

**¡ESPEJITO ESPEJITO!**

**MARIA INES VARELA PEÑA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
PROGRAMA DE BELLAS ARTES  
BUCARAMANGA  
2010**

**¡ESPEJITO ESPEJITO!**

**MARIA INES VARELA PEÑA**

**Trabajo de grado para optar el título de  
Maestra en bellas artes**

**DIRECTOR**

**HENRRY BUITRAGO ALBA**

**Maestro en Bellas Artes**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
PROGRAMA DE BELLAS ARTES  
BUCARAMANGA  
2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

No sobran las palabras a la hora de agradecer a aquellas personas que estuvieron apoyándome, aunque no encontraran lógica a los hechos. Perdón si no los nombro a todos pero saldría extensa la lista, porque gracias a Dios tengo muchos amigos de verdad, que siempre recibo una sonrisa de apoyo.

Pero en un caso muy requerido es el de mí querida amiga Sharon Pulido que siempre estuvo ahí como cómplice, brindándome su amistad y apoyándome como compañera.

Y sobre todo a la persona que nunca tuvo un pero para negar, ni restringir esas ideas locas que tenía, a ella que todo se lo debo, incluso hasta la risa. Gracias Mamá.

## DEDICATORIA

*A mi querido espejo...  
que entre él y yo sabemos que en  
las cosas pequeñas, esta lo más grande del mundo.*

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2. JUSTIFICACIÓN	4
3. OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo General	7
3.2 Objetivos Específicos	7
4. MARCO TEÓRICO	8
4.1 Video arte	8
4.2 Instalación	9
4.3 Narcisismo	10
4.5 Ante La Belleza	12
4.6 Belleza Referencial	13
4.7 Cultura de la Belleza	15
4.8 Bella Inocente	16
4.9 Compra - Venta	19
5. MARCO CONCEPTUAL	22
5.1 Espejo simulado	22
5.2 Espejo de la conciencia	24

6. MARCO REFERENCIAL	26
6.1 PETER CAMPUS	26
6.2 CINDY SHERMAN	29
7. PROCESO	31
7.1 Descripción de las etapas del proceso	31
7.1.1 ETAPAS DEL PROCESO	33
7.1.1.1 Primera etapa. Aparentemente Bella	33
7.1.1.2 Segunda etapa. Deslumbra la Bella	33
7.1.1.3 Tercera etapa. Mi En-Mascarada	35
7.1.1.4 Cuarta Etapa. Proceso de transformación	36
7.1.1.4.1 Transformación con el maquillaje	37
7.1.1.4.2 Arreglo de imagen	37
7.1.1.5 Quinta Etapa. Espejitos	39
7.1.1.6 Sexta Etapa. Entrevistas	40
7.1.1.7 Fotografías de mujeres	43
7.1.2 Descripción formal y conceptual	44
7.1.2.1 Instalación de la obra	44
7.1.2.2 El video	47
7.1.2.2.1 Sinopsis del Video	48
7.1.3 Pruebas	53
7.1.3.1 Programa mezclador de video	53
7.1.3.2 Prueba Superposición de rostros	54

CONCLUSIONES	55
BIBLIOGRAFÍA	56
ANEXOS	58

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1.</b> Narciso. Pintura de Caravaggio	11
<b>Figura 2.</b> Nefertiti	14
<b>Figura 3.</b> Mujer comercial	15
<b>Figura 4.</b> Madrastra de Blancanieves	17
<b>Figura 5.</b> Barbie	18
<b>Figura 6.</b> Comercial Champú	20
<b>Figura 7.</b> Peter Campus. Fragmento Video Secuencia 1	26
<b>Figura 8.</b> Peter Campus. Fragmento Video Secuencia 2	27
<b>Figura 9.</b> Peter Campus. Fragmento Video Secuencia 3	27
<b>Figura 10.</b> Peter Campus. Installation	28
<b>Figura 11.</b> Cindy Sherman	29
<b>Figura 12.</b> Aparentemente Bella. Fragmento video	33
<b>Figura 13.</b> Deslumbra la Bella. Acción. Fotografías	34
<b>Figura 14.</b> Mi En-Mascarada. Acción	35
<b>Figura 15.</b> Mi En-Mascarada	35
<b>Figura 16.</b> Fotografía. Puesta en escena	36
<b>Figura 17.</b> Fotografía. Maquillaje	36
<b>Figura 18.</b> Fotografías transformación	37
<b>Figura 19.</b> Fotografía. Arreglo de imagen	37
<b>Figura 20.</b> Fotografías. Tipos de maquillaje	38

<b>Figura 21.</b> Espejitos. Fotografías	39
<b>Figura 22.</b> Fotogramas. Entrevistas	42
<b>Figura 23.</b> Fotografías. Rostros de mujeres	43
<b>Figura 24:</b> Parte frontal del panel. Ilustración	45
<b>Figura 25:</b> Superposición de rostros. Montaje	46
<b>Figura 26:</b> Parte posterior del panel	47
<b>Figura 27:</b> Fotograma video (1)	49
<b>Figura 28:</b> Fotograma video (2)	49
<b>Figura 29:</b> Fotograma video (3)	50
<b>Figura 30:</b> Fotograma video (4)	50
<b>Figura 31:</b> Fotograma video (5)	51
<b>Figura 32:</b> Fotograma video (6)	52
<b>Figura 33:</b> Plantilla de mezclador de video	53
<b>Figura 34:</b> Fotografía. Prueba superposición de video	54

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Entrevista	59
ANEXO B. Fragmentos de la realización del Video	60

## RESUMEN

**TÍTULO:** ¡Espejito Espejito!\*

**AUTOR:** VARELA, PEÑA, María Inés\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Video-instalación, Belleza, Rostro, Narcisismo, Consumo.

A través de mi espacio íntimo he observado una cantidad de elementos que hacen parte de una construcción de imagen, que frente a ellos surge una sensación de atadura, que atrapa cada vez más. Es impresionante el poder de la imagen, nos adaptamos a un estilo de vida, en que todo gira en torno a la belleza; nos proporcionamos un ritmo de transformación superficial. Es un cambio de apariencia, pensamiento, personalidad, actitud, de realidad. Poco a poco somos creación ilusoria de lo efímero.

“Espejito Espejito” es una propuesta artística a partir del análisis de la belleza femenina como producto de consumo, con el fin de evidenciar el deseo que se tiene al poseer un rostro seductivo. Es una Video-instalación comprendida por la simulación de un espejo, en el cual, se confabula con el reflejo del espectador para confrontar la mirada de si mismo frente a los ojos de la realidad.

En este enfrentamiento logro una fusión de imagen y reflejo, dos características cruciales de la mirada, dos realidades conjuntas sumergidas en la superficialidad de las apariencias. Este juego de imagen se hará con el fin de hacer que intervenga el espectador y haga participe directo de la obra.

El Video llega como un ojo que todo lo evidencia, descubriendo el mundo que se oculta detrás de las apariencias, pero no solo es una proyección del reflejo de la realidad, sino un enfrentamiento con la imagen viva en una ahora y un presente.

---

\* Proyecto de grado

\*\* Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Programa de Bellas Artes. BUITRAGO ALBA, Henry

## ABSTRACT

**TITLE:** ¡Little mirror - Little mirror!\*

**AUTHOR:** VARELA PEÑA, María Inés\*\*

**KEY WORDS:** Video – instalación, Beauty, Face, Narcissism, Consumption

Through my intimate space I have observed an amount of elements that are part of a looks construction, that in front of them arises a sensation from fastening, that catch them more and more. It's amazing the power of the looks, we adapt to a lifestyle in which everything evolves around the beauty, we provide a superficial transformation rate. It is a change of appearance, thought, personality, attitude, of reality. Little by little we are illusory creation of the ephemeral.

"Little Mirror Little Mirror" is an artistic endeavor from the analysis of female beauty as a consumption product, in order to show that they have the desire to possess a seductive face. This is a video installation included by a mirror simulator, in which conspires with the reflection of the viewer to confront the gaze of herself against the eyes of reality. In this confrontation I get a fusion of image and reflection, two crucial characteristics of the glance, two submerged joint realities in the superficiality of the appearances. This game of image will be made with the purpose of to cause that the spectator takes part of and get in to the play.

The Video arrives like an eye that all can see, discovering the world that is hidden behind the appearances, but not only is a projection of the reflection of the reality, but a confrontation with the alive image in one now and a present.

---

\***Thesis Project**

\*\* Universidad Industrial de Santander. Institute for Regional Scope and Distance Learning.  
Fine Arts Program. BUITRAGO ALBA, Henry

## INTRODUCCIÓN

El gusto de verse bonita, linda, agradable, arreglada, presentable, atractiva, son palabras que denominan a las mujeres que tienen la preocupación por mostrar una imagen, con el fin de sentirse diferente. Un cambio que alimenta la mirada de su aspecto, un concepto de belleza superficial, donde la apariencia toma fuerza opacando la verdadera identidad estética.

Se pretende “Ser Otra”, es una determinación por la imagen del espejo comercial, que se muestra para identificar lo diferente y cambiado que puede llegar a ser. Se ha logrado convencer, que si se puede mostrar otra cara, una fachada estandarizada, un rostro configurado hacia un estereotipo creado para maquillar la realidad.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El deseo de poseer un rostro que irradie belleza, ha sido para la mujer un reto que cada día busca insistentemente, ya sea agregar o suprimir, algún aspecto de su imagen, por el simple hecho de lucir, destacar o seducir. Progresivamente se tiene que adaptar a una realidad llena de cambios estéticos, convencida en tener otro rostro que revelar. Se forma una mujer mentalizada en la transformación superficial, compitiendo lo natural con lo artificial, donde está en constante lucha por mantener un reconocimiento de la imagen.

Surge la necesidad de cambio por el mismo hecho que existe otro lado opuesto de comparación. Existiendo esto, no hay escapatoria alguna para no resistir a los placeres de la belleza. En este torneo gana quien mejor muestra sus virtudes superficiales, aquel que impacte por su belleza, jugando al monopolio de la apariencia, donde su trofeo es su propia cruz, sostenida y alimentada para llegar al laberinto de lo efímero.

