



LA REPRESENTACIÓ DELS COSSOS DE LES DONES

Un cos al servei de la mirada i el plaer masculí

Us convidem a fer una lectura crítica de la representació que fan els mitjans audiovisuals occidentals dels cossos femenins.

El recorregut que us proposem posa en relació les imatges artístiques i publicitàries de diversos períodes per mostrar les analogies, la uniformitat i la continuïtat en els models de representació dels cossos de les dones.

Es tracta de fer una reflexió sobre la manca de diversitat en la representació i sobre com això fixa en l'imaginari col·lectiu una imatge estereotipada de les dones i les seves identitats.



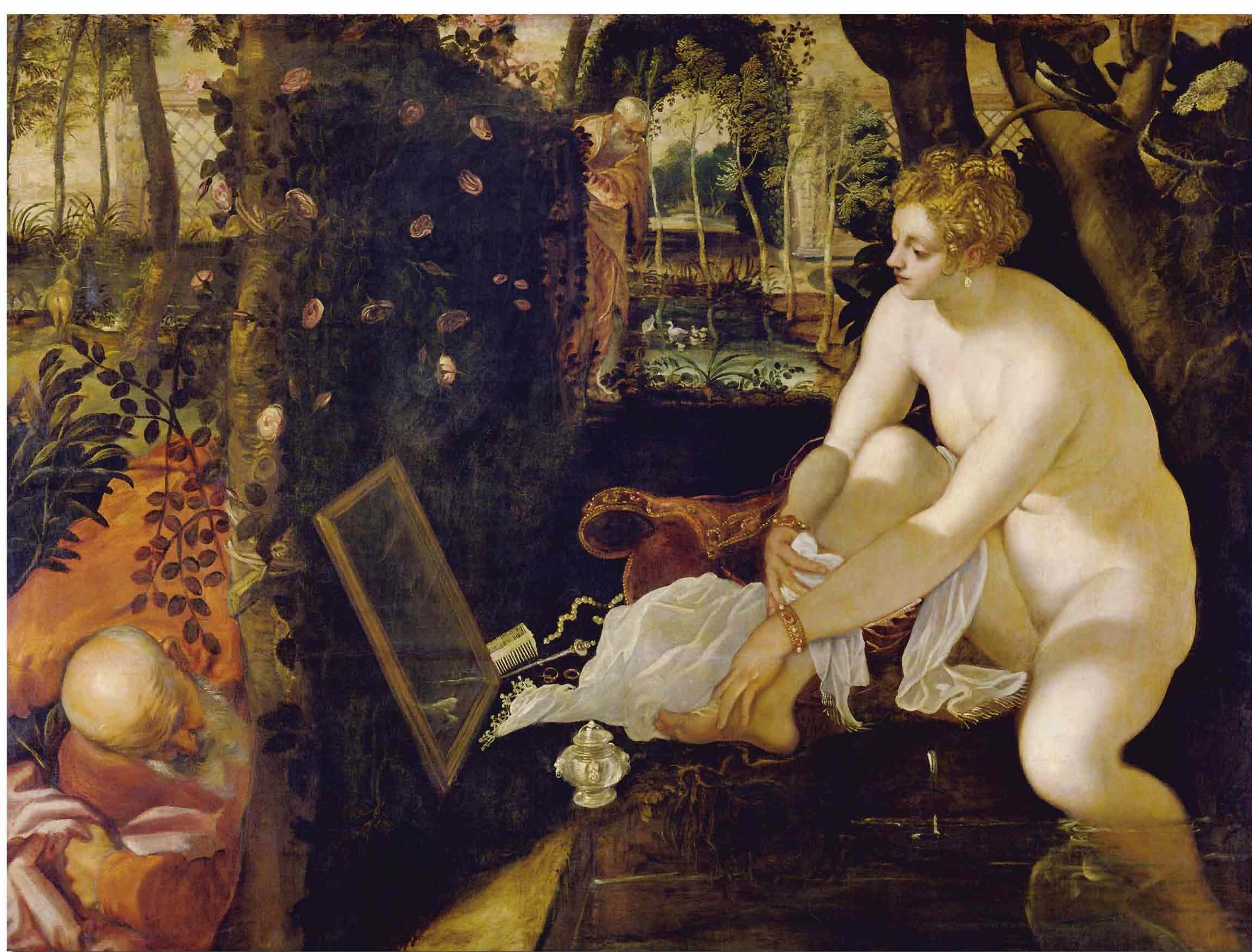
OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

L'**Observatori** és una instància de participació ciutadana que promou l'anàlisi i la visió crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació en tots els seus formats.

L'**Observatori** és una associació d'ajuntaments que esdevé una experiència pionera i innovadora, no només en la seva comesa sinó també en la seva metodologia i el seu funcionament.

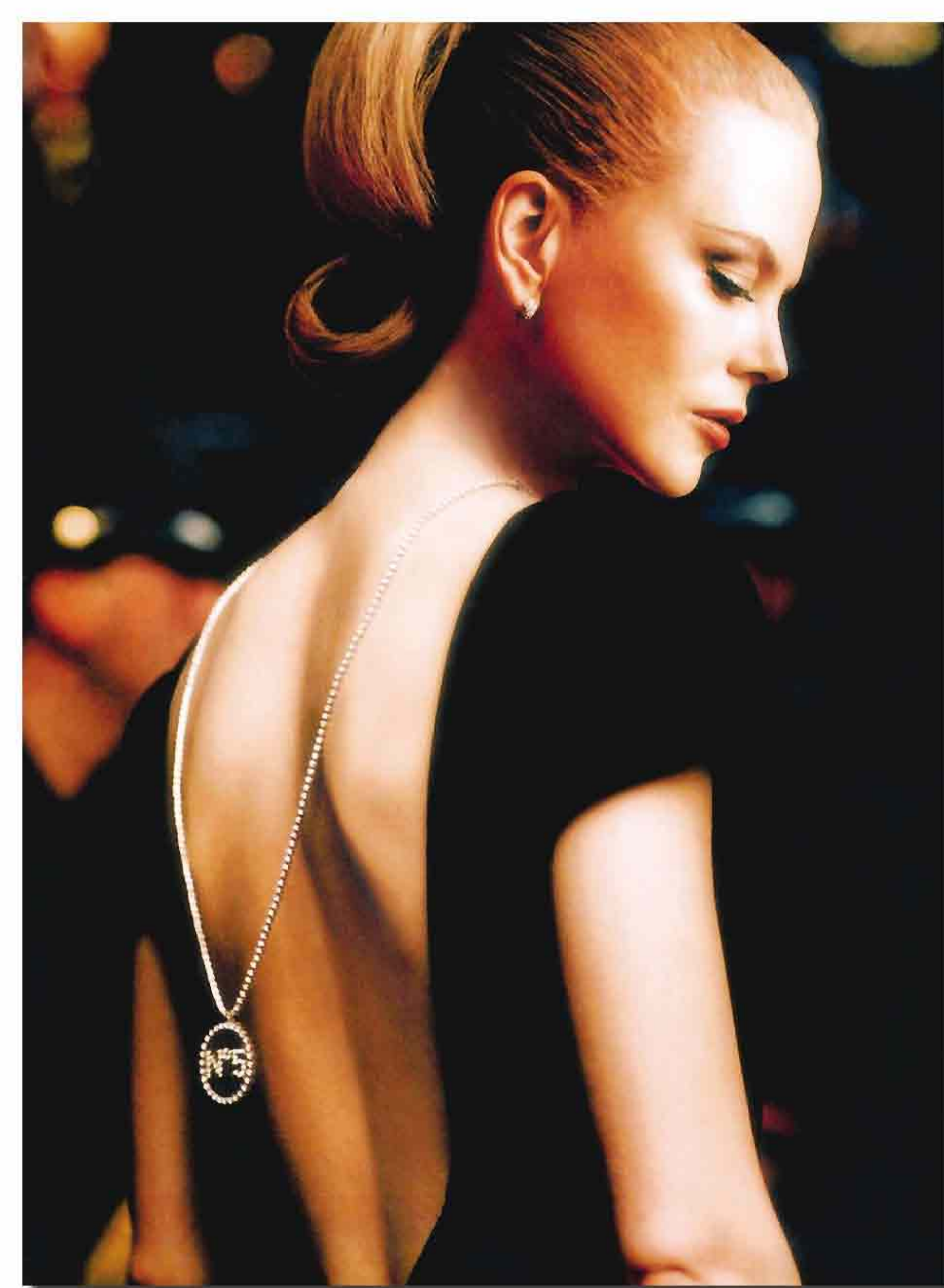
www.observatoridelesdones.org

Un cos mirat



Susanna i els vells, Tintoretto, 1530

- Qui és mirada?
- Qui mira?
- Des d'on mira?
- Es creuen les mirades?



