

REVISTA
CIENCIA
Y
TÉCNICA

Año 11
Número 1

Zootopia: ¿transformación o maquillaje? Un análisis de representaciones sociales en películas animadas¹.

*Zootopia: transformation or makeup? An analysis of social representations
in animated films.*

Autores invitados: Pablo Demarchi, María Valeria de Tournemine, Silvana Carolina Sánchez Fernández, Paula Bearzi - Universidad Siglo 21

E-mails: pablodemarchi@gmail.com; leiahdt@gmail.com;
sanchezfernandezsilvana@gmail.com; pauli.bearzi@gmail.com

Resumen

El presente artículo aborda los resultados de un trabajo de análisis sobre diversas representaciones sociales en la película “Zootopia” (2016). Dicho análisis forma parte de un trabajo más amplio, que busca identificar la manera en la que aparecen representados aspectos como la nacionalidad, la cultura, la raza, el género o la clase social en la etapa de producción-emisión de los filmes. A lo largo de los últimos diez años, se presentaron diversas producciones que parecen escapar de los roles tradicionales del cine animado, e incluso cuestionarlos. Sin embargo, observamos que, en ellas, subsisten modelos estereotipados, los cuales tienen el potencial de ser incorporados por niños y niñas, orientando su percepción acerca de lo que es socialmente válido. El caso de “Zootopia” ilustra algunos de ellos.

Palabras clave: películas animadas, estereotipos, representaciones sociales

¹ Una versión preliminar de este artículo fue presentada en el 15th International Congress of Qualitative Inquiry - University of Illinois, Urbana-Champaign, EE.UU.

Abstract

This article discusses results of an analysis on social representations that are present in the film “Zootopia” (2016). The analysis is part of a larger research work, which seeks to identify ways in which aspects such as nationality, culture, race, gender or social class are represented. During the last ten years, many animated films were featured in a way that seemed not only to escape traditional roles but also to question them. However, we notice that these movies still feature stereotyped models, potentially contributing to reinforce them in young audiences.

Key words: *animated films, stereotypes, social representations*

1- Introducción

Este artículo presenta los resultados del trabajo analítico realizado sobre la película “Zootopia” (Disney, 2016). Dicho análisis forma parte de una investigación más amplia, que procura analizar diversas representaciones sociales en películas protagonizadas por animales.

El entretenimiento constituye, siempre, una fuerza educacional (Giroux, 1999). Cuando audiencias jóvenes, carentes aún de elementos críticos, son expuestas decenas de veces a estas producciones, existe la posibilidad de que adopten determinadas maneras de ver el mundo, que incidirán luego en sus valoraciones y prácticas cotidianas. De allí la importancia de observar, con una mirada analítica, los contenidos de los productos de entretenimiento infantil, particularmente los más populares.

“Zootopia” se presenta a sí misma como una fábula que invita a reflexionar sobre los prejuicios, los estereotipos y los roles tradicionales. Situada en un mundo en el cual todos los mamíferos² han evolucionado³, y predadores y presas conviven en armonía, sin que los unos devoren a los otros para sobrevivir, la película narra la historia de Judy Hopps, una coneja que, desde niña, sueña con ser policía.

²La película no hace referencia a otras clases de animales (peces, reptiles, aves), ni al ser humano.

³ Los mamíferos de “Zootopia” están completamente humanizados: usan ropa, hablan, comercian, poseen tecnología, sistema de gobierno, etc. Su mundo es comparable, en la mayoría de los aspectos, a las sociedades occidentales actuales.

Contra todos los pronósticos de sus amigos, familiares y entrenadores, Judy completa su formación, resultando la mejor de su clase, y es asignada al precinto central de la ciudad de Zootopia, un gran centro urbano moderno y cosmopolita cohabitado por diversas especies de mamíferos. Sin embargo, Judy no tardará en comprobar que su ingreso a las filas de la ZPD (*Zootopia Police Department*, es decir, Departamento de Policía de Zootopia) responde a razones de imagen, pero que no se espera demasiado de ella, y sus superiores no están dispuestos a asignarle tareas de responsabilidad.

Finalmente, y contra la voluntad de su jefe, logra que se le asigne la investigación de una desaparición. Varios animales de Zootopia, todos ellos pertenecientes a especies tradicionalmente predatoras, se encuentran desaparecidos. Entre ellos, una nutria, caso del que se ocupa Judy. Para esto, contará con la ayuda de Nick Wilder, un zorro que se dedica a negocios ilegales, y al que ella logra persuadir mediante una treta. La relación entre ambos, tensa al principio, se transforma en una amistad a medida que la historia avanza.