El narcisismo es un hecho de idolatría a la imagen que conlleva al éxtasis, dejándose llevar por su reflejo, de igual manera pasa hoy en día con mujeres atrapadas por su propia imagen, adorando su belleza tratando de adentrarse al mundo de las apariencias. La evidencia narcisista es el espejo, como un juez que designa el propósito de toda imagen, ser simplemente superficial como él; lo cual, sobrevive manifestando deseos incitados a llevarse a cabo. Porque si no lo hiciese, perdería el sentido existencial, ya que de una u otra forma se concentra en saciar la sed de belleza. El espejo es la ventana de la apariencia,

es la mirada que designa el reflejo de la conciencia, como se ve en aquel cuento de hadas, donde la madrastra no acepta la realidad del tiempo y sus transformaciones de la vida.

Frente a la relación con el arte nace la pregunta ¿Cómo realizar una video instalación basada en la belleza como producto de consumo, en la que el espectador se convierte en un participante activo de la obra?

## 2. JUSTIFICACION

“El verdadero misterio del mundo es lo visible, no lo que no se ve”<sup>1</sup>

¡Alguien nos mira!... Estamos expuestos a ser observados por miradas analíticas, críticas, miradas sospechosas, que juzgan, peligrosas, insinuadas, de intriga, seductoras por las cuales asechan de par en par, imposible escapar de ellas. Esta noción de observar, es porque se vive en una constante comparación con el otro, buscando ese *algo* faltante, preocupadas por ser observadas. En este hecho mantiene al hombre en una búsqueda total del complemento ante su apariencia, atado a los ojos de la sociedad. Este juego de observar y ser observados no es más que una actitud narcisista, donde se necesita de la otra mirada para considerarse el “soy visto”, por lo tanto no se constituiría el “me veo”.

La preocupación por encontrar vida y belleza ha sido siempre un reto para el hombre, buscar la manera de enriquecer el mundo superficial, llegando a toda costa satisfacer las necesidades de su reflejo, ser cada día más impactante. Así que poco a poco el mundo comercial alimenta el poder de belleza, sacando más y más productos para embellecer cuerpos ante imagen de presentación.

---

<sup>1</sup> WILDE, Oscar. El retrato de Dorian Gray. Libresa. Ecuador. 2007 p. 127

No hay un destino, sin un principio. Se comienza en el momento en que se decide proyectar el rostro ante una superficie reflejante. Como en el caso del Mito de Narciso, extasiado al descubrir esa imagen de su *otro* el doble de su ser, separados ante la barrera de una superficie atada al ser reflejado. De igual manera sucede con la imagen que quiere proyectar la industria del consumo, atrapando y devolviendo imagen tras imagen, instaurando cada vez más dichos rostros modelos a imitar. En la propuesta “*Espejito Espejito*” se pretende afirmar la importancia que se tiene por mostrar una imagen y el convencimiento de tener otra cara que revelar.

Una cosa conlleva a la otra, mirada, tras reflejo; donde está el caso de una mujer que consulta a su espejo, para encontrar respuestas respecto a esa búsqueda constante por mantenerse resplandeciente de belleza. Se compara con la mujer de hoy en día y es la misma situación, pidiendo al espejo como manejar su imagen; donde el reflejo de la conciencia es el que dicta automáticamente como se debe tratar, por el mismo hecho que ya se ha saturado tanto, que la conciencia actúa por sí misma.

La estrategia de construir una estética, es un proceso que ha venido de los comienzos del arte por la búsqueda de representar la belleza. El arte se ha caracterizado por capturarla, demostrando al mundo que la belleza no está en los ojos de la mirada, sino en la mirada del ojo. Un cuadro esta allá y el ojo esta aquí, mientras que el espejo me hace ver que mi lugar como el ojo que mira esta allá, metido el mismo nivel de su superficie. “El ojo es quien forma esa frontera que actúa separando y uniendo simultáneamente los mundos que hay delante y detrás de la superficie (hacia *acá* esta el observador, hacia *allá* el espacio representado)”.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> RINCON, Medina, Hernando. La Pantalla, Bogotá - Colombia Pág. 25 (Tesis de grado Diseño gráfico).Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes.

Con base a lo anterior la propuesta “Espejito-Espejito”, se crea a partir de ese deseo femenino por lucir una imagen bella ante una sociedad, que la observa y la conduce por los caminos de la superficialidad. Donde se pretende emitir el rostro producto del consumo superponiéndolo con el rostro del espectador. Con el fin de hacerlo participe de la obra logrando hacer reflexionar sobre esta situación de ser capturado por la pantalla y enfrentado con el reflejo de un rostro superficial.

En las miles posibilidades que el arte tiene para abordar plásticamente un concepto, no se debe tener preferencia por alguno, porque por cualquier rama que se tome siempre se habrá una solución, sin embargo no hay que destacar la posibilidad en que unas técnicas son más claras que otras, solo hay que encontrar la manera en que se pueda unificar todo lo que uno quiere transmitir. En el caso del proceso de este proyecto se ha pasado por varias posibilidades como Video, Acción, Instalación, Pintura-objeto, Fotografía; se trata de aprovechar la diversidad del elemento plástico.

El uso de la cámara y la pantalla es una posibilidad en la que se logra el truco visual, con el fin de capturar dos imágenes atrapándolas en una sola mirada. La videoinstalación instaura elementos claves a la hora de conceptualizar, haciendo parte de una lectura que direcciona el planteamiento de la propuesta.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Realizar una video instalación basada en la belleza como producto de consumo, en la que el espectador se convierte en un participante activo de la obra.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Analizar el hecho de ser la belleza un producto de consumo.
- Lograr por medio del video que el espectador se vuelva participe de la obra.
- Conocer el deseo femenino en la búsqueda de un rostro seductivo.
- Aclarar el sentido de ser narcisista frente a la imagen.

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1 Video arte: El ojo reflejado en exposición de la otra mirada.

El video convertido en la sombra de la evidencia. Método artístico que permite al espectador experimentar sensaciones que son transmitidas por imágenes y sonidos, donde de una u otra forma instaura en las acciones un lenguaje y conocimiento físico y corpóreo. De igual manera es una vía para explorar los fenómenos de la percepción, contribuyendo en el conocimiento de uno mismo.

Según Viola<sup>3</sup> la cámara de video se convierte en el ojo que dirige hacia lo inaprensible, en el cual permite captar esa realidad y al mundo que se oculta detrás de las apariencias de las cosas.

Es así que el video como herramienta artística se emplea subjetivamente para llevar al espectador a enfocar su mirada personal, donde abre ventanas hacia ese mundo tenue e impredecible, descubriendo al ojo detrás de su mirada. El video no es solo imagen que proyecta una realidad, es cuestión del tiempo, se trata de la vida misma.

---

<sup>3</sup> VIOLA, Bill. Imágenes de vida y muerte. Revista Arte Internacional, Edición 19 de 1994, Museo de Arte Moderno de Bogotá. P. 126

## 4.2 Instalación

El concepto se pronuncia a finales de los años sesenta y principios de setenta, cuando el arte está enfrascado en su discusión más radical acerca la de relación entre idea y su materialización, o en la obra y su posibilidad de enunciación como obra de arte.

La definición plástica en una determinada forma de prestación artística, se basa en que su actuación tiene en cuenta estas apreciaciones y agrupa todos estos significados. Confiere al espacio una dignidad especial, lo sitúa en el centro de la propuesta plástica como contenido específico de la misma, como se ha dicho, pero a su vez inviste también al espectador como eje y funcionamiento de la experiencia artística, no solo incluyéndolo en su espacio, sino incorporándolo al proceso de construcción representativa. Conjunto de mecanismos puestos al servicio del usuario para que este los ponga en funcionamiento, tanto la comprensión del trabajo del artista, como el contenido de la producción de significado y experiencia en el arte, a la participación del público en el proceso, resultan afectados de forma determinante.<sup>4</sup>

Para establecer Instalación como un componente expresivo, donde se presenta una cantidad de elementos que aportan a la interpretación visual, donde interviene objetos, equipos, escenografías, pintura, música, ruidos ambientales, espejos, imágenes generadas electrónicamente, proyección de éstas, materiales orgánicos y demás cosas imaginables. La idea es la unificación de uno o varios objetos instalados, donde no solo direccionan su mirada hacia un solo elemento, de igual forma se apropia del espacio, con el fin de crear un ambiente capaz de proporcionar a la obra una lectura abierta, lo cual, es un punto determinante a la hora de conceptualizar la propuesta.

---

<sup>4</sup> LARRAÑAGA, Josu. Instalaciones, Editorial Nerea 2001, Pág. 32

Es interesante como el artista recoge y se nutre con distintos parámetros estéticos para cautivar la sensibilidad del espectador, enfrentándolo con su propio ser.

### 4.3 Narcisismo

Según el Diccionario de María Moliner *Narcisismo* definido así: (n. calif.) m. Se aplica a un hombre presumido o vanidoso, que se preocupa mucho de su atavío o está muy satisfecho de sus propias dotes. En la historia “proviene de la descripción clínica y fue escogido por Paul Näcke en 1899 para designar aquella conducta por la cual un individuo da a su cuerpo propio un trato parecido al que daría al cuerpo de un objeto sexual; vale decir, lo mira con complacencia sexual, lo acaricia, lo mimó, hasta que gracias a estos manejos alcanza la satisfacción plena”.<sup>5</sup>

En la tradición griega, se llamaba narcisismo al amor a sí mismo (ver figura 1). La leyenda de Narciso en el libro tercero de las Metamorfosis de Ovidio. Donde la historia comienza:

Tiresias y la premonición que éste hace a la madre de Narciso que se llama Liríope. Cuando Liríope lo consulta sobre su hijo, Tiresias dice “vivirá muchos años si no se conoce a sí mismo”. Luego Ovidio pasa a relatar el nacimiento de Narciso, quien nace del encuentro entre Liríope la bella ninfa de los cabellos azules y Cefiso que es una deidad del río quien la estrechó en el punto más sinuoso de su recorrido y la violó. De ese encuentro violento, de ese abrazo abusivo va a nacer Narciso.

