no tener pecho, a estar gorda/o, etc. En la imagen del anuncio de Audi (Fig. 88) se anuncia la calidad

del airbag del coche en cuestión comparándolo con una mujer de pechos grandes y firmes. Mientras, en el anuncio de cerveza de la marca *Tecate*, se instrumentaliza el cuerpo de la mujer como reclamo para la compra de la bebida.

Otro aspecto de interés que no suele mencionarse porque no es visible tiene que ver con la ausencia generalizada de mujeres con sobrepeso en la publicidad, la de personas con discapacidad o alguna enfermedad o la ausencia de personas que pertenezcan a otra raza, etnias²⁵². Esto, María Acaso, lo denomina “asesinato visual”, y: “Consiste en hacer desaparecer un hecho a través de la ausencia explícita de imágenes sobre él”²⁵³.

Nos gustaría insistir en ello pues los ejemplos que estamos exponiendo aquí son solo la punta del iceberg de todo lo que actualmente está circulando por los medios de comunicación. Retomando la cuestión de la violencia explícita hacia las mujeres, muchas voces y asociaciones en contra de la publicidad sexista pusieron el punto de mira en una de las campañas de *Dolce&Gabbana*. En la imagen que facilitamos más adelante pueden apreciarse cómo aparecen radicalmente representados los estereotipos sexuales de la feminidad y la masculinidad: cuatro hombres mirando a una mujer. En la imagen vemos también que hay un quinto hombre en actitud de sodomización hacia la mujer, que aparece tendida en actitud oferente. Este tipo de imágenes han creado mucha polémica ya que hay una lectura alarmante de violencia sexual y sometimiento de la mujer.

²⁵² Es cierto que existen algunas marcas en cuyos anuncios sí que aparecen personas con las características indicadas, pero es importante hacer notar que tales marcas instrumentalizan esas condiciones con el objetivo de *venderse a sí mismas*; dándose a conocer mediante el discurso de la tolerancia y la integración. Algunos ejemplos los podemos encontrar en algunos anuncios de la marca *Dove*, y también la casa de ropa *Benetton*, con su más que conocida campaña *United Colors of Benetton*.

²⁵³ ACASO, M. 2006. *Op. cit.*, p. 41.



Fig. 89. Imágenes publicitarias III. *Dolce&Gabbana*, *Duncan Quinn* y *Está de Muerte*.

Las imágenes publicitarias de las marcas *Duncan Quinn* y *Está de Muerte* son terriblemente explícitas y aquí vemos ya cómo la mujer aparece vejada, agredida y maltratada. De hecho, la firma mexicana *Está de Muerte*, decidió anunciar su colección de zapatos eligiendo como motivo la representación del cuerpo de una mujer muerta en un lugar donde los feminicidios son un grave problema de Estado.

Otra imagen impactante fue la que pudimos localizar en el metro de la Ciudad de México con el siguiente eslogan: “Doritos recargados, son más intensos que subirte al metro en minifalda”.



Fig. 90. Imagen publicitaria. *Doritos*.

El mensaje publicitario que lanza esta marca es completamente inaceptable. El metro de México es un lugar muy inseguro, especialmente para las mujeres, lo que nos hace recordar la obra ya comentada de Cindy Gabriela, *El lugar de las mujeres en el metro de Ciudad de México* donde la artista ya denunciaba ese espacio.

En la siguiente imagen lo que se nos presenta es una mujer mexicana joven con rasgos occidentalizados que rechaza su anterior “yo”, con facciones más aparentemente mexicanas y de edad más avanzada. Esta imagen contiene otro perverso y negativo mensaje que manifiesta un doble terror visual: por una parte cultural, ya que está señalando a la mujer mexicana como algo feo y negativo, instaurando el temor a no ser occidental y por lo tanto a no ser blanca; por otra, está promoviendo el terror a no ser joven, delgada y eternamente bella.



Fig. 91. Imagen publicitaria IV. Seguro El Águila.

5.4.4. La construcción del estereotipo femenino en el Cine.

La teoría fílmica junto con un conglomerado de teorías y prácticas políticas en torno al feminismo, analizará la cinematografía a partir de una visión profundamente crítica utilizando la noción de deconstrucción para mostrar cómo determinados aparatos ideológicos la exhiben como objeto. Para Giulia Colaizzi²⁵⁴ los puntos de partida de la teoría fílmica feminista fueron dos: 1) el análisis histórico y social de la opresión, subordinación y explotación de la mujer y, 2) las teorías semióticas y el psicoanálisis sobre el binomio mirada/poder.

En suma, el eje central de estos estudios es la mujer, su construcción cultural y política. Se investiga la mirada, la representación, el cuerpo, el deseo, el binomio sujeto/objeto, lo que implica cuestionar las narraciones cinematográficas.

En los años setenta hubo una extensa proliferación de escritos feministas que analizaron la representación de la mujer en el ámbito visual y narrativo del cine clásico de Hollywood. En ese ámbito cabe destacar la figura central de Laura Mulvey con su libro *Placer visual y cine narrativo*²⁵⁵, ensayo fundamental elaborado desde una perspectiva psicoanalítica y feminista. Mulvey analiza la mujer como imagen para el placer de la mirada masculina a través del discurso que ofrece el cine narrativo tradicional. Además plantea cómo muchas obras cinematográficas manifiestan el placer de la mirada y el acto escopofílico: el placer de mirar a otra persona como un objeto erótico²⁵⁶.

²⁵⁴ Cfr. COLAIZZI, G. (comp.). 1995. Introducción: *Feminismo y Teoría Fílmica*. Traducción de Manuel Talens. Valencia: Episteme.

²⁵⁵ MULVEY, L. 1988. *Placer visual y cine narrativo*. Valencia: Episteme.

²⁵⁶ La construcción cultural de la mirada culminará con la idea de “régimen escópico” del texto de Martin Jay. El concepto de “régimen escópico” no solo pertenece a un medio o un espacio sino que es el propio de una época, un modo de ver dominante. MARTIN, J. 2003. *Regímenes escópicos de la modernidad: Entre la historia intelectual y la crítica cultural*. Barcelona: Paidós.

Con esto la autora está resaltando la idea de que hay una “construcción social de lo visual”, es decir, que nuestro *modo de ver* responde a unos parámetros culturales concretos y a un poder androcéntrico y masculino. La autora plantea que la representación de la ideología patriarcal en el cine clásico desarrolla dos estilos que son el *voyeurismo* y el fetichismo que construyen la imagen de la mujer. Lauretis añade al respecto:

“Conceptos tales como el voyeurismo, el fetichismo, o el significante imaginario, por muy apropiados que puedan parecer para describir los mecanismos del cine clásico, aunque parezcan converger —quizás precisamente porque lo parezcan— con su evolución histórica en cuanto estrategia de la reproducción social, están directamente implicados en un discurso que circunscribe a la mujer en lo sexual, la ata a la sexualidad y ata su sexualidad; hace de ella la representación absoluta, el escenario fálico”²⁵⁷.

Estas construcciones supusieron un modelo significativo de mujer no solo en la industria cinematográfica sino también social y culturalmente. Estos análisis buscaban otros modos de redefinir los estereotipos femeninos para plantear la reconstrucción de una nueva auto-representación y auto-expresión de la identidad femenina, además de cuestionar el predominio patriarcal y la subordinación femenina a lo masculino; y la predominancia del contrato sexual.

Teresa de Lauretis con su “tecnología de género” nos habla de que estos medios tienen el suficiente poder como para controlar el campo de significación social y producir, promover e implantar las representaciones de género. Algunas de las aportaciones que nos ofrece el análisis feminista en torno al cine, a la imagen y a la representación es el cuestionamiento del cine como industria tecnológica, social, productora y reproductora de la subjetividad, como educador sentimental y constructor de género.

²⁵⁷ LAURETIS, T. 1992. *Op. cit.*, p. 45.

Lauretis llegó así a la comprensión de que el aparato cinematográfico es en sí mismo una “tecnología de género”:

[...] las teóricas feministas escribían trabajos sobre la sexualización de la “estrella” femenina en el cine narrativo y analizaban las técnicas (luces, planos, montajes, etc.) y los específicos códigos cinematográficos (por ejemplo, el sistema de la mirada) que construyen a la mujer como imagen, como el objeto de la mirada *voyeurista* del espectador”²⁵⁸.

Y añade:

[...] el cine dominante instala a la mujer en un particular orden social y natural, la coloca en una cierta posición del significado, la fija en una cierta identificación. Representada como término negativo de la diferenciación sexual, espectáculo-fetichismo o imagen especular, en todo caso ob-scena (esto es, fuera de la escena), la mujer queda constituida como terreno de la representación, imagen que se presenta al varón”²⁵⁹.

Según Márgara Millán, en los 70 se van formando unas líneas de investigación de la teoría feminista del cine, tomando como objeto de estudio y análisis el funcionamiento del aparato institucional cinematográfico, los estilos de los directores que marcan tendencia y los análisis de las estrategias cinematográficas realizadas por directoras:

“Los feminismos en tanto políticas culturales, es decir, como producción de significaciones que intervienen en la desestabilización de la cultura dominante, abordaron el problema de la representación cinematográfica, y así promovieron un nuevo saber acerca de ella, al tiempo que generaron (y generan) otro tipo de representaciones, trabajando sobre las posibilidades expresivas y significantes del lenguaje”²⁶⁰.

²⁵⁸ LAURETIS, T. 2000. *Op. cit.*, pp. 47-48.

²⁵⁹ LAURETIS, T. 1992. *Op. cit.*, pp. 29-30.

²⁶⁰ MILLÁN, M. 1995. *Derivas de un cine en femenino*. México D.F: UNAM-PUEG, p. 47.

Es sabido que el cine clásico y de ficción de Hollywood se ha caracterizado por una vertiente conservadora y religiosa en la construcción de roles y estereotipos asociados al género y al binarismo entre el bien y el mal. Las mujeres protagonizaban personajes inocentes que irradiaban bondad o ambición, independientes, peligrosas y fatales como es el caso de la película *La mujer pantera*²⁶¹ de Jacques Tourneur (1942).

Los relatos cinematográficos están plagados de maltratos físicos, psicológicos y crímenes donde el género femenino se ha llevado, por así decirlo, la peor parte: *Rebecca*, Alfred Hitchcock (1940) o *La Mujer del cuadro*, Fritz Lang (1945). También en la época de la post-dictadura no podemos dejar de hacer alusión a la cantidad de películas que se han tipificado como “cine de destape”: años de censura, de represión sexual y social películas que nacían de una nueva *libertad* coartando otra: era un tipo de cine *voyeurístico*, machista e ideológicamente retrógado: *Un adulterio decente* de Rafael Gil (1969), *Vente a Alemania, Pepe*, Pedro Lazaga (1970), *Manolo la nuit*, Mariano Ozores (1973), *Virilidad a la española*, Franciso Lara (1977), etc.

La representación de la mujer está encarnada entre el bien y el mal, la luz y la oscuridad. La mujer está sometida por la familia, la religión y la sociedad y de no ser así, será condenada como una bruja o denunciada como *femme fatale*, como por ejemplo en: *La mujer sin alma*, dirigida por Fernando de Fuentes (1944) o *Susana carne y demonio*, dirigida por Luís Buñuel (1950), entre otras muchas más. En este género del melodrama encontramos rastros más que evidentes de violencia de género. Ambos géneros, cine y telenovela, coincidían en representar a la mujer con una marcada tendencia bipolar asociada a la divinidad o a lo maligno y perverso. En el caso del cine mexicano este tipo de narrativas cinematográficas las podemos comparar con las actuales

²⁶¹ PEDRAZA, P. 2002. Nueva carne y remake: La mujer pantera. *Seminario Tecnología y posthumanidad: la artificialidad del ser*. Diciembre 2002. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 34-46.

telenovelas por su estructura narrativa y por el discurso sobre la violencia de género. Incluso si nos detuviéramos a comparar los títulos de las películas con los de las telenovelas encontraríamos coincidencias sorprendentes.

5.4.5. La representación del estereotipo femenino en la TV.

Pasando a hablar de otro de los medios centrales en la construcción de la imagen mediática de la mujer, la televisión, diremos que, del mismo modo que existen las teorías fílmicas feministas que estudian el cine y su aparato ideológico y estructural, vamos a ver qué es lo que ocurre respecto al medio televisivo, pues la perspectiva de género también debe ocuparse de analizar y participar activamente en estas “tecnologías de género”. Como señala Pilar López, es urgente y necesario, revisar la construcción de los significados que los medios de comunicación proyectan, pues estos contribuyen a la visibilidad y la propagación de unas relaciones basadas en la dominación y opresión.

Las representaciones y configuraciones de género que se hacen desde los medios masivos no son casuales, se realizan desde las relaciones de poder y por ello, no debemos dejar de cuestionarlas.

La mujer ha sido visibilizada en términos políticos, como ya apuntó Virginia Woolf en su clásico ensayo, *Una habitación propia*²⁶², escrito a principios del siglo XX. En aquel texto, la propia autora ya aprecia y realiza una relectura no androcéntrica sobre el papel que los medios tenían respecto a la configuración de la representación de la mujer de aquella época. De hecho, era inusual en la época que una mujer leyera un periódico y si esta lo hacía se debía a que provenía de una familia burguesa. La

²⁶² WOOLF, V. 2008. *Una habitación propia*. Barcelona: Seix Barral.

aparición de la mujer en la prensa era mínima y solía hacerse a propósito de noticias espectaculares sobre sucesos, o sobre las actrices de Hollywood.

Las investigaciones sobre el tratamiento de la mujer en los medios surgieron en la década de los 70. Estas se distinguían por tener un componente reivindicativo y crítico sobre las imágenes estereotipadas de la mujer, tanto en revistas como en programas televisivos, donde se ve el abuso de la exhibición del cuerpo femenino en los mensajes publicitarios, en los que se muestra a la mujer como elemento susceptible de ser adquirido por cualquier hombre. El cuerpo de las mujeres se convierte nuevamente en un reclamo sexual, un cuerpo al servicio de la satisfacción masculina. Se trata de la manifestación sexista más clara y más atacada por los colectivos de mujeres.

Las TIC junto con la televisión, tienen una enorme influencia en la sociedad ya que son capaces de inculcar valores, creencias, normas... y de afirmar/confirmar estereotipos. Es necesario revisar el discurso mediático en torno a la representación de las mujeres y la violencia de género en la pantalla. Dicha revisión es importante para contribuir a visibilizar, denunciar y erradicar el hecho de que un organismo, estatal o privado, de acceso público como la televisión, pueda estar reforzando y perpetuando la imagen subordinada de las mujeres, ya que está permitiendo la desigualdad y ejerciendo una considerable violencia simbólica contra ellas.

Pilar López realiza un magnífico trabajo donde argumenta y recopila información estadística con el fin de analizar las representaciones que hacen los medios de la mujer en la televisión española.

“La mirada con la que las industrias mediáticas han construido la realidad hasta el momento presente, debido a múltiples factores, ha sido la mirada androcéntrica; no está demostrado que sea mejor ni peor que otra mirada; solo nos afirma que se ha

realizado desde quien ha detentado tradicionalmente el poder”²⁶³.

Comenta además que en España sigue siendo necesario recurrir a la investigación de los medios para evidenciar la desigualdad que existe entre la representación de las mujeres en actividad política y laboral, frente la construcción mediática que continúan proyectando de “la mujer”. En esta línea, sobre el contenido de nuestros sistemas mediáticos, Lana Rakow puntualiza:

“Debemos mirar al contenido de nuestros sistemas mediáticos no solo para ver cómo pocas mujeres son personajes en la televisión *prime-time*, o cómo se las muestra como objetos sexuales en los anuncios o pornografía, sino también para ver cómo nuestras identidades y nuestras experiencias son definidas para nosotras”²⁶⁴.

Ya hemos señalado anteriormente cómo la televisión sirve de herramienta pedagógica, es decir, para enseñar a través de lo que nos muestra. La televisión reproduce así las nociones preestablecidas de género para ser hombre o mujer y es desde allí desde donde constantemente se refuerzan estereotipos sexistas, machistas, racistas y clasistas. Es sencillo comprobar cómo la violencia se potencia, disminuye o se camufla bajo apariencias de libertades democráticas, pero no por ello deja de transmitirse una constante violencia simbólica en la televisión, en los anuncios, etc. Vamos a comentar algunos casos

²⁶³ LAGARDE, M. 1996. *Género y feminismos*. Madrid: Horas y Horas, p. 13. Citado en: LÓPEZ DÍEZ, P. 2004. (ed.). *La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de comunicación. Manual de información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, p. 6.

²⁶⁴ RAKOW, L. 1989. A Bridge to the Future. Re-Visioning Gender in Communication. En: CREEDON, J. (ed.). *Women in Mass Communication*, 1ª ed. Londres: Sage Publications, p. 304. Citado en: LÓPEZ DIEZ, P. 2004. *La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de comunicación*. (ed.). *Manual de información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer, p. 33.

internacionales; España, Italia, México o EE. UU.,²⁶⁵ a modo de ejemplos para ver cómo los medios proyectan una considerable violencia de género a nivel global en las emisiones sobre la representación de las mujeres.



Fig. 92. *Sé lo que hicisteis*. La Sexta. España. / Fig. 93. *Mujeres, hombres y viceversa*. Telecinco, España.

La televisión utiliza metanarrativas visuales y recursos expresivos para presentar a las mujeres según los cánones de la ideología androcéntrica asociándola a roles, juicios de valor, concepciones y teorías que “naturalizan” la subordinación de las mujeres y lo considerado femenino. En el programa *Sé lo que hicisteis* del

²⁶⁵ La elección de estos dos lugares y no de otros, es porque hemos podido estar y situarnos en estos países y hemos podido presenciarlo directamente.

canal *La Sexta*, en España, el estilo de las chicas es marcadamente distinto del de los chicos. Este ejemplo, al contrario de los que veremos a continuación, no exhibe el cuerpo femenino como algo pornográfico ni extremadamente hipersexual, pero sí se puede distinguir una camuflada acción de discriminación machista y de violencia simbólica que radica en la exigencia de la belleza femenina en las presentadoras y reporteras. La televisión utiliza esta imagen de la mujer porque sabe que así un programa de estas características atraerá más audiencia masculina.

Mujeres, hombres y viceversa es un programa de tipo *reality show* que espectaculariza el acto de encontrar el amor de nuestra vida. Dependiendo del sexo del participante, se le buscan candidatos/as para que lo/a conquisten. Lo que prima en este tipo de formatos televisivos es la exhibición del cuerpo femenino o masculino recreando los patrones sexuales del sistema siguiendo la lógica estructurante del género, basada en el sistema dominante del patriarcado.

A continuación, citamos a Isabel Moya pues transmite un mensaje bastante irónico pero no lejos de la realidad, ya que refleja como el sistema hegemónico presenta un modelo universal de “mujer” como parte de la estrategia de un pensamiento único en la época de la globalización neoliberal:

“Tome unas gotas de Amarige de Givenchy. Un poco de crema antiarrugas de Clinique. Una porción de extracto revitalizante para el cabello de L’Oreal. Mézclelo cuidadosamente para que no haga grumos. Distribúyalo sobre un cuerpo femenino del 1.80 metros con 90, 60, 90 cms. de pecho, cintura y caderas respectivamente, preferiblemente blanco y rubio. Si no encuentra fácilmente este producto en el mercado puede recurrir sin remordimientos a silicona y colágeno, extraer algunas costillas o realizar lipoescultura. Salpimiento con algo exótico a gusto”²⁶⁶.

²⁶⁶ MOYA RICHARD, I. *Receta para construir una mujer global*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Mujeres en Red. El



Fig. 94. *Cambio radical*, Antena 3. España, 2007.

Lo que vamos a destacar con los siguientes ejemplos es, en primer lugar, cómo la televisión espectaculariza el estereotipo femenino y considera a la mujer como objeto de mercancía, de explotación sexual y por lo tanto como parte fundamental de la programación. Hay muchísimos *reality shows* donde las mujeres acceden a transformarse siguiendo el patrón ideal de “mujer”, del “*star system*” o bien, a someterse a un múltiple tratamiento de cirugía plástica. Esto es lo que se hace en el *reality Cambio radical*, emitido por Antena 3 en España. Los *reality shows* comprenden un conjunto muy amplio de programas, no fáciles de categorizar pues han ido evolucionando y transformándose a lo largo del tiempo: la espectacularización de sus escenificaciones, la intensa dramatización, el carácter trágico de sus *talk shows*... el tratamiento de la violencia de género resulta alarmante por la cantidad de ejemplos existentes en la televisión.

Como apunta Jesús González en *El discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*²⁶⁷ es importante señalar algunos de los efectos que el espectáculo televisivo genera en el

periódico feminista. [Consulta: 15 marzo 2013]. Disponible en:
<<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1197>>

²⁶⁷ GONZÁLEZ REQUENA, J. 1992. *El discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.

espectador dado que hay muchos enfoques que abarcan diferentes aéreas. Se suprime la intimidad, todos los espacios son espectacularizados, irrealizados y fragmentados, hay una constante construcción de un espectáculo permanente y cotidiano; pero lo que más preocupa, como señala el autor, es la desaparición del espacio social en la televisión.

A continuación vamos a comentar varias imágenes que pertenecen a diversos programas de la televisión pública italiana otro espacio donde se confirma la sobrerrepresentación de la imagen de la mujer como objeto sexual, así como la sobreexplotación del estereotipo femenino. Un documental muy interesante y esclarecedor sobre este tipo de imágenes y representaciones sobre la mujer en la televisión italiana es el titulado *Il corpo delle donne*²⁶⁸, de Lorella Zanardo. La autora denuncia cómo se realiza la representación del cuerpo de las mujeres en la televisión Italiana. La presencia de la mujer en programas de todo tipo viene a representar el deseo masculino, apareciendo como “veline” (bailarina) o como apoyo del presentador, o también en programas que proyectan el canon de belleza; un cuerpo extra-sexuado, hiper-femenino y remodelado por la cirugía.

²⁶⁸ LORELLA ZANARDO: *Il corpo delle donne*. [Consulta: 18 julio 2012]. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=1teAJZE1ark>>



Fig. 95. Lorella Zanardo y Marco Malfi. *Il corpo delle donne*, 2009.

Jesús González Requena hace un análisis sobre la teoría del espectáculo donde relaciona la mirada y el cuerpo; el autor define:

“[...] el espectáculo consiste en la puesta en relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que la contempla”²⁶⁹.

Así es como se instaura el espectáculo, dándose una dialéctica entre un espectador (mirada) y una exhibición que se le ofrece (objeto cuerpo):

“El espectáculo —la relación espectacular— en cambio, parece constituirse en la distancia, en una relación distanciada que excluye la intimidad en beneficio de un determinado extrañamiento. En otros términos: el espectáculo parece tener lugar allí donde los cuerpos se escrutan en la distancia”²⁷⁰.

Requena continúa explicando que el espectáculo ofrece un cuerpo que se exhibe afirmado como imagen que fascina, en un juego de deseo y seducción:

“Es así, a través de la seducción, cómo el cuerpo adquiere su dimensión económica. De un lado la pulsión escópica, el deseo

²⁶⁹ GONZÁLEZ REQUENA, J. 1992. *Op. cit.*, p. 55.

²⁷⁰ *Ibid.*, p. 56.

de ver, de otro un cuerpo instituido en mercancía y, entre ambos, el dinero, como mediador universal de todo valor de cambio"²⁷¹.

Esta conjugación garantiza el éxito, como revela el autor, de la economía mercantil televisiva porque interviene el factor del deseo: esta seducción es la estrategia de un determinado sistema que persigue la creación de modelos de conducta afines al consumo.

La siguiente imagen pertenece al *reality show* *The Swan*, del *Canal Fox* de EE.UU. El programa consiste en buscar mujeres corrientes para transformarlas en mujeres bellas, perfectas, de película, como bien se puede apreciar en la foto. La omisión de otras realidades alternativas al canon de belleza en la producción cultural es una de las señales más preocupantes y uno de los signos más comunes de discriminación hacia las mujeres.



Fig. 96. *The Swan*, Canal Fox. EE.UU. 2004.

El análisis del documental *Miss escarpate* y las estadísticas que baraja manifiesta que las mujeres no son felices con el cuerpo que tienen porque lo comparan con el de las mujeres que aparecen en la televisión, el cine, etc. Es una producción norteamericana que Jennifer Siebel Newsom realizó en el año 2011 denunciando la

²⁷¹ *Ibid.*, p. 60.

escasa participación de las mujeres en los puestos de poder y liderazgo, cuestionando cómo el sexismo limita la visión que los medios de comunicación proyectan en torno a las mujeres norteamericanas.



Fig. 97. Jennifer Siebel Newsom. *Miss escapee*, USA, 2011.

El documental²⁷² muestra cómo la publicidad utiliza mensajes subliminales para las mujeres instrumentalizando los “terrores visuales” que refiere María Acaso y que nos hacen ver que nunca seremos lo bastante hermosas si perseguimos tener ese cuerpo idealizado.

Otro aspecto a tratar en el marco de nuestra investigación es el tema de la falta de empoderamiento y liderazgo de la mujer en la sociedad occidental y norteamericana, de la necesidad de que haya una mayor presencia y representación de las mujeres en los medios, las comunicaciones y otros ámbitos tales como la política. Como comenta Jennifer Lawless en su documental *Women & Politics Institute American University*: si no hay más mujeres en el ámbito de la política no tendremos la legitimidad democrática necesaria que nos represente. Todavía hoy, en nuestras sociedades, conservamos un prejuicio social de género por lo cual

²⁷² Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=7wgSCTj4qw>>

se considera que ciertas profesiones y ámbitos, como la política es cosa de hombres.

Lawless insiste en que al no haber mujeres en puestos profesionales, cargos públicos, políticos, etc., las mujeres no tienen referencia alguna de figuras femeninas en tales circunstancias y terminan por no concebir que esos puestos/cargos puedan llegar a pertenecerle. Gigi Durham, escritora y profesora en periodismo de la Universidad de Iowa, expresa en este mismo documental que las mujeres norteamericanas gastan más dinero en belleza que en su propia educación.

Las imágenes mostradas más abajo pertenecen a diversos programas de la televisión mexicana pública (Televisa, Tv Azteca y Canal 5). En ellas destacamos que la violencia ejercida por la televisión tiene una doble vertiente: por una parte convierte en espectáculo la situación dramática de la violencia de género física, sexual y psicológica, en la que viven muchas mujeres. Se añaden los problemas de salud y enfermedades psicológicas asociadas a la belleza en formatos tan populares como los *talk shows* que muestran a mujeres contando su experiencia. Donde el moderador/a actúa como juez y verdugo, evaluando conductas inadecuadas y dictando sentencia como si se trata de un juicio, así sucede en el polémico *talk show* de Laura Bozzo.