Judy y Nick descubren que, en realidad, los animales desaparecidos han vuelto a su estado salvaje, y están siendo retenidos e investigados secretamente en un laboratorio fuera de la ciudad por orden del alcalde, que, siendo un león, teme que la noticia de que los predadores están volviendo a su estado natural y agresivo afecte su carrera política. La investigación acaba con el alcalde detenido, Judy premiada por su labor policial, y Nick considerando abandonar su vida delictiva para convertirse en policía. Sin embargo, las declaraciones de Judy ante la prensa, en donde señala que la razón por la cual los predadores se están volviendo salvajes puede estar en su biología, en su ADN, revela sus prejuicios, que son también los de gran parte de la sociedad de Zootopia: los predadores, en el fondo, continúan siendo temidos, y existe una visión estereotipada de muchas especies animales. Dolido y ofendido al descubrir tales prejuicios, Nick rompe su relación de amistad con Judy. Ella, por su parte, avergonzada, renuncia a formar parte del cuerpo de policía.

Finalmente, Judy descubre, de manera casual, que la razón por la que algunos predadores se volvieron salvajes es que fueron drogados para ello. Luego de disculparse y restablecer su amistad con Nick, descubren la trama de la conspiración: la vicealcaldesa de la ciudad (una oveja) planeó todo para quedarse con el gobierno de Zootopia y otorgar todo el poder a las presas, cuya población constituye el 90% de la ciudad. La historia termina con la vicealcaldesa prisionera, los predadores salvajes

retornando a su estado civilizado, y Nick integrándose a la ZPD como compañero de Judy.

2- Aspectos metodológicos

Nuestro trabajo se enmarca en el método cualitativo y en una perspectiva exploratoria. La metodología aplicada se centra en el análisis sociológico del discurso cinematográfico, partiendo de categorías provenientes de diversos marcos teóricos vinculados a la comunicación mediática (Deleyto, 2003; Dorfman & Mattelart, 2002), y detectando categorías emergentes durante el análisis e interpretación de los datos (Strauss & Corbin, 2002; Valles, 1999).

El énfasis de nuestro trabajo está en el nivel descriptivo del discurso, y particularmente en la construcción de los personajes. Cada uno de éstos se define por la atribución de unas determinadas condiciones objetivas de existencia, una construcción tipificada que en ocasiones refleja características históricamente reproducidas en la sociedad; al mismo tiempo, estas características se presentan como opuestas a las de un *otro*, también tipificado y estereotipado, lo que lo hace fácilmente identificable por la audiencia. Estos *personajes referenciales* (Hamon, 1977) están ampliamente difundidos en la cultura, lo que simplifica su reconocimiento; son construcciones compartidas, fijas, atadas a determinados roles, programas y empleos que, cuando se corresponden con los de la cultura en la que está inmerso el lector/espectador, son aprehendidas con facilidad (Hamon, 1991). La descripción de estos roles, y de las relaciones e interacciones que entre ellos se presentan, constituye el punto de partida para interpretar el universo representado en los textos analizados.

3- Análisis del filme

A pesar de ser animales, los personajes de “Zootopia” poseen sentimientos, conductas y problemáticas inherentemente humanos. Al igual que los protagonistas de otras producciones analizadas dentro de este mismo proyecto de investigación, comparten

una estructura social y una cultura, y sus preocupaciones centrales son las propias de nuestra especie (Demarchi, Contreras, Domínguez, de Tournemine, 2014).

En el caso particular de esta película, este rasgo es más marcado aún, pues sus personajes se hallan explícitamente humanizados. Como consecuencia, los habitantes de Zootopia tienen rasgos que permiten asociarlos a una nacionalidad, una clase, y desempeñan roles sociales específicos.

Una ciudad occidental del primer mundo

¿Dónde se encuentra Zootopia? Aunque en el filme no se hace referencia a ningún país en particular (y, de hecho, los animales que lo protagonizan provienen de todas partes del planeta), algunos aspectos, como el tipo de uniformes que utiliza la Policía, el hecho de que la moneda utilizada sea el dólar, la sigla “ZPD” (equiparable a “NYPD⁴” o “LAPD⁵”), referencias a equipos SWAT, entre otras, nos sitúan, al menos en términos culturales, en Estados Unidos⁶. Aunque no se aborda directamente la idea de nación, lo extranjero se hace presente en algunos momentos: en el marcado acento italiano de Mr. Big, una musaraña que lidera una organización mafiosa, y acaba colaborando con los protagonistas⁷; en el apellido del chofer de Mr. Big., un jaguar llamado “Mr. Manchas”, en español en la versión original de la película; o al final, durante la presentación de los créditos de la película, cuando la cantante y principal estrella de la ciudad, Gazelle (cuya voz fue aportada por la cantante colombiana Shakira) intercala frases en español para arengar al público⁸.

Categorías explícitas: predadores y presas

⁴New York Police Department, Departamento de Policía de New York.

⁵Los Angeles Police Department, Departamento de Policía de Los Ángeles.