Channel



Elena Miró

La societat patriarcal ha construït un cos de les dones per ser contemplat, un cos al servei d'una mirada externa que marca com ha de ser.



OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

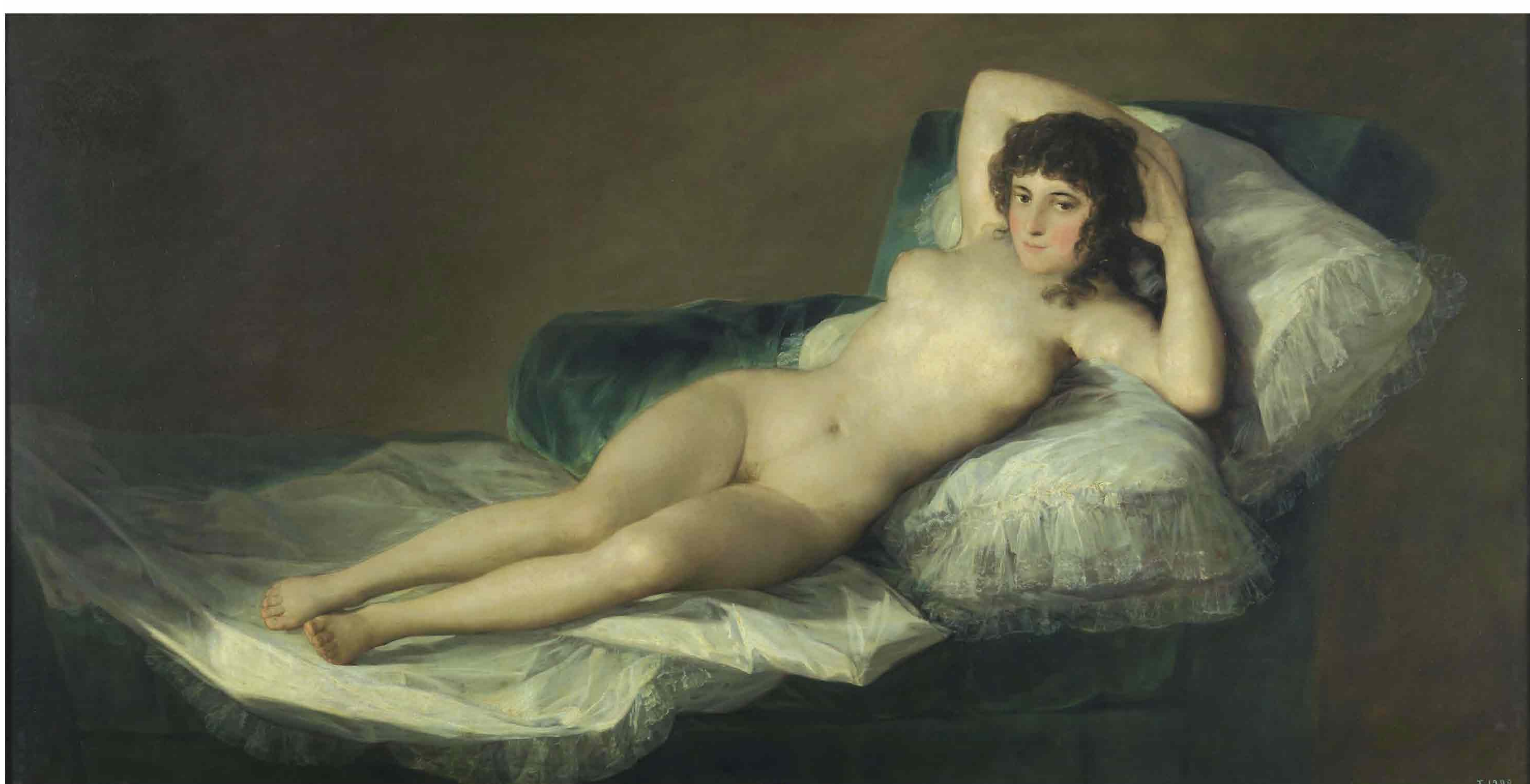
Un cos al servei de...



Venus d'Urbino, Tiziano, 1538



Intimissimi



Maja desnuda, Francisco de Goya, 1795

- Quina relació s'estableix entre les tres imatges?
- Què suggereix la posició del cos?
- Per què desvien la mirada?
- Qui té el paper actiu?, qui mira o qui és mirat?

Moltes representacions del cos femení ens permeten mirar sense vergonya, amb seguretat, ja que no se'ns interpel·la directament. Això fa que puguem observar aquestes dones sense tenir por que la seva mirada ens cohibeixi. Estem, per tant, en una clara posició de domini sobre elles.