Narciso, cuenta más adelante Ovidio, desde muy joven es reclamado amorosamente tanto por ninfas como por mancebos que quedan hechizados por su belleza. El sistemáticamente rechaza a todas aquellas y aquellos que le declaran su amor. Una de ellas es Eco, quien había sido castigada por Hera, por charlatana. La entretenía contándole historias mientras Zeus gozaba con sus ninfas amigas. Como Hera descubre el ardid la castiga impidiéndole que

---

<sup>5</sup> FREUD, Introducción al Narcisismo. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/6979706/Freud-Introduccion-Al-Narcisismo> [citado marzo 5 del 2008]

hable por iniciativa propia. Queda condenada a repetir las últimas palabras que escucha.

Eco que tenía cuerpo y que era también una bella mujer se enamora de Narciso cuando lo ve, pero como tenía la fatalidad de no poder iniciar ninguna conversación lo persigue durante un tiempo esperando el momento oportuno. Un día, Narciso encontrándose en un paraje perdido, desolado pregunta “¿hay alguien?” Y Eco responde “alguien”, entonces le dice “ven” y Eco vuelve a decir “ven”. Bueno la historia sigue, es notable como va encontrando Eco la forma de responderle a Narciso, hasta que finalmente Narciso dice “unámonos”, Eco repite entonces “unámonos” y aparece. Cuando aparece, Narciso la rechaza. Eco sufre agónicamente este rechazo, deja de comer y se transforma en huesos, pero queda viva la voz. Los huesos se metamorfosean en piedras y la voz permanece viva en las montañas.<sup>6</sup>

Narciso rechaza a Eco pero antes había rechazado a un montón más y sigue rechazándolos hasta que uno de los no correspondidos pide a los dioses que castiguen a Narciso, y que se lo castigue de este modo: que llegue a amar a alguien de la manera en que se lo amaba a él, pero que nunca llegue a gozar de la reciprocidad del amor.

**Figura 1:** Narciso. Pintura de Caravaggio



<http://pacotraver.wordpress.com/2007/08/15/narciso/>

---

<sup>6</sup> MIGUELEZ, Luis Vicente. En el espejo de Narciso, Conferencia del 18 de setiembre 2002.

El relato sigue así, un día Narciso para calmar su sed se acerca a una fuente cristalina donde no se han mezclado nunca las aguas con la tierra, ni con hojas, ni con suciedad alguna. Al inclinarse para saciar su sed, contempla una imagen pura y bella de la cual queda absolutamente enamorado. “Cree que es un cuerpo lo que es agua”, dice el texto de Ovidio refiriéndose al encuentro.

El narcisista se alimenta del ideal de mismo y la imagen de sí, endulzado por su admiración se mantiene en la cumbre de su vanidad. Confirma por un lado la necesidad de sentirse alguien, y por el otro una manera de adaptarse a la realidad; en sí una realidad sumergida en el espejo.

“Perdurara mientras no se vea a sí mismo”... una frase muy disiente en el mito de Narciso, quien al contemplarse a si mismo muere por querer alcanzar su belleza. Constata el hecho de mirarnos al espejo obtenemos el riesgo de quedar atrapados en él. La metáfora constituye el poder que tiene la imagen frente a la mirada. Una mirada que complementa la definición narcisista ya que se necesita del *otro* de “ser vistos”, para considerar el “me veo”, forman la trinidad de la imagen: el objeto como narciso, la representación con el reflejo y la mirada que también se encuentra reflejada en esa representación.

#### **4.5 Ante La Belleza**

Percibimos, tocamos, sentimos, olemos belleza, nos enfrentamos a un mundo cubierto de armonía, perfección que aliena nuestro pensamiento, instaurándolo en una visión totalmente centrada en la creación de lo bello.

Según el diccionario de la lengua española afirma: Belleza. (De *bello*).1. f. Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite

espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas. 2. f. Mujer notable por su hermosura.<sup>7</sup>

Una belleza totalmente proveniente de lo natural, de lo vivo; por lo tanto, se busca ser natural y a la misma vez bello.

Sobre la belleza aclara Kant<sup>8</sup> "La belleza es la forma de la finalidad de un objeto en cuanto ésta es percibida sin la representación de un fin". Esta belleza no solo lo define el concepto, solo se crea a partir del sujeto de quien lo percibe. No debemos olvidar que lo que para uno puede ser bello, para otra persona no lo sea; La apropiación de la imagen estética femenina se ha manufacturado constantemente hacia una imagen de belleza sublime. Poco a poco un mecanismo de subversión de la imagen, se sumerge en una cantidad de parámetros estéticos superficiales, llevando a cabo una codificación de rostros perfectos instaurando un modelo global.

#### **4.6 Belleza Referencial**

Diversas poblaciones le daban una gran importancia al pintar sus rostros, resaltando aún más sus rasgos faciales, para distinguirse e impresionar ante la sociedad destacando aun más su belleza.

Los egipcios amaban la belleza y la elegancia. Muchos nombres propios se basaban en la palabra *nefer*, que significaba "belleza" por ejemplo, Nefret, Nefertiti, Nefertari (ver figura 2), la diosa asociada al adoro era "Hator la Dorada", contemplaba como ideal de la belleza en la poesía amorosa de aquel tiempo.

---

<sup>7</sup> DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA - Vigésima segunda edición. Disponible en: <http://buscon.rae.es/drae/>

<sup>8</sup> KANT, Immanuel, *Crítica del Juicio*, Madrid, Espasa Calpe, 1977. p.114.

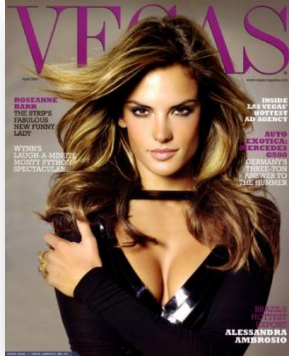
**Figura 2.** Nefertiti



<http://blogs.elcorreodigital.com/divergencias/tags/nefertiti>

Se ha visto a lo largo de la historia que se ha venido enmarcando un rostro de referencia, lo cual, instaura una imagen sublime de belleza digna a imitar. Se ve de varios siglos atrás que cada época hay modelos que instauran tendencias, marcado un prototipo de una belleza perfecta. Rostros cambiantes estandarizados en un sistema de superficialidad manejado por la industria comercial, mecanizando a una mujer comprometida en su imagen (ver figura 3); hace que se canalice la belleza como expresión primordial de su ser – únicamente mostrando un rostro bello--.

**Figura 3. Mujer comercial**



<http://felixjtapia.org/blog/wp-content/uploads/2008/01/alessandra-ambrosio6.jpg>

#### **4.7 Cultura de la Belleza**

La cultura de la belleza se convirtió en una mercancía para un consumo de masas. Un constante manejo de productos estéticos, cada vez se apropian de la libre autonomía del consumidor, implantando modas, estilos, tendencias, que en sí, para ellos son los únicos beneficiados para el crecimiento de su empresa; lo cual han llegado a posicionarse a una dirección de estilos en belleza que requeridamente se debe seguir.

Con certeza ya se puede afirmar que el cuerpo es un producto, una mercancía caminante, con tan solo consumir, ya estamos condenados a ser maniqués de la publicidad. “Las masas no son el sujeto, sino el objeto de la industria cultural... son un accesorio secundario, un elemento de cálculo de la máquina industrial capitalista”.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> COLOMINA de Rivera Marta, La Celestina Mecánica, Venezuela: Editorial Monte Ávila Editores S.A 1976. P 201.

Un monstruo de ambición comercial que se alimenta de la mirada del consumidor. Las estrategias ya están enmarcadas, todo está pensado para cultivar un futuro de belleza estética, donde el negocio de los artificios siga creciendo y atrapando más y más al punto de un dominio total de lo que se consume. Donde constantemente habrán muchas más necesidades de las que se tenían hasta ahora. Este sistema propaga la constante búsqueda de una imagen perfecta hallada en los prototipos del mercado comercial, convertidas en mujeres esclavas de su propia imagen, mujeres buscando acertijos para escapar del vacío de la belleza ideal.

#### **4.8 Bella Inocente**

Crecimos en el carrusel de la fantasía girando en un mundo lleno de historias, realidades ilustradas sumergidas en los cuentos de hadas. Historias desatando parámetros estéticos, conceptualizados en la imagen sobresaltando la belleza. Ciertos cuentos de hadas buscan la manera de llamar la atención para que el niño o la niña no pierdan el valor de la imagen estética ante el mundo. Expresa Bettelheim<sup>10</sup> "... llevan al niño a descubrir su identidad y vocación, sugiriéndole, también, que experiencias necesita para desarrollar su carácter". Esconden tras sus narraciones situaciones de vida, que influyen en la percepción de los niños ante la imagen de unas princesas inmortales de belleza, caracterizadas por tener una estética perfecta, donde señalan muy claramente la distinción entre la más hermosa del reino, en el caso de Blancanieves, La Cenicienta. La cuestión va mas allá de estas figuras modelos, tiene un sentido en que el niño se cuestiona, preguntándose ¿a quién quiero

---

<sup>10</sup> BETTELHEIM, Bruno, Psicoanálisis de los cuentos de hadas, Barcelona: Critica 1975, 1976. P. 36

parecerme? Es clara la respuesta cuando se ha puesto en evidencia el poder de la imagen.

El culto a la belleza y la perfección es la situación de la madrastra de Blanca Nieves, una idolatría a su imagen consiguiendo de una u otra forma el poder de tener la belleza en sus manos. ¡Espejito, Espejito! convoca la madrastra a su sombra en el espejo, reclamándole si aun sigue siendo la más bella (ver imagen 4). Esto es una forma de control de su imagen, considerando un camuflaje para su envejecimiento, buscando la manera de perdurar en la juventud.

Muchas mujeres consideran el maquillaje como la forma más accesible para renovar su imagen, controlan su apariencia enmascarándose bajo una piel superficial. Valoran el hecho de configurar su rostro con los métodos de transformación; claro que, teniendo en cuenta el estándar de belleza impuesto por el mercado estético.