Por otra parte, se ejerce otro tipo de violencia que es simbólica y que se presenta en diversos formatos que reproducen pautas y modelos para llegar a ser mujeres más bellas, más atractivas, acordes al culto del cuerpo en nuestra cultura; conductas perceptibles en *reality shows* o *talk shows* y en ciertas secciones informativas que limitan sus contenidos a “asuntos de mujeres”.



Fig. 98. Imágenes TV México.

Otro ejemplo marcadamente visible de violencia de género lo encontramos en las invasivas telenovelas. Sus títulos están cargados de machismo: *La Usurpadora*, *Gata Salvaje*, *Santa Diabla*, etc. Nos presentan la imagen estereotipada de hermosas mujeres, altas, delgadas, con reducidas cinturas, esculturales caderas y pechos voluptuosos. Es el caso de la telenovela colombiana, *Sin tetas no hay paraíso*, el estereotipo de mujer que se presenta pertenece a un sustrato económico pobre, mujeres relegadas a vivir como objetos sexuales de narcotraficantes y otros hombres pertenecientes a las estructuras del crimen organizado.

Es evidente cómo las telenovelas están construidas sobre patrones que reproducen conductas machistas, sexistas y patriarcales, imponiendo modos de masculinidad y feminidad; el hombre adquiere el rol del varón, activo, fuerte y conquistador, frente a la pasividad de la mujer, de la que solo se muestran su belleza y bondad, cuando no se la presenta negativamente, como mujer fatal. Las telenovelas promueven además comentarios, prejuicios y valoraciones machistas, misóginos y clasistas; potencian rivalidades entre el mismo sexo; luchas entre mujeres

por un hombre o entre hombres por una mujer, envidias, celos e incluso crímenes. Todo esto rodeado de una gran trama dramática.

Extraemos un fragmento de una de las canciones de la telenovela *Pasión de Gavilanes*, de origen colombiano para ver cómo se refuerzan este tipo de mensajes machistas en las relaciones entre el género masculino y femenino: “¿Quién es ese hombre que me mira y me desnuda?... Una fiera inquieta que me da mil vueltas y me hace temblar, pero me hace sentir mujer...”.

Cynthia Pech nos habla acerca del género del melodrama como educador sentimental que fomenta la violencia de género, cuyas pautas han heredado las producciones de telenovelas. Carlos Monsiváis declaró que el “melodrama cinematográfico ha sido el gran educador sentimental de los mexicanos”²⁷³. Como señala Pech:

“Su afirmación soporta la premisa de que el melodrama cinematográfico, que derivó en la telenovela mexicana, contiene una ética del ser más allá de una moral adoctrinadora. En esta ética del ser es donde el carácter, si se quiere decir ontológico, del mexicano, se ha conformado y por ello, tiene ese grado de configuración identitaria que, a su vez, está en la base de la cultura (concebida machista y violenta)”²⁷⁴.

Según la autora el cine mexicano ha representado la violencia sexual y física en las relaciones personales y de parentesco, definiendo estereotipos, arquetipos, patrones sexistas, clasistas y racistas que se trasladaron a las masivas telenovelas para seguir promoviendo estos valores. El canal mexicano Televisa se ha encargado de reproducir los melodramas clásicos del cine de los

²⁷³ PECH, C. 2013. Arte y Violencia: apuntes en torno a una estética de lo peor y sus derivas en el arte activismo. En: RIZO M., ROMEU, V. (coords.). *Comunicación, Cultura y Violencia*. [en línea]. Barcelona: InCom-UAB, pp. 45-51, p. 47. [Consulta: 24 febrero 2014]. Disponible en:

<http://incom.uab.cat/download/eBook_3_InComUAB_Violencia.pdf>

²⁷⁴ *Ibid.*, p. 47.

años 40 y 50 en los que podemos encontrar los mismos patrones de conducta machista y misógina. Como sostiene la autora:

“Así, nuestra educación sentimental se construyó a partir de valores que naturalizaron las vejaciones y las prácticas discriminatorias entre los sexos, parentales y las clases sociales. [...] ¿Cómo olvidar la escena épica de las cachetadas que se propinan mutuamente Pedro Armendáriz y María Félix en *Enamorada* (1946), en un esfuerzo por demostrar quién manda? [...]”²⁷⁵.

²⁷⁵ *Ibid.*, p. 47.

CAPÍTULO 6. EL VÍDEO COMO HERRAMIENTA DE EMANCIPACIÓN Y EMPODERAMIENTO.

Desde el surgimiento del vídeo a comienzos de los años sesenta nos encontramos cada vez con más artistas, creadoras, activistas, realizadoras (en suma, mujeres) que están interesadas en la imagen y que están utilizando el vídeo como herramienta de expresión y de denuncia. Desde el vídeo al documental hay una variedad de producciones con diverso carácter que nos están acercando al mundo real de las mujeres. Dentro de la línea de mostrar la realidad, la pluralidad y la diversidad de tales situaciones, el vídeo tiene gran importancia como instrumento político de sensibilización, emancipación, empoderamiento²⁷⁶, transformación, interrelación y enriquecimiento.

En este apartado analizaremos las obras de mujeres artistas que nos han resultado más relevantes para nuestra investigación sea por la vinculación de su trabajo con las cuestiones del género y la violencia, sea por el tratamiento del medio videográfico como herramienta de creación y análisis. A tal fin hemos elaborado dos apartados de obras videográficas: el primero se titula, *El vídeo como instrumento político y de concienciación social* y estudia piezas que no trabajan con la apropiación pero claramente proyectan un discurso feminista explícito y un acto de empoderamiento a través del medio. Y el segundo, *La apropiación como estrategia en el discurso feminista*, que sí contempla la apropiación de imágenes existentes y también adapta códigos

²⁷⁶ Diccionario de la Transgresión Feminista [base de datos]. [2012] Vol. II. [Consulta: 2 junio 2013]. Disponible en: <https://www.justassociates.org/sites/justassociates.org/files/diccionario-de-la-transgresion-feminista_0.pdf> “Empowerment”, palabra tomada del idioma inglés que se ha adecuado al español, empoderamiento. Este término se emplea para conceder el poder a las mujeres como grupo de personas discriminadas para mejorar nuestras condiciones de vida a través de nuestras propias acciones.

visuales extraídos de la televisión, la publicidad y el cine. En las obras que vamos a analizar en este apartado está presente la técnica de la apropiación y sus derivados, tales como la cita, la alusión o referencia a otra imagen, texto o idea que nos llevan al origen de otra obra o autor; la parodia, como elemento crítico y burlesco asociado a la imitación y la transformación en la imagen y el discurso; el *desmontaje*, etc.

La mayoría de obras que hemos elegido utilizan la apropiación de forma explícita, y algunas de ellas tienen en común formar parte de un periodo artístico fundamental en los inicios de la práctica videográfica. Los trabajos que presentaremos pertenecen tanto al panorama nacional como internacional, y en ellos se usa de forma brillante la manipulación de los lenguajes de la cultura popular, la televisión, la publicidad, etc. Las temáticas giran en torno a distintas formas de violencia de género: opresión, violencia simbólica, identidad, objetualización sexual, mirada voyeurística, roles, estereotipos, memoria, etc.

Realizaremos el análisis videográfico de las obras²⁷⁷ contemplando ciertos puntos básicos con el fin de facilitar una comprensión sintética y directa. Estos puntos son:

1. Ficha técnica: Proporcionaremos los datos más relevantes en torno a la obra incluyendo su título, año de realización, autora, duración y formato.
2. Descripción de la obra: aportaremos un breve texto en torno a los contenidos expresados en la pieza audiovisual y las estrategias audiovisuales que se han empleado: *videocollage*, performance, tipos de planos, montaje, efectos, *loop*, audio, etc.

²⁷⁷ Elaboramos una aproximación al análisis videográfico y comentario de la imagen que es realizado por Vicente Ortiz y Lorena Rodríguez donde nos basamos en desarrollar algunos de los puntos más esenciales para obtener una mayor comprensión de la obra.

3. Análisis de la imagen y sentido de la obra: se incluirá también un breve texto de reflexión e interpretación en torno a la obra presentada.

Analizaremos los diferentes recursos que se emplean en las imágenes y abordaremos las diferentes estrategias de apropiación, cita, parodia, etc., en relación a las obras que hemos seleccionado y que trabajan con la apropiación. Estableceremos el origen de las mismas; apropiación de los modos televisivos, cinematográficos y publicitarios, y también el uso de la cita, o la alusión a obras que funcionan como referencias artísticas. Esto nos ayudará a comprender mejor el sentido de la pieza, es decir, cómo el uso de este tipo de estrategias discursivas han servido a las diferentes artistas para tratar la cuestión de género y con ello; cuestionar, analizar y denunciar la construcción femenina, estereotipos, roles, etc.

6.1. El vídeo como instrumento político y de concienciación social.

En este apartado veremos una serie de trabajos que abordan distintas formas de violencia de género. Todos estos trabajos tienen en común una reacción contestataria ante el arte hegemónico y el sistema patriarcal, pues abordan las distintas formas de violencia a través del vídeo como herramienta política, emancipadora y de concienciación feminista²⁷⁸.

El vídeo ha sido un medio de exploración usado por numerosas mujeres artistas:

- Joan Jonas, que crea un lenguaje en relación a la identidad femenina en un contexto social hostil. Joan Jonas fue además una de las figuras centrales en el movimiento del arte de la *performance* desde mediados de los años sesenta; en sus trabajos, examina el espacio y los fenómenos perceptivos, también combinó elementos de la danza y del teatro moderno.
- Marina Abramovic es otra de las artistas que ha tenido un impacto decisivo en la historia del arte de acción, y en la crítica de la representación del cuerpo femenino en la cultura occidental. En sus trabajos hay una constante exploración de los límites físicos y mentales. La intensidad y la resistencia de sus actuaciones la distinguen entre otros artistas, también la creación de situaciones extremas en las que se involucra a la audiencia.

²⁷⁸ *Diccionario de la Transgresión Feminista* [base de datos]. [2012] Vol. II.

[Consulta: 2 junio 2013]. Disponible en:

<https://www.justassociates.org/sites/justassociates.org/files/diccionario-de-la-transgresion-feminista_0.pdf>

Es el proceso por medio del cual nos damos cuenta de que nuestra experiencia individual de discriminación y opresión dentro del patriarcado no es un asunto privado sino más bien un asunto estructural que nos afecta a todas las mujeres. Este proceso nos lleva a tomar una posición política frente a todas las estructuras de opresión para llevar a cabo una transformación.

- Pola Weiss fue una de las artistas pioneras del videoarte en México, sus trabajos se caracterizaron por la experimentación en vídeo, contenían una clara conciencia feminista en su discurso, y además fusionó el vídeo con la danza.
- Otra artista de referencia es la ya citada Pilar Albarracín, muy polifacética, fusiona la performance, el vídeo y la instalación. La esencia de sus obras está en la ironía, el humor, lo absurdo, la crítica, provocando todo tipo de reacciones en el público.
- Teresa Serrano es una reconocida artista visual, de las más importantes de Iberoamérica. La mayoría de sus obras se concentran en torno a discursos sobre el género, como es el caso de la obra que presentamos, que trata los feminicidios y desapariciones de mujeres en Ciudad Juárez.
- Otro ejemplo a destacar es el de Valeria Andrade, artista interdisciplinar que nos presenta un vídeo de denuncia social donde refleja el acoso sexual y el machismo que hay instaurados en la sociedad ecuatoriana.

6.1.1. Joan Jonas. *Vertical roll*, 1972. La identidad femenina en el vídeo.



Fig. 99. Joan Jonas. *Vertical roll*, 1972.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Vertical Roll*²⁷⁹.

Autora: Joan Jonas.

Fecha: 1972.

Duración: 19' 38".

Tipo de obra/ técnica: *videoperformance*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

La pieza es una *videoperformance* donde la artista utiliza la señal electrónica de forma interrumpida como elemento formal en la imagen. El rodillo vertical corta la imagen con su barra negra horizontal de manera que se enfatiza y resalta la distancia con el espectador. La estructura del vídeo tiene, de esta manera, un movimiento vertical. Jonas utiliza el vídeo como si fuera un espejo

²⁷⁹ Para su visionado en: <<https://vimeo.com/16151683>>

donde se muestra el cuerpo de la artista de forma fragmentada y con una perspectiva diferente. Las imágenes son repetitivas y esta secuencia está acompañada por el sonido de un martillo constante. Al inicio del vídeo hay una secuencia en la que se puede ver a la artista golpeando una cuchara contra la lente de la cámara-espejo; esta acción coincide con el sonido y con el momento en que aparece el rodillo vertical, reflejando la idea en apariciones simultáneas en el vídeo.

El rodillo vertical es una de las características técnicas principales del vídeo que consiste en la retención vertical en un monitor para imitar el movimiento vertical de la película cinematográfica. Jonas presenta una colección de imágenes a través de múltiples puntos de vista que son dependientes unos de los otros. Observamos diferentes secuencias repetitivas y a veces distorsionadas de varias partes de su cuerpo: su rostro, cintura, tronco, cuerpo entero, piernas, brazos, manos y por último la proyección de su sombra. En el último fragmento del vídeo vemos cómo, en un primer plano, aparece el rostro de la artista pero no dentro del monitor, sino fuera de pantalla.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Joan Jonas construye un retrato de la identidad femenina mediante la deconstrucción de las representaciones del cuerpo femenino y la tecnología del vídeo. Usando una señal electrónica interrumpida o "rodillo vertical", como un recurso formal dinámico y que disloca el espacio, re-encuadra y fractura la imagen. El movimiento vertical que se repite a lo largo de la cinta perturba la imagen mediante la exposición de la materialidad del medio, utilizando su cuerpo como objeto de la mirada y el vídeo como una imagen en deconstrucción.

La cámara dirige la mirada a Jonas y su cuerpo, y la mirada de la artista implica al espectador en la obra. La disparidad entre la imagen en pantalla, el monitor de vídeo, el sonido percusivo

repetiendo el movimiento vertical y el golpeteo de una cuchara. En la lente de la cámara son ejemplos del uso de la desincronización como herramienta técnica para revelar la contingencia de la experiencia perceptiva. A través de esta estrategia la artista plantea un desafío a la supuesta objetividad de la experiencia de los sentidos y a la representación del cuerpo femenino.

En definitiva, la artista muestra su cuerpo como objeto y usa el vídeo como medio que registra su *performance*, adoptando varias formas en las que se representa construyendo un autorretrato disyuntivo. La artista explora las posibilidades del medio y experimenta con su imagen de una forma diferente al tratamiento convencional del retrato. Utiliza el vídeo como espejo gracias al uso funcional y específico del monitor que refleja su propio cuerpo. Los diferentes disfraces exhibidos en las distintas secuencias de la obra examinan críticamente los papeles constantemente desiguales de las mujeres.

6.1.2. Marina Abramovic. *Art must be beautiful artist must be beautiful*, 1975. Cuestionando la belleza y su papel en el arte.



Fig. 100. Marina Abramovic. *Art must be beautiful artist must be beautiful*, 1975.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Art must be beautiful, artist must be beautiful*²⁸⁰.

Autora: Marina Abramovic.

Fecha: 1975

Duración: 50' 56".

Tipo de obra / técnica: *videoperformance*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

La videoperformance, *Art must be beautiful*, proviene de un acto cotidiano donde Marina Abramovic nos muestra cómo se cepilla el cabello en una imagen fija y centrada que muestra en primer plano su rostro durante la acción del cepillado. Este acto, que en un principio no reviste mayor información, se va transformando

²⁸⁰ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=7kXnrVDxtyc>>

secuencia tras secuencia en un acto tenso. Conforme avanza el tiempo, la artista acelera la velocidad de su acción convirtiéndose en una escena cada vez más agresiva donde insiste en peinarse con violencia.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

La cámara aparece fija durante toda la *performance*: utiliza plano medio y algunas secuencias de detalle. La acción de la artista está pensada para la cámara, cuestión evidenciada por el tipo de encuadre y por su aparición en primer plano donde realiza la acción cotidiana de cepillarse el pelo. Como simula el vídeo, parece que la artista está mirándose a un espejo que simbólicamente es la cámara de vídeo, aunque su mirada no se dirige directamente al espectador.

El factor tiempo en esta pieza, como en muchas *videoperformances*, consiste simplemente en capturar el proceso de la performance de principio a fin. Durante la realización de la acción Abramovic no deja de repetir la frase: "Art must be beautiful, artist must be beautiful".

Marina Abramovic reflexiona sobre la belleza del arte y la belleza de la artista como una forma de violencia repetida sin cesar, como si a través del acto del cepillado se interiorizase dicha imposición. Su voz delata que está sintiendo dolor y su cara también muestra claramente el daño que se está produciendo a sí misma. Luego su voz es más suave y la forma en que mueve su cepillo y se peina es menos agresiva. De acuerdo con el trabajo de Abramovic, el propósito del dolor auto-infligido es liberar el cuerpo y el ser de las restricciones impuestas por la cultura occidental.

6.1.3. Pola Weiss. *Ciudad, Mujer, Ciudad*, 1978. La experimentalidad en el vídeo.



Fig. 101. Pola Weiss. *Ciudad, Mujer, Ciudad*, 1978.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Ciudad, Mujer, Ciudad*²⁸¹.

Autora: Pola Weiss.

Fecha: 1978.

Duración: 18'.

Tipo de obra / Técnica: videodanza, *performance*.

²⁸¹ Para su visionado en: <<https://vimeo.com/47978778>>

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Entre imágenes psicodélicas se inicia el vídeo de *Ciudad, Mujer, Ciudad*. Se contraponen a imágenes de la mujer y la ciudad, imágenes de entornos naturales. En varias secuencias aparece Vivian Blackmore, la modelo del vídeo, desnuda, danzando, mientras su imagen aparece incrustada en imágenes de la ciudad de México. En este vídeo se utiliza la técnica del *collage*: las imágenes se funden con otras imágenes abstractas y figuras psicodélicas, además de otras más realistas de las calles de la ciudad donde aparecen distintos lugares y transeúntes. Hay una sucesión narrativa con alusiones al amanecer y el despertar que termina con la noche y el descanso.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Las imágenes fueron procesadas en vivo con efectos especiales a través de un *switcher* y proyectadas en un monitor. Aparecen, entre otros, planos contrapicados donde podemos ver la ciudad desde el punto de vista más alto. Con el uso de efectos y del *chroma-key*, la imagen de la modelo aparece con fondos de colores planos y estridentes mientras baila; de esta forma la artista contrapone los conceptos: mujer / naturaleza, ciudad / destrucción. Pola Weiss tematiza en este vídeo un tipo de ciudad que es lugar hostil, que ha acabado con la naturaleza; y esto lo relaciona con la situación de la mujer. La artista recita, a modo de poesía en prosa, un discurso sobre el hostigamiento que sufre la mujer.

Utiliza también el *zoom* en la imagen para destacar un elemento visual o conceptual: un campanario, los pechos de la modelo, un *parking*. El sonido que aparece está formado por varias capas: por ejemplo, podemos escuchar el sonido de una flauta precolombina y tambores junto a las campanas de una iglesia.

6.1.4. Pilar Albarracín. *Furor latino*, 2003. Estereotipo sexual y producto nacional.



Fig. 102. Pilar Albarracín. *Furor latino*, 2003.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Furor latino*.

Autora: Pilar Albarracín.

Fecha: 2003.

Duración: 2'27".

Tipo de obra / técnica: *videoperformance*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

En un primer plano la artista nos muestra el pecho de una mujer en movimiento ocupando la pantalla mientras se oye una rítmica canción:

*“Lo más lindo de la vida es la mujer y por eso hay que saberla cultivar,
y darles lo que sabemos, hasta que no aguante más”.*

Repite:

“y darles lo que sabemos hasta que no aguante más”.

Esta canción posee varias connotaciones alusivas a la violencia sexual y expresa las denigrantes formas del machismo que interactúan en cualquier lenguaje y ámbito. A lo largo de todo el vídeo permanece el mismo plano con los pechos de la mujer. En la última secuencia observamos que mientras continúa bailando se pincha los pechos con unas agujas y comienzan a desinflarse.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Se puede apreciar cómo Pilar Albarracín exhibe intencionadamente un primer plano del escote de una mujer que está bailando al ritmo de una canción latina. Los pechos de la mujer se van acercando más al objetivo de la cámara cubriendo la totalidad de la pantalla. Lo único que aparece en el vídeo es un encuadre de unos pechos femeninos cubiertos por una camiseta roja y ceñida resaltando unos protuberantes pezones. A través de esta imagen excesiva, la artista nos está hablando del contenido sexual de la imagen de la mujer en los medios, tan obvia y directa como el contenido de la canción y la imagen de los pechos.

Con la acción final, cuando se pincha los pechos, la artista nos habla de la imagen que tenemos de las cosas, de lo que es realidad y apariencia. Se exhibe así el estereotipo de mujer latina, que es mayoritariamente representado como objeto de deseo sexual. Pilar Albarracín a través de sus *performances*, denuncia el drama que hay detrás de las estructuras de dominación y pone en evidencia la violencia ejercida sobre las mujeres desde la ironía.

6.1.5. Teresa Serrano. *La piñata*, 2003. Juegos violentos ficcionalizados.



Fig. 103. Teresa Serrano. *La piñata*, 2003.

FICHA TÉCNICA.

Título: *La piñata*²⁸².

Autora: Teresa Serrano.

Fecha: 2003.

Duración: 6'.

Tipo de obra / técnica: *videoperformance*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Aparecen unos primeros planos donde por fragmentos, podemos distinguir una piñata con forma de mujer. El encuadre se va abriendo hasta conseguir un plano americano. La disposición de la cámara es fija y permanece en un punto inmóvil para ver la

²⁸² Para su visionado en: <<https://vimeo.com/20730246>>

puesta en escena de la situación. No hay montaje previo en la realización del vídeo, se graba sin cortes. La puesta en escena se está realizando en un espacio privado que parece el patio de una casa donde vemos a un hombre golpear la piñata. Se escenifica claramente el doble diálogo que hay contenido en las imágenes y en la actuación: uno sexual y de dominio; frente a otro de grandes connotaciones violentas. La pieza acaba de forma terrorífica: el asesino termina comiéndose los restos del cabello que se han quedado enganchados a la cuerda desde la que colgaba la piñata. Al final del vídeo aparecen los créditos: en ellos la artista denuncia explícitamente los crímenes ocurridos en la frontera con EE. UU. y Ciudad Juárez y subraya cómo a día de hoy siguen sin resolverse.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Esta pieza expone un objeto muy característico de la cultura y el folklore mexicano, la piñata, que se utiliza para ceremonias navideñas y celebraciones. En este sentido, la artista ha colocado una piñata con forma de cuerpo de mujer haciendo alusión a los feminicidios de Ciudad Juárez²⁸³. En la imagen vemos cómo un hombre golpea repetidas veces la piñata hasta que la destruye completamente dejando solo un trozo del cabello colgado donde observamos la clara alusión sexual que hay cuando el hombre se come un mechón de pelo.

Teresa Serrano subvierte con esta acción la relación del juego infantil de la piñata con una durísima y extrema escena de violencia de género donde el actor acaba destrozando a golpes “la muñeca”. Este trabajo es impactante por la forma de presentar un acto tan terrible, atroz y violento como el feminicidio, y a la vez, es

²⁸³ Para tener más información al respecto se recomienda ver el documental, *Señorita extraviada* de Lourdes Portillo. México, 2001. En él se cuenta la historia de cientos de mujeres desaparecidas y asesinadas en Ciudad Juárez, México.

también una denuncia social que sitúa el punto de mira sobre lo que está ocurriendo en México.

6.1.6. Valeria Andrade. *Cañón de carne*, 2006. Denunciando el suceso.



Fig. 104. Valeria Andrade. *Cañón de carne*, 2006.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Cañón de carne*²⁸⁴.

²⁸⁴ *Cañón de carne*, pertenece a la muestra que Laura Baigorri presenta como una selección de obras itinerante *Videoarte: Vídeo crítico en Latinoamérica y Caribe*, proyecto que lleva desarrollando desde 2008. Según Laura Baigorri, esta muestra videográfica expone obras que intentan dar visibilidad a situaciones que no aparecen en los medios de comunicación o si se hace, es de forma unilateral e interesada. Cuestionan la veracidad de la información proporcionada por el *mainstream* mediático contrastándola con otras

Autora: Valeria Andrade.

Fecha: 2006.

Duración: 3'50".

Tipo de obra / técnica: intervención urbana, *videoperformance*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

En un plano general se muestra a la propia artista caminando imperturbable por las calles de Quito. Mientras la acosan los piropos y las obscenidades que le lanzan los hombres a su paso. Vemos siempre el mismo tipo de encuadre aunque las secuencias van variando y los tipos de planos también: plano general, americano y medio.

Aparece en segundo plano una conversación telefónica. El sonido se corresponde con una grabación hecha por la artista de un programa de radio donde ella misma le cuenta al locutor que se siente acosada e indicando lo mal que se encuentra al respecto. En esa conversación el locutor afirma que ella es la responsable de que los hombres la acosen. Junto las imágenes de los hombres que la piropean por la calle y la conversación telefónica, nos muestra un panorama sobre la violencia machista que sufre la mujer en las calles ecuatorianas además de indicar, según la grabación de la entrevista en radio, la incomprensión y frivolidad de tales situaciones.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

El vídeo es utilizado como una herramienta de denuncia social que permite generar otras voces que no tienen mucho eco en los medios. La artista está grabando su cotidianidad y está hablando

realidades y proponen una reflexión sobre la responsabilidad ética de quienes trabajan en este ámbito. <https://www.youtube.com/watch?v=hI2-Z-fHeM4>.

desde su propia vivencia y experiencia. Está denunciando el acoso sexual y la situación a la que se enfrentan diariamente las mujeres en nuestras sociedades, entre ellas la ecuatoriana. Nos está mostrando a través del vídeo una narrativa personal en el contexto público, cuya problemática social nos enfoca hacia un discurso más que evidente sobre la violencia de género y que apenas tiene eco mediáticamente.

6.2. La apropiación como estrategia en el discurso feminista.

Las obras videográficas seleccionadas en este apartado muestran un interés en la utilización del vídeo como herramienta de análisis paralelo al uso de la apropiación crítica con el fin de revisar las imágenes y los mensajes que a menudo permanecen sin ser cuestionados. Hay una evidente conciencia feminista en muchos de los trabajos que se apropian de imágenes de variada procedencia para hacer una relectura de lo dado y de generar otros discursos que deconstruyan lo establecido por el sistema patriarcal, demostrando que el discurso hegemónico y androcéntrico subordina a las mujeres.