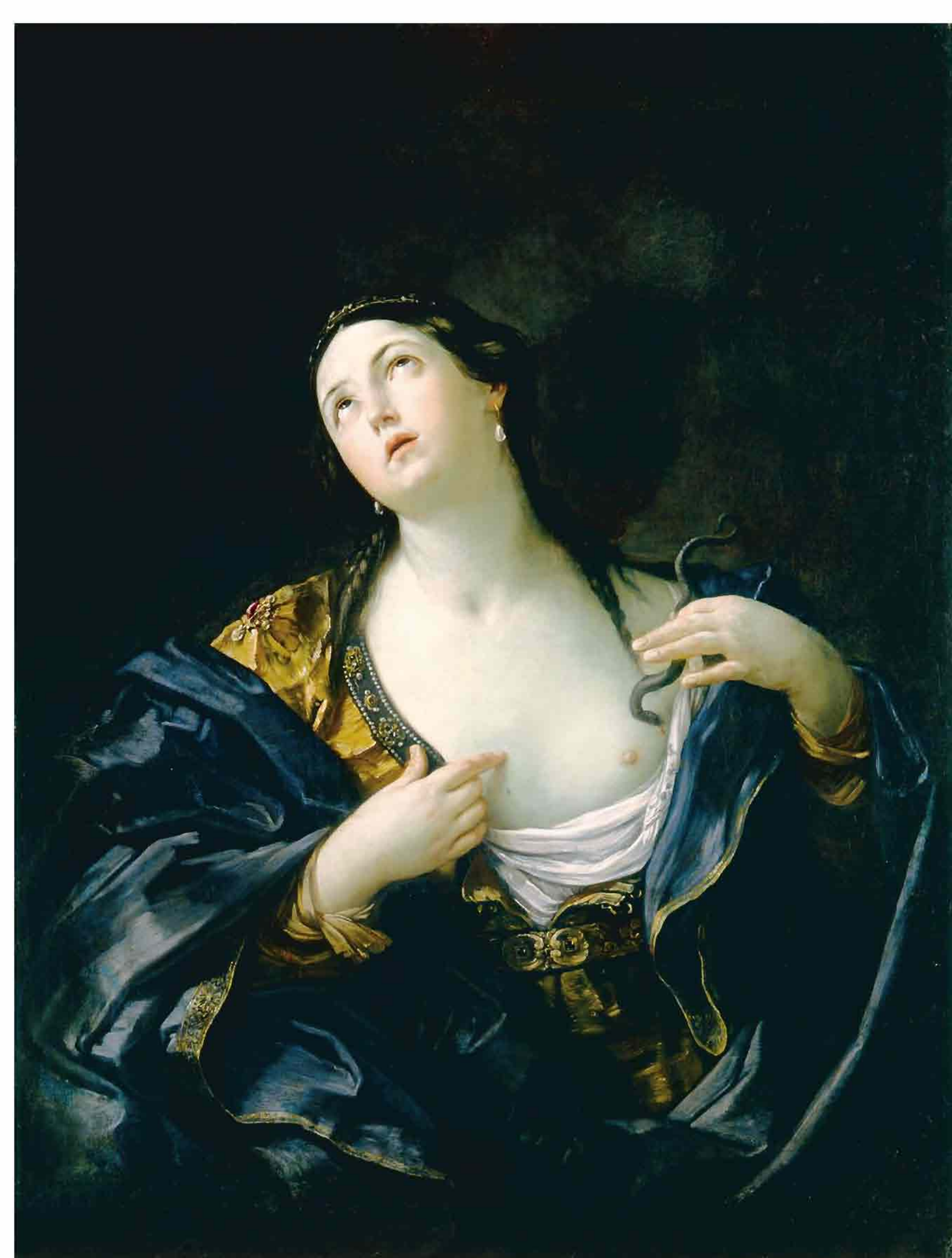


OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

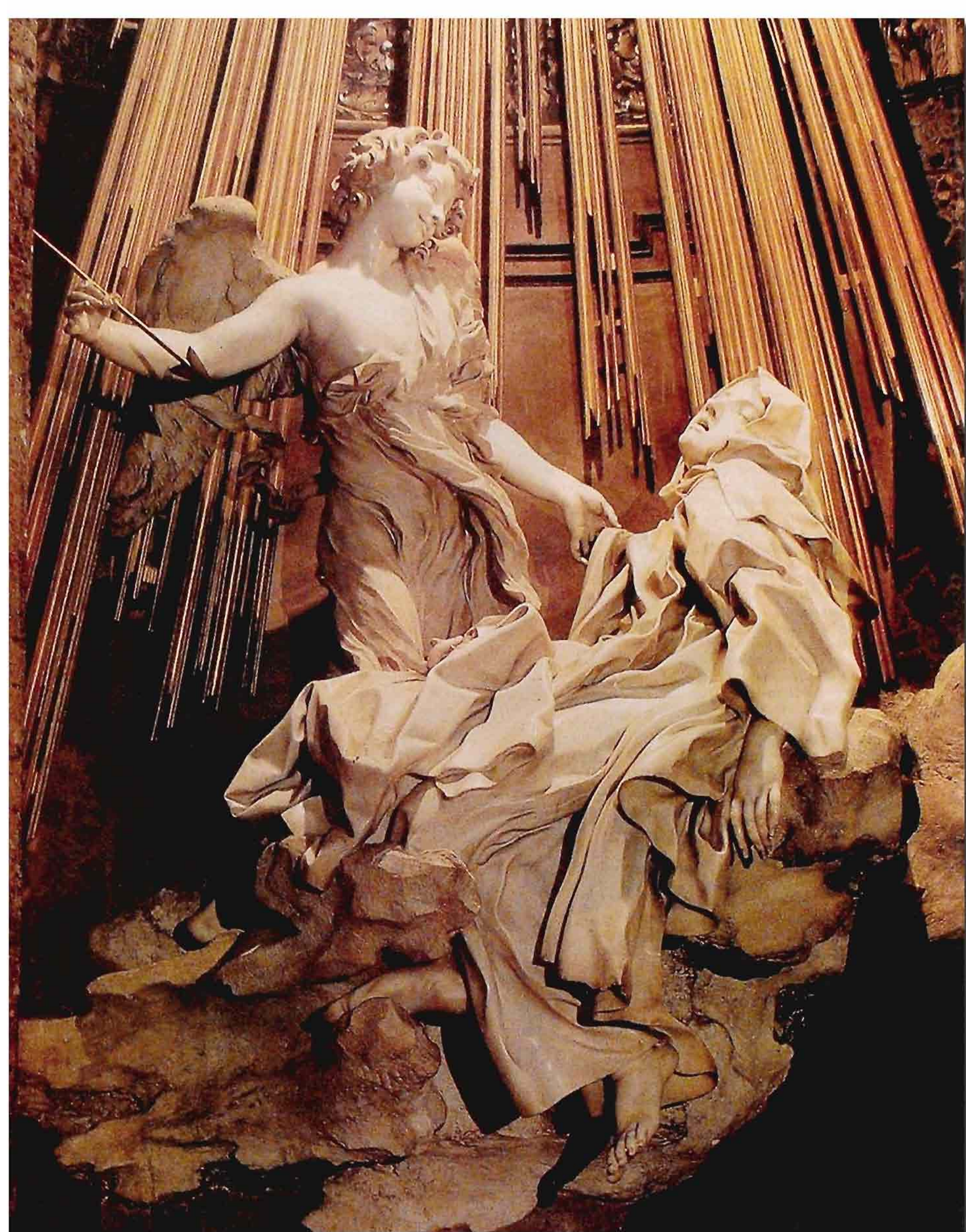
Un cos al servei de...

- Quina expressió trobem en els rostres dels personatges? Dolor o plaer?