**Figura 4.** Madrastra de Blancanieves



<http://us.starmedia.com/serviciosstm/img/es/madrastragrande.jpg>

Detrás del espejo se encuentran las verdaderas intenciones superficiales de la imagen. Considerando un método de engaño para seducir el ojo y quedarse atrapado en el laberinto superficial

El comercio infantil es muy grande, la creación de los juguetes son un método por el cual, atrapa a un círculo social inocente. Métodos que se adentran a un niño que está recolectando todo lo que pueda de su entorno, para crear su propio mundo. Directamente esto, incide para su desarrollo mental, social, cultural, etc... estos métodos que utiliza el comercio crean su propio beneficio, sin tomar en cuenta ese pequeño detalle de la connotación que puede tener su producto.

Las muñecas Barbie, cumple cincuenta años de eterna juventud, un prototipo de mujer perfecta, esbelta y sexy. Es mecanismo de difusión del estereotipo de belleza, que se puede peinar, maquillar, vestir a la moda; planteando a las niñas para su imagen estética, haciendo que sus seguidoras tomen como referencia Barbie (ver imagen 5) como modelo femenina, ya que es un arma indispensable para la sociedad alimentar "su imagen".

**Figura 5.** Barbie



[http://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-16102498-barbie-salon-de-belleza-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-16102498-barbie-salon-de-belleza-_JM)

## 4.9 Compra - Venta

La sociedad de consumo estético implanta la manera de vender. Venden lo que quieren que se compre, una jerarquización de productos acomodados a nuestras “dichas” necesidades. Si prácticamente la poca libertad que tenemos es de elegir entre la variedad impuesta, solo resta decir que se perdió la autonomía. En si somos lo que quieren que seamos; si las necesidades que hablan, son en verdad, aquellas preocupaciones por lo que le convienen, el método de mercadeo que tiene que estar en un nivel preponderado para alcanzar sus metas.

Robert Guérin afirma que el aire que respiramos es "*un compuesto de nitrógeno, oxígeno y publicidad*"<sup>11</sup>. Al margen de lo ocuriente de la frase, lo cierto es que si resulta imposible vivir sin oxígeno, también cada vez es más difícil librarse de la red casi imperceptible con la que nos va envolviendo la publicidad.

La publicidad es el arte de enseñar a la gente a necesitar cosas; su audacia es simple de captar, exaltando las virtudes del “producto celestial” convenciendo directa o indirectamente su propósito comercial. Como lo afirma Theodoro Adorno “En virtud de la ideología de la industria cultural, el conformismo sustituye a la autonomía y a la conciencia; jamás el orden que surge de esto es confrontado con lo que pretende ser o con los intereses reales de los hombres”.<sup>12</sup>

El mito de una belleza deslumbrante, la dominan utilizando fábulas en los productos de estética, por ejemplo, utilizando una tina llena de leche, para comercializar un jabón, para que su piel delicada, sea más suave y tersa como

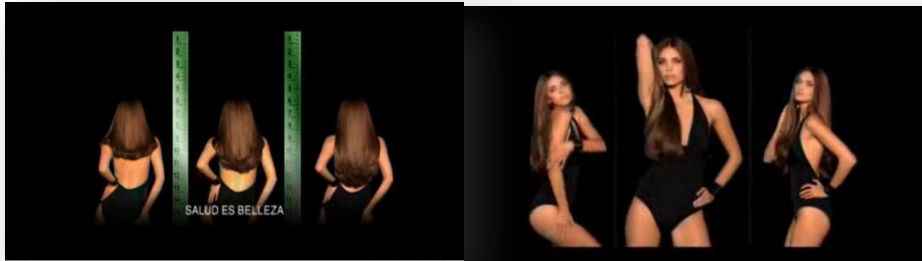
---

<sup>11</sup> PEREZ José María Y San Martín José. Vender algo más que unos vaqueros- Publicidad y Educación en Valores. Comunicar 5, 1995 España Zaragoza. Pág. 21  
[dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=635539&orden=77096](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=635539&orden=77096) [consultado 29/04/09]

<sup>12</sup> COLOMINA de Rivera Marta, La Celestina Mecánica, Venezuela: Editorial Monte Ávila Editores S.A 1976. P. 182.

la de un bebé. El sensacional Champú de crecimiento fortificado (véase Figura 6) utiliza a la mujer sensual atractiva, con imágenes de carga erótica, que desarma su cabello nutrido y fuerte, capaz de seducir con su cabello.

**Figura 6:** Comercial Champú



[http://www.youtube.com/watch?v=DQWQplUMQqM&feature=PlayList&p=09ACBCF7C010AE92&playnext=1&playnext\\_from=PL&index=26](http://www.youtube.com/watch?v=DQWQplUMQqM&feature=PlayList&p=09ACBCF7C010AE92&playnext=1&playnext_from=PL&index=26)

La utilización de la mujer en la publicidad es un mecanismo de atracción hacia el producto, estas mujeres mostradas con rasgos perfectos, piel de seda, maquillaje perfecto, cutis de porcelana, son elementos que mantienen a las mujeres dedicadas a su aspecto, a sentir que son una necesidad, sentirse agradadas en su rol social. “La mujer, manipulada por los muchos canales de socialización del sistema, dado el grado de pasividad y sumisión que insufla la misma industria, será incapaz de tomar conciencia de su propia esclavitud”.<sup>13</sup>

Han creado un ideal de vida, el consumidor no compra labial, cremas, polvos, pestañina, colonias, sino, caricias soñadas, sentirse irresistible, despertar sensaciones, generar atracción, deseo, tener el arma de seducción, elegancia, pasión, renacer en la juventud, ser más natural, perfecta, segura de sí misma, ser más mujer ¡Ser Otra!. Claramente lo constata Jerry D. Fémina ejecutivo publicitario: “anunciar es hurgar en las heridas abiertas... Miedo, ambición,

---

<sup>13</sup> ibid Pág. 201

angustia, hostilidad. Usted menciona los defectos y nosotros actuamos sobre cada uno de ellos. Nosotros jugamos con todas las emociones y con todos los problemas, desde el no poder seguir en cabeza... hasta el deseo de ser uno más entre la muchedumbre. Cada uno tiene un deseo especial”<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> PÉREZ, José María y San Martín, José. Vender algo más que unos vaqueros -Publicidad y Educación en Valores. Comunicar 5, 1995 España Zaragoza. 1995 [dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=635539&orden=77096](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=635539&orden=77096) [ consultado 29/04/09]Pág. 21

## 5. MARCO CONCEPTUAL

“El hombre moderno quiere ser diferente,  
tiene hambre de diferencia y de vida,  
pues no puede experimentar la vida  
como actividad espontánea, sufre ante su automatización,  
frustración y conformismo y está dispuesto a aceptar  
cualquier cosa que de significado a su vida”  
E Fromm<sup>15</sup>

### 5.1 Espejo simulado:

Espejo se define como Superficie reflectante lo suficientemente clara para formar una imagen. Imagen virtual de un objeto que refleja la copia de la realidad.

En el primer espejo natural se considera que es el agua, donde da comienzo a uno de los mitos más antiguos (Narciso) en el que el reflejo es considerado un simulacro, una imagen falsa por carecer de materia.

“Todo lo reflejado está adherido a la materia que lo refleja, y el reflejo nada tiene que lo sostenga. Sin embargo, le permite a las personas conocerse y asomarse a sus fortalezas y debilidades”<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> PÉREZ, José María y San Martín, José –Vender algo más que unos vaqueros-Publicidad y Educación en Valores por Comunicar 5, 1995 España Zaragoza.  
dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\_articulo?codigo=635539&orden=77096 [ consultado 29/04/09]Pág. 26

<sup>16</sup> KRASELSKI, Rebeca y Ferreiro Natalia. El ojo múltiple. México: Editorial Macmillan 2006 p. 15

Es un simulacro por el mismo hecho en el que está y al tiempo no, es un juego de lo intangible.

Pero en el caso de la propuesta planteada, no se habla del espejo en sí, tal cual como se distingue un espejo verdadero, ya que es una simulación; es decir, superficialmente parece ser un espejo, de igual manera tiene la principal función que es reflejar, pero no completamente la mirada es fija ante el movimiento del espectador. Tratándose de una pantalla en la que contiene el rostro que ha sido transformado por la sociedad superficial que cultiva la belleza, que se confronta con el espectador. Haciendo de este enfrentamiento, enlazar dos realidades inmersas en una sola mirada, dos rostros en sus mismas fronteras, dos rostros en un mismo mundo enfrascados en las apariencias.

"El objeto reflejado prodigioso, gracias al cual el hombre podía no solo descubrir su imagen y conocerse mejor, sino también acceder, más allá de lo visible, a una perspectiva de lo invisible"<sup>17</sup>. Esta frase es muy dicente a la hora de conceptualizar la propuesta, se obtiene una mirada más profunda de la apariencia, de ir más allá del reflejo, de la mirada subjetiva de las cosas que a simple vista se ven. Por ello "*Espejito Espejito*" va ligado al cuento de hada en el cual se enfrasca en el mundo del espejo, de la verdad, de la conciencia, el reflejo de las apariencias, el poder sumergido en la imagen, el espejo de la madrastra de Blanca Nieves, muestra viva del enfrentamiento con la mirada de su reflejo.

---

<sup>17</sup> BONNER SABINE, Melchior. Historia del Espejo. Editorial Heder – Barcelona. P. 119

*Espejito ilusorio de la conciencia, No se pretende juzgarte,  
ya que eres reflejo de las miradas soñadoras.  
¿Por qué eres verdugo?,  
¿por qué succionas y enfrascas en la superficie?.  
asechas como si fueras enemigo,  
oh dulce veneno disolviéndose como el virus  
en las entrañas de la nada, conquistando la bella apariencia  
consagrando el veneno celestial de lo sublime.  
bello espejito de la propia condena, regala tu silencio,  
para cegar la realidad.<sup>18</sup>*

## **5.2 Espejo de la conciencia**

“El narcisismo de la madrastra está representado por el espejo mágico y su continua búsqueda de seguridad respecto a su belleza”<sup>19</sup>. La apropiación de este cuento inmerso en la propuesta va muy ligada al hecho de contemplación de sí mismo. Por ello se simula el espejo, como parte fundamental de la lectura objetual que conlleva la propuesta.