Diferentes autoras han utilizado el vídeo como plasmación de lo cotidiano y de los espacios domésticos asignados culturalmente a las mujeres:

- Martha Rosler utiliza estos espacios y los reelabora de una forma deconstructiva, generándonos una reflexión sobre la opresión sexual y la influencia de los medios en la perpetuación de roles y estereotipos. El uso crítico del vídeo en la esfera de lo doméstico se convierte en un instrumento decisivo que ofrece una visión crítica, irónica y subversiva.
- Ulrike Rosenbach es una de las más influyentes artistas de vídeo en el territorio europeo. Un componente de su trabajo es el análisis artístico de la imagen cultural de la mujer en la historia: la mujer como madre de familia, como ama de casa, como prostituta para los hombres, como santa o virgen, o bien bajo la figura de la amazona.
- Los trabajos en vídeo de Dara Birnbaum se encuentran entre las aportaciones más influyentes del discurso contemporáneo en el arte y la televisión. Dara Birnbaum es una de las máximas referentes en utilizar la apropiación como estrategia crítica donde deconstruye el poder de las

imágenes de los medios de masas y la interpretación del estereotipo femenino sexual.

- Eugènia Balcells, artista conceptual y multidisciplinar, tiene trabajos muy variados en cuanto a temáticas pero en muchos de ellos se abordan cuestiones relacionadas con la sociedad de consumo y sus efectos, en los que desarrolla un especial interés en revisar la imagen de la mujer y su papel en la cultura.
- Joan Braderman se proyecta literalmente a sí misma en una de las series más populares de EE. UU., *Dinasty*, de los años 80. Con su estilo performativo mezcla el humor y el *collage*. Braderman ha seguido trabajando por la democracia en los medios de comunicación, la promoción del cine independiente y del vídeo en la creación artística y la enseñanza.
- La obra de Pipillotti Rist está relacionada con el género, la sexualidad y el cuerpo. Desarrolla irónicamente una forma de vídeo clip *porno-pop*, imagen que proviene de la cultura y del sexismo de la cadena *MTV* donde las cualidades femeninas son exageradas de forma grotesca.
- Cecilia Barriga es una reconocida documentalista, directora y videoartista que explora varios temas: la violencia, el género, los movimientos sociales, etc. Algo recurrente en Barriga es que ha documentado la situación de las mujeres en el mundo, el pensamiento, el activismo feminista y la construcción de identidades, individuales y colectivas.
- Marcela Fernández se ha desarrollado profesionalmente como directora, productora y profesora. Su inclinación como directora de documentales y cortometrajes ha consistido siempre en abordar cuestiones políticas y sociales, teniendo un gran impacto en la sociedad mexicana, además de una proyección internacional.
- Carmen Sigler desarrolla sus obras fundamentalmente a través de imágenes, sean estas fijas o en movimiento. Es pionera en la investigación con el cuerpo de la mujer y el género femenino, aportando otras formas, posibilidades de

mirar y comportarse condicionadas y mediatizadas por los estereotipos asignados.

- Ximena Cuevas es una de las principales videoartistas de México. Sus obras suelen explorar las cuestiones sociales y de género que enfrentan las lesbianas en dicho país México. Muchas de sus películas tratan sobre conflictos sociales, la corrupción y su impacto en la cultura, la sociedad y la política. Explora, desde una perspectiva feminista, el lugar de la mujer en la sociedad. El lesbianismo y su representación social es tema recurrente en su trabajo.
- Lucía Madriz es una artista multidisciplinar que generalmente trabaja en vídeo. Explora muchos aspectos en sus obras, aparte de lo visual; lo político, lo poético y lo emocional. Lo que nos ha interesado mucho de esta artista en concreto es ver cómo trabaja la apropiación simbólica del gesto. Desde la perspectiva de género, Lucía Madriz analiza la violencia sexista y la manipulación simbólica a la que es sometida la mujer.
- O.R.G.I.A es un colectivo artístico que combina la escultura, el objeto, la *performance* y el vídeo. Su trabajo de investigación y creación artística gira en torno al género, al sexo y a la sexualidad, desde una posición feminista y *queer*.
- Flor Aliberti trabaja desde el ámbito de lo audiovisual, fundamentalmente cine y vídeo, explora la técnica del *found footage* y el *collage* en muchas de sus obras. Cuenta con varias piezas que tratan sobre la identidad femenina y las formas de construir narrativas sobre el estereotipo femenino en la red.

6.2.1. Martha Rosler. *Semiotics of the Kitchen*, 1975. Modos de apropiación de la televisión y la publicidad.



Fig. 105. Martha Rosler. *Semiotics of the Kitchen*, 1975.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Semiotics of the Kitchen*²⁸⁵.

Autora: Martha Rosler.

Fecha: 1975.

Duración: 6'.

Tipo de obra / técnica: *videoperformance*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Esta *performance* para vídeo es presentada en secuencia fija sin cortes ni montaje posterior. Grabada en plano americano y medio, la artista realiza una serie de acciones ante la cámara vistiendo un delantal y apareciendo en un espacio que representa una cocina;

²⁸⁵ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=3zSA9Rm2PZA>>

imagen que nos hace recordar al típico formato de un programa televisivo de cocina al uso, destinado fundamentalmente al público femenino. Rosler va recitando un abecedario de utensilios de cocina y los va definiendo por medio de acciones cargadas de ironía; de esta forma, mientras los nombra, va mostrando a través de sus gestos como se utiliza la herramienta: batir, pelar, cortar, etc. A medida que avanza la performance, los gestos de Rosler son cada vez más artificiales y bruscos, algunos incluso violentos. Al final Rosler gesticula las últimas letras del abecedario tomando su cuerpo como signo mientras ejecuta las acciones.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Podemos apreciar que hay un solo tipo de encuadre que adopta el formato tradicional de la televisión de la época donde nos encontramos con un plano medio, fijo y sin cortes de la puesta en escena. Rosler no ha recurrido a la post-producción, edición y montaje. Hay una enunciación explícita en la narrativa que emplea, la artista: exhibe unos objetos mirando a la cámara a la vez que habla interpelando directamente al espectador. El tiempo en esta pieza tiene una frecuencia lineal ya que muestra una acción distinta cada vez que utiliza una herramienta de cocina y que no vuelve a repetir. Con toda esta puesta en escena y la acción que realiza nos hace cuestionarnos qué es lo que está sucediendo y por qué.

Esta pieza está compuesta mediante un tipo de apropiación que no es de imágenes extraídas de la televisión sino de modelos o géneros procedentes de la misma. La idea del programa de cocina es transformada en un acto subversivo. La artista hace una simulación mediante los objetos, los gestos y la semiología: todo esto se mezcla con los modos de hacer una emisión televisiva. Es a través de la gramática de los gestos que Rosler ironiza y transgrede, alterando los significados cotidianos de la cocina, así como el espacio opresivo de la mujer, el espacio doméstico como único lugar posible. La artificialidad y agresividad de sus gestos

puntua toda su acción, exhibiendo claramente su voluntad crítica. Mediante este vídeo la artista realiza preguntas sobre los mitos de la vida cotidiana asumiendo un discurso racionalista para explorar el sentido del individuo, la vida familiar, la cultura y el monopolio capitalista.

6.2.2. Ulrike Rosenbach. *Don't believe I'm a Amazon*, 1975. La deconstrucción del estereotipo femenino.



Fig. 106. Ulrike Rosenbach. *Don't believe I'm a Amazon*, 1975.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Don't believe I'm a Amazon*.

Autora: Ulrike Rosenbach.

Fecha: 1975.

Duración: 10'.

Tipo de obra / técnica: videoinstalación.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Esta pieza está formada por un vídeo realizado en circuito cerrado y una *performance*. Hay dos cámaras de vídeo que están grabando: por un lado el rostro de la artista y por otro una reproducción de la *Madonna de Rosenhag* de Stefan Lochner (1450), que funciona como una especie de diana sobre la que la artista dispara flechas. El vídeo es un plano fijo de detalle del rostro de la Virgen sobre el que Rosenbach superpone su propia cara mientras las flechas que va disparando la propia artista van atravesando ambos rostros.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Rosenbach cuestiona cuál es la verdadera identidad femenina y si debe responder a los roles bipolares y antagónicos: pasivo/activo, bueno/malo, feo/bello, etc. Otro aspecto latente en esta pieza, es el análisis y uso de imágenes preexistentes, la *Madonna*. La artista trabaja con la idea del rol femenino, la imagen de la virgen y la amazona.

En una entrevista que le hizo la revista *Lip*²⁸⁶, la artista describe cómo a través de la educación que recibió le fueron inculcados los “valores femeninos” de la belleza y la virginidad. Según la artista la gente no toma en serio a las mujeres luchadoras (amazonas), por eso intenta confrontar esas dos imágenes disparando las flechas, la una a la otra.

Sobre su trabajo en vídeo, Rosenbach señala que prefiere usar dicho medio para contar sus propias narraciones, pues la artista

²⁸⁶ ROSENBACH, U. 1980. *Don't believe I'm an amazon. Lip*. [Vídeo: Traducción propia]. Para su consulta *online*: <<http://www.medienkunstnetz.de/works/glauben-sie-nicht/>> [Consulta: 12 junio 2014].

considera que el medio videográfico es el más idóneo para desarrollar un discurso crítico.

6.2.3. Dara Birnbaum. *Technology / transformation wonder woman*, 1978. El *scracht* como técnica del montaje videográfico.



Fig. 107. Dara Birnbaum. *Technology/ transformation wonder woman*, 1978.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Technology/ transformation wonder woman*²⁸⁷.

Autora: Dara Birnbaum.

Fecha: 1978.

Duración: 5'22''.

Tipo de obra / técnica: vídeo.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

El vídeo empieza con las imágenes de una explosión y permanece así gracias a la técnica del *scracht* que se basa en detener el flujo de imágenes y en repetir partes de las mismas. En un plano americano aparece la protagonista de la serie de televisión *Wonder Woman* girando sobre sí misma en medio de tales

²⁸⁷ Para su visionado en: <<http://www.youtube.com/watch?v=k6xZOUXNyQg>>

explosiones. La escena se repite una y otra vez hasta que la mujer termina por convertirse en la super-heroína.

Secuencia tras secuencia observamos a *Wonder Woman* corriendo y girando mediante la técnica del *scracht*. Se puede decir que todo el vídeo desde su inicio hasta el final es una repetición de la misma acción. En las secuencias siguientes vemos como *Wonder Woman* salva y protege a un hombre, corre y vuelve a girar. Las últimas imágenes muestran la misma explosión que aparecía al principio del vídeo y desaparece la protagonista. Al final, sobre un fondo azul, se escucha la canción de la serie mientras su letra se lee en una transcripción, que funciona como cabecera final de la obra y que pone de relieve el alto contenido erótico de la serie.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Dara Birnbaum se apropia de la imagen de la heroína arquetípica de la popular serie de televisión *Wonder Woman* para hacer nuevas lecturas a partir de su reelaboración centrándose en un instante en que el personaje de mujer normal se transforma, después de una explosión, en la heroína de la serie.

A través del montaje descontextualiza el momento triunfal de la serie del hilo narrativo convencional para establecer otras lecturas sobre las imágenes de mujeres que proyecta la cultura de masas. El gesto de Birnbaum retomando la canción de la serie y dotándola de una nueva forma a través de la cita del texto re-dirige la lectura que el espectador pueda hacer relacionando a la heroína con un componente erótico y sexual que ya está implícito en el texto televisivo. La propia artista comenta al respecto de su propia obra:

“Las veo como nuevos *ready-mades* de final de siglo, compuestas de unidades visuales dislocadas y sintaxis

alteradas, imágenes separadas de su curso narrativo original (...)"²⁸⁸.

Birnbaum se apropia de las imágenes televisivas para mostrarlas desde otro punto de vista, lo que constituye una evidente propuesta de relectura. Lo que pretende la artista con el presente vídeo es que el espectador reflexione sobre el tipo de imagen de mujer que proyecta la citada serie y la cultura masiva en general. Esta obra pone de relieve que la imagen de la mujer es una mera construcción fruto de un montaje artificial. La estrategia de Birnbaum, como bien dice su título, *Technology / transformation wonder woman*, gira en torno a la idea de transformación por el medio tecnológico videográfico. Otra estrategia fundamental, y anunciada también por el título de la obra, tiene que ver con la idea de transformación de una mujer corriente en la *Mujer Maravilla*: se muestra la falsedad de dicha transformación que pretende la serie, pues la mujer continúa presentándose como objeto sexual.

²⁸⁸ BIRNBAUM, D. 1986. Talking Back to the Media. En: PODESTA, P. (ed.). *Resolution: A critique of Video Art*. Los Angeles: LACE Contemporary Exhibitions, p. 50.

6.2.4. Eugènia Balcells. *Boy Meets Girl*, 1978. Modos de apropiación mediática.



Fig.108. Eugènia Balcells. *Boy Meets Girl*, 1978.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Boy Meets Girl*²⁸⁹.

Autora: Eugènia Balcells.

Fecha: 1978.

Duración: 10'.

Tipo de obra / técnica: 16mm.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

La pantalla está dividida de forma vertical por la mitad y la estructura del *film* sigue la dinámica de un juego. En la parte izquierda van apareciendo mujeres mientras en la parte derecha

²⁸⁹ Para su visionado en:

<<http://www.eugenialbalcells.com/films/boys/content.html>>

aparecen hombres. De la misma forma que en una máquina de juegos de *Arcade*, las dos columnas se mueven, se paran y en ese momento se puede ver una pareja en la pantalla. La obra es un *collage* de imágenes fijas, extraídas de las revistas, los periódicos y la publicidad.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Hay imágenes en color y en blanco y negro. La secuencia reproduce de forma continuada una sucesión que casa con el ritmo del sonido, que alude al de una máquina de juegos. Las imágenes que se sincronizan están extraídas de otros medios.

La artista plasma en esta pieza uno de los temas más recurrentes en su obra: la crítica a los modelos estereotipados de hombres y mujeres vehiculados, sobre todo, a través de los medios de comunicación. A la hora de realizar la película, la artista partió de una pregunta cargada de humor: “¿Qué imagen tendrá del hombre y de la mujer un extraterrestre que nunca haya visto a seres humanos y que solo conociera sus imágenes por la prensa, libros y revistas?”²⁹⁰.

²⁹⁰ EUGENIA BALCELLS: [Consulta: 3 marzo 2013]. Disponible en: <<http://www.eugeniabalcells.com/films/boys/content.html>>

6.2.5. Joan Braderman. *Joan does Dynasty*, 1986. La mercantilización de las mujeres en las series televisivas y el uso del *chroma-key*.



Fig. 109. Joan Braderman. *Joan does Dynasty*, 1986.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Joan does Dynasty*²⁹¹.

Autora: Joan Braderman.

Fecha: 1986.

Duración: 31' 40".

Tipo de obra / técnica: vídeo.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

En la pieza la artista superpone su propia imagen a las escenas de una de las series más populares de la televisión estadounidense, *Dynasty*. Hay varias secuencias donde utiliza una máscara sobre la que incluye su rostro utilizando el *chroma-*

²⁹¹ Para su visionado en: <<https://vimeo.com/48620458>>

key. La artista aparece y desaparece en un plano fijo mientras las imágenes del fondo están en constante movimiento. Utiliza la técnica del *scratch* pues muchas imágenes-secuencias son detenidas y repetidas en numerosas ocasiones. El plano suele ser general mientras Braderman permanece dentro del encuadre, juega con la perspectiva mientras habla y canta, creando un diálogo crítico, irónico y agitador con las imágenes.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Con esta pieza la artista muestra el discurso elaborado por la teleserie, y para ello recurre a la *performance*, combinando el humor con la ironía mientras contrapone su imagen con la de la serie televisiva. La utilización del *chroma-key* permite multiplicar las posibilidades de interacción entre las imágenes rompiendo el punto de vista y modificando la representación icónica. Braderman deconstruye los fundamentos ideológicos y culturales de los que se nutre la popular serie.

Su trabajo es claramente de apropiación audiovisual: reutiliza imágenes extraídas de la televisión, en este caso de una serie televisiva, para deconstruir el discurso ideológico y patriarcal con un análisis crítico y feminista sobre la serie *Dynasty*. En particular, resalta cómo en este tipo de teleseries o telenovelas explotan la "mercantilización" de las mujeres a través de su insistente asociación con los objetos, la ropa y el sexo.

**6.2.6. Pipilotti Rist. *I'm not the Girl who Misses Much*, 1986.
Modos de apropiación del videoclip: La representación sexual femenina.**



Fig. 110. Pipilotti Rist. *I'm not the Girl who Misses Much*, 1986.

FICHA TÉCNICA.

Título: *I'm not the Girl who Misses Much*²⁹².

Autora: Pipilotti Rist.

Fecha: 1986.

Duración: 5'29".

Tipo de obra / técnica: vídeo.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

El vídeo se inicia con la artista cantando en un primer plano. La imagen aparece desenfocada y con efectos de ruido e interferencias. La cámara está fija mientras graba el ritual del baile realizado por Pipilotti Rist. En las sucesivas secuencias utiliza

²⁹² Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=TJgiSyCr6BY>>

diferentes tipos de planos: detalle, primer plano, medio...esto acentúa el dinamismo del vídeo junto a la aceleración y la desaceleración en ciertas secuencias que igualmente alterna con su voz.

A lo largo del vídeo la artista canta y baila enérgicamente mientras sus movimientos hacen que sus pechos salgan de su vestido. Ella se inclina, levanta sus brazos y se levanta la falda por encima de la cabeza, se mueve como si fuera una muñeca de trapo. Se acerca a la cámara, mostrando una amplia sonrisa con los labios pintados. A medida que la banda sonora se desacelera se apoya en la pared para continuar con ese frenético ritmo. La repetición sin fin de la frase del título, *I'm not the Girl who Misses Much*, se vuelve automática al cantarla sin el orden que le da sentido.

El uso de diferentes velocidades en el audio y la imagen es comparable a una danza. Modifica el equilibrio de color de manera que algunas secuencias aparecen como si se vieran a través de un filtro rojo mientras que otras se ven teñidas de azul. A medida que el trabajo progresa, las líneas horizontales y verticales son cada vez más distorsionadas, fragmentando la imagen. Cuando el videoclip está llegando a su fin añade la canción original de John Lennon mientras ella continúa bailando frenéticamente y se alternan imágenes fijas.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

En esta pieza la artista retoma un verso de John Lennon, *I'm not the Girl who Misses Much*, la frase es una adaptación de la canción, *Happiness is a Warm Gun* (1968). Pipilotti Rist utiliza las interferencias de la pantalla de la televisión y realiza tales distorsiones con el fin de reflejar una experiencia subjetiva en la imagen.

En esta pieza y según varias interpretaciones, Rist da una respuesta feminista a las imágenes sexistas que se apropia del

lenguaje de los videoclips para mostrar cómo cobra protagonismo el cuerpo femenino en ellos. Por supuesto, la artista lo hace de forma irónica y paródica, subvirtiendo la imagen sexual y machista que suelen aparecer en este tipo de contenidos: lo consigue con la distorsión que emplea en la imagen; no se aprecia con exactitud ni su rostro, ni su cuerpo. El ritmo de la canción es atolondrado y repetitivo y los gestos que incorpora mientras canta son exagerados, anula totalmente el carácter sexual y provocativo de la imagen femenina.

6.2.7. Cecilia Barriga. *Encuentro entre dos reinas*, 1991. Apropiación fílmica y el discurso de la identidad.



Fig. 111. Cecilia Barriga. *Encuentro entre dos reinas*, 1991.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Encuentro entre dos reinas*²⁹³.

Autora: Cecilia Barriga.

Fecha: 1991.

Duración: 14'.

Tipo de obra / Técnica: *videocollage (found footage)*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Este vídeo es un *collage* de fragmentos filmicos que incluyen las imágenes de Marlene Dietrich y Greta Garbo en blanco y negro. En el vídeo aparecen Greta Garbo y Marlene Dietrich, dos divas del *star system*. A través del montaje de tales imágenes las actrices acaban coincidiendo en el mismo plano mediante recortes que muestran una constante tensión de atracciones (sus caras se funden, se entremezclan, se relacionan íntimamente). La pieza adopta el estilo formal del cine mudo pues el vídeo no tiene voz, solo música de piano. Se introducen a modo de cabecera y emulando el cine clásico una especie de cortinillas con la aparición de los capítulos y con un título que anuncia episodios conjuntos: el lago, el teléfono, el hospital, la alcoba, el trabajo... Cecilia Barriga muestra el papel y el rol que las actrices desempeñan en cada situación poniendo en evidencia las desigualdades de género realizando así un análisis de la identidad femenina. No hay una narración lineal en la historia pero sí un discurso continuo en las imágenes y en el diálogo que la autora crea.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Tanto Marlene Dietrich como Greta Garbo fueron dos actrices que encarnaron el estereotipo de la *femme fatal*, de mujer independiente, liberal, inteligente y activa. Barriga retoma escenas de diferentes películas donde se retrata a este tipo de mujer: *La*

²⁹³ Para su visionado en: <<http://www.hamacaonline.net/obra.php?mode=2>>

Reina Cristina de Suecia (Greta Garbo) se une con imágenes de *La emperatriz escarlata* (Marlene Dietrich) o bien, *Anna Karenina* (Greta Garbo) con *Blondie Venus* (Marlene Dietrich).

Según evolucionan los planos de este vídeo se observan los distintos roles de la mujer independiente en el cine clásico. Barriga trabaja sobre los estereotipos de la mujer independiente a través de los mitos del cine y de los roles sociales.

6.2.8. Marcela Fernández. *De cuerpo presente*, 1997. Análisis del Cine mexicano en una educación diferenciada por el género.



Fig. 112. Marcela Fernández Violante. *De cuerpo presente*, 1997.

FICHA TÉCNICA.

Título: *De cuerpo presente*²⁹⁴.

Autora: Marcela Fernández Violante.

Fecha: 1997.

Duración: 12'12".

Tipo de obra / técnica: cortometraje.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Este cortometraje empieza con las imágenes de una pareja que comienza a ver una película. Acto seguido escuchamos la voz de mujer que repite en cuatro ocasiones: “la manzana que dios prohibió a Adan en el paraíso”. A través de un montaje sobre las temáticas más frecuentes en el cine mexicano clásico (también llamado “cine de oro”): religión, sexualidad, amor, familia, revolución, guerra, melodrama, etc., la directora nos muestra algunas de las escenas que han marcado la memoria y la educación sentimental de varias generaciones. Aparecen fragmentos de escenas donde se evidencia la violencia física y sexual, las desigualdes de género, la subordinación de la mujer, la educación machista y la construcción de estereotipos en función del sexo.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

El montaje, a modo de *collage*, está realizado con múltiples fragmentos de películas del cine clásico mexicano de los años 30, 40 y 50, donde efectivamente van sucediéndose secuencias trágicas y violentas en las relaciones interpersonales. El cine mexicano destacó por potenciar los estereotipos y roles asociados a la feminidad o la masculinidad. Marcela Fernández nos muestra escenas donde vemos desarrollarse distintos prejuicios de género,

²⁹⁴ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=S2Xgul23X-U>>

clase y raza, así como actos de abusos sexuales y de poder. La mujer aparece bajo la figura mariana, la *femme fatale*, siendo víctima de un maltrato físico, psicológico o sexual. En las formas de representar las relaciones entre hombres y mujeres que tiene el cine mexicano, nos encontramos muy a menudo con uno de los mitos universales: el enfrentamiento entre el día y la noche, entre el bien y el mal, entre la moral y el pecado. En este trabajo se alude claramente a la religión judeocristiana por ser una doctrina responsable de la subordinación de las mujeres. Para la elaboración de esta pieza la artista creó un archivo de fragmentos de películas que están relacionadas con la la educación sentimental y sexual diferenciada por el género.

6.2.9. Carmen Sigler. *Des-medidas*, 1998. La tiranía de la belleza en el cuerpo femenino.



Fig. 113. Carmen Sigler. *Des-medidas*, 1998.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Des-medidas*²⁹⁵.

Autor: Carmen Sigler.

Fecha: 1998.

Duración: 5'.

Tipo de obra / técnica: vídeo.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Podemos ver al principio de la obra la imagen de una figura femenina extraída de un cuadro renacentista, símbolo de la belleza de una época concreta, como el ideal de belleza proyectado por la publicidad y la moda actuales.

Junto a la imagen del cuadro, a su lado aparecen los números 90-60-90 haciendo alusión a la medidas supuestamente ideales del cuerpo femenino de hoy día. A continuación, vemos aparecer a varias mujeres que se miden el cuerpo y van recitando tales mediciones.

El vídeo se compone de un encuadre fijo que muestra un plano general donde se puede observar sobre un fondo negro una pantalla de proyección en la que aparecen las distintas medidas de las partes del cuerpo de cada mujer. Las medidas se van presentando sobre la pantalla quedando reflejadas sobre la medida estandarizada de la mujer 90-60-90. La posición de la cámara es fija.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

La artista señala las medias que han sido impuestas al cuerpo femenino a través de varias generaciones. Después, en las sucesivas secuencias, deja en evidencia a través de otros cuerpos

²⁹⁵ Para su visionado en: <<https://vimeo.com/76587366>>

que el canon establecido no se cumple. La artista hace una alusión directa a los cuerpos femeninos de la Historia del Arte que funcionan como estereotipos de belleza. Podemos apreciar cómo la artista utiliza una comparación entre los viejos y los nuevos modelos de belleza para hablarnos de la enorme presión que la industria de la moda y los media ejercen sobre el ideal de belleza y de cómo hay todo un sistema que ejerce una constante opresión que supone implantar unos modelos establecidos y antinaturales. El ejercicio de medirse el cuerpo es interpretado como un medio de control sobre el cuerpo femenino; la artista denuncia el canon que establece unas medidas perfectas que forman parte del control y del poder patriarcal.

6.2.10. Ximena Cuevas. *Natural Instincts*, 1999. La identidad autocensurada en las imágenes mediáticas.



Fig. 114. Ximena Cuevas. *Natural Instincts*, 1999.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Natural Instincts*.

Autora: Ximena Cuevas.

Fecha: 1999.

Duración: 3'05".

Tipo de obra / técnica: película Super 8.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

En un espectacular poster publicitario situado en la calle, la artista ha incrustado la imagen de una mujer blanca que tartamudea y solloza al darse cuenta que ha dado a luz a un bebé negro. Se repiten las imágenes de horror y de desesperación de la mujer. A continuación, aparecen otras imágenes, las de una mujer tintándose el pelo de rubio. Mientras, de fondo, se escuchan sonidos que perturban la percepción de las imágenes pues parecen extraídos de una película de terror. Después aparece en el poster la imagen incrustada de una niña rubia fundiéndose con la imagen de una mujer que canta y baila como si estuviera realizando un *spot* publicitario mientras aparecen fuegos artificiales. El vídeo termina cuando aparece en primer plano una muestra de tinte de color rubio.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

En *Natural Instincts*²⁹⁶ hay una exposición clara sobre el racismo que se da en México y sobre el temor que produce no tener la piel blanca. Ximena Cuevas recurre a elementos del cine clásico como el melodrama, la ciencia ficción y el suspense para criticar las contradicciones que hay en la identidad mexicana obviamente reforzadas por los media: pues fomentan entre otras cuestiones, el consumismo, el imperialismo cultural, las cosmetización del

²⁹⁶ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=L19jo4DTI-8>>

cuerpo, así como la propagación del rechazo a la identidad mexicana.