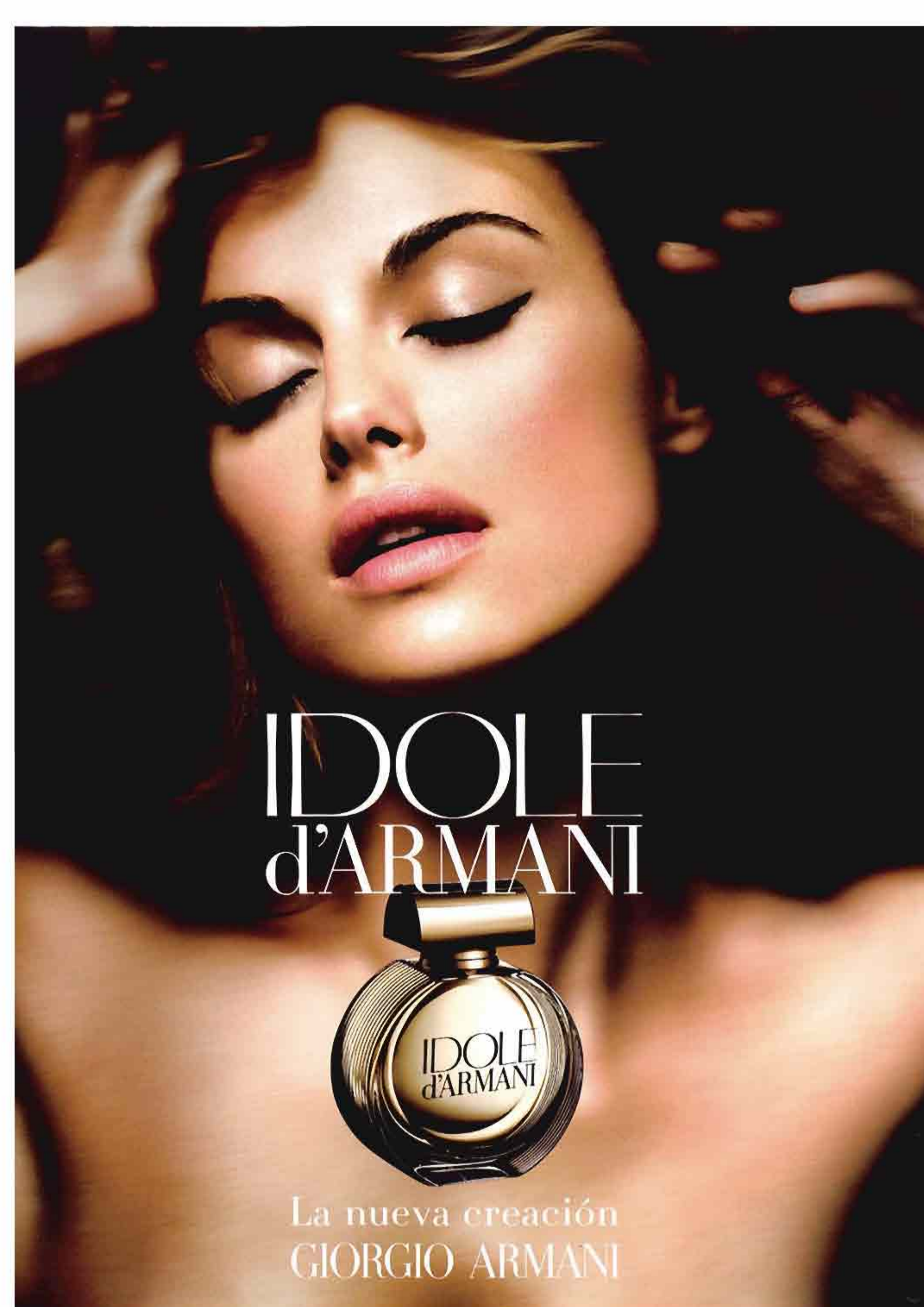


La mort de Cleopatra, Guido Reni, 1626

- Aquesta expressió està provocada pel mateix fet en els tres casos?



L'èxtasi de Santa Teresa, Gianlorenzo Bernini, 1647-51



Idole d'Armani

- Per què és la mateixa expressió?
- De qui és el plaer?

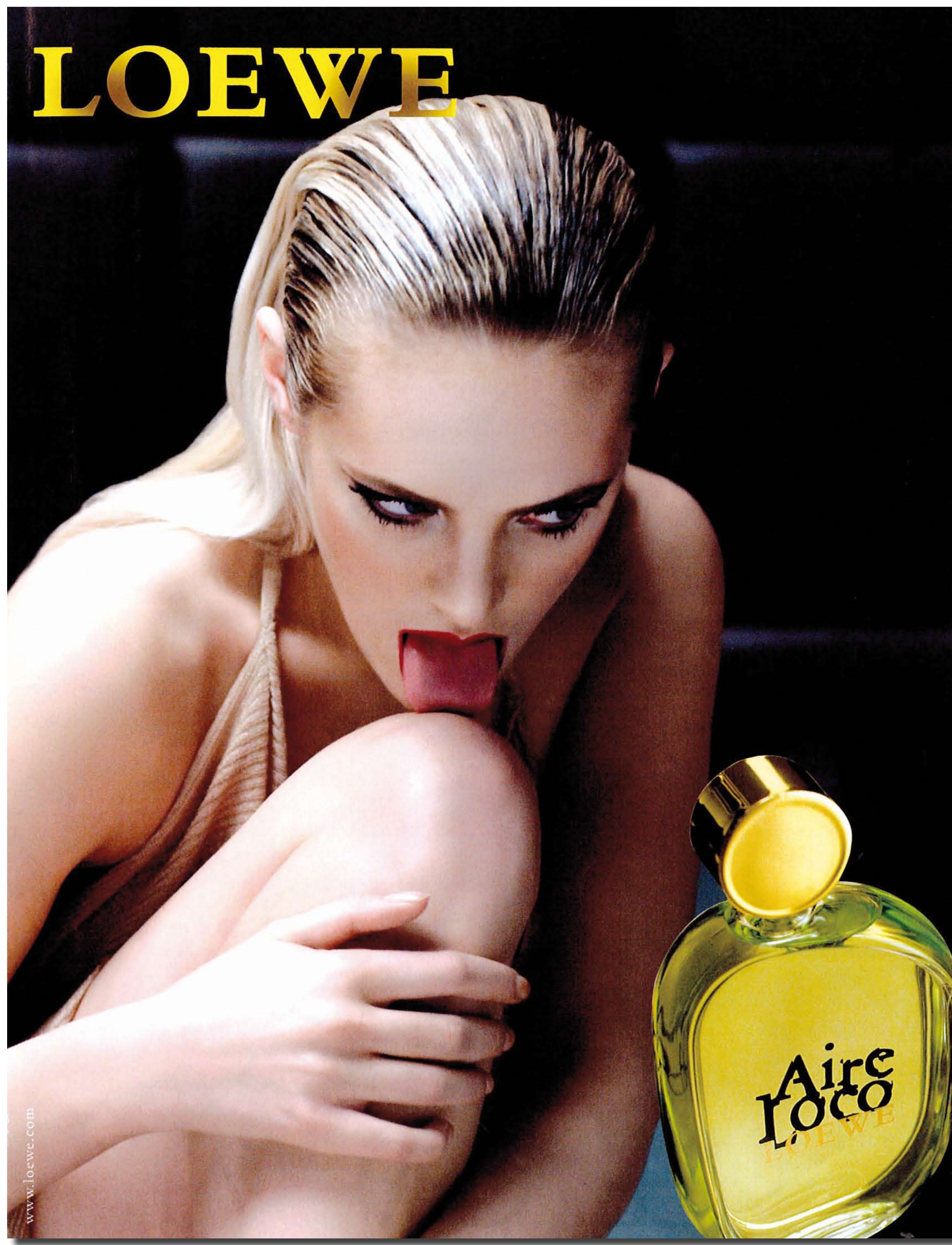
Els cossos representats no tenen vivències pròpies. La seva posició, l'expressivitat dels seus rostres, etc. tenen l'objectiu de complaure qui mira.