El hecho de consultar al espejo sobre su belleza, repite el antiguo mito de Narciso, que se enamoró de sí mismo, hasta el extremo de quedar totalmente absorbido por el propio amor de su imagen. La contemplación pretende absorber la atención total consumiéndose poco a poco en las profundas aguas de las apariencias, llegando al punto a convertirse en el templo de adoración ante la imagen sobre todas las cosas.

---

<sup>18</sup> VARELA PEÑA, María Inés. Apuntes. 2008

<sup>19</sup> BETTELHEIM, Bruno, Psicoanálisis de los cuentos de hadas, Editorial Crítica, Barcelona 2006 Pág. 283

No solo se necesita del reflejo para considerar el narcisismo. Con tan solo ver que se necesita otra mirada, del observador, el que está afuera; por lo tanto “« entre el veo activo y el me veo reflexivo estará el soy visto en voz pasiva, como marca del deseo del Otro. Si falta “el soy visto” no se constituye el me veo, estará solo el ver. Cuando se constituye el me veo es porque está “el soy visto”<sup>20</sup>. Es muy claro lo que anuncia Miguelez en esa muestra del verdadero sentido narcisista, de aquel reflejo es sugeto de la otra mirada que observa.

---

<sup>20</sup> MIGUELEZ, Luis Vicente. En el espejo de Narciso. Conferencia del 18 de setiembre 2002

## 6. MARCO REFERENCIAL

Con base a lo planteado, cito a algunos artistas que contribuyen a la propuesta aportando su vivencia y su manera de solucionar un pensamiento ceñido al arte.

### 6.1 PETER CAMPUS

La mirada central de muchos artistas en el arte actual consideran su imagen narcisista la manera perfecta para caracterizar su “otro”, donde fusionan cuerpo-imagen-reflejo maniobrando como lienzo, mostrando vivas realidades manejadas a su propia percepción, como lo consigue Petter Campus, donde el video como un reflejo narcisista se confabula con el deseo, confrontando la mirada de si mismo frente a los ojos de la realidad.

Este artista va muy ligado a lo que quiero lograr con el video, una fusión de imagen y reflejo, dos características cruciales de la mirada, dos realidades conjuntas sumergidas en la superficialidad de las apariencias.

**Figura 7.** Three Transitions. Fragmento Video Secuencia 1



<http://www.youtube.com/watch?v=Ar99AfOJ2o8>

Lo hace con la obra “Three Transitions” un video monocal de 4,43 minutos, (ver figura 7, 8, 9), donde busca una síntesis de la acción, la propia imagen y la técnica visual. Haciendo un juego de imagen, incorporándose entre el mismo, quitando y quemando partes de su imagen en directo. Dos proyecciones de su rostro imagen-reflejo aparecen entonces conjuntamente sin conseguir superponerse completamente. Llevando esta acción hacia una incógnita ¿es el video realmente un simple espejo narcisista o muestra, también a través de la propia percepción, la imagen del otro en sí mismo?<sup>21</sup>

**Figura 8.** Three Transitions. Fragmento Video Secuencia 2



<http://www.youtube.com/watch?v=Ar99AfOJ2o8>

**Figura 9.** Three Transitions. Fragmento Video Secuencia 3



<http://www.youtube.com/watch?v=Ar99AfOJ2o8>

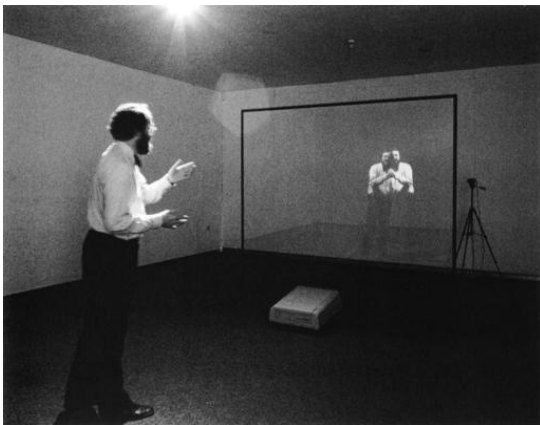
---

<sup>21</sup> MARTÍN, Silvia. Videoarte, THASCHEN, 2006, p 40

Tiene al alcance la tecnología, el video como vínculo metafórico para pronunciar las transformaciones ilusorias y retratando la realidad interna y externa del uno mismo.

Campus propone al espectador colaborar activamente como actor involuntario a crear con su imagen la obra, porque sin ese tipo de espectador que campus propone no existiría la pieza. Una interacción directa, basándose en el proceso de percepción del objeto de arte por parte del espectador, donde realiza la obra "*interfaces*" (ver figura 10), lo cual a través de un cristal en forma de pantalla, se encuentra con su propia imagen perturbada, invertida, desdoblada o deformada. Ese detalle de encontrar el espectador con su propia imagen y confrontar la realidad de su cuerpo, hace de este artista una parte primordial de mi propuesta. Lo cual, lo tomo como referente conceptual a este artista que ha venido manipulando la propia imagen demostrando ser el cuerpo como punto de partida de su visión como artista.

**Figura 10.** Installation view of Peter Campus's 'Interface' at Kölnischer Kunstverein (1972)



<http://www.tate.org.uk/tateetc/issue14/expansivelens.htm>

## 6.2 CINDY SHERMAN

**Figura 11.** Cindy Sherman. Untitled



<http://antidomingo.tv/2008/05/07/cindy-sherman/>

La transformación al punto de desfigurar la imagen. Una evaporación de la belleza. Mujeres que llegan a una transformación excesiva del maquillaje para camuflar el paso del tiempo. Sin aceptar que poco a poco se desvanece su belleza; ya con los milagros del maquillaje hace de su aspecto algo más agradable para sí misma. Claro que sin mirar que los excesos es su enemigo.

Se percibe como burla a esta situación de la mujer, la artista Cindy Sherman se pone en el lugar de la mujer, lo cual se viste y maquilla, manipulando la imagen, resaltando aspectos relevantes de la transformación. Reconstruye el perfil de la mujer que debe enfrentar la llegada de la edad madura, enfatizando el perfil de la cuarentona, expresada en formas que van desde la nostalgia hasta la decadencia, llegando al ridículo (ver figura 11).

Pero la intención no es la burla; sino pretende hacer ver a una figura femenina con dignidad, satisfecha con la imagen reflejada.

Hace una configuración de imagen para demostrar que los cambios reflejan una situación o una condición de la mujer, perdiéndose la capacidad de nombrarse y trata de desaparecer bajo una multitud de rostros diferentes. Esta idea de identificar su imagen con el reflejo, está inmerso en mi propuesta; lo cual, el uso de mi propia imagen, mi propio reflejo es la referencia de la mirada de deseos, tormentos, fantasmas, de mujeres preocupadas por su imagen estética.

## 7. PROCESO

### 7.1 Descripción de las etapas del proceso

“En las pequeñas cosas esta lo más grande del mundo”<sup>22</sup>.

Para contextualizar este proyecto, durante mi proceso de aprendizaje en el Programa de Bellas Artes, una incógnita de la estética de lo superficial, ha recorrido en la maduración de la carrera, donde he planteado varias propuestas, lo cual, han sido base para el planteamiento del proyecto; esto comienza así:

En una ocasión temprano en la mañana situada en mi casa, mi hermano menor se queda mirándome detenidamente y me pregunta...

¿María Inés que es lo que le ven, si usted es fea?... si la vieran en este momento como está ¡¡¡ni la volteaban ni a mirar!!!

Solté una carcajada y sorprendida dije “las apariencias engañan”. Me mire frente al espejo y saque la misma conclusión... “La verdad que soy fea y ni me había dado cuenta” Esa expresión me dio la iniciativa para analizar este tema, del hecho de cómo se miente una belleza por medio del maquillaje.

Debido a esta situación tomándome como referencia, el tema de la transformación que uno hace con el maquillaje, es mi partida hacia un análisis crítico inmerso en el arte. Con este tema rondándome en mi cabeza

---

<sup>22</sup> Notas del Autor

todo el tiempo, poco a poco mi mirada fue descubriendo lo que realmente se denota por belleza.

En una ocasión con la mirada al descubierto, percibiendo la cotidianidad de mi entorno, transitaba en el bus un día sábado temprano en la mañana, con destino a la universidad, observando la gente que compartía el transporte, habían mujeres muy arregladas y otras que iban maquillándose por el camino hacia su destino, ya que el tiempo no les alcanzaba para maquillarse. El ambiente climático repentinamente cambio, una llovizna calladamente soltó sus riendas y desató un aguacero implacable, toda la gente preocupada que no llegara la hora de bajarse del bus.

Lo único que pensaba era en esas mujeres arregladísimas, con un maquillaje perfecto y un porte elegante, todo eso iba a quedar arruinado.

A mí no me preocupaba tanto, pero sí me reía sola al pensar como quedaría un maquillaje totalmente desecho por la misma naturaleza, analizando en esa dualidad que ha sido ella misma que nos ha dado los métodos para llegar a tener una apariencia perfecta.

Esto me animó a enlazar la idea que tenía en mente al llegar a solucionar la propuesta artística “Aparentemente Bella”, que inicio con tan solo una observación a ese pequeño detalle que sucede a diario, llega a desplegarse un significativo desarrollo plástico.