⁶El hecho de que Zootopia se halle dividida en grandes distritos con características y poblaciones diferentes, su marcado carácter cosmopolita, así como el imaginario en torno a la ciudad que manifiesta Judy, permite suponer que, quizás, se trate de una referencia a New York, aunque no existen elementos que permitan afirmarlo con certeza.

⁷Cabe preguntarse, si bien no es el eje central de este trabajo, en el mensaje que la colaboración y posterior relación de amistad entre miembros de la Policía y la mafia transmite a los niños y niñas que vean la película. Aún cuando se trata de referencias o guiños para el público adulto, no se puede suponer que pase totalmente desapercibido para los espectadores infantiles.

⁸El análisis se realizó sobre la película en idioma original (inglés). Es probable que estos detalles cobren un significado diferente en versiones dobladas del filme.

La distinción entre predadores (aquellos mamíferos que, en nuestra realidad, y en un pasado lejano en el filme, se alimentaban de otros mamíferos) y presas (aquellos que, en el pasado, eran devorados por los primeros) se hace explícita desde los primeros instantes de la película. La población está dividida en dos grandes grupos, aunque eso no parece tener efectos prácticos: predadores y presas conviven en paz en la ciudad de Zootopia. Ambos desempeñan diversos roles que no están necesariamente ligados a la posición que ocupan en la naturaleza: un león puede ser alcalde, un búfalo, jefe de policía, y un leopardo, periodista. Aunque algunos animales predadores, como los zorros o las comadreja, son representados como víctimas de marginación, parece ser una cuestión excluyente de su especie, y no de todo su grupo.

Así, estas grandes categorías sólo cobran sentido cuando la conspiración de la vicealcaldesa Bellwether lleva a la población a creer que los predadores están retornando a su estado salvaje, y que eso se debe a que está en su naturaleza. El incidente desnuda un conflicto social latente: las presas aún temen a los predadores. Más que a grupos sociales en sí, estas categorías parecen representar imaginarios sociales: el eje predador-presa representa el miedo de una mayoría que se autopercibe como pacífica y civilizada, hacia una minoría a la que históricamente percibió como salvaje y agresiva y de la que considera que de un momento a otro puede atacar.

La especie como categoría

En “Zootopia”, la especie es el principal factor diferenciador entre los protagonistas. A muchas de ellas se les atribuyen características o roles que van más allá sus condiciones naturales, y reflejan aspectos de la sociedad humana. Por ello, una de nuestras primeras acciones fue intentar establecer categorías en base a ello. Sin embargo, resulta una tarea particularmente compleja, porque, en el filme, las diferentes especies no representan, necesariamente, distintas variables dentro de una misma categoría, sino que en muchos casos parecen representar diferentes categorías de condiciones objetivas de existencia.

A modo de ejemplo: todos los lemmings se muestran como ejecutivos (visten traje, trabajan en bancos), lo que puede remitir a su profesión, y también a su clase social; sin embargo, individuos de otras especies, como leones, ratones o elefantes, desempeñan profesiones variadas, visten en muchas formas distintas y no comparten rasgos que permitan identificarlos como miembros de una misma clase. Así, “lemming”

puede significar una clase social específica, mientras que “león” o “elefante” pueden significar cosas que no tienen nada que ver con la clase.

Cada especie, o al menos aquellas que muestran rasgos característicos o roles protagónicos dentro del filme, demanda, en consecuencia, su propia categorización. A continuación, desarrollaremos el análisis de dos que consideramos centrales por ser aquellas a las que pertenecen los protagonistas de la historia, Judy y Nick.

Los conejos como símbolo de la feminidad “tradicional”

Entre los conejos que habitan Zootopia y sus alrededores hay tanto machos como hembras. Sin embargo, casi todos ellos comparten rasgos que se asocian con las normas que históricamente señalaron el comportamiento social esperable para el género femenino: el rol de la reproducción y el cuidado de los hijos como eje central de su acción, la función, entre otras, de proteger la unidad familiar, y su ubicación en el polo de lo pasivo, lo emocional, lo doméstico (Martínez y Merlino, 2012).

Desde el comienzo del filme, resulta claro que, en el imaginario social de los animales que protagonizan la película, se espera de los conejos que hagan una vida tranquila y doméstica. Si bien desarrollan tareas productivas, fundamentalmente agrícolas, sus quehaceres están centrados en la vida familiar y en la reproducción: Judy tiene, al momento de iniciarse la historia, nada menos que 275 hermanos y hermanas⁹.

El único conejo macho que tiene diálogo en el filme, el padre de Judy, es presentado como un padre sensible y sobreprotector, temeroso del cambio y de asumir riesgos, que rompe en llanto cuando su hija parte rumbo a la ciudad a cumplir sus sueños.