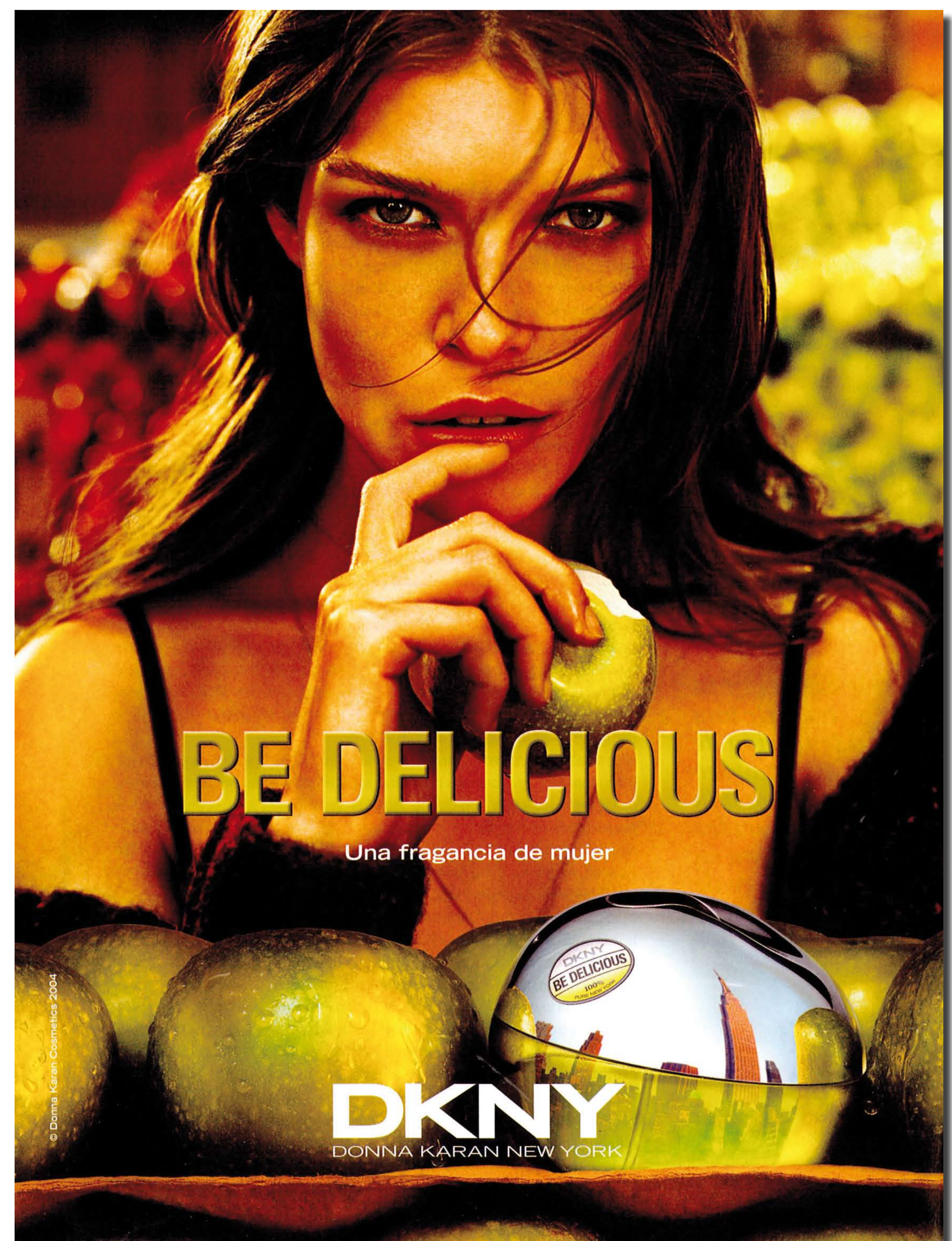
OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

Quan el cos és un objecte

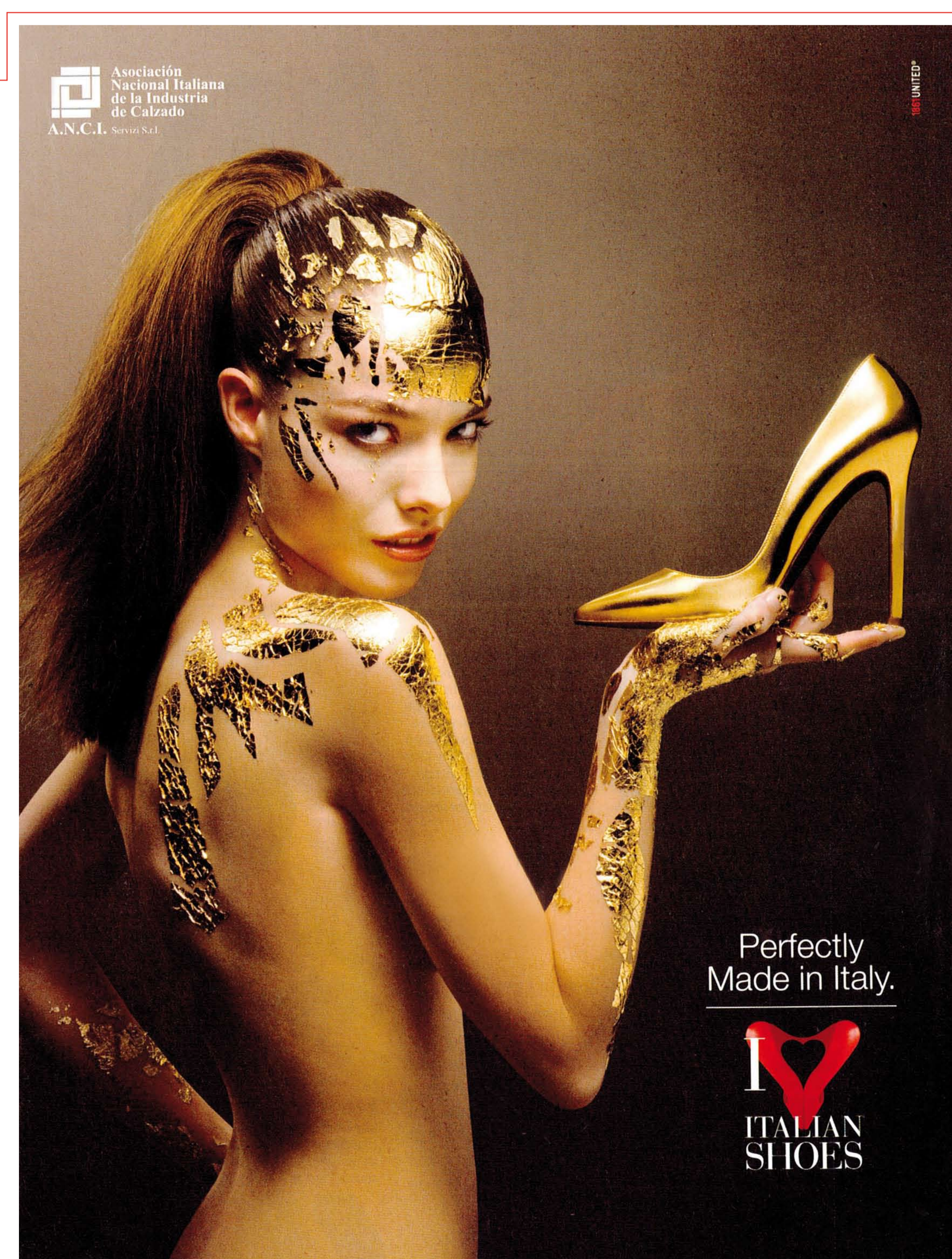


Aire loco de Loewe



Be delicious, DKNY

- Quina part del cos es destaca?
- Quina actitud tenen els personatges?
- A què ens remet?
- Quina qualitat es destaca del producte?



Italian shoes

- Quina relació s'estableix entre la sabata i el personatge?
- Quines qualitats tenen en comú?