La artista al mostrarnos una imagen (con esas fuertes connotaciones sobre la identidad y el racismo) que incrusta sobre un cartel publicitario, demuestra el interés que tiene por hacer pública su crítica hacia la sociedad mexicana. Al mostrar un paisaje público a través del vídeo pone en cuestión a debate los temas que expone.

6.2.11. Lucía Madriz. *Dime cuándo sonreír*, 2002. Apropiación del gesto: la intimidad y lo cotidiano.



Fig. 115. Lucía Madriz. *Dime cuando sonreír*, 2002.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Dime cuando sonreír*²⁹⁷.

Autora: Lucía Madriz.

Fecha: 2002.

Duración: 2'44''.

²⁹⁷ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=hI2-Z-fHeM4>>

Tipo de obra / técnica: vídeo.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

La cámara registra un plano general donde vemos el cuerpo de la artista que va acercándose progresivamente hasta que lo único que vemos en pantalla es su rostro. La cámara permanece fija durante todo el vídeo. El rostro de la artista comienza con una leve sonrisa pero progresivamente su rostro sufre una transformación y deja de sonreír terminando con un fundido negro. El aspecto que tiene esta pieza de vídeo es de grabación doméstica: se inicia con una cabecera donde el título está escrito con rotulador sobre una hoja de papel cuadriculada y la calidad de la imagen no es muy alta.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

El vídeo es un autorretrato de la propia artista que ironiza y deconstruye los cánones de belleza femeninos: maquillajes, cremas y semblantes sonrientes. De esta pieza destacamos la ausencia de sonido y lo estático en la imagen. A pesar de que los cambios sean pocos en cuanto a la acción de la artista y la imagen reproducida, el vídeo tiene un carácter narrativo: la mirada fija y directa a la cámara interpela el establecimiento de un contacto directo con el espectador.

Desde una perspectiva vinculada a la problemática de lo femenino, la artista trabaja con la violencia sexista y la manipulación simbólica a la que es sometida la mujer en sus relaciones íntimas y sociales. Nos muestra un discurso que tenemos interiorizado sobre el gesto de la sonrisa y la compostura femenina.

Su trabajo aborda la exploración de la identidad femenina mediante la *performance*, la construcción de los gestos y las poses, formas de apropiación que no son evidentes. Como señala Dominique Berthet:

“De este modo, las estrategias de apropiación conciernen tanto a una estética de la desviación como a una estética de la imitación. Entre estos dos polos encontramos un amplio espectro de posibilidades y modalidades”²⁹⁸.

Ambos modos apropiativos, los que son explícitos y los que son tácitos, nos llevan a cuestionar el referente y la manera de abordarlo, surge así una exploración crítica que provoca la transformación del significado. En este caso, el modo de apropiación imita una construcción social de género que tiene que ver con la eterna sonrisa femenina.

6.2.12. O.R.G.I.A. *Producto Nacional Bruto*, 2005. Destapando un cine de post dictadura.



Fig. 116. O.R.G.I.A. *Producto Nacional Bruto*, 2005.

²⁹⁸ BERTHET, D. 2008. *Op. cit.*, p. 14.

FICHA TÉCNICA.

Título: *PNB*²⁹⁹.

Autoras: O.R.G.I.A.

Fecha: 2005.

Duración: 13'50''.

Tipo de obra / técnica: *videocollage (found footage)*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Este trabajo es un *collage* de imágenes extraídas de diferentes películas y anuncios publicitarios de la época de los años 60 y 70. La pieza está compuesta por una secuencia no lineal de imágenes fijas y en movimiento con diferentes tipos de planos. Se alternan imágenes en blanco y negro con otras en color. La sonorización del vídeo está compuesta por canciones de los años 60 y 70, aparecen grafismos añadidos durante el montaje que sirven para acentuar y hacer visibles algunos de los tópicos de las relaciones familiares y heterosexuales.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Este es un trabajo de revisión de las imágenes con las que se construyeron la mayor parte de los estereotipos y modelos de conducta masculinos durante la dictadura franquista. En esta obra se recopilan imágenes procedentes de la publicidad y del cine español del tardofranquismo; con ellas se pretende mostrar la ideología de un estado patriarcal además de la propaganda fascista y machista.

Las producciones audiovisuales de las que se apropia el colectivo O.R.G.I.A. fueron realizadas por y durante el régimen franquista con la finalidad de adoctrinar en términos heteronormativos las

²⁹⁹ Para su visionado en: <<http://vimeo.com/19494946>>

pautas de género. Con esta selección de imágenes se hacen visibles una serie de prototipos: el popular “macho ibérico”, la “madre”, la “esposa” y la “mujer florero”. A través de la herramienta vídeo y la descontextualización de las imágenes se desenmascara la lógica de la potestad masculina así como las conductas y hábitos heredados en las sucesivas generaciones de la sociedad española.

6.2.13. Flor Aliberti. *Daily routine*, 2012. Apropiaciones de la red, construyendo identidades.



Fig. 117. Flor Aliberti. *Daily routine*, 2012.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Daily routine*³⁰⁰.

Autora: Flor Aliberti.

Fecha: 2012.

Duración: 3'32".

Tipo de obra / técnica: vídeo.

³⁰⁰ Para su visionado en:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Flor%20Aliberti>>

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Este vídeo, elaborado mediante la técnica del *collage*, está compuesto de numerosos fragmentos audiovisuales que niñas y adolescentes suben a la red y en los que aparecen dando consejos a modo de manual para poder maquillarse adecuadamente. En la pieza intervienen varias imágenes formando un conjunto de vídeos domésticos donde va apareciendo con un cierto ritmo, unitariamente, por partida doble, en seriación y formando distintas composiciones en pantalla. La artista juega con la disposición de los vídeos formando trípticos, series, dobles ventanas, etc. En el montaje podemos observar cómo se han seleccionado acciones parecidas realizadas por las usuarias gracias a la simultaneidad de imágenes; por ejemplo: cuando se maquillan, se ponen corrector, se echan colorete, etc. El tipo de encuadre y plano es el mismo: primer plano o detalle. En cuanto al sonido, se van alternando los audios de las protagonistas componiendo el sonido por partes fragmentadas.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Esta pieza forma parte de la serie (*Auto*) *Exposiciones* donde intervienen otros vídeos que abordan la misma cuestión pero con otros parámetros distintos: la belleza, la pérdida de peso, la cantidad de pecho o un instructivo para simular un tamaño del pene más grande. Todos estos relatos proceden de vídeos caseros que circulan por la red.

En *Daily routine*, la artista utiliza vídeos caseros extraídos de la plataforma *Youtube* para plantear un discurso sobre las experiencias de exhibición de la intimidad en la red y las narrativas autorreferenciales en Internet. Una tendencia que desde hace hace varios años está en aumento. Según la artista:

“Una tendencia por la cual enseñamos nuestras vidas, franqueando el límite entre lo público y privado, lo interior y

exterior, en un nuevo espacio donde nuestras vivencias cobran existencia. Vivencias privadas y particulares pero atravesadas también por un elemento de contagio por el que se imitan y replican formas de (auto) representación que generan, a través de esas experiencias individuales, copias incontables de lo mismo³⁰¹.

Su propuesta es explorar, mediante el formato vídeo, las posibilidades de significado de las imágenes a partir del reciclaje de materiales existentes que se encuentran disponibles en la red. A través de la apropiación, la artista interviene ofreciendo contextos críticos de interpretación.

³⁰¹ FLOR ALIBERTI: [Consulta: 18 abril 2013]. Disponible en:
<<http://www.floraliberti.tk/>>

CAPÍTULO 7. ANÁLISIS DE OBRAS VIDEOGRÁFICAS PROPIAS PRODUCIDAS EN ESPAÑA.

En este capítulo presentaremos nuestra producción videográfica realizada durante la investigación en España. Vamos a mostrar nuestra obra por orden cronológico y continuaremos con el método de análisis que hemos aplicado anteriormente. Ha sido central para nuestra investigación desarrollar nuestra práctica artística videográfica contemplando la perspectiva de género pues gracias a ello hemos podido comprobar cómo este tipo de prácticas posibilitan y contribuyen a que se desarrolle una visión crítica en torno al tema.

A continuación vamos a exponer de forma resumida un breve panorama sobre el videoarte con ideología feminista que surgirá en España a partir de los años 70. Como ya se mencionó en la primera parte de la tesis, el videoarte en nuestro país tuvo una propagación más tardía respecto a otros países debido al vacío histórico ocasionado por el franquismo, algo que ralentizó, en gran medida, su aparición en el ámbito artístico.

A partir de los 70, el vídeo comienza a utilizarse por las artistas españolas conceptuales creando hibridaciones con la performance, el body art, la instalación y el cine experimental. En los años 80 y 90 se da una proliferación en la videocreación, en algunos casos, muy vinculada con el arte de acción y el activismo: Eugènia Balcells, Eulàlia Vallodosa, Itziar Okariz, Pilar Albarracín, etc. Estos trabajos demuestran tener una clara conciencia política y social al analizar cuestiones de género, el cuerpo, la identidad, estereotipos femeninos, la memoria, el espacio público y privado, etc. Entre algunas de las artistas insertas en tales discursos y procedimientos se encuentran: María Ruido, María Núñez, Virginia Villaplana, Cabello/Carceller, Empar Cubells, Carmen Navarrete, Yolanda Domínguez, María Cañas, etc.

Celia Vara trata de esclarecer y definir el término videoarte feminista:

“Una herramienta potencial de cambio que tiene como objetivo fundamental documentar, mostrar y cuestionar la discriminación por razón de género así como generar nuevos códigos de representación de la feminidad y la masculinidad”.³⁰²

A través del medio videográfico se establece una relación diferente con la imagen de otros medios, y permite tomar, respecto a la misma imagen, una distancia necesaria para adoptar una actitud de revisión y análisis. En este sentido, Rodríguez Mattalía, entiende la videografía como, una “herramienta conceptual” más allá de lo técnico.

Nos parece importante recordar la observación que hace Millner donde también relaciona las prácticas videográficas con las investigaciones de género, pues esta autora señala que los medios más accesibles, como el vídeo, supusieron una oportunidad para aquellas mujeres que querían crear sus propias imágenes de forma autónoma e independiente.

El vídeo se convierte en un medio ideal para llevar a cabo estrategias críticas de distanciamiento y deconstrucción sobre las imágenes difundidas y proyectadas por el patriarcado.

En los últimos años, en el contexto español, se han realizado varias exposiciones y muestras sobre arte y feminismos: In-Out House: Circuitos de género y violencia en la era tecnológica (2012), Genealogías Feministas en el arte español 1960-2010 (2012-2013), o también Feminis-Arte: muestra de videoarte de mujeres artistas desde perspectivas de género, una exposición

³⁰² VARA, C. 2014. Los inicios del videoarte feminista en España (1970-1980): antecedentes y estado de la cuestión. En: SUÁREZ VILLEGAS, J., LACALLE, R., PÉREZ TORNER, J. (eds.). *Conference Gender & Communication. Abril 1-3, 2014*. Sevilla: Facultad de Sevilla, pp. 277-278. ISBN: 978-84-9085-030-5.

que surgió en el contexto del Festival Miradas de Mujeres en el año 2011.

El tema de género será uno de los más recurrentes entre las artistas contemporáneas que han practicado y siguen reivindicando un arte deliberadamente incisivo en el contexto social. Sus prácticas artísticas y políticas han pretendido trascender las barreras entre arte y vida transformando las fronteras del espacio público y privado, lo individual y lo colectivo, explorando nuevas significaciones en la construcción del género.

Criticar y hacer visibles las diversas opresiones de las que somos objeto las mujeres ha sido uno de los principales objetivos en nuestras obras, así como desnaturalizar prácticas y discursos sexistas que aparecen cada vez de forma más alarmante y distorsionada en los medios. Nuestra producción videográfica pretende ser una alternativa a la producción de imágenes centrada en la mirada masculina que abarca una visión androcéntrica, occidental y patriarcal sobre la construcción del género femenino: en nuestra obra se hacen patentes tales cuestiones a través de la apropiación de imágenes como estrategia.

Hemos crecido y convivido en una cultura globalizada plagada de manifestaciones sexistas, marcada por las diferencias sexuales y con una notable desigualdad de género: nuestra memoria visual está cargada de imágenes, películas, series televisivas, animaciones, símbolos, iconos que lo acreditan. Subvertir tales discursos aportando otros es lo que tratamos de hacer visible a través de la producción de la obra que hemos realizado en España.

A continuación, iremos analizando las piezas propias bajo la óptica descrita, en esta parte figuran un total de 3 vídeos donde trabajamos con imágenes extraídas de películas, series de televisión, etc. Se tratan varias cuestiones que hemos ido desglosando a lo largo de la tesis: en *Construcción* analizamos la representación del estereotipo femenino en la televisión y el cine;

el siguiente *videocollage*, *Copy-machine*, refleja cómo la industria televisiva y mediática ha proyectado un único estereotipo femenino de forma masiva y repetida; y en el tercer vídeo, *Porque yo lo valgo*, se muestra cómo hay toda una industria cosmética que manipula e induce a las mujeres el deseo de querer ser eternamente bellas y jóvenes.

7.1. *Construcción*, 2010.



Fig. 118. Ana Herrero. *Construcción*, 2010.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Construcción*.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2010.

Duración: 3'07".

Tipo de obra / técnica: *videocollage (found footage)*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

El vídeo se inicia con la cabecera de la popular serie televisiva *Wonder Woman*. Aparecen escenas con diferentes tipos de planos donde enfatizamos la construcción sexual del estereotipo femenino con *Greta Garbo*, *Kim Basinger*, *Sharon Stone*, *Pamela Anderson*. Las películas que hemos usado como fuente son: *Gilda* (1946), *James Bond 007: Desde Rusia con amor* (1957), *Nine ½ week's* (1986), *Instinto básico* (1992). También hemos extraído imágenes de las siguientes series de dibujos animados y de televisión: *Betty Boop* (1926), *Melrose Place* (1992), *Bay Watch* (1992-97) y *Wonder Woman* (1976-79).

Las escenas que hemos seleccionado son aquellas donde claramente observamos la elaboración del personaje femenino y su tipificación sexual. Son escenas explícitas que manifiestan el valor sexual y la mirada *vouyerista* del hombre sobre la mujer, por ejemplo: cuando Sharon Stone mira directamente a cámara mientras se excita o bien, la cámara lenta que registra a Pamela Anderson corriendo por la playa. Utilizamos el recurso de la repetición y la seriación para enfatizar determinadas acciones, en concreto la escena de Pamela Anderson, la vigilante de la playa salvando a personas, repetimos para enfatizar el rol de mujer super-heroína.

Esta pieza videográfica está realizada para ser vista de forma monocal, de modo que se imita la forma tradicional de percibir la imagen en movimiento y se ponen en evidencia las costumbres de recepción del cine y la televisión. El vídeo finaliza con la cabecera final de la serie *Wonder Woman*.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

A la hora de montar el vídeo lo que nos planteamos fue trabajar con la idea de la construcción del estereotipo femenino, tomando como reseña las películas y series televisivas donde la mujer

aparece representada como objeto sexual. En las imágenes extraídas de las obras citadas anteriormente, claramente vemos que hay una forma fija de representación y de referencia cultural de dichos estereotipos: la super-heroína, la *femme fatale*, donde la imagen de la mujer siempre aparece sujeta al mismo cliché sexual.

A modo de *collage* se ha montado y editado una compilación de imágenes sobre estos estereotipos por medio de una gran acumulación de ejemplos del estereotipo femenino de épocas diferentes con el fin de mostrar la incesante prolongación y la gran influencia que todavía representan hoy. Se produce un ritmo en la gran acumulación de imágenes casi idénticas, intercaladas con algunos fragmentos de diálogo cuya intervención hemos considerado interesante, ya que la estructura narrativa del diálogo enfatiza el doble discurso que nos interesa resaltar.

Esta pieza tiene como claro referente el trabajo *Technology/Transformation wonder woman*, con ello hemos querido hacer un guiño a Dara Birnbaum pues, después de casi cuarenta años, sigue siendo vigente el estereotipo que ella desmonta a propósito de la famosa serie televisiva.

El sonido lo hemos trabajado del mismo modo que las imágenes: realizando un *collage* con diferentes fuentes sonoras, fundamentalmente conversaciones y música; por ejemplo, en un fragmento del vídeo, en la secuencia donde aparece Gilda cantando, hemos cambiado el sonido de la voz de la actriz por la del conocido dibujo animado de Betty Boop. Su relación estriba en que tanto Gilda como Betty Boop son representaciones de un símbolo sexual moderno que ha marcado tendencia en su época.

Betty Boop fue el primer dibujo animado de una chica *flapper*; un anglicismo que se utilizaba en los años 20 para referirse a un nuevo tipo de mujeres jóvenes que parecían desafiar lo que se consideraba socialmente correcto. Las *flappers* tienen su origen en un contexto de afluencia para liberalismo social, producto del

aumento de los intercambios culturales que se produjeron con motivo de la Primera Guerra Mundial.

Lo que pretendemos con la realización del vídeo *Construcción* es generar una reflexión sobre cómo representan ambos medios, cine y televisión, a la mujer. El uso que hacemos de la apropiación audiovisual es claramente reivindicativo y crítico y tiene la finalidad de analizar y cuestionar la imagen que se nos muestra para llegar al nivel de reflexión que consideramos relevante en nuestra investigación sobre la ideología de género. A través del *desmontaje* deconstruimos el discurso que permanece en las imágenes y en las narrativas audiovisuales que enfatizan el estereotipo femenino sexual.

Podemos observar que en las distintas películas que hemos escogido se muestra la figura femenina bajo estereotipos de diversa índole: el de mujer fatal (Gilda), el de objeto sexual (“Las chicas Bond”), el de heroína (Pamela Anderson en *Bay Watch*). Lo que nos gustaría destacar de todo esto es el poder que tienen las pantallas cinematográfica y televisiva a la hora de proyectar un modelo de mujer y cómo, fuera de la pantalla, el estereotipo se acepta y se imita.

En esta pieza videográfica dirigimos también nuestra atención a la acción de mirar (acto escopofílico) a Kim Basinger o a Sharon Stone, por ejemplo, como encarnaciones del deseo: las producciones dominantes presentan un modo de visión hermética que reproduce las fantasías *voyeristas*.

Además, el argumento para mantener los estereotipos femeninos se centra principalmente en la mujer como espectadora. Empar Cubells observa:

“Muchos son los frentes donde la mujer ha de pelear por el dominio de su imagen, y es que la mujer ha sido principalmente imagen, que no representación”³⁰³.

³⁰³ CUBELLS CASARES, E. 2006. *Op. cit.*, p. 381.

La imagen de la mujer está construida por una imagen heteronormativa y sexual. La mayor parte de las producciones fílmicas han sido producidas desde la mirada masculina, algo que provoca que la mujer espectadora haga una lectura provista de falocentrismo respecto a sí misma.

Tal y como nos recuerda Gertrud Koch, la ausencia de estudios históricos sobre la percepción que las mujeres tienen de las películas que ven demuestra la imposibilidad de reconocer a la mujer como sujeto:

“En la búsqueda de su propia identidad, las mujeres todavía se preocupan mucho más por las imágenes que la sociedad masculina ha hecho de ellas que por las propias mujeres”³⁰⁴.

Con la obra *Construcción* reflexionamos sobre los modelos que se nos imponen, cuestionándolos, criticándolos, proponiendo con, esta revisión, una alternativa. Creemos que es necesario hacer visible un problema social que todavía persiste y que perjudica que se produzca una comprensión de la mujer que sea íntegra e igualitaria.

³⁰⁴ KOCH, G. 1986. ¿Por qué van las mujeres a ver las películas de los hombres?”. En: ECKER, G. (ed.). *Estética Feminista*. Traducción de Paloma Villegas. Barcelona: Icaria, p. 147.

7.2. *Copy-machine*, 2010.



Fig. 119. Ana Herrero. *Copy-machine*, 2010.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Copy-machine*³⁰⁵.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2010.

Duración: 53”.

Tipo de obra / técnica: *videocollage*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Para componer la obra *Copy-machine* hemos recopilado imágenes fijas de estrellas del cine, actrices y modelos para después yuxtaponer una tras otra reproduciéndolas en *loop*. Hemos trabajado en su mayor parte con primeros planos, ya que en ellos se muestran los retratos más de cerca. El ritmo y la frecuencia de las imágenes están sincronizados con el sonido de una fotocopiadora. El vídeo está hecho para ser visto en proyección monocanal.

³⁰⁵ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=t426SNO8CcA>>

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

El vídeo *Copy-machine* es una recopilación que muestra la abundancia de imágenes existentes en torno al estereotipo sexual “mujer blanca, rubia y occidental” que difunden los medios de comunicación, especialmente el cine y la televisión. La pieza tiene un título compuesto: el término “*copy*” (copia), que alude a que la imagen de estas mujeres es esencialmente una, que se repite; y el término “*machine*” que refiere lo que la industria del entretenimiento crea y proyecta, fabricación en serie. Esos estereotipos tienen un éxito rotundo y se excluyen con ellos a otras mujeres, otras identidades raciales y sexuales, otros cuerpos.

Cuando referimos la industria cinematográfica y televisiva debemos de insistir en la idea de que la industria es productora de modelos culturales, sociales, económicos y políticos: crea ya un modo de “ver” el mundo y de “ser” en él; y tal creación se funda sobre distinciones de género.

La idea principal en el montaje de la obra que presentamos es la de simular cómo se van generando copias idénticas de estas mujeres de manera mimética, automática y a escala global (conocidas actrices, modelos, presentadoras, etc.).

Por medio de la redundancia se trata de provocar con esta pieza un reclamo en favor de la diversidad para construir otras formas de representar la feminidad, así como la búsqueda de nuevas identidades de la mujeres: ¿Qué significado, repercusión tienen este tipo de imágenes para las mujeres?, ¿Hemos de tolerar ese modelo?, ¿Es ese el modelo al que debemos aspirar?, ¿Cómo podemos contribuir a que dejen de perpetuarse ideas semejantes?

El rol nos condiciona a percibir como masculinas o femeninas unas actividades, tareas o funciones según el contexto social, económico y cultural. El rol de mujer en las TIC sigue identificándose con su cuerpo, preferiblemente bello, se destacan

solamente aquellas mujeres que cumplen con las virtudes femeninas que los medios crean.

7.3. *Porque yo lo valgo*, 2011.



Fig. 120. Ana Herrero. *Porque yo lo valgo*, 2011.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Porque yo lo valgo*³⁰⁶.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2011.

Duración: 8' 20".

Tipo de obra / técnica: *videoperformance*.

³⁰⁶ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=PYOly-oD5jo>>
Este vídeo participó en la Exposición colectiva: *MUARTECH: Acciones híbridas desde el género. Porque yo lo valgo*. Espacio Menosuno. Madrid, 2011.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

Esta *videoperformance* ha sido grabada mediante una sola cámara y sin cortes. Colocamos una cámara de vídeo en un punto fijo desde donde registramos; con ello el espacio de actuación es reducido aunque también íntimo: la performance tiene lugar en una especie de tocador improvisado. La acción tiene una duración de unos 20 minutos, durante la misma se narra paso a paso el proceso del maquillaje y los porqués de su uso.

La acción de maquillarse incorrectamente que se ve en el vídeo es síntoma de la incorformidad con los mensajes a los que aludimos. Durante la acción, los comentarios realizados son dirigidos al espectador/a que observa la acción de maquillarse. Al final de la performance se escucha un fragmento musical de la canción *Wonder woman disco theme*, de la banda sonora de *Wonderland*, haciendo alusión a la obra de Dara Birbaum; y de esta forma se cierra el acto paródico de la *performance*.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

El “ser bella” va mas allá del discurso de la mercadotecnia, el consumo y la moda. *Porque yo lo valgo* es una crítica de todo lo que las mujeres “debemos” hacer para agradar a los hombres, a la sociedad en general, e incluso en ocasiones, a nosotras mismas. Dicha *performance* intenta ser un llamamiento a la libertad de la mujer y por ello se busca parodiar el ideal de belleza, un sometimiento estético que los medios tratan de imponer.

Con esta pieza también hacemos referencia a la obra de Marina Abramovic *Art must be beautiful*, pues también nos colocamos delante de ese “espejo simbólico” que es la cámara vídeo como si se tratase de una escena cotidiana. Estamos en una cultura que asocia la belleza con el éxito, tanto en el ámbito social como en el

profesional y sexual. La intención de esta pieza es hacer partícipe al espectador/a de la necesidad de empezar a desnaturalizar este tipo de prácticas: hábitos impuestos, sexistas y discriminatorios que generan en la mujer una suerte de dependencia por el miedo a envejecer, al fracaso de no ser bella eternamente.

Porque yo lo valgo, hace referencia explícita a un eslogan comercial muy popular, perteneciente a la marca de productos cosméticos, L'Oreal. Durante el acto del maquillaje enumeramos también varias frases de anuncios que hemos ido recopilando sobre cosméticos y productos de belleza destinados a la mujer. Incorporamos, adoptamos y nos apropiamos del discurso que proyecta la publicidad en el pensamiento de manera automática; naturalizamos e incorporamos en nuestras vidas las conductas que sugiere la industria del consumo en sus campañas, pero, ¿qué le da realmente valor a una mujer?, ¿ser bella?, ¿ser eternamente joven y atractiva?, ¿realmente nos maquillamos porque lo valemos?

La forma de apropiación que interviene en esta pieza consiste en la imitación de los lenguajes de la publicidad comercial de las marcas de cosméticos.

Nos ha servido de referente teórico para la creación de esta obra el famoso *bestseller*, *Reacción: la guerra no declarada contra la mujer moderna*, de Susan Faludi³⁰⁷. En él se comenta la desigualdad de la mujer en la sociedad norteamericana a finales del siglo pasado y se habla de cómo se instauraron estrategias de control y actuación en contra de los movimientos feministas. Como señala la autora, la independencia sexual y económica así como el incipiente progreso de la mujer en el ámbito profesional, activaron una reacción por parte del sector más conservador y patriarcal de EE. UU., que promocionó y apoyó el desarrollo de la

³⁰⁷ FALUDI, S. 1993. *Reacción: La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Barcelona: Anagrama.

industria de la belleza y de la moda con el objetivo de debilitar los discursos y las prácticas afines al feminismo:

“La industria de la belleza promovió una “vuelta a la feminidad” como si se tratara de una resurrección de las cualidades naturales del sexo femenino, un nuevo florecimiento de todas las innatas características femeninas supuestamente reprimidas en los feministas años setenta”³⁰⁸.