Con sus aspiraciones de ser policía, una actividad históricamente asociada con lo masculino, la pequeña Judy, de 9 años, rompe con la conducta esperable para un conejo. Esto es motivo de preocupación para sus padres, que intentan disuadirla por todos los medios; y motivo de burla para sus coetáneos de otras especies. Lo mismo ocurrirá, más adelante, con sus entrenadores, y posteriormente con sus compañeros y superiores.

⁹Más allá del recurso humorístico de la referencia a la alta tasa reproductiva de la especie, se trata de un dato que no puede pasar desapercibido y nos permite alinear a los conejos en el eje de lo tradicionalmente femenino: otros animales tienen hijos en “Zootopia”, pero en ningún otro caso se aborda de manera tan directa y explícita la función reproductiva.

Paralelamente, entre los policías que integran la ZPD coexisten machos y hembras de diferentes especies, y, salvo por sus nombres o tono de voz, el filme no expone diferencias físicas ni conductuales entre unos y otras, ni reciben trato diferente por su género: las mujeres policía de la ZPD son rudas, hacen uso de la fuerza, y cuentan con habilidades técnicas, características históricamente atribuidas al género masculino (Martínez y Merlino, 2012).

Algunas expresiones de Nick a lo largo de la película permiten reforzar la asociación entre conejo y femenino: “You throw like a bunny” (“lanzas como un conejo”), que puede asimilarse fácilmente a la tradicional expresión “lanzas como una chica”; o “you bunnies are so emotional” (“ustedes los conejos son tan emocionales”).

Los zorros y la segregación racial

Nick Wilder, el coprotagonista y principal colaborador de Judy, es un zorro rojo que se gana la vida estafando a la gente. Su cómplice es un fennec o zorro del desierto, que aprovecha en ocasiones su apariencia y menor tamaño para hacerse pasar por un niño. Inmorales, cínicos y mentirosos son, sin embargo, los únicos zorros a los que la película atribuye tales características.

El zorro es presentado en “Zootopia” como un animal víctima de prejuicios: despreciados por animales de otras especies, discriminados y criminalizados sin evidencias.

Si bien los zorros que habitan Zootopía no presentan rasgos físicos que permitan asociarlos directamente a un grupo racial, el tipo de segregación de la que son víctimas puede remitir a la sufrida durante décadas por la población afroamericana en Estados Unidos. A modo de ejemplo, en la escena en la que Nick y Judy se conocen, un heladero se niega a brindar servicio a Nick, sin ningún argumento para ello más que el hecho de que se trata de un zorro y que la casa se reserva el derecho de admisión. La frase “there aren’t any fox ice cream joints in your part of town?” (“¿no hay heladerías para zorros en tu parte del pueblo?”) hace explícita esta división.

La idea de los zorros como símbolo de las prácticas discriminatorias de las que fueron y son víctimas los estadounidenses afroamericanos se ve reforzada por algunas otras escenas: un conductor, tras frenar porque Nick cruza de improvisado, utiliza la palabra “zorro” con una connotación ofensiva (como es el caso del término “nigger”); el

fennec cómplice de Nick escuchando hip-hop, música originada entre la población afroamericana e hispana del Bronx y Harlem; la actitud condescendiente de Judy que, tras defender a Nick, aclara: “It burns me up to see folks with such backwards attitudes toward foxes” (“Me indigna ver a personas con actitudes tan atrasadas hacia los zorros”).

Nick es un marginal, aunque atribuye su propia conducta a la discriminación sufrida desde niño: “If the world’s only gonna see a fox as shifty and untrustworthy, there’s no point in trying to be anything else” (“si el mundo sólo verá a un zorro como sospechoso e indigno de confianza, no tiene sentido tratar de ser otra cosa”).

En otras palabras: aún cuando no podemos afirmar con certeza que, en “Zootopia”, el zorro represente a los afroamericanos¹⁰, la actitud de la población hacia los zorros sí es un símbolo claro de la segregación racial, que puede abarcar también a otras minorías.

Una mujer puede ser policía, pero no cualquier mujer puede ser protagonista

Judy Hopps es una coneja que, enfrentando los prejuicios de la sociedad hacia su especie, logra romper con el rol que tradicionalmente se le asigna y ganar un lugar históricamente negado a los suyos. En función de las categorías previamente identificadas, la suya puede ser vista como la historia de la mujer que triunfa en un mundo de hombres, demostrando que las normas de género son construcciones sociales que no necesariamente reflejan una realidad ni un destino. En este sentido, “Zootopia” se presenta como un filme rupturista si se lo compara con producciones anteriores de Disney como “La Cenicienta” (1950) o “La Bella y la Bestia” (1991), en las que el triunfo de sus protagonistas femeninas se traduce en lograr un “buen matrimonio”, en ambos casos con un príncipe (Martínez y Merlino, 2012).