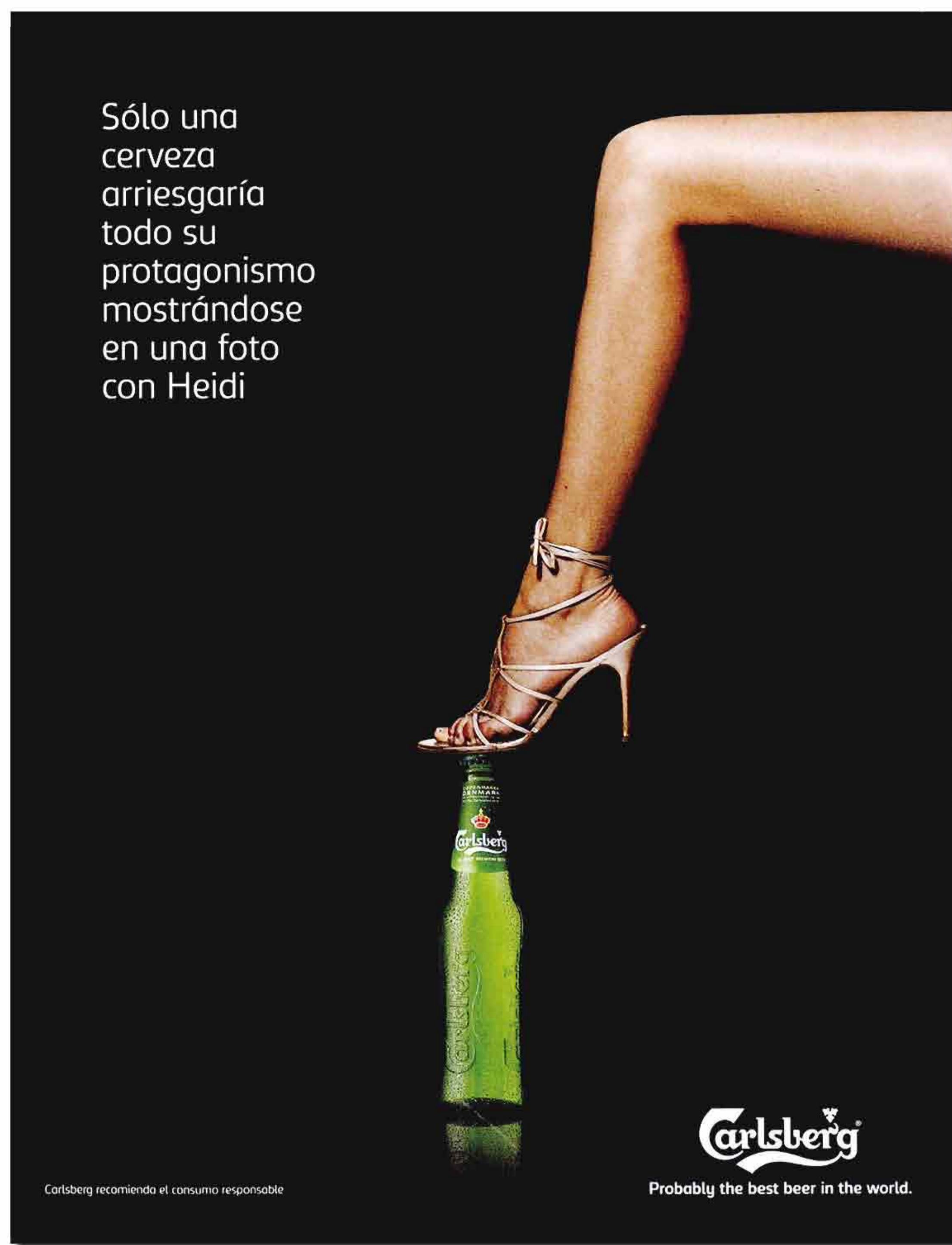


OBSERVATORI

DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

Quan el cos és un objecte



Carlsberg



LG

- Quines parts del cos es mostren?
- Què ens suggereixen?
- A què es redueixen els cossos d'aquestes dones?



Andròmeda encadenada a una roca
Gustave Doré, 1869



Bisazza

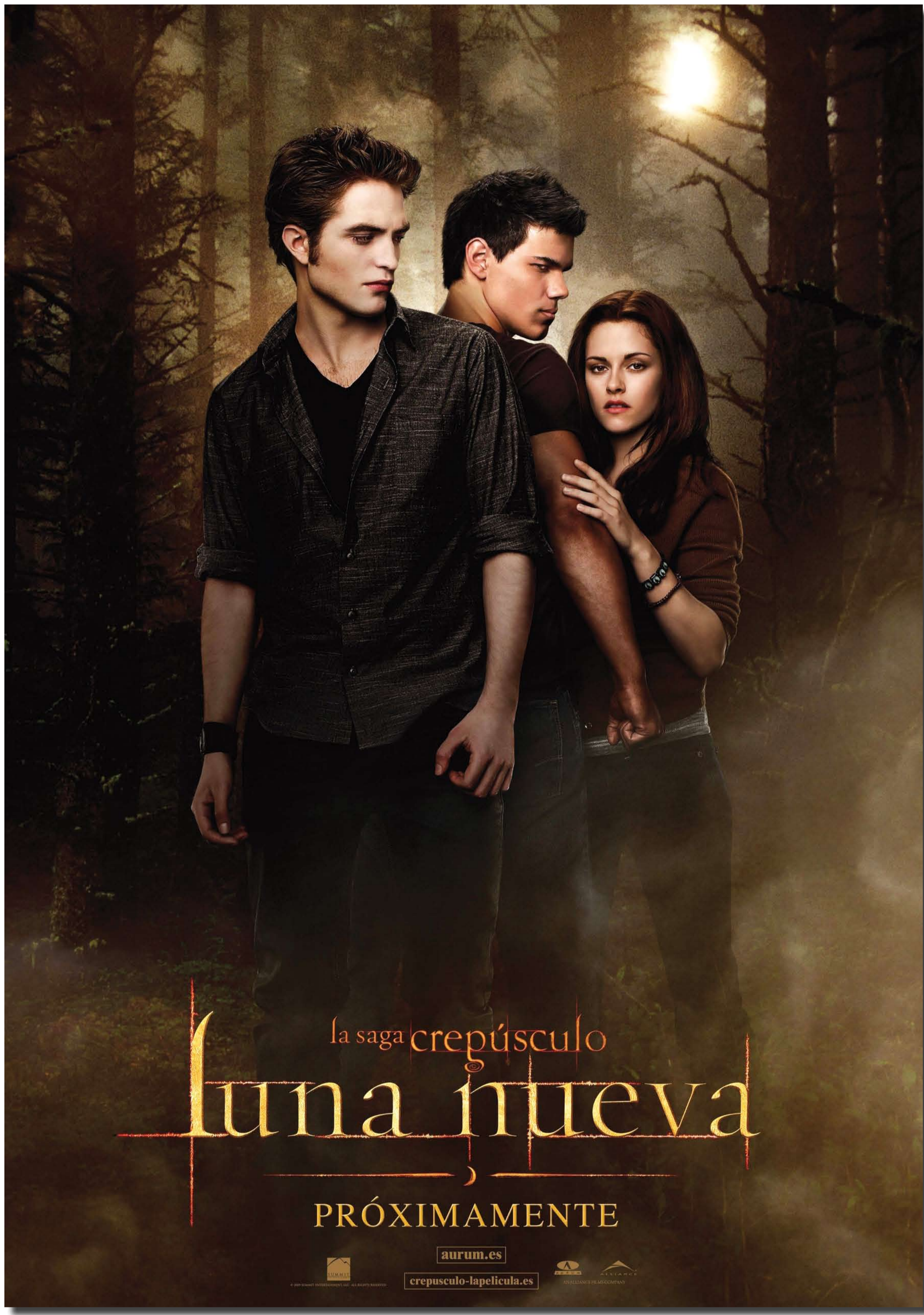
- Les situacions són violentes?
- Què ens suggereix una dona lligada?
- Les imatges posen l'accent en la violència de la situació o serveixen com a reclam estètic?