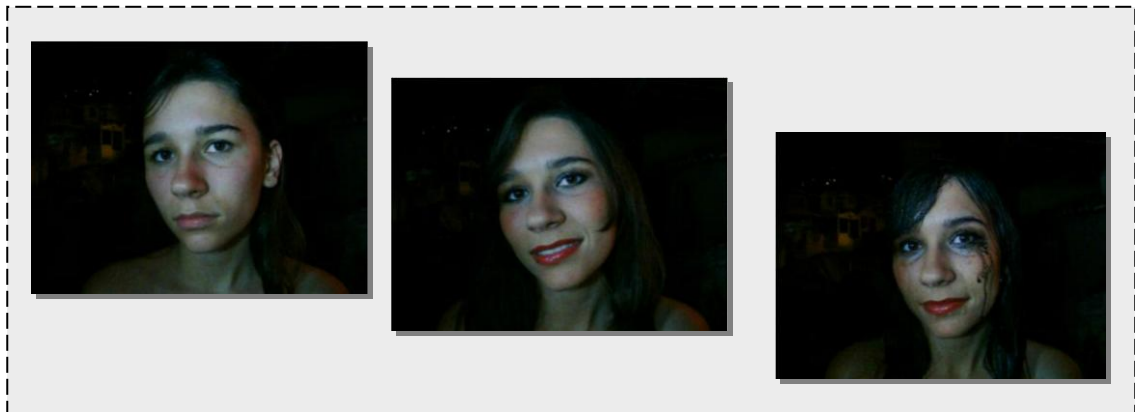
## 7.1.1 ETAPAS DEL PROCESO

### 7.1.1.1 Primera etapa

- **Aparentemente Bella:**

**Video:** Donde la propia manera de transformación hacia una supuesta belleza, poco a poco se deshace, quedando en la destrucción del mismo (ver figura 12).

**Figura 12. “Aparentemente Bella”. Fragmento video**



Referencia: Autor

### 7.1.1.2 Segunda Etapa

- **Deslumbró la Bella**

Jugando a las apariencias a ver quien se ve la mas artificial. Fue una acción realizada en una de las vías principales de la ciudad (cra33) de la ciudad de Bucaramanga donde se ofrecía a las mujeres que transitaban por la calle, ser maquilladas y arregladas, pero con los parámetros estéticos del comercio de la belleza. (ver figura 13)

Se verán en el espejo, y no miraran a la misma mujer, observaran el reflejo de una transformación estética, portando una belleza superficial que se le impone.

**Figura 13. Fotografías. Deslumbra la Bella.**



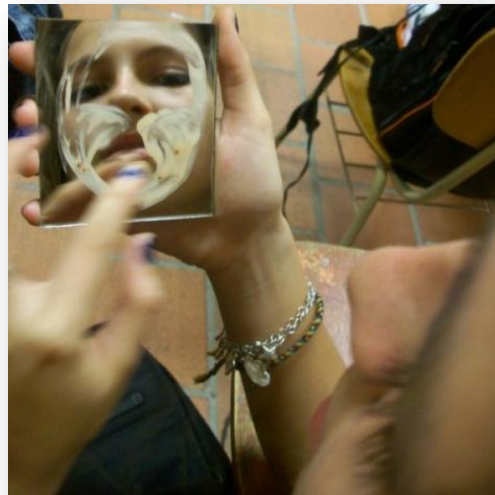
Referencia: Autor

### 7.1.1.3 Tercera Etapa

- **Mi En-Mascarada**

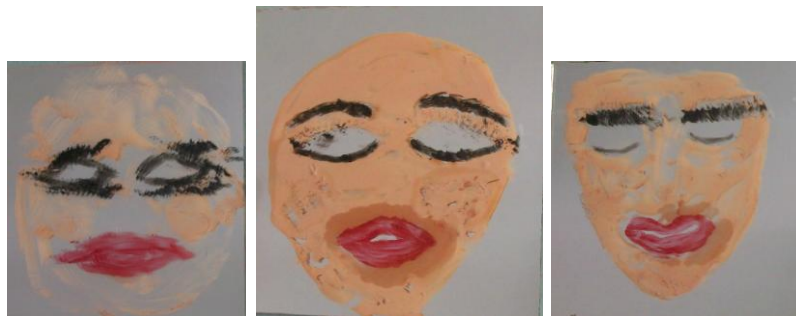
Proceso en el cual las mujeres observaban su rostro, se apropiaban de su propio reflejo para configurarlo como lo hacen con su rostro. Maquillaban a un espejo, donde quedaba el rastro de su belleza, donde permanecía en el limbo de la superficie (ver figura 14 y 15).

**Figura 14.** Mi En-Mascarada. Acción



Referencia: Autor

**Figura 15.** Mi En-Mascarada



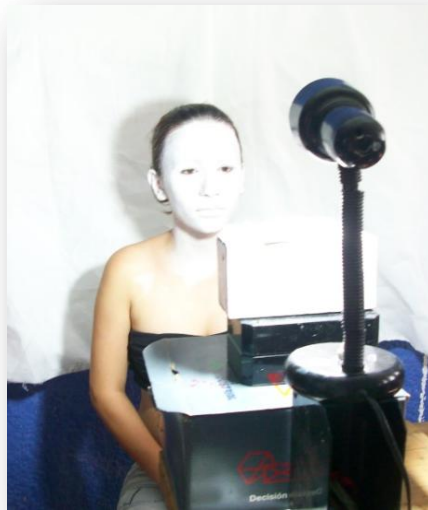
Referencia: Autor

#### 7.1.1.4 Cuarta Etapa.

##### Proceso de transformación

Primeramente trabajo fotografías con base a la realización del video, con la misma intención de identificar las fases de transformación del rostro por medio del maquillaje. La puesta en escena se basa en un telón blanco, iluminación frontal, a mano derecha un espejo y una mesa con todos los utensilios de para maquillar. (ver figuras 16 y 17)

**Figura 16.** Fotografía. Puesta en escena



**Figura 17.** Fotografía Maquillaje



#### 7.1.1.4.1 Transformación con el maquillaje

Se inicia cubriendo el rostro con base blanca hecha de óxido de zinc y vaselina para obtener un plano uniforme del rostro, consiguiendo la fusión con el fondo blanco. Comenzando a delinear los ojos se van resaltando poco a poco, luego aparecen las cejas, los párpados se iluminan, las mejillas se enrojecen, los labios rojizos que dilatan sensualidad. (ver figura 18)

**Figura 18.** Fotografía transformación



#### 7.1.1.4.2 Arreglo de imagen

Se hizo un arreglo a las fotografías en un programa de edición de imagen, (ver figura 19) para que quedaran limpias de toda imperfección, para que se cumpliera la intención que se disolvieran en la nada

**Figura 19.** Fotografía. Arreglo de imagen



Se realizaron varios prototipos de maquillaje, donde el rostro era diferente cada vez que se configuraba a partir del maquillaje (ver figura 20)

**Figura 20: Fotografías. Tipos de maquillaje**



### 7.1.1.5 Quinta Etapa

- **Espejitos**

A partir de las fotografías de la transformación con el maquillaje, salieron una variedad de rostros, que me dieron una idea más, para una siguiente propuesta. Nacieron los espejitos de rostros difusos (ver figura 21).

*“Espejo de la verdad ilusoria, donde observas la continuidad del rostro que creas una y otra vez, hasta segarte ante la verdad”.<sup>23</sup>*

**Figura 21:** Espejitos. Fotografías



Referencia: Autor

---

<sup>23</sup> VARELA PEÑA, María Inés. Apuntes

Repitiendo una y otra vez el rostro se vuelve incomoda visualmente, por el hecho de no ser nítida, da una sensación inestable al ojo. Esto hace pensar a las mujeres que una y otra vez construyen su propio rostro adecuándolo a parámetros estéticos superficiales, que están en una constante transformación a su imagen, donde se vuelve monótona al punto de carecer una imagen clara de su rostro.

### 7.1.1.6 Sexta Etapa

- **Entrevistas**

Una estrategia fue entrevistar a distintas mujeres (ver figura 22) de variadas edades desde los 15 a 53 años de edad (ver anexo A); con el fin de cuestionarlas sobre lo que ellas piensan del maquillaje en sus vidas. Este método tuvo un gran acierto en el aporte conceptual de mi obra, hay muchos parámetros que tome en cuenta en el momento de materializar la propuesta.

Las conclusiones que se sacaron de las conversaciones fueron las siguientes:

<b>Edades</b>	<b>Concepto</b>
15 - 20	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se busca tener y mantener la línea hacia lo natural</li><li>- Maquillaje ligado con la moda, lo que se muestra es lo que se imita</li><li>- Lo artificial es mejorar lo artificial</li><li>- Belleza = Natural ][ Artificial</li></ul>
21 – 35	<ul style="list-style-type: none"><li>- Hay un interés por la apariencia física, del verse bien, diferente.</li><li>- El maquillaje es parte de la personalidad</li><li>- No se puede separar de un estilo</li></ul>

- Mejorar el aspecto
- Atraer, llamar la atención
- Buscar el momento indicado para cambiar
- Si no me maquillo es porque estoy segura que no me voy a relacionar con nadie

36 - 50

- Mostrar otra cara
- Resalta rasgos
- Se busca cambiar, ¿ser otra!
- Es una satisfacción personal
- El maquillaje oculta todo
- Ser más joven
- La costumbre se vuelve fundamental
- Se identifica con el otro yo que hay en el espejo
- Es como la ropa, si no tiene ... le ven todo
- Hace milagros... porque se cumple con el fin de transformación, hasta llegar al punto de no reconocer su apariencia.
- Si no me maquillo es porque estoy segura que no me voy a relacionar con nadie
- No me cambio como persona, pero en sí hay una forma de tener dos caras.

Figura 22: Fotogramas. Entrevistas



### 7.1.1.7 Fotografías de mujeres

En el proceso de búsqueda del tipo de maquillaje que iba a utilizar en el momento de buscar ese rostro ideal que cada una de las mujeres tenemos, decidí tomar una serie de fotografías a una variedad de mujeres (ver figura 23) que su esencia estética es el maquillaje.