Sin embargo, aún cuando en el filme se enfatizan como rasgos característicos su determinación, su ingenio y su fuerza de voluntad, no son los únicos aspectos que la diferencian de los demás conejos. Judy reproduce los cánones de belleza femeninos de las heroínas tradicionales de Disney (Marín y Solís, 2017): es joven, delgada, y con rasgos faciales y corporales distintivos. Sus ojos son más grandes, sus orejas (que en

¹⁰Consideramos que no hay, en nuestro análisis, evidencias suficientes para hacer tal afirmación.

muchas escenas aparecen tiradas hacia atrás aparentando ser cabello) son más largas, es más esbelta.

Un rasgo particularmente llamativo es que, de todos los oficiales que integran la ZPD, Judy es la única que utiliza lo que parece ser un chaleco antibalas, aunque en toda la película no aparece, en ningún momento, un arma de fuego, ni siquiera en manos de la policía. Este chaleco, que sólo cubre el pecho, logra el efecto de resaltarle, aunque discretamente, el busto, diferenciándola de otros animales de Zootopia cuyas características, más allá de estar antropomorfizados, respetan mejor sus proporciones reales¹¹.

Este conjunto de características físicas hace a Judy lucir más femenina en comparación con otras conejas representadas en la película, siendo el dimorfismo sexual (esto es, la presencia de rasgos que diferencian a un género de otro) una de las características que influyen en la percepción de un individuo como atractivo (Zebrowitz y Montepare, 2008). Es habitual encontrar en las películas animadas de Disney una fuerte asociación entre la belleza física y la bondad, y, generalmente, los personajes principales son evaluados como más atractivos, físicamente, que personajes secundarios y extras (Bazzini et al, 2010). Zootopia no parece escapar a esta práctica.

Finalmente, no puede dejar de destacarse que, aún cuando para lograr su ingreso a la ZPD Judy se vale de sus propios atributos, para ser legitimada como policía (esto es, obtener el reconocimiento de sus camaradas y el derecho a ejercer plenamente su rol tal como lo hacen los demás), depende de la ayuda de Nick, de Mr. Big, de una conversación casual entre su padre y otro personaje masculino, Gideon Grey. Más aún, el único personaje de género femenino que colabora con Judy en su lucha por triunfar como oficial es la vicealcaldesa Bellwether, que resulta ser la villana de la película, y que responde a una agenda diferente.

En “Zootopía”, la oficial Hopps jamás hubiera pasado de ser vigilante de parquímetros si no fuera por sus amigos/colaboradores varones¹². No se diferencia en esto de personajes clásicos como La Cenicienta, quien “para que su sueño se realice,

¹¹También Gazelle, la estrella pop de la ciudad, posee rasgos fisonómicos que, al mismo tiempo que reflejan los cánones de belleza occidentales, la alejan de las características propias de un animal de su especie: cintura estrecha, caderas prominentes, busto que se destaca. Incluso en Zootopia, la condición de estrella o de protagonista parece demandar rasgos que no se exigen a otros personajes.

¹²“Varones” tanto en cuanto a que se los representa como animales macho, como a que no se trata de conejos, categoría que, como se estableció previamente, parece referir a los roles femeninos tradicionales.

necesita de un conjunto de personajes (en su mayoría masculinos) que deciden y hacen por ella” (Martínez y Merlino, 2012: 13).

La negación del conflicto histórico como condición para la supresión del prejuicio

Como expresamos al comienzo de este artículo, “Zootopia” se presenta como una fábula sobre el prejuicio. El final de la historia invita a reflexionar sobre las dificultades de convivir con lo diferente, y sobre la necesidad de aprender a hacerlo.

Sin embargo, en el camino hacia ese final positivo y optimista, la trama incurre en una simplificación que puede incidir notablemente en la percepción de sus jóvenes espectadores sobre el conflicto social, al menos en tres aspectos:

a) En primer lugar, la narración desestima la importancia del proceso histórico de construcción de los prejuicios y las estructuras sociales que los sustentan. La respuesta a un ayer en el que unos animales devoraban a otros es, para los personajes de “Zootopia”, la evolución. La mano mágica de la naturaleza hace su parte¹³, y predadores y presas pueden convivir en paz, porque evolucionaron. Ningún proceso de reparación es necesario, ningún acto de reconciliación: el pasado puede ser dejado atrás sin mayor trámite, y los prejuicios se convierten, de un día para el otro, en algo arcaico, en una huella inútil de una historia olvidada, sin que haya tenido lugar ninguna acción deliberada para explicitar y zanjar el conflicto esencial que genera tensión en Zootopia, y, fuera de la ficción, en muchas grandes ciudades de composición multiétnica.