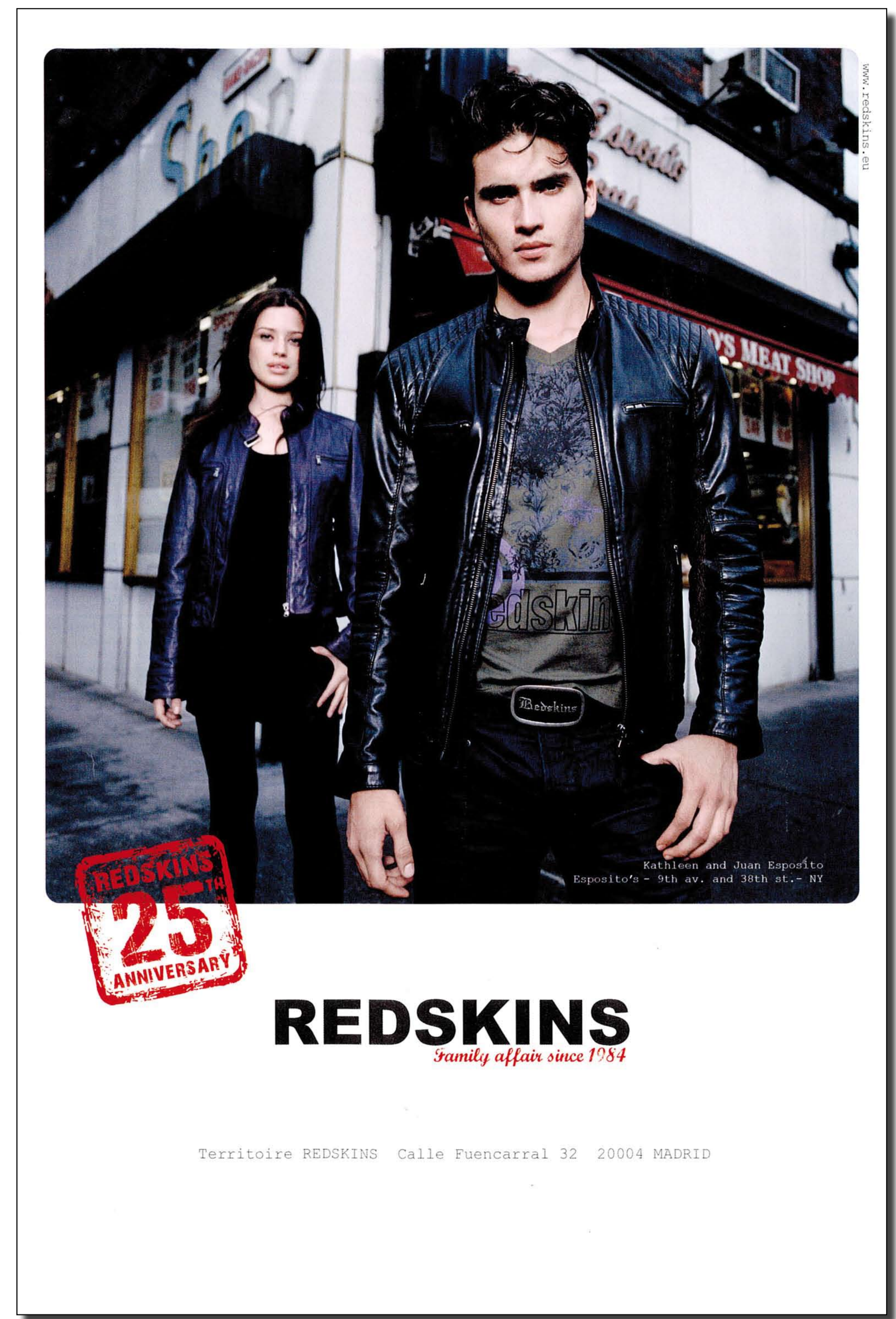
OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

Quan el cos és un objecte



Cartell Luna nueva



Redskins

- Quin lloc ocupen els personatges femenins?
- Quina és la seva funció?
- Tenen entitat pròpia o existeixen en funció dels personatges masculins?

La mirada dominant converteix les dones en objectes simbòlics transmissors d'idees i valors. Deixen de ser subjectes per passar a ser objectes, que poden ser fragmentats, erotitzats o violentats, sempre al servei d'un plaer, que no és el seu.



OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

La percepció del propi cos

Al llarg de la història de les representacions visuals hem après a mirar els cossos de les dones en funció de la seva capacitat per provocar plaer. Com a conseqüència, les dones viuen el cos com un espai que s'ha de modelar i retocar per adaptar-se a allò que se n'espera.



Vichy

- Hi ha alguna part del cos de les dones que no sigui susceptible de ser corregida?



Fairy



Letizia Ortiz i Carla Bruni. Agencia EFE

- En algun moment una dona es pot oblidar que el seu cos és un objecte de plaer?

- Amb què es mesura l'èxit social d'una dona?



OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

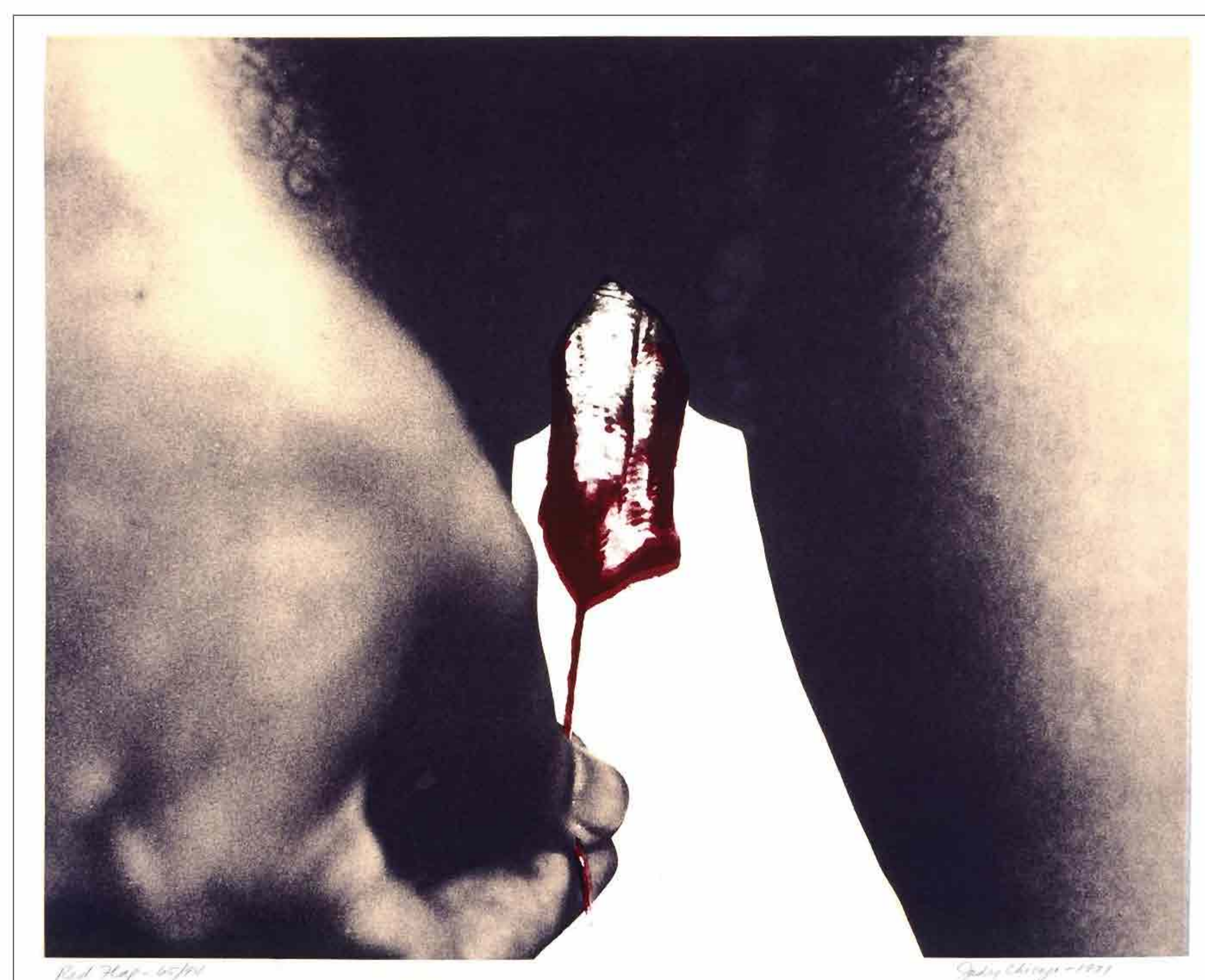
Dissidències i insubordinacions

L'art feminista del segle XX ha portat a terme una contestació permanent de la utilització del cos de les dones característica de la cultura patriarcal. Les accions de moltes de les artistes es poden entendre com una reapropiació del cos, desconstruint les imatges hegemòniques i fent-ne visibles d'altres.