Según comenta Susan Faludi la industria de la cosmética comenzó a promocionar sus productos como tratamientos beneficiosos para la salud de las mujeres. La industria consiguió explotar el miedo universal a envejecer y de este modo favoreció sus ganancias económicas:

“La industria de los cuidados de belleza puede parecer la más superficial de las instituciones culturales que participaron en la reacción, pero su impacto sobre las mujeres fue, en muchos aspectos, el más íntimamente destructivo, tanto para sus cuerpos como para sus mentes”³⁰⁹.

La televisión, a través de los mensajes publicitarios, construye metanarrativas visuales en las que se nos dice cómo tenemos que vernos, cómo ser más atractivas, etc. Los mensajes que hay detrás de estas imágenes nos dejan entrever el terror a envejecer y a no ser bella.



Fig. 121. Productos de belleza femenina utilizadas en la *performance*.

³⁰⁸ *Ibid.*, p. 255.

³⁰⁹ *Ibid.*, p. 257.

un miedo atávico que podríamos calificar de pandémico a nivel global.

Recientemente se publicó en el periódico *El país*³¹¹ un artículo que trata sobre “La tiranía de estar siempre bella”. Según se expresa en el texto, hoy más que nunca se promueve la imposición de un modelo de belleza para la mujer. Como recuerda Conquero, ya a comienzos de los noventa se cuestionó la polémica obra de Naomi Wolf, *El mito de la belleza*; y señala a la escritora Lourdes Fernández Ventura, recordando su libro *La tiranía de la belleza*, para indicar cómo ese ideal de perfección se fue apoderando de la conciencia de las mujeres hasta alcanzar proporciones exageradas pues se dispararon las ventas de fármacos adelgazantes, los cuidados corporales mediante cosméticos, las transformaciones por cirugía plástica, etc.

³¹¹ Periódico EL PAÍS [sitio web]. 2000. España: La tiranía de estar siempre bella. [Consulta: el 03 marzo 2013]. Disponible en: <http://elpais.com/diario/2000/08/06/sociedad/965512804_850215.html>

CAPÍTULO 8. ANALISIS VIDEOGRÁFICO DE OBRAS PROPIAS PRODUCIDAS EN MÉXICO.

Esta parte de la investigación comenzó a perfilarse con motivo de la beca para la Creación y la Investigación Artística que nos fue concedida por el Gobierno de México³¹². Durante los seis meses de estancia que realizamos en el mencionado país pudimos desarrollar nuestra propia práctica artística a la par que comenzábamos a profundizar en los temas concernientes a nuestra investigación doctoral: una reflexión en torno a la perspectiva de género transmitida a través del videoarte, tomando este lenguaje artístico como herramienta de análisis.

Dado el contexto en el que se realizó esta estancia, nuestro tema de investigación se precisó aún más: asistimos a seminarios sobre género, crítica cultural y cultura visual. Tuvimos la oportunidad de conocer la cultura mexicana desde dentro y pudimos situarnos en un contexto social conflictivo en el que la violencia ejercida por los medios denota ostentar poder y control sobre el Estado. Detectamos, además, que en la sociedad mexicana la cuestión de género es un tema que con frecuencia no se aborda críticamente, observando que los pocos estudios críticos realizados al respecto solo se difunden en lo académico.

A lo largo de nuestra estancia en la ciudad de México, y de otras que hemos realizado en la misma ciudad con posterioridad, diseñamos y llevamos a cabo tres talleres basados en los contenidos de nuestra investigación: el primero de ellos, *Videoapropiación en la práctica artística: una visión crítica de la cultura visual*, lo realizamos en el área de posgrado de la FAD/UNAM en el año 2013; el segundo taller, que fue coordinado

³¹² Beca concedida por la Secretaría del Gobierno de México. Proyecto presentado: *La representación de la mujer en los medios mexicanos*. Duración de la estancia: febrero-agosto 2012. Lugar: Academia de San Carlos (UNAM), México D.F.

por el Dpto. Semiótica del Diseño de la UAM Azcapotcalco, lo titulamos *El vídeo como herramienta crítica en la producción de imágenes y generador de discursos políticos, culturales y sociales* (2014); y el último de ellos, *¿Qué hay detrás de las imágenes?*, lo realizamos en el año 2015, en el Centro Cultural España de México.

La conclusión que pudimos extraer después de la impartición de estos talleres es que la práctica videográfica tiene una función transformadora y con la exhibición de propuestas críticas que aborden la violencia de género como principal interés, consiguen captar una mayor atención social, y por lo tanto, generan una situación de alarma.

Por estos motivos comprendemos que una práctica videográfica que contempla la perspectiva de género y que posibilita ser una herramienta para estudiar la violencia en la cultura visual, es una alternativa a las narrativas culturales hegemónicas al desnaturalizar, visibilizar y denunciar cómo la televisión y otros medios, siguen proyectando un discurso que favorece la discriminación, la desigualdad y el sexismo.

En este apartado y como parte a la introducción de nuestra obra desarrollada en México, queremos señalar una breve constancia sobre el vídeo en el contexto mexicano debido al interés que ha suscitado en nuestra investigación.

El vídeo en México se desarrolló paralelamente a Europa y EE. UU. A partir de los años setenta pueden distinguirse dos tendencias específicas la videocreación y el documental, ambas con temáticas políticas y sociales diversas. Según Sarah Minter, la historia videográfica y de las prácticas artísticas no tradicionales en México no tendrá acogida y no gozará de una revisión panorámica hasta el año 2006, con motivo de la exposición

*La era de la discrepancia*³¹³, celebrada en el Museo Universitario de Ciencia y Arte de la UNAM.

Sarah Minter³¹⁴ destaca entre otros artistas del vídeo indígena mexicano de los 90 a Martha Colmenares y a Álvaro Vázquez (Oaxaca), a quienes considera pioneros en el tratamiento de temas a favor de los intereses de la población indígena. Carlos Mendoza es otro de los documentalistas de referencia, en concreto en la producción de vídeo político y documental, su labor comenzó a reconocerse a partir de los años 80. Con su productora *Canal seis de julio*³¹⁵, Carlos Mendoza realizó un gran número de documentales sobre los diferentes conflictos y problemas que se han dado en México, siempre con una visión activista, de denuncia y crítica política respecto a los medios de comunicación, los informativos nacionales y la corrupción. Algunas de sus piezas clave son: *Tlatelolco: las claves de la masacre* (2002), *Teletiranía: La dictadura de la televisión en México* (2005) o *Los dueños de la democracia* (2007).

Por otra parte, e incidiendo en las mujeres artistas que trabajan con el vídeo como herramienta crítica, Cynthia Pech y Sarah Minter desde el contexto mexicano, coinciden con la

³¹³ DEBROISE, O., MEDINA, C. 2006. *La era de la discrepancia, Arte y Cultura Visual en México, 1968-1967*. México: Museo Universitario de Ciencia y Arte, UNAM.

³¹⁴ Por estas mismas fechas se crean Centros de Vídeo Indígena, donde el vídeo es usado como un arma de defensa y lucha en muchas regiones del país y en diversas zonas de América Latina. MINTER, S. 2008. A vuelo de pájaro, el vídeo en México: sus inicios y contexto. En: BAIGORRI, L. (coord.). *Vídeo en Latinoamérica: Una historia crítica*. Madrid: Brumaría, p. 163.

³¹⁵ Es un medio alternativo de comunicación en México que produce, exhibe y distribuye documentales en vídeo. Esta productora aborda temas que no se publican o transmiten en los medios de comunicación dominantes en México. Su creación está directamente relacionada a las elecciones presidenciales de 1988. Su nombre alude a la fecha en que estas se llevaron a cabo, pues para sus fundadores, esa fecha marcaba un antes y un después en la democracia mexicana.

estadounidense Sherry Millner al afirmar que, hay una tendencia muy activa de mujeres artistas que han utilizado el vídeo desde sus inicios y que han encontrado en él las condiciones ideales para sus producciones, así como la posibilidad de generar sus propios discursos de forma más independiente. Como lo define Cynthia Pech:

“El vídeo, que forma parte de las llamadas Nuevas Tecnologías, es constructor de imágenes más que recreador y es la herramienta que algunas mujeres mexicanas están utilizando para construir discursos, mundos posibles que intuyen una(s) práctica(s) feminista(s)”³¹⁶.

Las prácticas videográficas feministas en México se intensificaron a partir de los años ochenta y se sustentan en la revisión y el análisis de los mecanismos de expresión que regulan la imagen y la representación de la mujer. Las artistas eligieron el medio vídeo como el más idóneo para transgredir un orden establecido:

“La lucha, presencia, e implicación feminista surgió en México a principio de los años setenta en un sector de mujeres de clase media que, poco a poco y en un primer momento, se fueron involucrando en acciones políticas y sociales para, posteriormente, fundar los temas teóricos que aún hoy se siguen desarrollando. Tanto la crítica de la diferencia sexual como la búsqueda de la igualdad en términos no solo sexuales, sino políticos y sociales, emprendidas a partir de los años sesenta, trazaron el incuestionable interés por el cuerpo”³¹⁷.

Cynthia Pech destaca que las prácticas videográficas de Pola Weiss y las mujeres del *Colectivo Cine Mujer* estuvieron muy involucradas en temas que abordaban cuestiones feministas como el aborto, la violencia doméstica o la violación, etc. Las artistas trabajaban además las dinámicas no convencionales del

³¹⁶ CYNTHIA, P. 2006. Género, representación y Nuevas Tecnologías: mujeres y vídeo en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, nº 197 [en línea], pp. 95-102, p. 96. [consulta: 12 agosto 2012]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42119708>>

³¹⁷ *Ibid.*, p. 98.

arte con el fin de romper con lo establecido en un sistema en el que predominaba una mirada sobre las demás: la masculina. Este colectivo lo formaron un grupo de mujeres, alumnas del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la UNAM. Ellas hicieron un cine emancipador y político, y trataron temas propios de los espacios privados. La mayoría de sus películas fueron realizadas en 16mm.

Por otra, y ya más recientemente, desde el año 2012 y de forma anual, en México se han efectuado unas *Jornadas de Reapropiación*³¹⁸ que han supuesto un auténtico escaparate para los diversos tipos de creaciones audiovisuales contemporáneas cuya premisa principal es la reutilización de películas o secuencias de vídeo. En el año 2015 volvieron a realizarse esas mismas jornadas, con la presentación de obras de cine de no-ficción y del denominado *cine casero*. Se recopilaron y mostraron también una gran variedad de obras de América Latina y de otras zonas geográficas, con distintos tipos de formatos y técnicas: *collage*, *found footage*, *remezcla*, etc.

Este tipo de eventos reflejan la importancia que van adquiriendo este tipo de prácticas, no obstante, aunque hemos intentado recopilar una cantidad suficiente de obras mexicanas que hayan usado las diversas técnicas de la apropiación y que hayan tratado las cuestiones de género, hemos observado que tales características no se cumplen en muchos trabajos, que la apropiación como estrategia en el discurso feminista es una tendencia más usual en el territorio Español, Europeo y los EE.UU.

A continuación presentaremos cinco piezas de las cuales cuatro fueron realizadas durante nuestro periodo como becaria del gobierno de México en la Academia de San Carlos³¹⁹ (Escuela

³¹⁸ JORNADAS DE APROPIACIÓN [sitio web]. [Consulta: 03 enero 14].

Disponible en: <<http://jornadasdereapropiacion.tk/>>

³¹⁹ Exposición individual: *Metáforas visuales sobre la construcción femenina*. Academia San Carlos (ENAP-UNAM) México D.F., 2012.

Nacional de Artes Plásticas — Universidad Nacional Autónoma de México): *Audiencias críticas* (2012), *Cuerpos hiperbólicos* (2012), *La fábrica de los sueños* (2012), *Televisión y circo* (2012) y *Quince años* (2014). Con estas piezas videográficas pretendemos denunciar y cuestionar, mediante la apropiación de imágenes, la representación y la construcción que se hace de la mujer en la televisión mexicana.

Con el trabajo de campo desarrollado en México realizamos un análisis videográfico sobre cómo se representa a la mujer en la televisión mexicana, para ello, hicimos una selección de los canales de televisión que emitían, a nuestro juicio, significativas y alarmantes connotaciones sexistas, racistas, clasistas y de violencia de género. Una vez realizada tal selección buscamos entre los contenidos, la programación de diferentes espacios informativos, anuncios, telenovelas, *realitys*... eligiendo en cada caso aquellas imágenes donde observamos mayores indicios de conductas de violencia.

Recopilamos gran cantidad de material, lo capturábamos en nuestro ordenador directamente de la televisión o bien, lo descargábamos de la red. Fue ya con estas recopilaciones, cuando empezamos a trabajar en nuestros montajes videográficos. Hemos utilizado las técnicas del *remix* y del *collage* incluyendo diversos contenidos: programas de entretenimiento, informativos, comerciales o telenovelas.

Entre los objetivos que nos planteamos a la hora de producir los siguientes vídeos destacamos dos: uno, contribuir a denunciar cómo los medios ejercen una manipulación totalmente distorsionadora sobre la realidad política y social, mostrando a la mujer como objeto de entretenimiento y espectáculo, especialmente en el duopolio, Televisa y TV Azteca; y dos, concienciar sobre el hecho de que la televisión es una *tecnología de género* que construye y manipula, que potencia la desigualdad reproduciendo estereotipos, prejuicios y valores machistas, clasistas, sexistas y racistas.

En síntesis, con la práctica artística desarrollada en México se abordará la violencia de género en la representación e invisibilización de la mujer desde tres categorías cruciales: sexismo, racismo y clasismo.

8.1. Audiencias Críticas, 2012.



Fig. 124. Ana Herrero. *Audiencias críticas*, 2012.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Audiencias críticas*.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2012.

Duración: 6'.

Tipo de obra / técnica: *videocollage remix*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

El vídeo comienza con unas secuencias de nieve o ruido en la imagen donde aparecen unos subtítulos; estas imágenes se irán alternando con otras a lo largo del vídeo. A modo de *zapping* van sucediéndose diferentes imágenes que pertenecen a programas televisivos, de entretenimiento, informativos, etc. Los planos son

generales, medios y primeros planos y van alternándose entre sí. Las imágenes seleccionadas evidencian el estereotipo femenino sexual y la violencia de género. Hay varios fragmentos donde hemos ralentizado la acción para hacer más evidente su contenido de violencia. El sonido del vídeo pertenece a las locuciones de las imágenes de las que nos hemos apropiado, pero hay un fragmento en el que hemos ralentizado la voz para subrayar una frase concreta. El vídeo acaba con dos imágenes de dos mujeres morenas llorando, esta imagen se repite tres veces y con ella tratamos de reflejar cómo la televisión se lucra haciendo espectáculo de la violencia de género.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

En esta obra analizamos el modelo de representación de las mujeres desde el género y la raza mediante la aplicación del discurso decolonial porque en el contexto mexicano se ha impuesto un tipo de representación estandarizada de las identidades culturales: modelos fijados en las representaciones colonizadas por la estética y las narrativas visuales dominantes de Occidente, específicamente en EE. UU., y en Europa.

Stuart Hall, en su texto “¿Cuándo fue lo postcolonial?”, reflexiona sobre la terminología y el sentido de la expresión argumentado que lo postcolonial se refiere a algo más que el dominio por parte de las potencias imperiales (colonización):

“Está haciendo referencia al proceso de expansión, exploración, conquista, colonización y hegemonización que constituyó la “fachada”, el “afuera” constitutivo, de la modernidad capitalista europea, y luego occidental, después de 1492”³²⁰.

³²⁰ HALL, S. 2008. ¿Cuándo fue lo “postcolonial? Pensando en el límite. En MEZZADA, S. (coord.). *Estudios Postcoloniales*. Traducción de Marta Malo. Madrid: Traficantes de sueños, p.571.

El concepto de colonialismo, como parte del discurso del poder europeo y norteamericano, es profundamente revisado desde un punto de vista crítico por el discurso feminista decolonial, a causa de la diversidad de voces de mujeres latinas, chicanas e indígenas, afroamericanas, etc., que se han manifestado desde los años setenta hasta la actualidad. Estas voces han contribuido a denunciar que el entramado discurso del poder patriarcal y capitalista implica diversos sistemas de dominación, entre ellos: el racismo, el sexismo, la heteronormatividad y el clasismo.

Aunque el sistema político de “imperios coloniales” en sentido estricto quedó en el pasado, sus secuelas están presentes en las nuevas formas de imperialismo económico y político liderado por el capitalismo neoliberal en todos los rincones del mundo. Con ello ha coexistido lo que en América Latina se ha dado en llamar occidentalización. En este sentido, la visibilidad de la mujer mexicana está construida sobre un patrón eurocéntrico y anglosajón. Observando la televisión nos preguntamos ¿dónde están las mujeres que no son blancas en un país donde el porcentaje de mujeres morenas es superior al de mujeres blancas?

Cuando recopilamos las imágenes pertenecientes a los siguientes vídeos pudimos comprobar cómo la representación de la mujer mexicana está completamente sexualizada y cómo su aspecto está construido sobre un patrón eurocéntrico que deja en exclusión a la mujer morena, mestiza e indígena.

Según comenta Curiel, en la sociedad mexicana, como en el resto de América Latina, ha existido desde varias generaciones una política cultural y social de “blanqueamiento” de la raza así como la creencia devastadora e injusta de que existe una supremacía blanca. Los medios han mostrado ser un sistema de dominación y subordinación clasista y racista afectando tanto a hombres como a mujeres. En las imágenes de las industrias culturales se puede percibir la dominación masculina, la subordinación femenina, la discriminación racial, los estereotipos y roles de género:

“Una de las secuelas del colonialismo, no solo como administración colonial, sino como proyecto inherente a la modernidad, fue la manera en que se constituyeron las naciones latinoamericanas y caribeñas: la homogeneización con una perspectiva eurocéntrica, fue la propuesta nacional a través de la ideología del mestizaje, que aspiró a lo europeo como forma de “mejorar la raza” ³²¹.

Es de destacar que la mujer morena o indígena tiene una mayor presencia mediática en el formato televisivo de los *talk shows*, donde se muestran experiencias generalmente dramáticas y trágicas de violencia de género, o bajo la forma de estereotipos clasistas y racistas, pero esto último sucede más en el género de las telenovelas.

La pieza es una compilación de imágenes extraídas de la televisión mexicana donde revisamos el papel de la mujer en los medios así como su representación. La mujer aparece como sede del espectáculo y del entretenimiento. Señalamos en el vídeo algunos de los principales programas que explotan la imagen de la mujer que ellos mismos construyen: fomentan la desigualdad y perpetúan la violencia de género. Utilizamos la repetición de las imágenes con el fin de hacer obvios sus contenidos. Las imágenes que componen esta pieza proceden de una selección realizada según su alto grado de violencia sexista o simbólica.

Como hemos dicho, el vídeo se inicia con imagen de nieve o ruido, ya que este tipo de imagen aparece en las televisiones cuando seleccionamos un canal no sintonizado. Recurrimos a esta imagen como *no imagen*, es decir, imagen sin contenidos. Son precisamente estas imágenes las que hemos usado para incluir contenidos, en forma de subtítulos. El texto que añadimos cita algunas de las siguientes leyes:

³²¹ CURIEL, O. 2007. Crítica postcolonial desde las prácticas políticas del feminismo antirracista. *Nómadas* nº 26 [en línea], pp. 92-101, p.98. [Consulta: 10 septiembre 2014]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105115241010>>

Artículo 6.- La igualdad entre hombres y mujeres implicaría la eliminación de toda forma de discriminación en cualquiera de los ámbitos de la vida, que se genere por pertenecer a cualquier sexo.

Artículo 17.- La política Nacional en materia de igualdad entre mujeres y hombres deberá establecer las acciones conducentes a lograr la igualdad sustantiva en el ámbito económico, político, social y cultural:

I. Fomentar la igualdad entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida.

II. Asegurar que la planeación presupuestal incorpore la perspectiva de género, apoye la transversalidad y prevea el cumplimiento de los programas, proyectos y acciones para la igualdad entre hombres y mujeres.

III. Fomentar la participación y representación política equilibrada entre mujeres y hombres.

IV. Promover la igualdad de acceso y el pleno disfrute de los derechos sociales para las mujeres y los hombres.

Artículo 26.- El Sistema Nacional tiene los siguientes objetivos:

I. Promover la igualdad entre hombres y mujeres y contribuir a la erradicación de todo tipo de discriminación.

II. Contribuir al adelanto de las mujeres.

III. Coadyuvar a la modificación de estereotipos que discriminan y fomentan la violencia de género.

IV. Promover el desarrollo de programas y servicios que fomenten la igualdad entre mujeres y hombres.

Estos textos contrastan con las imágenes resaltando el hecho de que los medios no respetan las leyes de equidad, de igualdad entre mujeres y hombres, y las leyes en la radiodifusión y televisión en México.

Los medios deberían tener una ética y respetar las leyes para no promover ningún tipo de violencia y, en el caso de que esto no se

produzca, debería entonces existir un organismo³²² que siguiera de cerca estas conductas para examinarlas, denunciarlas y exigir responsabilidades bajo consecuencias legales. La exclusión de otras identidades femeninas en la televisión ocasiona un grave problema cultural y una fractura social.

En la actualidad los medios mexicanos se distinguen por el marcado duopolio que ejercen Televisa y TV Azteca. Existen otras alternativas, como Canal Once y Canal 22, que ofrecen otra programación, más cultural e informativa, pero solo retransmiten en la capital y en pocas zonas de México. Los contenidos de las dos grandes emisoras que dominan al país son muy pobres en calidad y están muy lejos del ideal de televisión democrática, informativa y cultural; contenidos como los de *Laura* o *Cosas de la vida* hacen espectáculo de la violencia de género, además de programas de entretenimiento como *Muévete*, *Sabadazo*, *Hoy* o *El mañanero*, que muestran a la mujer como objeto de explotación sexual. Uno de los géneros que más directamente contribuye a reforzar las desigualdades sociales es el de los *talk shows*, tales programas se retransmiten en franjas horarias de gran audiencia y para todos los públicos. Se supone que este formato televisivo cumple con una función social y terapéutica ante una sociedad que en los últimos años se ha visto golpeada por numerosos problemas sociales, no obstante el resultado no es más que el puro espectáculo televisivo sin más.

La televisión mexicana refleja la marcada fragmentación que hay a nivel social, así como la segregación de género, sexista, racial y económica que sustenta el sistema en perjuicio de la multiculturalidad y la libertad identitaria. Es urgente conciliar la equidad entre las múltiples identidades raciales que coexisten tanto en el contexto mexicano como en muchos otros. Existe un prejuicio social y cultural sobre el color de la piel que separa

³²² *Audiencias críticas*, formo parte de una campaña para la red en contra de la violencia de género en los medios de comunicación, donde pudimos colaborar con el *Observatorio Ciudadano por la equidad de género en los medios de comunicación*. México D.F, 2012.

Occidente de Oriente, Norte y Sur, y que genera un conflicto en las relaciones interpersonales y en la participación social.

Por este motivo, es necesario abordar las imágenes, para revisarlas y cuestionar el modo desde el cual operan, para proponer cambios que expresen otros modos de construir significados en torno las identidades.

El título, *Audiencias críticas*, tiene que ver con la forma de transformar al público, al espectador, estimulando una percepción que cuestione su entorno social.

8.2. La fábrica de los sueños, 2012.



Fig. 125. Ana Herrero. *La fábrica de los sueños*, 2012.

FICHA TÉCNICA.

Título: *La fábrica de los sueños*³²³.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2012.

Duración: 3'40".

Tipo de obra / técnica: *videocollage*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

En un primer plano observamos el proceso de fabricación de un maniquí y acto seguido un plano medio de la pintura que se le aplica al cuerpo. En un plano detalle se observa cómo se acaba

³²³ Para su visionado en: <https://www.youtube.com/watch?v=SLtgC_U7Lng>

de retocar la pintura y se maquilla al maniquí haciéndolo parecer una mujer. En la siguiente secuencia, sobre un fondo negro, aparece un texto publicitario sobre productos de fabricación mexicana que se mezcla con las imágenes de un desfile de moda mientras se escucha de fondo un doble audio: una marcha militar y el diálogo de una telenovela. Sucesivamente aparecen una serie de imágenes fijas que hemos manipulado, donde aparecen rostros y cuerpos de actrices de telenovelas dentro de un monitor de televisión.

El vídeo está montado con material audiovisual extraído de internet, los fragmentos seleccionados pertenecen a: la Gala Miss Mundo 2012, cuyo país ganador fue México; un documental emitido en Discovery Channel sobre la fabricación de maniqués, un *spot* publicitario sobre productos 100% mexicanos, una campaña publicitaria del gobierno mexicano, un desfile de moda y una selección de imágenes fijas de actrices de televisa; en cuanto al sonido, fragmentos extraídos de telenovelas (conversaciones, diálogos, etc.).

Estos archivos audiovisuales se han ido recopilando y reciclando con el fin de mostrar la realidad distorsionada y la alienación de la industria televisiva donde se explota y se potencian varios estereotipos en torno a la mujer.

En la última parte del vídeo hemos usado imágenes extraídas del concurso Miss Mundo, en concreto, la secuencia en la que la modelo representante de México contesta esa pregunta que pone a prueba su intelecto y capacidad comunicativa. Enlazamos estas imágenes con el logotipo publicitario de una marca mexicana. A modo de final, se introduce la canción de la película de la *Cenicienta*: “Soñar es desear”.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

El título del vídeo es una metáfora irónica sobre la factoría Televisa y las producciones de telenovelas: crean modelos de belleza y cuerpos artificiales, de ahí la comparación con la fabricación de maniqués en serie.

La estructura narrativa consta de dos partes: en la primera se muestra el proceso de crear un molde para adoptar la forma canónica del cuerpo de mujer seguido de un fragmento de vídeo en el que aparece un *spot* sobre productos mexicanos. Aludimos así a las implicaciones políticas del Estado en la industria televisiva, que considera a la mujer como un producto mexicano exportable mediante sus telenovelas. En la segunda parte, se muestra una secuencia de imágenes que abre paso al concurso Miss Mundo mientras se reproduce el desfile de modelos al ritmo del sonido de una marcha militar. El desfile se convierte en una pasarela de cuerpos, en una exaltación nacional de la sexualización de la mujer. Mostramos entonces un gran número de imágenes fijas de mujeres “made in Televisa” mientras se insertan locuciones verbales extraídas de distintas telenovelas y mezcladas con la música de marcha militar.

Ahí es donde introducimos la imagen del logotipo del *spot*: “Hecho en México”, con el audio que refuerza el *spot* anterior, “somos orgullosamente mexicanos” sumado a la canción “*Soñar es desear*”: aludimos a todo el entramado que afecta a la industria de la televisión y del espectáculo como fábrica de sueños y productora de deseos, que se dirige con mayor asiduidad al género femenino.

Utilizamos la apropiación como estrategia crítica para cuestionar la imagen estereotipada de la representación femenina en el género de la telenovela, así como de otros productos de entretenimiento y consumo que aparecen en la televisión para denunciar que efectivamente se reproducen conductas, roles, estereotipos que potencian la violencia simbólica y de género.