**Figura 23: Fotografías. Rostros de mujeres**



Recorriendo las calles de la ciudad de Bucaramanga, fui encontrando una cantidad de mujeres donde todas tienen la particularidad de ser transformadas por el maquillaje. Recolecto las fotografías de todos estos rostros, con el fin de unificar los estilos de maquillaje para poder crear el rostro del video en la propuesta

### **7.1.2 Descripción formal y conceptual**

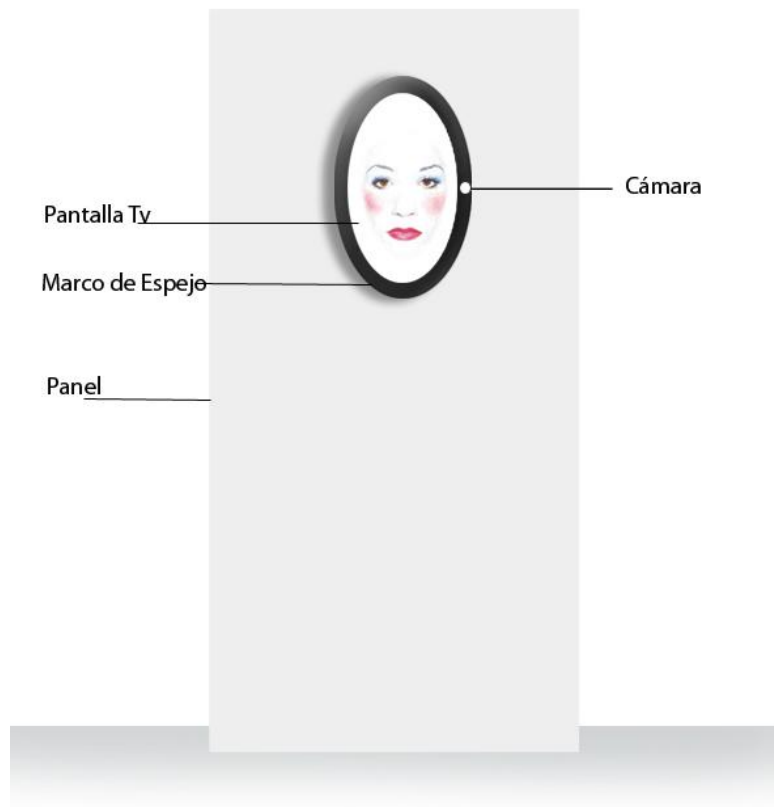
En la construcción de una imagen se es posible en estos tiempos crearla, configurarla, transformarla, manejar como se desee; el video proporciona estas posibilidades frente a la manipulación de la imagen, por lo tanto, ha sido el medio en el que se experimentan sensaciones a partir de acciones de una realidad. El contenido visual combinada con el objeto ha servido de complemento singular en el motivo plástico, ya que contiene las fichas claves para la interpretación. Esta video-instalación es comprendida por el juego de imágenes que son incrustadas a una sola mirada, junto con el reflejo son reunificados por el espacio vacío de la pantalla, lo cual se conectan ante el aparente espejo. Con este enfrentamiento de imágenes, que se observan mutuamente, he buscado la manera de construir esta ilusión, ya que por medio del video, he podido jugar con la imagen y su reflejo.

#### **7.1.2.1 Instalación de la obra**

La obra consiste en un marco ovalado que simula un espejo (ver figura 24), que va inmerso en una pared falsa (panel con dimensiones de 2.00\*1.00 metros, profundidad de 50 cm.) que tendrá un orificio de 50\*37 cm, donde dicho espejo es conformado por una pantalla de televisor, donde comenzará a rodar el video del rostro maquillado, y a su vez con una cámara oculta se emitirá en vivo la imagen del espectador, lo cual se efectuará la superposición

de rostros en una misma pantalla (ver figura 25). Este juego de imagen se hará con el fin de hacer que intervenga el espectador y haga participe directo de la obra.

**Figura 24.** Parte frontal del panel. Ilustración



La simulación de espejo es un elemento crucial para encontrar el reflejo de la conciencia, un rostro que juzga el paradero de la belleza. “*Espejito Espejito*” confronta el otro rostro inmerso en una sola mirada, dos rostros sumergidos en el mismo mundo de la superficialidad.

**Figura 25:** Superposición de rostros. Montaje

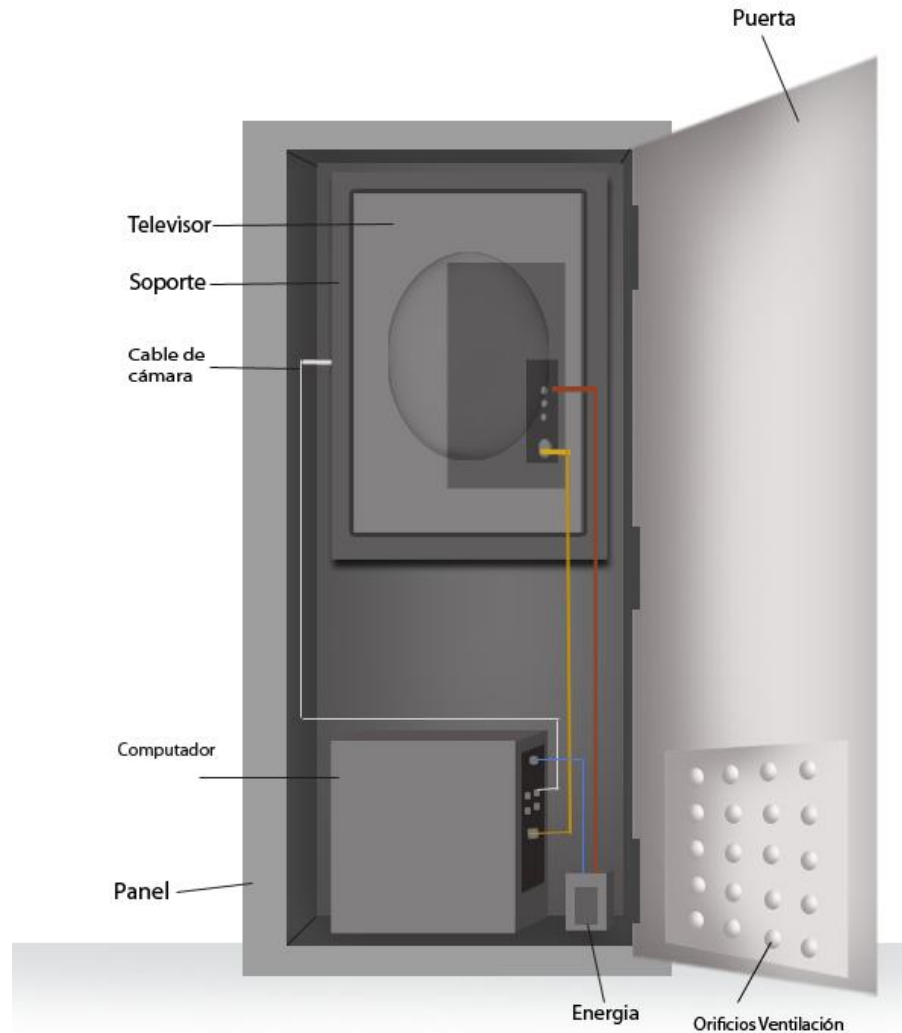


La manera en que se efectuará el montaje es la siguiente:

El panel tiene un soporte interno que se ubicará un televisor en el centro del orificio que se hizo en la parte frontal para acceder a ver, lo cual va conectado a una PC, seguidamente conectada a un estabilizador de energía; además tendrá un mouse para el manejo del programa. (ver figura 26)

El panel con una puerta para no tener la visibilidad de los aparatos, con unos pequeños orificios para tener el acceso a la ventilación en el computador para así no calentarse.

**Figura 26:** Parte posterior del panel



### 7.1.2.2 El Video

El video se constituye de un fondo blanco que poco a poco va sobresaliendo líneas, manchas, texturas, llegan como una aparición formando un rostro maquillado fundido en la superficie blanca, con el simple objetivo de configurar su aspecto al nuevo rostro de la superficialidad. El tipo de maquillaje fue elegido por las fotografías que han sido tomadas para determinar un rostro fusionado entre todas ellas (ver figura 23). Este video tiene comienzo y un final

consecutivo que se pierde con la nada, igualmente como en el principio del video.

#### **7.1.2.2.1 Sinopsis del Video**

Características del video:

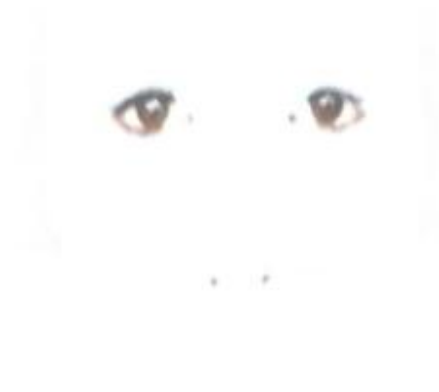
- Fondo en un plano blanco
- Iluminación frontal
- Maquillaje
- Duración: 05:04 minutos
- Tamaño: 720\*480 pixeles

Realización:

El escenario en donde se captura el video, se comprende de una cámara de video, situada en la parte frontal del rostro. La iluminación repartida en la derecha y en la izquierda de la cámara. A mano derecha se ubica un espejo donde se observará el modo de la aplicación del maquillaje. (Ver anexo B).

Desde un plano totalmente blanco, poco a poco surge de la superficie blanca líneas que forman unos ojos (ver figura 27).

**Figura 27: Fotograma (1) video**



Sobresale el rostro lo cual de define por las sombras, que por una luz frontal Se acentúa la expresión de los ojos con la aplicación del líquido para las pestañas (ver figura 28).

**Figura 28: Fotograma (2) video**



Se forman las cejas y muy lentamente aparece el rojo de las mejillas (ver figura 29).