Your body is a battleground, Barbara Kruger, 1989

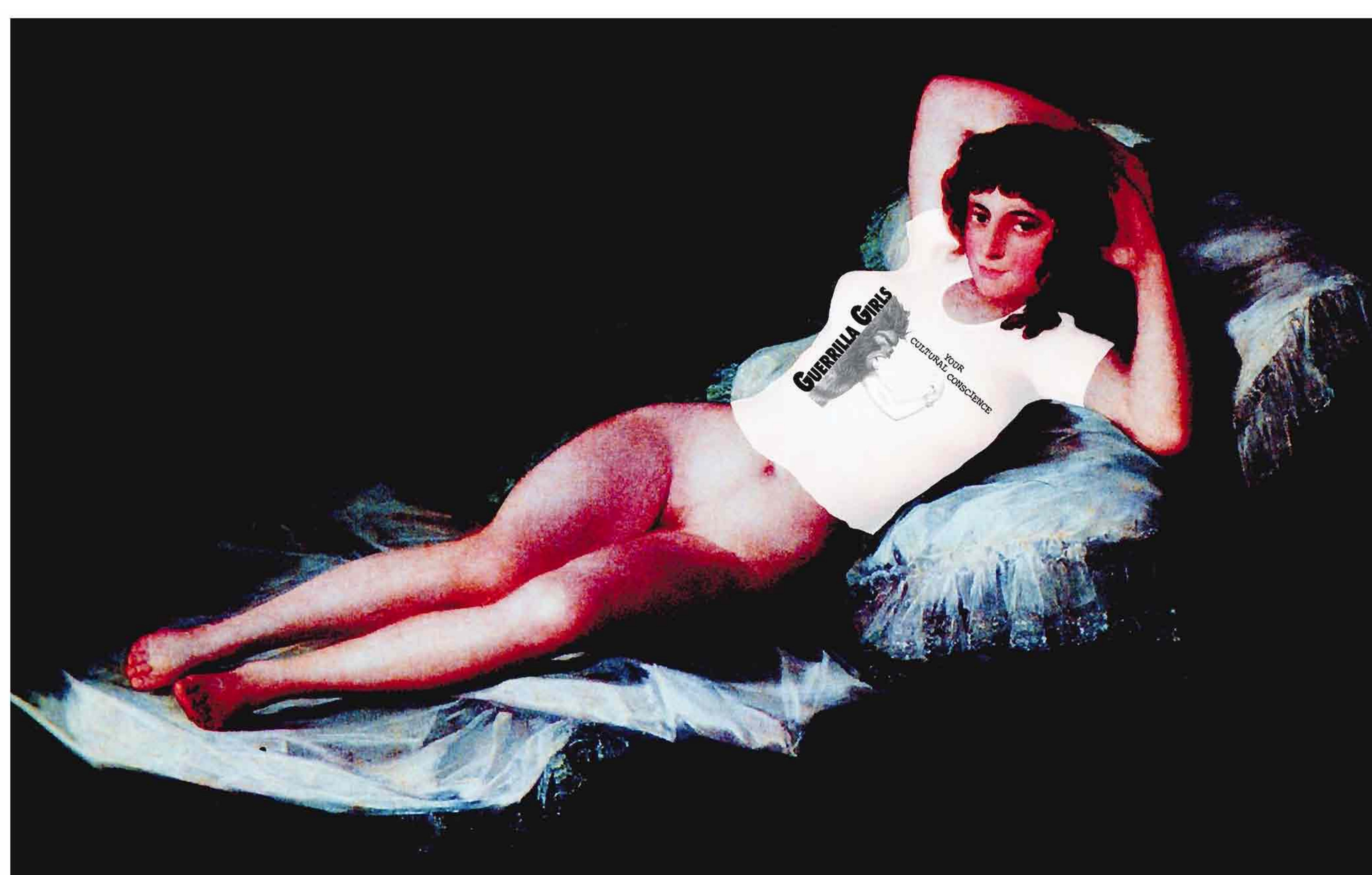
Barbara Kruger, en la seva obra *El teu cos és un camp de batalla*, posa l'èmfasi en la pressió que la societat exerceix sobre els cossos de les dones i sobre la seva identitat, i reclama el dret sobre el propi cos.



Red Flag, Judy Chicago, 1971

Judy Chicago porta l'atenció a allò eminentment femení i que mai no s'ensenya de les dones, allò que no és considerat eròtic i que trenca l'associació entre feminitat i plaer.

Les **Guerrilla Girls** vesteixen un clàssic de l'art per denunciar la poca presència de les dones artistes als museus. Una reivindicació que passa per visibilitzar les dones com a subjectes actius de la societat, i no només com a objectes mirats.



Nude Maja, Guerrilla Girls, 1999



OBSERVATORI
DE LES DONES EN ELS MITJANS
DE COMUNICACIÓ

Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments
Per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació

Crèdits

Reproducció d'obres d'art

Sense títol (Your body is a battleground)

Barbara Kruger, 1989

112" x 112"

Serigrafiat fotogràfic/vinil

Col·lecció: The Broad Art Foundation,

Santa Monica, California

Cortesia: Mary Boone Gallery, New York

© Barbara Kruger

Red Flag

© Judy Chicago, 1971

Fotolitografia

20"x 24"

Foto © Donald Woodman

Nude Maja

© Guerrilla Girls, Inc., 1999

Cortesia de www.guerrillagirls.com

Maja desnuda

Francisco José de Goya, 1795

Museo del Prado, Madrid

La Venus d'Urbino

Tiziano, 1538

Galleria Degli Uffizi

L'èxtasi de Santa Teresa

Gianlorenzo Bernini, 1647-51

Patrimoni del Fondo di Culto.

Departament per la Llibertat Civil i

d'Immigració. Ministeri de l'Interior. Itàlia

La mort de Cleopatra

Guido Reni, 1626

Stiftung Preußische Schlösser und Gärten

Berlin-Brandenburg

Fotògraf: Roland Handrick

Susanna i els vells

Tintoretto, 1530

Kunsthistorisches Museum, Vienna

Andròmeda encadenada a una roca

Gustave Doré, 1869

Collection of CHI MEI Museum Tainan.

Taiwan

Fotografia

Fotografia Letizia Ortiz i Carla Bruni

Agència EFE, 27 d'abril de 2009



Publicitat

Elena Miró, Intimissimi, Idole d'Armani, Aire Loco de Loewe, Delicious DKNY, Asociación Nacional Italiana de la Industria del Calzado (ANCI), Carlsberg, LG - New chocolate BL40, Mosaics Bissazza, Redskins, Cartell promocional de la pel·lícula Luna nueva, Vichy Novadiol, Fairy, Channel.

Exposició creada i realitzada per l'equip de Drac Màgic

www.dracmagic.cat



Producció: Drac Màgic

Disseny gràfic: Trajectes www.trajectes.cat

Barcelona, 2010

És una exposició de:



www.observatoridelesdones.org

Amb el suport de:



Diputació
Barcelona

Àrea d'Igualtat
i Ciutadania