Se combinan imágenes en movimiento con imágenes fijas. A grandes rasgos, las telenovelas mexicanas se pueden comparar con el cine hollywoodiense, por la importancia económica que tienen y por los grandes presupuestos que se destinan para su producción por los altos niveles de audiencia que son capaces de convocar.

Los regímenes de poder postcoloniales y la globalización neoliberal engendran construcciones de una feminidad y masculinidad idealizadas, sobre todo a través de una construcción cultural conservadora de acuerdo a un modelo patriarcal y heterosexual de familia. Las narrativas visuales que se construyen en la telenovela mexicana tienen que ver con ese efecto postcolonizador en la industria cultural y con el tratamiento de la imagen, dejando patente cómo se representa a la mujer blanca y cómo se invisibiliza a la “otra”, la mujer morena e indígena.

En México, el discurso nacional se presenta como algo híbrido, fundado sobre la base de la mezcla racial pero, como comenta Curiel, al ser perpetuado por las élites políticas y económicas criollas, no se contemplan en él a las poblaciones indígenas y afrodescendientes que fueron tratadas como esclavos y posteriormente, como mano de obra barata. Esta situación fue decisiva porque derivó en una planificación de las sociedades latinoamericanas que está basada en el racismo. Este tipo de estructura social se expresa hoy a través de los ámbitos económico, político y cultural:

“La democracia racial pasa a ser el mito fundador de la nacionalidad latinoamericana y caribeña, un mito que niega la existencia del racismo. Esta ideología del mestizaje se hizo con base en la explotación y violación de las mujeres indígenas y negras”³²⁴.

³²⁴ CURIEL, O. 2007. *Op. cit.*, p. 98.

Es gracias a las aportaciones de las feministas afroamericanas, latinoamericanas y caribeñas que ha sido posible denunciar esta secuela del colonialismo. Estos análisis han surgido fundamentalmente de mujeres en el continente americano, que desde un enfoque feminista han introducido la variable sexo/género/raza para entender cómo el patriarcado se instaló en los nuevos Estados Nacionales.

Como venimos señalando, el modelo de mujer que presentan los medios mexicanos está construido sobre el modelo de mujer blanca pero además responde a un estereotipo hipersexual, es decir, se presenta un exceso de aquellos atributos y rasgos que denotan la sexualidad de la mujer:

“Según este modelo, en el color pálido de la piel reside parte importante de la belleza de una mujer, y esa convención se encuentra muy interiorizada en el imaginario masculino y femenino mexicano”³²⁵.



Fig. 126. Imágen actriz telenovela.

³²⁵ HERRERO CERVERA, A. La representación de la mujer en la televisión mexicana. Texto sin paginación consultado *on-line* en la página web *Cuadrivio*. [Consulta: 01 enero 2014]. Disponible en: <<http://cuadrivio.net/2013/12/la-representacion-de-la-mujer-en-la-television-mexicana/>>

Además, otra de las graves cuestiones que se derivan del género de las telenovelas tiene que ver con el adoctrinamiento que promulgan sobre un tipo de amor que es “romántico” y machista, que suele desencadenar; sacrificios personales y sucesos dramáticos y violentos que en muchas ocasiones desembocan en crímenes de tipo pasional. Según Requena:

“Nos encontramos, en suma, ante una perversión cancerígena del relato: todas las combinaciones (todas las alianzas, todos los conflictos) y todas las transformaciones posibles son tendencialmente realizadas”³²⁶.

La telenovela nos muestra una representación de los ideales humanos a los que supuestamente el televidente aspira llegar. Asistimos a una deseada auto-percepción del espectador que se traduce en las características definitorias de los personajes ideales de la telenovela. Con la aparición de los estudios culturales y el análisis de la cultura popular en Latinoamérica, la telenovela tiene ahora la posibilidad de ser objeto de estudio, bajo una lente autocrítica que ayude a revisar y comprender los mecanismos asociados a la construcción, la reafirmación y la circulación de estereotipos desde una perspectiva de género.

No resulta complicado inferir por qué la telenovela se utiliza como herramienta de entretenimiento y distracción de la realidad, una herramienta empleada por un proyecto político que ejerce una dictadura mediática sobre los contenidos y emisiones en la televisión mexicana.

³²⁶ GONZÁLEZ REQUENA, J. 1990. *Op. cit.*, p. 122.

8.3. *Cuerpos hiperbólicos*, 2012.



Fig. 127. Ana Herrero. *Cuerpos hiperbólicos*, 2012. Bailarina / boxeadora. El baile / la lucha.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Cuerpos hiperbólicos*³²⁷.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2012.

Duración: 1'40".

Tipo de obra / técnica: vídeo de apropiación.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

El vídeo recoge un minuto y medio de un combate de boxeo femenino emitido por televisión mexicana. La pantalla está compuesta por un díptico: en las imágenes de la izquierda se muestra a un grupo de animadoras bailando que publicitan la marca de una popular cerveza mexicana; y en el vídeo de la derecha, a dos boxeadoras en el combate. El audio pertenece a

³²⁷ Para su visionado en: <<https://www.youtube.com/watch?v=scyLXG95hPs>>

cada una de las imágenes. En un fragmento determinado hemos hecho coincidir dos primeros planos, uno de la bailarina y otro de la boxeadora, esto favorece que resalte la simultaneidad de los audios pertenecientes a cada vídeo: silbidos de carácter sexual a la bailarina y silbidos de protesta a la luchadora. El vídeo finaliza con un plano cenital de una bailarina mirando a cámara.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

En esta pieza hemos ampliado la representación femenina bajo una práctica cultural y deportiva para mostrar cómo es tratada la mujer en un contexto distinto pero igualmente mediático y espectacular.

En el montaje hemos contrapuesto dos vídeos para observar cómo el cuerpo femenino se interpreta de forma distinta en el mismo espacio: se muestra una doble acción el baile y la lucha. La imagen izquierda, un cuerpo hipersexualizado, la imagen de la derecha, una mujer de cuerpo atlético. Ambos cuerpos devienen objeto sexual y de entretenimiento estimulando un espectáculo que es en su mayor parte consumido por hombres aunque la mujer luchadora lleva a cabo el combate para conseguir éxito y respeto por sus habilidades en el ring, como luchadora profesional.

Es de destacar que ya existe un montaje previo al nuestro antes en las imágenes del vídeo de las bailarinas donde el cámara y realizador emplea generosamente el zoom y los planos detalle deteniéndose en mostrar el cuerpo femenino desde su mirada masculina. En cambio, en el vídeo de la boxeadora no se contempla el cuerpo de este modo. En un fragmento del vídeo introducimos texto, transcribiendo los comentarios cargados de connotaciones sexuales por parte del público, que como ya hemos indicado, es mayoritariamente masculino.

En el vídeo se analiza cómo el cuerpo femenino es aceptado o rechazado en un contexto generalmente masculino y cómo se transforma según el contexto social en el que habite. En este caso

mostramos una actividad deportiva muy popular en México, el boxeo. Hortensia Moreno realiza una interesante investigación sobre el boxeo como *tecnología de género* y su relación con el cuerpo, la masculinidad y el género:

“De esta forma, mientras se considera que el boxeo es una actividad “normal” para los varones, aparece como la más inapropiada para las mujeres”³²⁸.

Como señala la autora, la aparición de las mujeres en el boxeo todavía hoy se interpreta como una invasión del espacio masculino pues ese lugar está considerado como un territorio dominado por ellos: resulta decisivo comprender la lógica interna de esa territorialidad.

La mayoría de los deportes de lucha son emprendidos casi exclusivamente por hombres. El desarrollo de este tipo de cultura conduce a una forma de sociabilización con valores muy estereotipados de masculinidad en los que la mujer debe masculinizarse si desea ser respetada. Nos enfrentamos a una cultura en la que la construcción del género es diferenciada, sexuada y binaria, asumiendo unos roles en función del género, así como otros hábitos y funciones sociales.

Con la realización de esta pieza hemos comprobado cómo existe una presión tácita sobre la construcción del cuerpo femenino para poder entrar a un mundo predominantemente masculino y también a la inversa. Observamos una clara diferencia sexual en el cuerpo de la bailarina acompañada de una vestimenta adaptada para resaltar su físico y sexualidad en contraposición a la mujer boxeadora, que dispone de un cuerpo atlético debido a las exigencias físicas de su profesión. Es importante destacar cómo

³²⁸ MORENO, H. 2011. El boxeo como tecnología de la masculinidad. *La Ventana*, nº. 33 [en línea], pp. 152-194, p.165. [Consulta: 21 abril 2012]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88421343007>>

estas características corporales producen aceptación o rechazo sexual desde la mirada del hombre.

8.4. Televisión y circo, 2012.



Fig. 128. Ana Herrero. *Televisión y circo*, 2012.

FICHA TÉCNICA.

Título: *Televisión y circo*³²⁹.

Autora: Ana Herrero.

Fecha: 2012.

Duración: 4'13".

Tipo de obra / técnica: *videocollage*.

DESCRIPCIÓN DE LA OBRA.

El vídeo empieza con una imagen fija a modo de cabecera con un grafismo y fondo inspirado en el circo. Insertamos unas secuencias de un espectáculo circense donde aparecen animales realizando ejercicios acrobáticos y que repetimos en *loop* durante unos segundos más. A continuación, se muestra un fragmento del polémico debate presidencial que tuvo lugar en el año 2012 a propósito de las elecciones presidenciales mexicanas, en estas

³²⁹ El vídeo formo parte de la exposición colectiva: *Viral-MEX, Remix Videopolítico*. Central del pueblo, México D.F., 2012. Esta muestra también participo en el *CC CMX 2012-Festival de Cine Creative Commons*, Ciudad de México: <<http://cinelibre.org.mx/festivalcc/cc-cmx-2012/>>

imágenes hemos manipulado el color, el tiempo y hemos introducido las siguientes palabras: “entretenimiento”, “distorsión” y “manipulación”.

El audio pertenece a la popular canción infantil “Había una vez un circo”, de los payasos de Televisión Española. Los planos del debate son generales y en la sucesión de imágenes vamos mezclando otras: como la imagen en primer plano del rostro del payaso la película de Stephen King *It* (1990) o las de animales del circo durante el momento de su adiestramiento. Acto seguido insertamos las imágenes del debate político que referíamos anteriormente, aparece el presidente del gobierno español Mariano Rajoy y el expresidente del gobierno mexicano Felipe Calderón. Finalizamos el vídeo con un fragmento de las noticias del Canal 24h, donde la presentadora está hablando del conflicto entre la empresa Repsol de petroquímicos y el gobierno argentino.

La estrategia discursiva que utilizamos es la apropiación de imágenes pre-existentes en el medio televisivo e internet: el programa del debate presidencial lo hemos extraído del Canal 5, el espectáculo circense y la visita del presidente de España a México de la plataforma *Youtube*.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Este vídeo es un *remix* de imágenes extraídas de *Youtube* y de la televisión. A modo de *collage*, vamos alternando los fragmentos de varios vídeos con la popular canción infantil “Había una vez un circo”: canción de la que nos servimos para ironizar el contenido de las imágenes utilizadas.

Elijiendo como referencia la expresión popular de lo que se ha llamado tradicionalmente la política del “pan y circo” para el pueblo, o al pueblo “pan y circo”, damos título al vídeo presentado.

Otro aspecto a destacar es la lectura de género sobre la polémica que tuvo lugar durante el debate presidencial en México donde se contrató a una modelo para que entregara a los candidatos los

temas que se tratarían el debate. El problema no fue que interviniera una modelo sino el hecho de presentar a la mujer como objeto de espectáculo: una vez más se usó el cuerpo femenino como objeto sexual, en esta ocasión dentro de una campaña electoral. Esta propuesta audiovisual podría ser dividida en tres partes: una, el suceso de la intervención de la modelo en pleno debate presidencial (el caso cobró tanta resonancia mediática que los medios hicieron mayor eco a la intervención de la modelo que lo que cada aspirante a presidente proponía); dos, la falta de información democrática en los medios y la corrupción política que existe en el país; y tres, el acto diplomático donde se intercambian intereses políticos en plena crisis a propósito de una importante empresa de petroquímicos española con un país iberoamericano.

Relacionamos el circo con la política por todas las irregularidades y los escándalos derivados que lamentablemente suelen darse en este ámbito: desde la manipulación mediática, la corrupción, los intereses partidistas o personales, hasta el engaño a los ciudadanos. En estas imágenes usamos el recurso de la repetición y el rebobinado para resaltar el espectáculo televisivo asociado a las campañas políticas.

8.5. *Quince años, 2014.*



Fig. 130. Ana Herrero. *Quince años, 2014.*

FICHA TÉCNICA.

Título. *Quince años.*

Autora. Ana Herrero.

Fecha. 2014.

Duración. 4'30".

Tipo de obra / técnica: *videocollage.*

DESCRIPCIÓN DE LA IMAGEN.

El vídeo inicia con la cabecera de *Walt Disney Pictures* para introducirnos en una serie de comerciales de juguetes destinados a niñas, muñecas y princesas. Se intercalan imágenes de videotutoriales para maquillarse mezclándose así los sonidos de ambos recursos. En la secuencia siguiente, aparecen dos vídeos en la pantalla que muestran parte del ritual de la quinceañera mexicana: vestirse, maquillarse, peinarse, etc. En el siguiente plano, solo aparece la imagen de la quinceañera y acto seguido un desfile de quinceañeras en la ciudad de México. Se añade después una entrevista a una de estas chicas: en primer plano nos cuenta lo feliz que es por poder celebrar esta tradición. Acto seguido se

muestran las imágenes de un desfile de moda de quinceañeras con el sonido de los comerciales de juguetes que se mezcla con la canción de la Bella durmiente “eres tu el príncipe azul”.

En esa parte del vídeo se han incluido unos subtítulos reinterpretando y distorsionando el texto derivado de una celebración de los quince años. Al final, en los créditos citamos la frase de Simone de Beauvoir: “*no se nace mujer, llega una a serlo*”.

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y SENTIDO DE LA OBRA.

Esta obra es una recopilación de vídeos subidos a la red de tutoriales de maquillaje y de varias ceremonias de quinceañeras mostrando todo su ritual. Aparecen imágenes de comerciales de juguetes para niñas donde se mezclan con las imágenes de las quinceañeras y con los diferentes audios para provocar una descontextualización sobre la violencia simbólica que hay implícita en este tipo de producciones. Con toda esta mezcla de imágenes y audios se intenta resaltar críticamente esta tradición cultural y sexista que consiste en presentar en sociedad a la niña como princesa para convertirla en mujer. Esta celebración promueve la desigualdad de género, puesto que no se practica con los hombres. De hecho, la tradición pretende presentar a la chica de quince años “en sociedad”, dando a entender que ya es “mujer” y que ha entrado en el circuito de la búsqueda de susceptible de buscar marido.

Tradicionalmente y en especial en comunidades muy conservadoras, se considera que estas niñas ya tienen la edad para tomar las responsabilidades de una mujer adulta, para mantener relaciones de noviazgo que las lleven directamente al matrimonio y para cumplir con su misión mariana tradicional: ser madres, esposas y salvaguardar el bienestar familiar, etc.

La fiesta de los quince años y el concepto de quinceañera ha sido muy criticado por algunos grupos feministas, se argumenta que esta tradición reafirma el concepto de mujer-objeto-sexual-madre, ya que en gran medida se promueve la construcción de la feminidad como algo natural resaltándose en todo ello los valores de obediencia y moderación asociados también al género femenino: el sistema patriarcal genera esquemas de pensamiento donde se construyen las relaciones de poder, las desigualdades entre hombre y mujer, haciéndolas aparecer como algo natural.

Después de haber realizado los consecutivos análisis videográficos, tanto en la obra producida en España como en la realizada México, concretamente en los vídeos: *Copy-machine*, *Audiencias críticas* y *La fábrica de los sueños*, hemos llegado a confirmar la comparación que existe, entre el método de la eugenesia racial, con el discurso racista que hay elaborado en la estética, y las narrativas dominantes. Inevitablemente, este método lo relacionamos con la ausencia de otras identidades en las representaciones mediáticas.

Entendiendo la eugenesia visual como un proceso ideológico que cuyo fin es la limpieza racial, podemos contrastar con los vídeos mencionados (las imágenes publicitarias, televisivas y cinematográficas), y las obras videográficos que hemos elaborado a partir de ellos.

CONCLUSIONES

A lo largo de toda nuestra investigación hemos podido comprobar cómo existe toda una línea de trabajo en el seno del videoarte que se determina por el uso de la estrategia de la apropiación audiovisual como principal recurso para la relectura y el reciclaje de las imágenes que nos rodean. Además también hemos comprobado como dicha estrategia apropiacionista es muy utilizada por mujeres videoartistas y que tales piezas artísticas funcionan como vías críticas, destacando aquí una tendencia videográfica centrada en desenmascarar la desigualdad de género que todavía hoy se promueve por medio de las imágenes de las industrias culturales masivas.

En definitiva el videoarte, junto a la apropiación, es una herramienta clave para denunciar la violencia de género que existe en las imágenes y en los mensajes audiovisuales de las producciones culturales y mediáticas occidentales. Los objetivos que nos plateábamos al inicio de nuestro recorrido se han ido completando a medida que avanzaba nuestra investigación, y por ello podemos afirmar lo siguiente:

1. Que el arte videográfico es uno de los medios más apropiados para estudiar y analizar imágenes, para cuestionar críticamente otros medios de producción audiovisual. Hemos comprobado, que en el panorama actual de la creación en vídeo se tiende a la revisión, al análisis y al cuestionamiento de aquellos componentes ideológicos que se transmiten a través de la imagen vídeo creada para ser difundida en los medios de comunicación de masas.

2. Se han localizado, identificado y definido cuáles son las diferentes corrientes y técnicas apropiacionistas que se han dado en las creaciones audiovisuales desde el comienzo del uso de tales recursos; de este modo se ha podido corroborar cómo se ha expandido el fenómeno de la apropiación comprobando su alcance como fenómeno en las prácticas videográficas actuales.

3. Constatamos además que existe una tendencia artística específica que tiene que ver con la producción videográfica de discurso crítico y elaboración basada en los recursos propios y derivados de la apropiación. Hemos estudiado y clasificado todas aquellas obras y teorías que están relacionadas con ello comprobando que existe una gran cantidad de propuestas videográficas que tienen que ver con ello, que esta tendencia de la que hablamos comienza a desarrollarse cuando el vídeo se integra en la práctica artística, y que se consolida como tal en la actualidad: con motivo de los cambios que se han producido a efectos de apropiación directa en la era de internet.

4. Se ha podido comprobar que en nuestra cultura hay una latente e instaurada violencia que atenta particularmente contra las mujeres: esto nos ha sido posible gracias al estudio de numerosas aportaciones teóricas y artísticas feministas en las que se han abordado las diferentes problemáticas sobre la violencia de género y que hemos podido reflejar en la presente tesis. Por otra parte, hemos corroborado que este tipo de violencias también afectan a otras categorías relacionadas con el género como son la raza y la clase, violencia que promueven los medios hegemónicos, que además de ser sexistas, son racistas y clasistas.

5. Podemos confirmar que ha existido desde los inicios del videoarte una tendencia específica demarcada por mujeres artistas que denuncia y critica el sistema patriarcal y la violencia de género. Además tal tendencia se define a sí misma también porque en la gran mayoría de casos se utiliza la apropiación como estrategia crítica y de producción favoreciendo que el análisis de las imágenes tenga lugar. Hemos constatado que hay una práctica videográfica feminista que contempla la perspectiva de género para denunciar el estado de la mujer en la sociedad actual.

6. Se ha logrado desarrollar un trabajo de creación artística y personal en los dos lugares donde hemos realizado la investigación, España y México. El análisis videográfico realizado

en ambos contextos nos ha permitido constatar que los temas que planteamos en esta tesis doctoral no solo son relevantes como estudio que nos ayude a entender y comprender la sociedad en la que vivimos, sino que además tienen un papel de gran relevancia a la hora de proponer otros discursos alternativos a los que nos son impuestos oficialmente. Todo esto lo hemos experimentado a través de nuestra práctica artística: los sucesivos montajes, la apropiación de imágenes y la descontextualización de estas... todo ello con el fin de romper el discurso original, el mensaje oficial... en definitiva, un trabajo donde se reflexiona, se crea otro mensaje y se proporciona la base necesaria para que otra lectura pueda ser realizada por el espectador/a.

Al término de esta investigación podemos constatar que puede darse, y de hecho se da, una integración equilibrada entre las herramientas de trabajo videográfico y las estrategias derivadas de la apropiación audiovisual. Además, otra de las cuestiones que terminan por aclararse y precisarse es que recurrir a las imágenes que han sido producidas por otros es necesario en muchas ocasiones para poder señalar de modo directo, e incluso denunciar si se da el caso, todo lo que hay detrás de tales imágenes ofreciendo otra lectura, resignificando contenidos.

Creemos que es necesario seguir investigando, continuar realizando aportaciones en torno a cómo el sistema y los medios —principalmente la televisión, el cine y la publicidad— tienen una responsabilidad muy grande en lo que se refiere a la prevención de la violencia de género, así como también en otros tipos de violencia: el maltrato infantil, la homofobia o la violencia ejercida sobre las personas de la tercera edad, etc. A pesar de que se han conseguido cambiar muchas cosas, todavía hoy continúan promoviéndose ideas discriminatorias y sexistas, métodos de eugenesia racial en las narrativas visuales, en los códigos visuales y en las representaciones mediáticas. Todo ello es síntoma de que el conflicto social continúa extendiéndose, permeabilizando la sociedad, aunque sea de modo tácito y no explícito.

Por todo ello consideramos que es necesario continuar trabajando desde la perspectiva de género para terminar eliminando ese *techo de cristal* que con sus distintas formas no permite que exista y tenga lugar una verdadera igualdad social. En este sentido, la inclusión de especialistas en estudios de corte feminista (artistas, teóricos/as, antropólogos/as...) en la cadena de producción de audiovisuales para los medios de comunicación de masas y en el sistema educativo, es otra de las necesidades a cubrir si deseamos que todo esto cambie.

A través del videoarte se favorece que existan o se den cambios que transformen nuestra visión, que transformen la dinámica social. Es de vital importancia que se estudien y se produzca la exhibición de las obras artísticas que participan de las características citadas, con ellas se promueve una conciencia activa, libre y democrática para quienes las observan y participan de ellas; y esto debe producirse no solo en el ámbito artístico, sino también cultural y social, donde tiene especial importancia el ámbito escolar.

Otra línea de investigación que queda abierta y nos gustaría desarrollar versa sobre el vídeo como generador de discursos sociales en el siglo XXI. El vídeo como medio independiente que es y sus diferentes formatos (móviles, tabletas, etc) en la actualidad, permiten grabar sin disponer necesariamente de una cámara de vídeo para seguir produciendo y difundiendo información alternativa y de forma democrática.

Esta investigación queda abierta a una futura y deseada continuación de todos los temas que hemos ido exponiendo y tratando, así como al desarrollo de una práctica videográfica artística propia crítica, creativa y libre.

BIBLIOGRAFÍA.

ACASO, M. 2006. *Esto no son las torres gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Catarata.

ACASO, M. 2009. *El Lenguaje visual*. Barcelona: Paidós.

ALIAGA, J. V. 2004. *Arte y cuestiones de género. Una travesía del siglo XX*. Madrid: Nerea.

ALIAGA, J. V. 2007. *Orden fálico: androcentrismo y violencia de género en las prácticas artísticas del s. XX*. Madrid: Akal.

ALIAGA, J. V., MAYAYO, P. 2013. *Genealogías feministas en el arte español: 1960-2010*. This Side Up. *Investigaciones Feministas*, vol. 4, pp. 25-37. ISSN: 2171-6080.

ANDÚJAR, D. 2008. Apología de la apropiación legítima. *Exit Express*, nº38.

ÁNGELES PERONA, J. 1994. El feminismo americano de post-guerra. En: AMORÓS, C. (coord.). *Historia de la teoría feminista*. Madrid: UCM.

BAIGORRI, L. 2005. *Vídeo: primera etapa: El vídeo en el contexto social y artístico de los años 60/70*. Madrid: Brumaría.

BAIGORRI, L. (coord.). 2008. *Vídeo en Latinoamérica: Una historia crítica*. Madrid: Brumaría.

BANDURA, A. 1974. *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza.

BAUDRILLARD, J. 1978. *Cultura y simulacro*. Traducido por Pedro Rovira. Barcelona: Kairòs.

BEAUVOIR, S. 1999. *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra.

- BELAUSTEGUIGOITIA, M. 2009. *Güeras y prietas: género y raza en la construcción de mundos nuevos*. México: UNAM, PUEG.
- BENJAMIN, W. 2003. *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*. México D.F: Ed. Itaca.
- BERGER, J. *et al.* 2000. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BERTHET, D. 2008. De la desviación a la copia. *Exit Express*, nº 38.
- BIRBAUM, D. 1984. *14 The new filmmakers series*. New York: The Whitney Museum of American Art. (Catálogo de exposicion).
- BIRNBAUM, D. 1986. Talking Back to the Media. En: PODESTA, P. (ed.). *Resolution: A critique of Video Art*. Los Angeles: LACE Contemporary Exhibitions.
- BONET, E. 1980. Alter-vídeo. En: MUNTADAS, A., DOLS, J., MERCADER, A. (eds.). *En torno al vídeo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BONET, E. 1987. Metavideo. Del estado del vídeo, su historia y estética. En: PALACIO, M. (ed.). *La Imagen sublime. Vídeo de creación en España, 1970/87*. Madrid: Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Cultura.
- BONET, E. 1987. Polivídeo: el vídeo en plural. *Telos*, nº 9.
- BONET, E. 1990. El Futur(ismo) de la imagen en movimiento. En: PÉREZ ORNIA, J. (ed.). *Bienal de la imagen en movimiento'90*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- BONET, E. 1993. *Desmontaje: Film, vídeo/apropiación, reciclaje*. Valencia: IVAM.
- BORNAY, E. 1999. *Mujeres de la Biblia en la pintura del barroco*. Madrid: Cátedra.
- BOURDIEU, P. 2000. *La dominación masculina*. Traducción de Joaquín Jordá. Barcelona: Anagrama.