**Figura 29: Fotograma (3) video**



Las sombras de los ojos se contornean. (ver figura 30)

**Figura 30: Fotograma (4) video**



Por último en el maquillaje los labios rojos. (Ver figura 31)

**Figura 31: Fotograma (5) video**



Al final el rostro se desvanece con el blanco, fundiéndose en la superficie. Para enlazarse con el comienzo del video y no se vea el contraste brusco al pasar de imagen. (Ver figura 32)

**Figura 32: Fotograma (6) video**

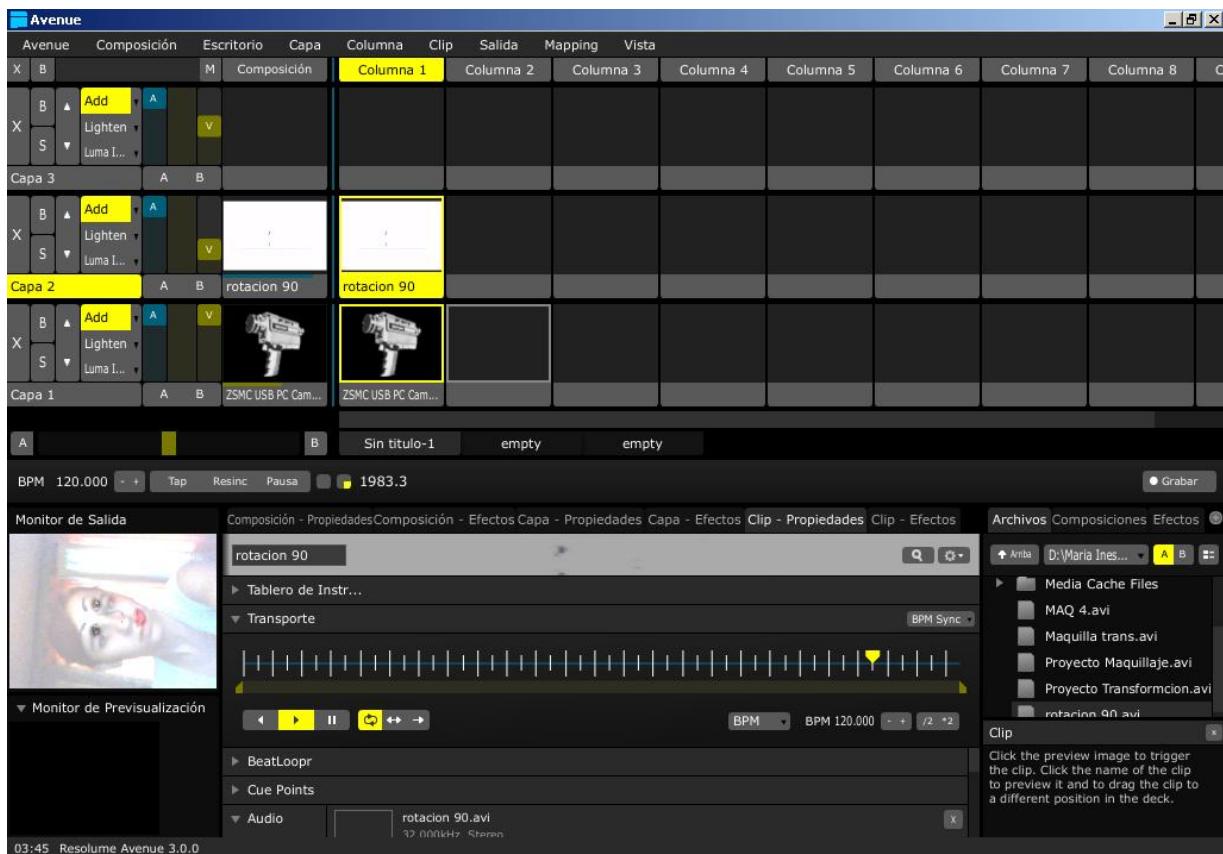


## 7.1.3 Pruebas

### 7.1.3.1 Programa mezclador de video

Para conseguir el efecto de superposición de videos se utiliza el programa RESOLUME AVENUE 3.0.0.( ver figura ubicando por capas los videos. Donde en la primera capa está la emisión de la cámara que captura al espectador y en la segunda capa está el video que se va a superponer.

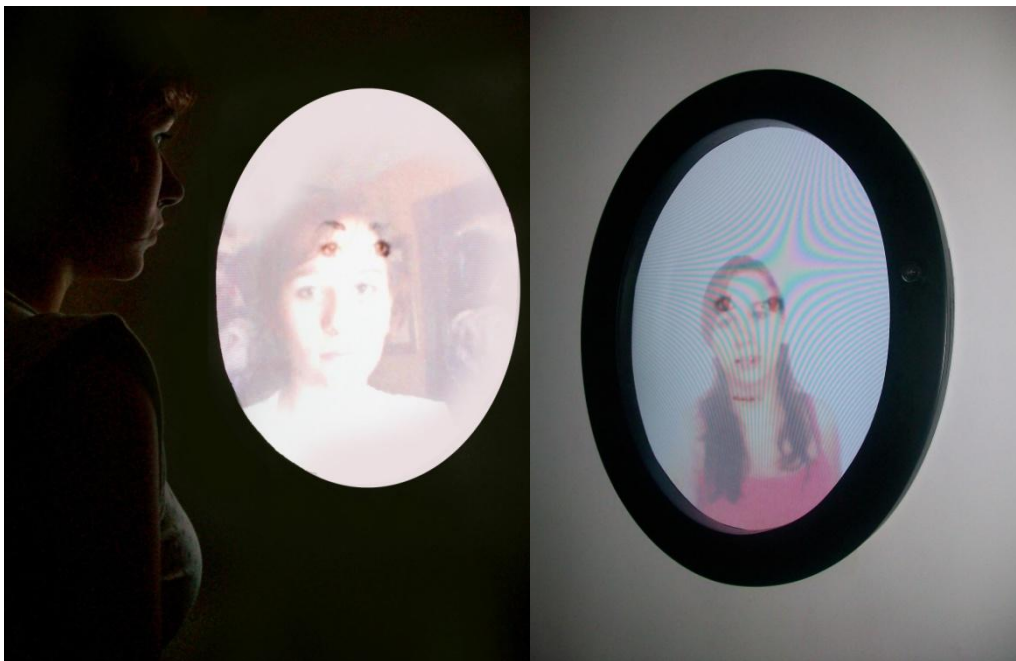
Figura 33: Plantilla mezclador de video



### 7.1.3.2 Prueba Superposición de rostros

En la prueba se vio que a la distancia de un metro se permite encajar los dos rostros (ver figura 34)

**Figura 34: fotografía. Prueba superposición de video**



## CONCLUSIONES

Al estar en este punto que debería ser la fase final de este proceso, considero que es la fase de partida, donde comienza el enfrentamiento con mi misma y con el mundo. Iniciando del conocimiento al reconocimiento de una mirada personal enfocada a la general.

El hecho de tratar con otras mujeres el tema cuestionado, ha aportado en gran parte a la propuesta, ya que esas vivencias propias, de toda una vida involucradas con el gusto por mejorar su aspecto, han dado como evidencia la dependencia tanto física como mentalmente de parámetros estéticos establecidos; convencidas que se tiene otro rostro que se lucir, insistiendo en el hecho de ser otra.

Al unir todas las fichas de este análisis, llega el arte a construir el propósito de este proyecto; llega como un ojo que todo lo evidencia, descubriendo el mundo que se oculta detrás de las apariencias, pero no solo es una proyección del reflejo de la realidad, sino un enfrentamiento con la imagen viva en una ahora y un presente. El arte desata la venda de lo que el mundo se niega a ver, esos pequeños detalles en los que se vuelven grandes protagonistas de nuestra imagen como ser único.

## BIBLIOGRAFIA

ABREO GÓMEZ, Saúl Andrés. Estética Artificial del Cuerpo de la Mujer “Femme-Plástica”. Bucaramanga 2005. Maestro en Bellas Artes. Programa de Bellas Artes, UIS.

BAUDELAIRE Charles, Salones y otros escritos sobre arte, Elogio del maquillaje, Madrid, Edición Visor S.A 1999

BETTELHEIM, Bruno, Psicoanálisis de los cuentos de hadas, Barcelona: Critica 1975, 1976.

BUYTENDIJK, F. J. T. La Mujer – naturaleza – apariencia – existencia. Madrid: Revista occidente. Edición de Vrouw. 1955

COLOMINA de Rivera Marta, La Celestina Mecánica, Venezuela: Editorial Monte Ávila Editores S.A 1976

GAITAN TOBAR, Andrés. El Botox o la Globalización de lo Bello. Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes. Colección sin condición 10. 2006

JAZDEWSKI C, Mohrt F, Rousso F, Schefer D, Vormese F. La Belleza del Siglo – los cánones femeninos en el siglo XX. Paris. Editions Assouline. 2000

LIPOVETSKI, Gilles. El imperio de lo efímero – La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona: Editorial Anagrama. 1990.

BONNER SABINE, Melchior. Historia del Espejo. Editorial Heder – Barcelona

MIGUELEZ, Luis Vicente. En el espejo de Narciso, Conferencia del 18 de setiembre 2002.

[http://reunionesdelabiblioteca.com/en\\_el\\_espejo\\_de\\_narciso\\_migueliez.htm](http://reunionesdelabiblioteca.com/en_el_espejo_de_narciso_migueliez.htm)

[Citado: abril del 2009]

PÉREZ, José María y José San Martín –Vender algo más que unos vaqueros- Publicidad y Educación en Valores por COMUNICAR 5, 1995 España Zaragoza.

[dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=635539&orden=77096](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=635539&orden=77096)

[consultado 29/04/09]

RINCON MEDINA, Hernando. La Pantalla. Colombia. (Tesis de grado Diseño grafico) Colombia Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes.

# **ANEXOS**

## ANEXO A

### ENTREVISTA

Ficha de preguntas:

- Te aplicas maquillaje? Por qué?
- Que elementos de maquillaje te aplicas?
- A qué edad empezó a maquillarse
- A qué edad considera que una mujer empiece a maquillarse?
- Cuál es tu motivación para maquillarte?
- Como te sientes al utilizarlos?
- Es indispensable que uses estos elementos? Por qué?
- Cumples con tu objetivo al maquillarte?
- Cree que el maquillaje hace milagros?
- Estas satisfechas con los productos utilizados para lograr el cambio que deseas?
- Te miras al espejo y te reconoces?
- Puedes realmente salir sin utilizar cosméticos?
- Ya es parte de ti?

## ANEXO B

### FRAGMENTOS DE LA REALIZACION DEL VIDEO