b) En segundo lugar, al situar el origen del prejuicio en una realidad violenta anterior a la evolución, el filme le atribuye legitimidad: en el discurso de “Zootopia”, el prejuicio es incorrecto porque no tiene sentido en la situación *actual*, no por su naturaleza infundada.

c) En tercer lugar, en esta ficción, las minorías que hoy son estereotipadas y víctimas de sospechas y desconfianza son aquellas que, en el pasado, ocuparon posiciones

¹³ Algo similar ocurre en “El Rey León” (1994), filme analizado en instancias anteriores de este proyecto, en el que el llamado “Ciclo de la Vida” naturaliza el hecho de que animales que, en ese contexto, son conscientes y pensantes, se devoren los unos a los otros, aceptando de buen grado las presas la violencia de sus predadores (Demarchi, Martínez, Domínguez, Formigoni, Peralta, 2014). En ambas películas, es una fuerza natural, de orden superior, la que en un caso legitima la violencia, y el en otro le da fin, desentendiéndose la trama de todo el conflicto que tales situaciones generan.

dominantes y ejercieron la violencia contra las mayorías que hoy las perciben como amenaza, siendo que, en la historia de la humanidad, y particularmente en la de los Estados Unidos, donde se sitúa en términos culturales este relato animado, fueron generalmente las minorías étnicas las que resultaron víctimas de opresión, persecución o segregación.

Como señaláramos en producciones anteriores de este proyecto (Demarchi, Martínez, Domínguez, Formigoni, Peralta, 2014), Disney parece reescribir la historia de su país omitiendo en su narración los hechos más escabrosos (Giroux, 1999, cit. en Deleyto, 2003).

Esta inversión de roles entre víctimas y victimarios¹⁴ puede promover una visión sesgada de los conflictos históricos y sus correlatos actuales, bajo la lógica de que aquellos grupos que hoy son blanco de la desconfianza han hecho, en un pasado remoto o no tanto, algo para merecerlo.

4- Conclusiones

Como en otras producciones animadas (Demarchi, Martínez, Domínguez, Formigoni, Peralta, 2014), los protagonistas de Zootopía tienen su contraparte en la vida real. Los niños y niñas que ven el filme son expuestos a representaciones tipificadas de sus propios amigos, vecinos y conocidos.

En este contexto, la reflexión sobre los prejuicios a la que invita la película puede ser comprendida como un avance en comparación a otras producciones en donde lo extranjero, lo diferente, es representado como amenaza. La resolución de la trama permite desligar el comportamiento moral del origen étnico, geográfico o histórico, diferenciando el relato de otros anteriormente analizados en este proyecto, como “HappyFeet” (2006) o “El Rey León” (1994), en donde los juicios valorativos asociados a determinadas condiciones objetivas de existencia se sostienen hasta el final, legitimando la visión estereotipada del otro en lugar de cuestionarla.

¹⁴No pretendemos afirmar aquí que sea deliberada, ni tenemos evidencias que sustenten esa idea; y es razonable pensar que responde simplemente al objetivo de simplificar y hacer comprensible la narración y no a una intención específica de los autores.

Sin embargo, la persistencia de representaciones tipificadas, el imperativo de la belleza como condición para el protagonismo, la existencia de omisiones o simplificaciones que tienen el potencial de construir visiones parciales o sesgadas del conflicto social, entre otras cosas, nos llevan a afirmar que hay, aún, mucho por hacer si, como parece pretender “Zootopia”, se desea promover desde la gran pantalla una sociedad en donde las oportunidades de éxito no estén condicionadas por las diferencias de raza, clase o género.

Referencias bibliográficas

Bazzini, D., Curtin, L., Joslin, S., Regan, S. y Martz, D. (2010). Do animated Disney characters portray and promote the beauty-goodness stereotype? *Journal of Applied Social Psychology, 40*(10): 2687-2709.

Deleyto, C. (2003). *Ángeles y demonios. Representación e ideología en el cine contemporáneo de Hollywood*. Barcelona: Paidós

Dorfman, A. & Mattelart, A. (2002). *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires, Siglo 21 editores.

Demarchi, P., Contreras, S., Domínguez, L. y de Tournemine, M. (2014). "Edutainment" en acción: un análisis de las representaciones sociales en películas infantiles. *Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21, 7*(2).

Demarchi, P., Martínez, A., Domínguez, L., Peralta, H., Formigoni, D. (2014). Representaciones sociales en el cine infantil: Nacionalidad, raza, cultura y clase en “El Rey León”. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales. 63*, 1-14.

Giroux, H. (1999). *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. New York, Rowman and Littlefield Publishers, Inc.

Hamon, P. (1977). 'Para un estatuto semiológico del personaje', en: Barthes, R. et al. *Poétique du récit*, París, Seuil. Traducción Mozejko, T.

Hamon, P. (1991). *Introducción al análisis de lo descriptivo*. Edicial: Buenos Aires.