- BOURDIEU, P. 1997. *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- BOURRIAUD, N. 2004. *Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: AH.
- BOVENSCHEN, S. 1986. ¿Existe una estética feminista?. En: ECKER, G. (ed.). *Estética Feminista*. Traducción de Paloma Villegas. Barcelona: Icaria.
- BUTLER, J. 2007. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Traducción de María Antonia Muñoz. Barcelona: Paidós.
- COLAIZZI, G. (comp.). 1995. Introducción: *Feminismo y Teoría Fílmica*. Traducción de Manuel Talens. Valencia: Episteme.
- CUBELLS CASARES, E. 2006. *Identidad femenina, sexualidad y violencia en el videoarte de mujeres*. ISABEL DOMENECH IBÁÑEZ, directora. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia.
- CUETO, J. 1984. *El complejo de los Orígenes. I Festival Nacional de Vídeo*. Madrid: Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid y el Círculo de Bellas Artes.
- DEBROISE, O., MEDINA, C. 2006. *La era de la discrepancia, Arte y Cultura Visual en México, 1968-1967*. México: Museo Universitario de Ciencia y Arte, UNAM.
- DOLS, J. 1980. Historia del audiovisual magnético televisivo: Televisión, TV, vídeo. En: BONET, E., MERCADER, A., MUNTADAS, A. (eds.). *En torno al vídeo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DUGUET, A. 1998. Dispositifs. En: BELLOUR, RAYMOND Y DUGUET (eds.). *Vidéo, Communications*, n° 48. Paris: l'Étoile.
- ECO, U. 1986. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.

- FALUDI, S. 1993. *Reacción: La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Barcelona: Anagrama.
- FARGIER, J. P. 1993. Un coup de dés, toujours. *Images en Scène. Installations vidéo et cinéma. Art 3000*. París: Palais de Tokyo.
- FREEDMAN, K. 2006. *Enseñar cultura visual*. Barcelona: Octaedro.
- GENETTE, G. 1982. *Palimpsestes. La litté au second degré*. París: Ed du Seuil.
- GONZÁLEZ, J. 1992. *El discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- GONZÁLEZ-FIERRO, F. J. 2011. *La opresión y la represión de la mujer vista por la Historia del Cine*. Madrid: Cacitel, Ministerio de Cultura.
- GRUZINSKI, S. 1994. *La guerra de las imágenes. De Cristobal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*. México D.F: Fondo de Cultura.
- GUASCH, A. 2003. Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión. *Estudios visuales*, nº1.
- GUBERN, R. 1987. ¿La revolución videográfica es una verdadera revolución? *Telos*, nº 9.
- GUBERN, R. 1991. Iconosfera. En: *El Arte del Vídeo. Introducción a la historia del vídeo experimental*. Madrid: ED del Ente Público de RTVE /Serbal.
- GUNNING, T. 1989. Films that tell Time: The Paradoxes of the Cinema of Ken Jacobs. En: SCHWARTZ, D. (ed.). *Films That Tell Time: A Ken Jacobs Retrospective*. Nueva York: American Museum of the Moving Image.
- HALL, S. 2008. ¿Cuándo fue lo "postcolonial? Pensando en el límite. En: MEZZADA, S. (coord.). *Estudios Postcoloniales*. Traducción de Marta Malo. Madrid: Traficantes de sueños.

- HANDARDT, J. 1984. *Videoarte: Pasado y Futuro (Entre el Arte y la tecnología). II Festival Nacional de Vídeo*. Madrid: Comunidad de Madrid.
- JONES, A. (ed.) .2003. *The Feminism and Visual Culture Reader*. New York: Routledge Press.
- KATZ, J. 1993. From Archive to Archiveology. En: BONET, E. (ed.). *Desmontaje: Film, vídeo/apropiación, reciclaje*. Valencia: IVAM.
- KELLY, J. 1986. *The Doubled Vision of Feminist Theory. Women, History and theory*. Chicago: University of Chicago Press.
- KOCH, G. 1986. ¿Porque van las mujeres a ver las películas de los hombres?". En: ECKER, G. (ed.). *Estética Feminista*. Traducción de Paloma Villegas. Barcelona: Icaria.
- KRISTEVA, J. 1978. *Semiótica 1*. Madrid: Fundamentos.
- LACALLE, C. 2001. *El espectador Televisivo, los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- LAGARDE, M. 1996. *Género y feminismos*. Madrid: Horas y Horas.
- LAGARDE, M. 2008. Identidad Femenina. En: GARCÍA ORTEGA, J. (comp.). *Compilación sobre género y violencia*. México: Instituto Aguascalentense de las Mujeres.
- LAURETIS, T. 1992. *Alicia ya no: Feminismo, Semiótica, Cine*. Madrid: Cátedra.
- LAURETIS, T. 2000. *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*. Madrid: Horas y Horas.
- LÓPEZ DÍEZ, P. (ed.). 2004. *La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de comunicación. Manual de información en género*. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer.

MANUEL, P. 1987. La imagen Sublime. En: *Vídeo de creación en España 1970-1987*. Madrid: Centro de Arte Reina Sofía y Ministerio de Cultura.

MARTÍN PRADA, J. 2001. *La apropiación posmoderna*. Madrid: Fundamentos.

MARTIN, J. 2003. *Regímenes escópicos de la modernidad: Entre la historia intelectual y la crítica cultural*. Barcelona: Paidós.

MARTIN, S. 2006. *Videoarte*. Barcelona: Taschen.

MCLUHAN, M. 1969. *El medio es el mensaje*. Buenos Aires: Paidós.

MCLUHAN, M. 2009. *Comprendiendo los medios. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

MCLUHAN, M., POWER, B. (eds.). 1995. *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

MEJÍA MADRID, F. 2013. *Nación TV. La novela de Televisa*. Madrid: Grijalbo.

MILLÁN, M. 1995. *Derivas de un cine en femenino*. México D.F: UNAM-PUEG.

MILLNER, S. 1997. Les médias bon marché. Prende le contrôle de nos images et de nos vies. En: VVAA. *La vidéo, entre art et communication*. Paris: École Nationale Supérieure de Beaux-Arts.

MINTER, S. 2008. A vuelo de pájaro, el vídeo en México: sus inicios y contexto. En: BAIGORRI, L. (coord.). *Vídeo en Latinoamérica: Una historia crítica*. Madrid: Brumaría.

MOSER, C. 1998. Planificación de género. Objetivos y obstáculos. En: *Género en el Estado, estado del género*. Chile: Ediciones de las Mujeres.

MULVEY, L. 1988. *Placer visual y cine narrativo*. Valencia: Episteme.

- MERCADER, A. (ed.). *En torno al vídeo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- ORTIZ SAUSOR, V. 2001. *Una propuesta escultórica: Videoinstalación y Videoescultura. Un análisis estructural de la videoinstalación y cuatro ejercicios experimentales*. EMILIO MARTÍNEZ ARROYO, director. Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia.
- PALACIO, M. 1987. Cartografía vídeo. En: *La Imagen sublime. Vídeo de creación en España 1970/1987*. Madrid: Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Cultura.
- PALACIO, M. 1995. Mercator vídeo. En: BONET, E. (ed.). *Señales de vídeo: aspectos de la videocreación española de los últimos años*. Madrid: Museo Nacional de Arte Reina Sofía.
- PARFAIT, F. 2001. *Vidéo: un art contemporain*. Paris: Éditions du Regard.
- PATERMAN, C. 1995. *El contrato sexual*. Traducción de M^ª Luisa Femenías. Barcelona: Anthropos.
- PEDRAZA, P. 2002. Nueva carne y remake: La mujer pantera. *Seminario Tecnología y posthumanidad: la artificialidad del ser. Diciembre 2002*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- PÉREZ ORNÍA, J. 1992-1993. Introducción: Televisión. En *Bienal de la Imagen en movimiento '92. Visionarios españoles*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Cultura.
- Point of View. An Anthology of the Moving Image*. 2003. [Colección en DVD]. ULRICH, H., GORDON, D. New Museum of Contemporary Art, New York.
- RAKOW, L. 1989. A Bridge to the Future. Re-Visioning Gender in Communication. En: CREEDON, J. (ed.). *Women in Mass Communication*, 1^ª ed. Londres: Sage Publications.

- REKALDE, J. 1995. *Vídeo, un soporte temporal para el arte*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- RODRÍGUEZ MATTALÍA, L. 2008. *Arte videográfico: inicios, polémicas y parámetros básicos de análisis*. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.
- RODRÍGUEZ, MATTALÍA, L. 2011. *Videografía y arte: indagaciones sobre la imagen en movimiento*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- ROSENBAUM, U. 1982. El vídeo como medio de emancipación. *Videokunst in Deutschland 1963-1980*. Traducido en Muestra Internacional de Videocreación. Valencia, 1988.
- ROSENBAUM, J. 1997. Bande-annonce pour les Histoires(s) du cinéma de Godard. *Trafic*, nº 21.
- ROSLER, M. 1997. Vidéo: *La dissipation du moment utopique*. En: VV.AA. *La vidéo, entre art et communication*. París: École Nationale Supérieure de Beaux Arts.
- SEÑALES DE VÍDEO. 1995. *Aspectos de la videocreación española de los últimos años*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- SHAMBERG, M. 1971. Raindance Corporation. *Guerrilla television*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston.
- STURKEN, M. 1989. La elaboración de una historia, paradojas en la evolución del vídeo. *El Paseante*, nº 12.
- STRUKEN, M. 1998. Les grandes esperances et la construction d'une histoire. Paradoxes de l'évolution d'une forme artistique. En: BELLOUR, R., DUGUET, A. M. (eds.). *Vidéo Communications*, nº 48. París: l'Etoile.
- ULMER, G. 1983. The Object of Post-Criticism. En: FOSTER, H. (ed.). *The Anti-Aesthetic: Essays on Post Modern Culture*. Seattle: Bay Press.
- VARA, C. 2014. Los inicios del videoarte feminista en España (1970-1980): antecedentes y estado de la cuestión. En: SUÁREZ VILLEGAS, J.,

LACALLE, R., PÉREZ TORNER, J. (eds.). *Conference Gender & Communication. Abril 1-3, 2014*. Sevilla: Facultad de Sevilla.

VILLAPLANA RUIZ, V. 2008. *Nuevas violencias de género, arte y cultura visual*. PEDRO ORTUÑO MENGUAL, director. Tesis doctoral, Universidad de Murcia.

W, SCOTT, J. 1996. El género: una categoría útil para el análisis histórico. En: LAMAS, M. (comp.). *El Género la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: UNAM-PUEG.

WEES, W. 1993. Found Footage y collage épico. En: BONET, E. (ed.). *Desmontaje: Film, vídeo/apropiación, reciclaje*. Valencia: IVAM.

WITTIG, M. 2006. *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Traducción de Javier Sáez y Paco Vidarte. Madrid: Egales.

WOOLF, V. 2008. *Una habitación propia*. Barcelona: Seix Barral.

YOUNGBLOOD, G., DUTTON (ed.). 1970. *Expanded Cinema*. Nueva York: Studio Vista, London.

RECURSOS EN LÍNEA

ALCOZ, A. *Found Footage. Joseph Cornell, Hollis Frampton, Ken Jacobs, Ernie Gehr y Bruce Conner*. Recurso electrónico sin paginación.

[Consulta: 16 julio 2015]. Disponible en:

<<http://www.visionaryfilm.net/search?q=Ken+Jacobs%2C+perfect+film>>

ASAMBLEA GENERAL DE LA ONU [sitio web]. 1993. Resolución 48/104, 20 de diciembre. [Consulta: 17 de mayo 2014]. Disponible en:

<<http://malostratos.org/violencia-de-genero/que-es-la-violencia/>>

BAIGORRI, L. 2006. Paik TV. Homenaje a un mongol visionario. *La Televisión no lo filma*. [en línea]. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp.27-39. [Consulta: 6 mayo 2013]. Disponible en:

<http://www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/libro_LTVNLF.pdf>

BALLESTER, I. 2010. Desde el empoderamiento imágenes extremas contra el capitalismo patriarcal globalizador: combatividad y resistencia frente al feminicidio mexicano y la desterritorialización chicana. *Arte y políticas de identidad*, vol.3 [en línea], pp.41-58, p. 51. [Consulta: 16-07-15]. ISSN 19898452. Disponible en:

<<http://revistas.um.es/api/article/view/117401/111051>>

BREA, J.L. 2006. no+tv. En: *La Televisión no lo filma*. [en línea]. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp.22-26. [Consulta: 5 mayo 2013]. Disponible en:

<http://www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/libro_LTVNLF.pdf>

BURRIS, J. *¿Fue el Portapack la causa del vídeo? Notas sobre la formación de un Nuevo medio*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Laboratorio de Luz. Traducción por María José

Martínez de Pisón. [Consulta: 10 de octubre de 2013]. Disponible en:
<<http://www.upv.es/laboluz/2222/textos/portapak.htm>>

CINDY GABRIELA FLORES: *El lugar de las mujeres en el metro de Ciudad de México*. [Consulta: 13 mayo 2013]. Disponible en:
<<http://ciberfeminista.org/metro>>

CREATIVE COMMONS [sitio web]. [Consulta: 5 mayo 2013]. Disponible en: <<https://creativecommons.org/licenses/>>

CURIEL, O. 2007. Crítica postcolonial desde las prácticas políticas del feminismo antirracista. *Nómadas* nº 26 [en línea], pp. 92-101, p.98. [Consulta: 10 septiembre 2014]. Disponible en:
<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105115241010>>

CYNTHIA, P. 2006. Género, representación y Nuevas Tecnologías: mujeres y vídeo en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* nº 197 [en línea], pp.95-102, p. 96. [Consulta: 12 agosto 2012]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42119708>>

DIAZ, R. *Political Remix Vídeo*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Embed.at. [Consulta: 6 de abril de 2013]. Disponible en: <<http://embed.at/article4.html>>

Diccionario de la Lengua Española [base de datos online] [2013]. [Consulta: el 17 de abril de 2013]. Disponible en:
<<http://lema.rae.es/drae/?val=representación>>

Diccionario de la Transgresión Feminista [base de datos]. [2012] Vol. II. [Consulta: 2 junio 2013]. Disponible en:
<https://www.justassociates.org/sites/justassociates.org/files/diccionario-de-la-transgresion-feminista_0.pdf>

EL PAÍS [sitio web]. 2000. España: La tiranía de estar siempre bella. [Consulta: el 03-03-13]. Disponible en:
<http://elpais.com/diario/2000/08/06/sociedad/965512804_850215.html>

EUGENIA BALCELLS: [Consulta: 3 marzo 2013]. Disponible en:
<<http://www.eugeniabalcells.com/films/boys/content.html>>

FIDALGO, I., BULA, H. 2013. El trabajo audiovisual en los movimientos sociales del 2011 #NRVP como plataforma de producción, gestión e investigación sobre vídeo y política. *Arte y políticas de identidad* [en línea], vol.8, pp.201-223. [Consulta: 15-06-2014]. ISSN 1989-8452. Disponible en:
<<https://www.revistas.um.es/api/article/download/191721/158421>>

FLOR ALIBERTI: [Consulta: 18 abril 2013]. Disponible en:
<<http://www.floraliberti.tk/>>

GIL, F. *Código fuente. Audiovisual de Jonathan Mcintosh*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Embed.AT. [Consulta: 10 de junio de 2013]. Disponible en:
<<http://antes.embed.at/article44.html>>

GIL, F. *Remezcla audiovisual*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Embed.at. [Consulta: 13 de junio de 2013]. Disponible en: <<http://antes.embed.at/article25.html>>

GUERRILLA GIRLS: [Consulta: 3 abril 2013]. Disponible en:
<www.guerrillagirls.com>

HERRERO CERVERA, A. La representación de la mujer en la televisión mexicana. Texto sin paginación consultado on-line en la página web *Cuadrivio*. [Consulta: 1 de enero de 2014]. Disponible en:
<<http://cuadrivio.net/2013/12/la-representacion-de-la-mujer-en-la-television-mexicana/>>

Historia de la Ley integral contra la violencia de género española. Texto sin paginación consultado on-line en la página web Mujeres en Red. El periódico feminista. [Consulta: 18 de abril 2014]. Disponible en:
<http://www.mujeresenred.net/>

JORNADAS DE APROPIACIÓN [sitio web]. [Consulta: 03-01-14].

Disponible en: <<http://jornadasdereapropiacion.tk/>>

LA CRÓNICA DE HOY. [sitio web]. 2005. México: Eugenia Chellet, La

fotonovela refleja que la familia es un monstruo. [Consulta: 13-06-13].

Disponible en:

<http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=207600>

LAGARDE, M. 2007. Por los derechos humanos de las mujeres: la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, [en línea], pp. 144-165.

[Consulta: 15 marzo 2014]. Disponible en:

<<http://www.redalyc.org/pdf/421/42120009.pdf>>

LESSIG, L. 2005. *Por una cultura libre*. [en línea]. Madrid: Traficantes de Sueños. [Consulta: 05-03-2014]. Disponible en:

<<http://www.traficantes.net/libros/por-una-cultura-libre>>

LORELLA ZANARDO: *Il corpo delle donne*. [Consulta: 18 julio 2012].

Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=1teAJZE1ark>>

LORENA WOLFFER: [Consulta: 8 abril 2013]. Disponible en:

<<http://www.lorenawolffer.net/>>

MCINTOSH, J. 2012. A History of Subversive Remix Video before YouTube: Thirty Political Video Mashups Made between World War II and 2005. *Transformative Works and Cultures*, nº 9 [en línea].

[Consulta: 13-04-13]. Disponible en:

<<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/371/299>>

MORENO, H. 2011. El boxeo como tecnología de la masculinidad. *La Ventana*, nº. 33 [en línea], pp. 152-194, p.165. [Consulta: 21 abril 2012]. Disponible en:

<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88421343007>>

MOYA RICHARD, I. *Receta para construir una mujer global*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Mujeres en Red. El periódico feminista. [Consulta: 15 de Marzo de 2013]. Disponible en: <<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1197>>

OBSERVATORIO CIUDADANO NACIONAL DEL FEMINICIDIO [sitio web]. México: *Blog Observatorio Ciudadano Nacional del Femicidio*. [Consulta: 6-04-15]. Disponible en: <<http://observatoriofemicidio.blogspot.mx/>>

PARÍS, I. *Relectura y apropiación: cuando la creación está amenazada por la legalidad*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Ignacio París. [Consulta: 11 de junio de 2013]. Disponible en: <<http://www.ignacioparis.org>>

PECH, C. 2013. Arte y Violencia: apuntes en torno a una estética de lo peor y sus derivas en el arte activismo. En: RIZO M., ROMEU, V. (coords.). *Comunicación, Cultura y Violencia*. [en línea]. Barcelona: InCom-UAB, pp. 45-51, p.47. [Consulta: 24 febrero 2014]. Disponible en: <http://incom.uab.cat/download/eBook_3_InComUAB_Violencia.pdf>

PICHLER, M. 2009. *Statements on Appropriation*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web *UbuWeb*. [Consulta: 4 de abril de 2013]. Disponible en: <http://www.ubu.com/papers/pichler_appropriation.html>

PILAR ALBARRACIN: [Consulta: 8 febrero 2013]. Disponible en: <<<http://www.pilaralbarracin.com>>>

PIÑUEL, E. *Otras desviaciones de la imagen*. Texto sin paginación consultado on-line en la página Numerocero.es. [Consulta: 11 de junio de 2013]. Disponible en: <<http://numerocero.es/cine/articulo/otras-desviaciones-imagen/241>>

POLLOCK, G. 2007. Diferenciando: El encuentro del feminismo con el canon. En CORDERO, K., SAENZ, I. (comp.). *Crítica feminista en la Teoría*

e Historia del Arte. [en línea]. México D.F: Universidad Iberoamericana, Pueg, Conaculta-Fonca, pp.45-79. [Consulta: 10 junio 2015]. Disponible en: <http://www.mnba.cl/617/articles-8671_archivo_05.pdf>

POLLOCK, G. Historia y Política. ¿Puede la Historia del Arte sobrevivir al Feminismo? Texto sin paginación consultado on-line en la página web *estudios online sobre arte y mujer*. [Consulta: 18 de mayo de 2015]. Disponible en: <<http://www.estudiosonline.net/texts/pollock.htm>>

REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/1996, Ley de propiedad intelectual. Boletín Oficial del Estado [en línea]. [Consulta: 08-04-13]. Disponible en: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>>

VILCHES, G. *El conflicto de la apropiación audiovisual con la Ley de propiedad Intelectual*. Texto sin paginación consultado on-line en la página web de Daniel G. Andújar Archive. [Consulta: el 11 de junio de 2013]. Disponible en: <<http://www.danielandujar.org/2010/09/03/el-conflicto-de-la-apropiacion-audiovisual-con-las-leyes-de-propiedad-intelectual/>>

WIKIPEDIA COPYLEFT [sitio web]. [Consulta: 18-05-15]. Disponible en: <<https://www.wikipedia.com>>

LISTADO DE IMÁGENES.

Fig. 1. Ant Farm. *Media Burn*:

<<http://www.moma.org/collection/works/107284>> [Consulta: 16 abril 2011].

Fig. 2. Name June Paik. *TV Clock*:

<<http://pastexhibitions.guggenheim.org/paik/>> [Consulta: 25 mayo 2012].

Fig. 3. Name June Paik. *TV Cross*:

<https://www.goodreads.com/author_blog_posts/5327147-nam-june-paik-starts-making-video> [Consulta: 14 febrero 2014].

Fig. 4. Name June Paik. *TV Bra* for living sculpture:

<<http://www.walkerart.org/collections/artworks/tv-bra-for-living-sculpture>> [Consulta: 8 mayo 2012].

Fig. 5. Paul Kos. *Tokio Rose*:

<<https://www.sfmoma.org/artwork/76.45.A-CCC>> [Consulta: 6 marzo 2012].

Fig. 6. Paper Tiger Television Collective:

<http://www.smecc.org/community-activist_video.htm> [Consulta: 13 enero 2011].

Fig. 7. Videofreex:

<<http://kultureland.com/?p=65>> [Consulta: 16 enero 2011].

Fig. 8. Antoni Muntadas. *TVE: primer intento*:

<<http://www.macba.cat/es/tve-primer-intento-2576>> [Consulta: 4 enero 2011].

Fig. 9. Antoni Muntadas. *En la Televisión*:

<http://www.centroguerrero.org/index.php/Sintesis_Muntadas/731/0/?&L=0.html> [Consulta: 21 enero 2011].

Fig. 10. Francesc Torres. *Casi como durmiendo*:
<<http://catalogo.artium.org/book/export/html/326>> [Consulta: 23 abril 2012].

Fig. 11. Imagen mediática retransmitida por cadena de televisión internacional del 11-S:
<<http://www.broadcasteronline.net/index.php?nota=14715>> [Consulta: 9 febrero 2012].

Fig. 12. Wolff Vostell. *Television Décollage*:
<<http://www.medienkunstnetz.de/works/television-decollage/>> [Consulta: 8 septiembre 2012].

Fig. 13. Dara Birnbaum. *Kiss the Girls: Make them Cry*:
<<http://pictify.saatchigallery.com/336942/kiss-the-girls-make-them-cry-by-dara-birnbaum>> [Consulta: 10 septiembre 2012].

Fig. 14. Richard Serra y Carlotta Fay Schoolman. *Television Delivers People*:
Frame vídeo: <<http://www.youtube.com/watch?v=G64GwcXEitM>> [Consulta: 10 diciembre 2012].

Fig. 15. Antoni Muntadas. * El vídeo es la televisión?*:
<<https://www.tumblr.com/search/antoni-muntadas>> [Consulta: 10 diciembre 2012].

Fig. 16. Nam June Paik. *TV-Bed*:
<<http://rhizome.org/editorial/2009/may/06/the-cybernetic-pioneer-of-video-art-nam-june-paik/>> [Consulta: 4 abril 2012].

Fig. 17. *TV-Chair*:
<<http://arttattler.com/archivenamjunepaik.html>> [Consulta: 5 abril 2012].

Fig. 18. Antoni Muntadas, *Los últimos diez minutos*:
<<http://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/last-ten-minutes-ii-ultimos-diez-minutos-ii>> [Consulta: 5 abril 2013].

Fig. 19. Pablo Picasso, *Naturaleza muerta con silla de rejilla*:
<<https://dossierdearte.wordpress.com/>> [Consulta: 6 mayo 2013].

Fig. 20. Hannah Höch. *Da Dandy*:

<<https://www.artsy.net/artwork/hannah-hoch-da-dandy>> [Consulta: 14 abril 2013].

Fig. 21. John Heartfield. *Como en la edad media*,

<<http://www.epdlp.com/cuadro.php?id=1852>> [Consulta: 16 abril 2013].

Fig. 22. Josep Renau. *Liberación de nuestro territorio de las fuerzas invasoras italianas y alemanas*, de la serie *Los 13 puntos de Negrín*:

<<http://graffica.info/josep-renau-y-martha-rosler-ivam/>> [Consulta: 16 abril 2015].

Fig. 23. Grete Stern, *Artículos eléctricos para el hogar*. Serie *Sueños*, n°1:

<<https://www.pinterest.com/pin/29132728812692414/>> [Consulta: 5 mayo 2013].

Fig. 24. Robert Rauschenberg, *Señales*:

<<http://art-for-a-change.com/blog/2008/05/robert-rauschenberg-1925-2008.html>> [Consulta: 25 mayo 2013].

Fig. 25. Martha Rosler. The series *Bringing the War Home: House Beautiful*:

<<http://graffica.info/josep-renau-y-martha-rosler-ivam/>> [Consulta: 1 octubre 2014].

Fig. 26. Marcel Duchamp. *La Fuente*:

<<http://www.artehistoria.com/v2/obras/17068.htm>> [Consulta: 7 junio 2013].

Fig. 27. Meret Oppenheim. *Ma gouvernante, my nurse, mein kindermädchen*:

<<http://www.meret-oppenheim.de/wirtheli5.htm>> [Consulta: 7 junio 2013].

Fig. 28. Andy Warhol. *Four Marilyns*:

<<https://news.artnet.com/market/warhol-four-marilyns-market-madness-357716>> [Consulta: 10 diciembre 2015].

Fig. 29. Valerie Export. *The Birth Madonna*:

<<http://www.medienkunstnetz.de/works/die-geburtenmadonna/>> [Consulta: 23 mayo 2013].

Fig. 30. Cindy Sherman. *Untitled Film Stills*, 1977-1980:
<<https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2012/cindysherman/gallery/2/>> [Consulta: 3 mayo 2013].

Fig. 31. *La Ventana Indiscreta*. Dir. Alfred Hitchcock:
<<https://retalesdeunidilio.wordpress.com/2014/04/28/la-ventana-indiscreta/>> [Consulta: 8 mayo 2014].

Fig. 32. *La ventana indiscreta*. Dir. Alfred Hitchcock:
<<http://www.cinemaviewfinder.com/2012/05/for-love-of-film-iii-rear-window-1954.html>> [Consulta: 26 mayo 2014].

Fig. 33. Krzysztof Wodiczko. *The soldiers and Sailors Memorial*:
<<http://krzysztofwodiczko.blogspot.mx/2009/11/soldiers-and-sailors-memorial-1984-1985.html>> [Consulta: 26 marzo 2013].

Fig. 34. Eugenia Chellet, *Fotonovelas. Portadas intervenidas*:
<<http://divachellet.blogspot.mx/2011/03/fotografia.html>> [Consulta: 11 agosto 2013].

Fig. 35. Barbara Kruger. *Your body is a battleground*:
<<http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/feminist/Barbara-Kruger.html>> [Consulta: 6 agosto 2013].

Fig. 36. Yasumasa Morimura. *Un bar aux Folies-Bergère* :
<<https://teachartwiki.wikispaces.com/Daughter+of+Art+History++Yasumasa+Morimura>> [Consulta: 3 julio 2013].

Fig. 37. Édouard Manet. *Un bar aux Folies-Bergère*:
<<http://www.artehistoria.com/v2/obras/101.htm>> [Consulta: 13 agosto 2013].

Fig. 38. Lorena Wolffer. *Soy totalmente de Hierro*, 2000:
<http://www.lorenawolffer.net/01obra/08sth/sth_frames.html> [Consulta: 6 octubre 2013].

Fig. 39. Campaña publicitaria, *Soy totalmente Palacio*, El Palacio de Hierro:

<<http://carmenmaria-carmen.blogspot.mx/2010/03/analisis-de-la-campana-publicitaria-soy.html>>

<http://3.bp.blogspot.com/_Fv-

VE6icluw/SOJVfFkaCyl/AAAAAAAAABEQ/87eASuo6u4I/s400/amor.jpg>

<http://1.bp.blogspot.com/_aY6uWfdpKTW/Sg3B4ylaRZI/AAAAAAAAABZU/AalMwVu2eL0/s400/Palacio+de+Hierro+%7C+no-me-acuerdopalacio.jpg>

[Consulta: 12 febrero 2013].

Fig. 40. Alma López. *Our Lady (Nuestra Señora)*:

<<http://www.almalopez.net/>> [Consulta: 23 febrero 2013].

Fig. 41. Charles A. Ridley. *Swingig the Lambeth walk Nazi style*:

<http://www.openculture.com/2013/02/watch_ilambeth_walknazi_stylei_the_early_propaganda_mash_up_that_enraged_joseph_goebbels.html>

[Consulta: 10 marzo 2013].

Fig. 42. Bruce Conner. *A Movie*:

<https://en.wikipedia.org/wiki/A_Movie> [Consulta: 14 marzo 2013].

Fig. 43. Ken Jacobs. *Perfect film*:

<<http://www.cargo-film.de/blog/2010/apr/28/malcolm-x/>> [Consulta: 15 marzo2013].

Fig. 44. Nam June Paik. *Global Groove*:

<<http://www.medienkunstnetz.de/works/global-groove/>> [Consulta: 16 abril 2013].

Fig. 45. Martha Rosler. *If it's too bad to be true, it could be disinformation*:

<<http://www.vdb.org/titles/if-its-too-bad-be-true-it-could-be-disinformation>> [Consulta: 18 abril 2013].

Fig. 46. Antoni Muntadas. *Cross Cultural Television*:

<http://www.roalonso.net/es/videoarte/muntadas_libro.php> [Consulta: 20 abril 2013].

Fig. 47. Jean Luc-Godard. *Histoire(s) du cinéma*:

<<http://www.exitmedia.net/eng/num3/font.html>> [Consulta: 22 abril 2013].

Fig. 48. Keith Sanborn. *The artwork in its age of mechanical reproducibility*:
<<http://www.visionaryfilm.net/2007/02/keith-sanborn-artwork-in-age-of-its.html>> [Consulta: 2 julio 2011].

Fig. 49. Laura Baigorri. *Zap-war*:
<<http://www.interzona.org/baigorri/proyectos/zap-war.html>> [Consulta: 2 abril 2013].

Fig. 50. Vicente Ortíz. *Hunt Symphony*: Vicente Ortiz Sausor, 2001.
Una propuesta escultórica: videoinstalación y videoescultura. Un análisis estructural de la videoinstalación y cuatro ejercicios experimentales. Valencia: UPV, pág. 296-304.

Fig. 51. Mathias Müller. *Home stories*:
<<http://www.medienkunstnetz.de/werke/home-stories/>> [Consulta: 10 mayo 2013].

Fig. 52. Jonathan McIntosh. *Donald Duck Meets Glenn Beck in Right Wing Radio Duck*:
<<http://www.rebelliouspixels.com/2010/right-wing-radio-duck-donald-discovers-glenn-beck>> [Consulta: 18 mayo 2013].

Fig. 53. María Cañas. *Europa se hunde. Como una ola. Chanquete ha muerto*:
<<http://cinereciclado.tumblr.com/post/30792231812/europa-se-hunde-como-una-ola-chanquete-ha-muerto>> [Consulta: 23 mayo 2013].

Fig. 54. EBN. *We will Rock you*:
<<https://www.youtube.com/watch?v=PUDR9RckfEU>> [Consulta: 26 mayo 2013].

Fig. 55. Douglas Gordon. *24h Psycho*:
<<http://www.apieceofmonologue.com/2010/03/douglas-gordon-24-hour-psycho.html>> [Consulta: 29 mayo 2013].

Fig. 56. Martin Arnold. *Alone, Life Wastes Andy Hardy*.
<<http://seul-le-cinema.blogspot.mx/2009/01/films-i-love-13-alone-life-wastes-andy.html>> [Consulta: 11 junio 2013].

Fig. 57. John Callaghan. *Imagine this*:
<<https://vimeo.com/1730888>> [Consulta: 14 junio 2013].

Fig. 58. Spot festival, NRVP N^o2. *El debate*, 2011:
<<https://vimeo.com/31975073>> [Consulta: 6 junio 2012].

Fig. 59. eXgae. El hundimiento de “El Hundimiento:
<http://www.dailymotion.com/video/xd30d5_el-hundimiento-de-el-hundimiento-se_fun> [Consulta: 4 febrero 2013].

Fig. 60. Sut Jhally. *Dreamworlds 2*:
<<http://laculturepop.tumblr.com/post/31738959240/dreamworlds-ii-analysis>> [Consulta: 18 mayo 2013].

Fig. 61. Bruce Lee. *Be water, my friend*:
<<https://www.youtube.com/watch?v=GAKkhX7iggw>> [Consulta: 28 julio 2013].

Fig. 62. Símbolos copyleft y copyright:
<<http://nuriagarciaastro.es/guia-legal-del-blog-iii-licencias-creative-commons/>> [Consulta: 9 julio 2013].

Fig. 63. Tabla *Creative Commons*:
<<https://creativecommons.org/licenses/>> [Consulta: 11 julio 2013].

Fig. 64. *Reality*, cambio de imagen. TV Japón:
<<http://www.abc.es/sociedad/20140820/abci-moda-japon-agrandar-ojos-201408191850.html>> [Consulta: 13 diciembre 2014].

Fig. 65. Cindy Sherman. *Untitled Film Still N. 10*:
<<https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2012/cindysherman/gallery/chronology/>> [Consulta: 13 marzo 2013].

Fig. 66. Pilar Albarracín. *Dancing Spanhis dolls*:
<<http://www.pilaralbarracin.com/videos/videos9.html>> [Consulta: 7 abril 2014].

Fig. 67. Pilar Albarracín. *Sangre en la calle:*

<<http://www.pilaralbarracin.com/videos/videos1.html>> [Consulta: 18 mayo 2014].

Fig. 68. Elina Chauvet, *Zapatos rojos:*

<<http://artecontraviolenciadegenero.org/?p=1794>> [Consulta: 16 febrero 2013].

Fig. 69. Cindy Gabriela Flores. *El lugar de las mujeres en el metro de Ciudad de México:*

<<http://ciberfeminista.org/metro>> [Consulta: 20 febrero 2013].

Fig.70. Separación de vagones por género en el metro de México D.F:

<<http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/117065.html>> [Consulta: 19 noviembre 2014].

Fig. 71. Martha Rosler. *Body Beautiful, Beauty Knows No Pain: Hot House, or Harem:*

<<http://www.eastofborneo.org/archives/martha-rosler-hot-house-or-harem>> [Consulta: 5 octubre 2014].

Fig. 72. Jacques-Louis David. *El rapto de las Sabinas:*

<https://es.wikipedia.org/wiki/Rapto_de_las_sabinas> [Consulta: 10 septiembre 2013].

Fig. 73. Tintoretto. *Susana y los viejos:*

<[https://es.wikipedia.org/wiki/Susana_y_los_viejos_\(Tintoretto\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Susana_y_los_viejos_(Tintoretto))> [Consulta: 13 septiembre 2013].

Fig. 74. Fortuny. *Lucrecia violada por Sexto Tarquino:*

<https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Obras_de_Mariano_Fortuny> [Consulta: 13 septiembre 2013].

Fig. 75. Rubens. *El juicio de Paris:*

<<https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/el-juicio-de-paris/f8b061e1-8248-42ae-81f8-6acb5b1d5a0a>> [Consulta: 1 octubre 2013].

Fig. 76. Velázquez. *La Venus del espejo*:

<<http://notaculturaldeldia.blogspot.mx/2012/01/la-venus-del-espejo-es-un-tema.html>> [Consulta: 24 septiembre 2013].

Fig. 77. Manet. *Le Déjeuner sur l'Herbe*:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Le_D%C3%A9jeuner_sur_l%E2%80%99herbe> [Consulta: 2 agosto 2013].

Fig. 78. Mel Ramos. *You like it, it likes you*:

<http://www.artnet.com/artists/mel-ramos/you-like-it-it-likes-you-fls3fof1_Z3nSVVr0oGOBw2> [Consulta: 11 agosto 2013].

Fig. 79. Allen Jones. *Chair y Table*:

<<http://www.tate.org.uk/art/artworks/jones-chair-t03244>> [Consulta: 12 septiembre 2013].

<<http://www.artlyst.com/articles/allen-jones-1m-pound-misogynistic-table-stimulates-sothebys-sale>> [Consulta: 16 septiembre 2013].

Fig. 80. Frida Khalo. *Unos cuantos piquetitos*:

<<http://www.artehistoria.com/v2/obras/12201.htm>> [Consulta: 16 enero 2013].

Fig. 81. *Guerrilla Girls. ¿Do women have to be naked to get not the met museum?*:

<<http://www.tate.org.uk/art/artworks/guerrilla-girls-do-women-have-to-be-naked-to-get-into-the-met-museum-p78793>> [Consulta: 16 noviembre 2013].

Fig. 82. Mariana Dellekamp, *Antropología del cuerpo*:

<http://www.mariannadellekamp.com/htm/obra/ind_antropologia.htm> [Consulta: 20 enero 2013].

Fig. 83. Valeria Lukyanova. *Barbie humana*.

< <http://www.lanacion.com.ar/1555161-la-obsesion-de-valeria-lukyanova-una-barbie-de-carne-y-hueso-con-miles-de-fanaticos/>> [Consulta: 16 mayo 2013].

Fig. 84. Tiziano, *La Venus de Urbino*:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Venus_de_Urbino> [Consulta: 23 mayo 2013].

Fig. 85. Publicidad *Coco Chanel*:

<<http://foros.vogue.es/viewtopic.php?t=84330&start=25>> [Consulta: 23 junio 2013].

Fig. 86. Exposición sobre la electricidad en los Ángeles:

<<https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/>>
[Consulta: 3 marzo 2014].

Fig. 87. Imágenes publicitarias I. Tom Ford y BMW:

<<https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/>>
[Consulta: 3 marzo 2014].

<<http://zagalescullar.blogspot.mx/2010/10/publicidad-sexista.html>>
[Consulta: 3 marzo 2014].

Fig. 88. Imágenes publicitarias II. AUDI Y TECATE:

<<https://orbitadiversa.files.wordpress.com/2013/01/tom-ford.jpg>>
<<http://hacerdiciendo.blogspot.mx/2008/02/tecate-por-m-por-jos-vieyra-rodriguez.html>> [Consulta: 3 marzo 2014].

Fig. 89.

Imágenes publicitarias III. Dolce&Gabana, Duncan Quinn y Está de Muerte:

<<https://orbitadiversa.files.wordpress.com/2013/01/tom-ford.jpg>>
<<http://fotos.hispavista.com/presentacionAlbum/visualizarFoto/index.phtml?idFoto=645234&nombreAlbum=necronenas&orden=formato>> [Consulta: 3 marzo 2014].

Fig. 90. Imagen publicitaria. Doritos:

<<https://www.facebook.com/113299595354942/photos/pb.113299595354942.-2207520000.1450580505./245228965495337/?type=3&theater>> [Consulta: 26 junio 2012].

Fig. 91. Imagen publicitaria IV. Seguro El Águila:

<<https://www.facebook.com/113299595354942/photos/pb.113299595354942.-2207520000.1450580505./260843557267211/?type=3&theater>> [Consulta: 26 junio 2012].

Fig. 92. *Sé lo que hicisteis*. La Sexta. España:

<<https://teleaudienciastv.wordpress.com/2015/03/30/tal-dia-como-hoy-se-estreno-se-lo-que-hicisteis-en-lasexta/>> [Consulta: 13 abril 2013].

Fig. 93. *Mujeres, hombres y viceversa*. Telecinco, España:

<<http://www.telecinco.es/2012/julio/4013357/?page=5>> [Consulta: 25 abril 2013].

Fig. 94. *Cambio radical*, Antena 3. España:

<<http://www.20minutos.es/noticia/219113/0/cambio/radical/mari-monica/>> [Consulta: 1 junio 2013].

Fig. 95. Lorella Zanardo y Marco Malfi. *Il corpo delle donne*:

<<http://www.ilcorpodelledonne.net/documentario/>> [Consulta: 9 enero 2012].

Fig. 96. *The Swan*, Canal Fox. EE.UU:

<<http://www.ciruspa.com/noticias/item/46-the-swan-show-del-canal-fox>> [Consulta: 9 enero 2012].

Fig. 97. Jennifer Siebel Newsom. *Miss escaparate*:

<http://fsexpol.blogspot.mx/2013_04_01_archive.htm> [Consulta: 9 enero 2012].

Fig. 98. Imágenes TV México.

Fig. 99. Joan Jonas. *Vertical roll*:

<http://www.marthagarzon.com/contemporary_art/wp-content/uploads/2012/12/Joan-Jonas-Vertical-Roll-300x222.jpg> [Consulta: 11 enero 2012].

Fig. 100. Marina Abramovic. *Art must be beautiful artist must be beautiful*:

<<http://ensembles.mhka.be/items/6241>> [Consulta: 19 enero 2012].

Fig. 101. Pola Weiss. *Ciudad, Mujer, Ciudad*:

<<https://vimeo.com/47978778>> [Consulta: 8 mayo 2013].

Fig. 102. Pilar Albarracín. *Furor latino*:

<<http://www.pilaralbarracin.com/videos/videos11.html>> [Consulta: 13 junio 2013].

Fig. 103. Teresa Serrano. *La piñata*: Mau Monleón 2012.
In-out house. Circuitos de género y violencia en la era tecnológica. Valencia: UPV, pág. 178.

Fig. 104. Valeria Andrade. *Cañón de carne*:
<http://estambul.cervantes.es/FichasCultura/Ficha75624_52_1.htm>
[Consulta: 15 abril 2013].

Fig. 105. Martha Rosler. *Semiotics of the Kitchen*:
<<http://www.macba.cat/es/semiotics-of-the-kitchen-2821>> [Consulta: 12 enero 2012].

Fig. 106. Ulrike Rosenbach. *Don't believe I'm a Amazon*:
<<http://www.medienkunstnetz.de/works/glauben-sie-nicht/video/1/>>
[Consulta: 23 enero 2012].

Fig. 107. Dara Birnbaum. *Technology/ transformation wonder woman*:
<<http://www.photography-now.com/exhibition/79933>> [Consulta: 12 octubre 2011].

Fig. 108. Eugènia Balcells. *Boy Meets Girl*:
<<http://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/boy-meets-girl-chico-conoce-chica>> [Consulta: 4 septiembre 2013].

Fig. 109. Joan Braderman. *Joan does Dynasty*:
<<http://lux.org.uk/collection/artists/joan-braderman>> [Consulta: 12 abril 2011].

Fig. 110. Pipilotti Rist. *I'm not the Girl who Misses Much*:
Frame vídeo: <www.youtube.com> [Consulta: 12 abril 2011].

Fig. 111. Cecilia Barriga. *Encuentro entre dos reinas*:
<<http://www.hamacaonline.net/autor.php?id=16>> [Consulta: 9 mayo 2013].

Fig. 112. Marcela Fernández. *De cuerpo presente*:

Frame vídeo: <<https://www.youtube.com/watch?v=S2Xgul23X-U>> [Consulta: 23 marzo 2014].

Fig. 113. Carmen Sigler. *Des-medidas*:

<<http://www.hamacaonline.net/obra.php?id=181>> [Consulta: 13 marzo 2013].

Fig. 114. Ximena Cuevas. *Natural Instincts*:

<<http://www.moma.org/collection/works/118523?locale=es>> [Consulta: 10 septiembre 2015].

Fig. 115. Lucía Madriz. *Dime cuando sonreír*:

Frame vídeo: <<http://vimeo.com/43941652>> [Consulta: 18 octubre 2013].

Fig. 116. O.R.G.I.A. *Producto Nacional Bruto*:

<<http://espaciomenosuno.blogspot.mx/2011/03/programacion-muartech-viernes-11-de.html>> [Consulta: 8 junio 2011].

Fig. 117. Flor Aliberti. *Daily routine*:

Frame vídeo: <<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Flor%20Aliberti>> [Consulta: 8 junio 2011].

Fig. 118. Ana Herrero. *Construcción*: no disponible en la red.

Fig. 119. Ana Herrero. *Copy-machine*:

Frame vídeo: <<http://anamariaherrero.blogspot.mx/p/videocopy-machine-cimuat-valencia-2010.html>> [Consulta: 24 mayo 2010].

Fig. 120. Ana Herrero. *Porque yo lo valgo*:

Frame vídeo: <<http://anamariaherrero.blogspot.mx/p/en-el-performance-ana-herrero-muestra.html>> [Consulta: 4 abril 2011].

Fig. 121. Productos de belleza femenina utilizadas en la *performance*. Imagen diseñada por Ana Herrero.

Fig. 122. Fotografías de la performance, *Porque yo lo valgo*: no disponible en la red.

Fig. 123. Boceto para el *videoperformance*, *Porque yo lo valgo*: no disponible en la red.

Fig. 125. Imagen de actriz telenovela:

<<http://masaryk.tv/181837/ninel-conde-desnuda-para-playboy-mexico>>

[Consulta: 17 noviembre 2015].

Fig. 126. Ana Herrero. *Audiencias críticas*, 2012: no disponible en la red.

Fig. 127. Ana Herrero. *La fábrica de los sueños*, 2012: no disponible en la red.

Fig. 128. Ana Herrero. *Cuerpos hiperbólicos*, 2012: no disponible en la red.

Fig. 129. Ana Herrero. *Televisión y circo*, 2012: no disponible en la red.

Fig. 130. Ana Herrero. *Quince años*, 2014: no disponible en la red.

ANEXO: LINKS A OBRAS VIDEOGRÁFICAS.

Abramovic, Marina. *Art must be beautiful artist must be beautiful, 1975:*

<<https://www.youtube.com/watch?v=7kXnrVDxtyc>> [Consulta: 20 enero 2012].

Albarracín. *Furor latino, 2003:* no está disponible en la red.

Aliberti, Flor. *Daily routine, 2012:*

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Flor%20Aliberti>> [Consulta: 8 junio 2013].

Andrade, Valeria. *Cañón de carne, 2006:*

<<https://www.youtube.com/watch?v=hI2-Z-fHeM4>> [Consulta: 16 marzo 2013].

Arnold, Martin. *Alone. Life Wastes and Hardy, 1998:*

<<http://www.youtube.com/watch?v=LgqH3PK6-3Q>> [Consulta: 12 junio 2013].

Baigorri, Laura. *Zap War, 1997:*

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Laura%20Baigorri>> [Consulta: 16 abril 2013].

Balcells, Eugenia. *Boy Meets Girl, 1978:*

<<http://www.eugeniabalcells.com/films/boys/content.html>> [Consulta: 5 septiembre 2013].

Barriga, Cecilia. *Encuentro entre dos reinas, 1991:*

<<http://www.hamacaonline.net/obra.php?mode=2>> [Consulta: 9 mayo 2013].

Birnbaum, Dara. *Kiss the Girls: Make them Cry, 1979:* disponible fragmento en

la red.<<http://www.vdb.org/titles/kiss-girls-make-them-cry.>> [Consulta: 16 abril 2011].

Birnbaum. *Technology/ transformation wonder woman, 1978:*

<<http://www.youtube.com/watch?v=k6xZOUXNyQg>> [Consulta: 13 octubre 2011].

Braderman, Joan. *Joan does Dynasty, 1986:*

<<https://vimeo.com/48620458>> [Consulta: 16 abril 2011].

Bula, Hernan. Fidalgo, Iker. *El debate, 2011:*

<<https://vimeo.com/31975073>> [Consulta: 16 junio 2012].

Callagham, John. *Imagine this, 2006:*

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/John%20Callaghan>> [Consulta: 16 junio 2013].

Cañas. María. *Europa se hunde. Como una ola. Chanquete ha muerto, 2012:*

<<http://cinereciclado.tumblr.com/tagged/Mar%C3%ADa%20Ca%C3%B1as>> [Consulta: 26 mayo 2013].

Conner, Bruce. *A Movie, 1958:*

<<http://cinereciclado.tumblr.com/search/bruce+conner>> [Consulta: 16 marzo 2013].

Cuevas, Ximena. *Natural Instincts, 1999:*

<<https://www.youtube.com/watch?v=NGzzy47btHc>> [Consulta: 1 septiembre 2015].

Emergency Broadcast Network. *We will rock you, 1991:*

<<https://www.youtube.com/watch?v=My7D-rlBqNU>> [Consulta: 26 abril 2013].

eXgae. *El hundimiento de "El Hundimiento", 2010:*

<http://dailymotionfile.com/v_xd30d5> [Consulta: 6 febrero 2013].

Fernández, Marcela. *De cuerpo presente, 1991:*

<<https://www.youtube.com/watch?v=S2Xgul23X-U>> [Consulta: 20 marzo 2014].

Godard, Jean-Luc. *Histoire(s) du cinéma, 1988-98*: No se encuentra disponible en la red.

Gordon, Douglas. *24 Hour Psycho, 1993*:

<<http://www.youtube.com/watch?v=UtlG5TqqVeA>> [Consulta: 29 abril 2013].

Herrero, Ana. *Porque yo lo valgo, 2011*:

<<https://www.youtube.com/watch?v=PYOly-oD5jo>> [Consulta: 23 marzo 2011].

Herrero. *Audiencias críticas, 2012*: no está disponible en la red.

Herrero. *Construcción, 2010*: no está disponible en la red.

Herrero. *Copy-machine, 2010*:

<<https://www.youtube.com/watch?v=t426SNO8CcA>> [Consulta: 10 marzo 2011].

Herrero. *Cuerpos hiperbólicos, 2012*:

<<https://www.youtube.com/watch?v=scyLXG95hPs>> [Consulta: 16 agosto 2012].

Herrero. *Quince años, 2014*: no está disponible en la red.

Herrero. *La fábrica de los sueños, 2012*:

<https://www.youtube.com/watch?v=SLtgC_U7Lng> [Consulta: 6 agosto 2012].

Herrero. *Televisión y circo, 2012*: no está disponible en la red.

Jacobs, Ken. *Perfect film, 1986*:

<<http://cinereciclado.tumblr.com/search/ken+jacobs>> [Consulta: 16 febrero 2013].

Jhally, Sut. *Dreamworlds2: desire, sex, power in music video, 2008*:

<<https://www.youtube.com/watch?v=JDMo5cIJN3A>> [Consulta: 10 mayo 2013].

Jonas, Joan. *Vertical Roll*, 1972:

<<https://vimeo.com/16151683>> [Consulta: 16 abril 2011].

June Paik, Name. *Global Groove*, 1973:

<<http://www.youtube.com/watch?v=7UXwhlQsYXY>> [Consulta: 12 abril 2013].

Madriz, Lucia. *Dime cuando sonreír*, 2002:

<<http://vimeo.com/43941652>> [Consulta: 3 octubre 2011].

McIntosh, Jonathan. *Donald Duck Meets Glenn Beck in Right Wing Radio*

***Duck*, 2010:** <<https://www.youtube.com/watch?v=HfuuNU0jsk0>> [Consulta: 6 abril 2013].

Müller, Mathias. *Home stories*, 1990: disponible fragmento en la red.

<<http://www.medienkunstnetz.de/works/home-stories/video/1/>> [Consulta: 13 marzo 2013].

Muntadas, Antoni. *Cross Cultural Television*, 1985: disponible fragmento en la red.

<<http://www.vdb.org/titles/cross%E2%80%93cultural-television>> [Consulta: 16 abril 2011].

Muntadas. *¿El vídeo es la televisión?* 1989:

<<http://www.youtube.com/watch?v=N439EuEv-xg>> [Consulta: 14 noviembre 2012].

O.R.G.I.A. *Producto Nacional Bruto*, 2005:

<<http://vimeo.com/19494946>> [Consulta: 10 junio 2011].

Ortiz Sausor. Vicente. *Hunt Symphony*, 1998: no está disponible en la red.

Ridley, A. Charles. *Swingig the Lambeth walk Nazi style*, 1941:

<<http://www.youtube.com/watch?v=gYdmk3GP3iM>> [Consulta: 6 enero 2013].

Rist, Pipilotti. *I'm not the Girl who Misses Much*, 1986:

<<https://www.youtube.com/watch?v=TJgiSyCr6BY>> [Consulta: 13 abril 2011].

Rosenbach, Ulrike. *Don't believe I'm a Amazon*, 1975: disponible fragmento en la red. <<http://www.medienkunstnetz.de/works/glauben-sie-nicht/video/1/>> [Consulta: 16 enero 2012].

Rosler, Martha. *If it's too bad to be true, it could be disinformation*, 1985: disponible fragmento en la red. <http://artfem.tv/id;14/action;showpage/page_type;video/page_id;if_it_s_too_bad_to_be_true_it_could_be_disinformation_by_martha_rosler_flv/> [Consulta: 10 abril 2011].

Rosler. *Semiotics of the Kitchen*, 1975: <<http://www.youtube.com/watch?v=3zSA9Rm2PZA>> [Consulta: 16 abril 2010].

Sanborn, Keith. *The artwork in its age of mechanical reproducibility*, 1996: <<http://www.youtube.com/watch?v=6kvdTFYisTw>> [Consulta: 2 abril 2011].

Serra, Richard y Fay Schoolman, Carlotta. *Television Delivers People*, 1973: <<http://www.youtube.com/watch?v=G64GwcXEitM>> [Consulta: 9 diciembre 2012].

Serrano, Teresa. *La piñata*, 2003: <<https://vimeo.com/20730246>> [Consulta: 2 enero 2013].

Sigler, Carmen. *Des-medidas*, 1998: <<https://vimeo.com/76587366>> [Consulta: 12 abril 2013].

Weiss, Pola. *Ciudad, Mujer, Ciudad*, 1978: <<https://vimeo.com/47978778>> [Consulta: 6 mayo 2013].