Marín, V. y Solís, C. (2017). Los valores transmitidos por las mujeres de las películas Disney. *Revista CS*, 23, 37-55.

Martínez, A. y Merlino A. (2012). Normas de género en el discurso cinematográfico: eleterno retorno del “final feliz”. *Revista Cuestiones de Género: de la igualdad y la diferencia*.7, 79-99

Strauss, A. &Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación cualitativa*. Medellín, Universidad de Antioquia.

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

Zebrowitz, L. y Montepare, J. (2008). Social Psychological Face Perception: Why Appareance Matters. *Soc Personal Psychol Compass*. 2008 May 1; 2(3): 1497-1512.

Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21

Año 11 – Número 1

Mayo 2018 – ISSN 1851-4790

Meticulosa Genialidad: Análisis de la sintaxis visual de la imagen en los largometrajes de Wes Anderson del 2007 al 2017.

Meticulous Brilliance: Image visual syntax analysis in Wes Anderson's feature films from 2007 to 2017.

Autora: María Cruz Caruso Beltrán

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

E-mail: cruzcaruso@gmail.com

Resumen

El presente artículo analiza la aplicación de la sintaxis visual de la imagen en el desarrollo de las producciones cinematográficas, principalmente aquellas dirigidas y producidas por Wes Anderson. El análisis realizado pone en evidencia la versatilidad del diseño gráfico para contribuir en una disciplina tan multidimensional como es el cine. Queda expuesto el carácter del profesional del diseño gráfico, y el papel significativo del mismo en el desarrollo de una producción cinematográfica. El profesional demuestra ser un actor analítico capaz de desarrollar aquellas actitudes de precisión en la reflexión análisis y desarrollo, mixturando sus propias técnicas y habilidades en un ámbito con el que, a priori, no es asociado directamente, pero que al abordarlo se identifican las vinculaciones y correlaciones entre uno y otro.

Palabras clave: sintaxis visual, cine, fotograma, Wes Anderson, diseño gráfico.

Abstract

The present article analyzes the application of image's visual syntax in the development of cinematographic productions and, mainly, those directed and produced by Wes Anderson.

Although the main purpose of this paper was showing and describing the relationship between graphic design and Anderson's movies, the analysis leaves in evidence the versatility of Graphic Design in contributing to a multidimensional discipline as cinema. It's exposed the graphic designer's character and its significant role in the development of cinematographic productions, being able to apply his own skills and techniques in a field to which design is not directly associated.

Key words: visual syntax, cinema, frame, Wes Anderson, graphic design.

I- Introducción

Este artículo científico presenta los resultados de un análisis conceptual y práctico llevado a cabo durante el año 2017, en el cual se investiga la aplicación del diseño gráfico en un ámbito de la comunicación artística, donde las diversas herramientas y técnicas visuales cumplen una función trascendental. Específicamente, se reflexiona acerca de la incorporación y protagonismo de dicha disciplina en el desarrollo artístico del séptimo arte: el cine.

La idea principal que circunscribe a esta perspectiva de investigación se refiere al trabajo analítico para identificar cómo un autor/director/productor del arte cinematográfico puede valerse de técnicas de la sintaxis visual de la imagen para convertir un elemento, en apariencia sencillo, en una herramienta poderosa de transmitir y comunicar ideas, sentimientos, emociones, contextos e ideologías.

En esta intervención profesional, desde la lógica investigativa, se demuestra la versatilidad e interdisciplinariedad del diseño gráfico desde su arista técnica y artística, haciendo uso de las capacidades teóricas y pragmáticas puestas al servicio del análisis, y de esta forma,

perfeccionar y agudizar la mirada del profesional de la arquitectura gráfica en la imagen artística.

Si bien existen numerosas alternativas, considerando la amplitud y combinaciones que el mundo cinematográfico permite, aquí se eligieron las producciones de Wes Anderson teniendo en cuenta su particularidad al presentar sus historias, y su convicción visual única, prestando especial atención a la configuración de la dirección de arte y a la precisión en los pequeños detalles que hacen a la filmografía. Aficionado de la simetría y el diseño, el director estadounidense se distingue entre los directores más influyentes del último tiempo, haciendo notar su impronta a través de elementos específicos y con alto contenido de diseño que se repiten en todos sus largometrajes.

Así pues, se realizó un análisis de la sintaxis visual de la imagen en los largometrajes de Wes Anderson del 2007 al 2017. En primer lugar, se examinó la intencionalidad artística y conceptual de Wes Anderson desagregado en cuatro filmografías de su autoría: *Viaje a Darjeeling*, *Fantástico Sr. Fox*, *Un reino bajo la luna* y *El Gran Hotel Budapest*. Luego, se detectó la metodología de materialización del propósito cinematográfico de la obra mediante los elementos de la sintaxis visual de la imagen utilizada por el director. Y, finalmente, se identificaron los conceptos proyectados por las filmografías anteriormente mencionadas a través de los recursos morfológicos, dinámicos, escalares y técnicas visuales aplicados a los fotogramas representativos.

II- Marco Metodológico

Teniendo en cuenta los objetivos planteados referidos al análisis sintáctico de la imagen trabajado por el director cinematográfico Wes Anderson en sus filmografías, es que el estudio planteado se basó en una perspectiva exploratoria con el propósito de trabajar estos objetos de estudio desde una mirada particular y renovadora, buscando hallar aspectos técnicos que pudieran ser descriptos y entendidos desde los propósitos cinematográficos del director hacia la materialización misma de los fotogramas que conforman sus películas.

La metodología de investigación fue de tipo cualitativa. El foco de análisis estuvo centrado en los aspectos más intrínsecos de las producciones de Anderson y no en aquellos factores concernientes a la medición, descripción o clasificación. Si bien se utilizaron determinados seguimientos, pudiendo identificar reiteraciones de determinadas pautas artísticas, estos no fueron el centro del análisis. Sí lo fueron desde lo profundo del contenido, llegando a una interpretación y buscando validar lo que en teoría el autor quiso decir y como lo "bajó" a la realidad cinematográfica a través del empleo de los elementos morfológicos, dinámicos, escalares y técnicas visuales tales como los presentados por Dondis (1976) y Villafañe (2000).

La técnica de relevamiento empleada fue el análisis de contenido ya que, según plantea Piñuel Raigada (2002), es una herramienta útil para entender y desglosar datos obtenidos utilizando una combinación de categorías. Para la confección de un instrumento apropiado, se utilizó la bibliografía de Vieytes (2004) definiendo una grilla de análisis para la cual, en base a las perspectivas teóricas de las técnicas anteriormente mencionadas, fueron construyéndose las variables, dimensiones y categorías necesarias para el anclaje de este instrumento en cada uno de los objetos de estudio: los fotogramas.

El universo de estudio fueron las filmografías dirigidas y producidas por Wes Anderson, principalmente las enmarcadas del 2007 al 2017. De este corpus de estudio se extrajeron determinadas piezas que conformaron las muestras: Viaje a Darjeeling (2007), Fantástico Sr. Fox (2009), Un reino bajo la luna (2012), y El gran hotel Budapest (2014), de las cuales se fraccionaron fotogramas, determinando así la muestra específica para llevar a cabo el estudio.

El criterio muestral para la selección fue no probabilístico intencional, es decir, que no todas las filmografías que conforman el universo de producción y dirección de Anderson tuvieron la misma probabilidad de ser elegidas, sino que fue el criterio del investigador el elemento sustancial que dio origen a la selección de acuerdo a los casos típicos que este consideró más idóneos en consistencia con los fines de indagación.

III- Análisis e interpretación de las imágenes

El análisis se estructurará en cuatro apartados, correspondiente a las películas analizadas. Se ha seleccionado un conjunto de fotogramas para ilustrar el análisis, ya que reúnen características que se repiten a lo largo de la pieza filmica. Al final de cada apartado, se hará un breve resumen del análisis realizado.

Apartado I: Viaje a Darjeeling

1. Fotograma I



En el primer fotograma elegido de Viaje a Darjeeling (2007), Anderson tiene como objetivo transmitir la contraposición de la espiritualidad, estabilidad y alegría con el desapego a lo material. Siendo lo primero aquello que aspiran encontrar los protagonistas al emprender este viaje fraternal. Con este fin se representa, por un lado, la cultura hindú y la armonía que esta irradia, y por otro, la superficialidad a través de la coordinación de diversos elementos plásticos.

2. Fotograma II



En el segundo fotograma, el propósito del director es transmitir la atmósfera dramática del segundo acto de la filmografía. Un segundo acto plagado de frivolidad, crisis, vulnerabilidad y frustración de los personajes. Para lograr dicho cometido, se articulan los elementos de la composición para representar una situación de conflicto.

3. Fotograma III



En el tercer y último fotograma de la filmografía, Anderson se propone transmitir una atmósfera en la que predomine la sensibilidad, superación y melancolía de los personajes como respuesta a todo lo vivido a lo largo del viaje espiritual. Con este fin, se representa un acto de liberación y el estado de tranquilidad calma que este trae aparejada.

4. Reflexiones en torno al film Viaje a Darjeeling

Tratándose de un relato con una gran carga emocional, no es incorrecto afirmar que en Viaje a Darjeeling (2007) la transmisión de sentimientos y emociones, así como la percepción de los mismos por parte del espectador, juegan un rol esencial. Así pues, es interesante observar el papel fundamental que cumple la sintaxis visual de la imagen para la configuración de la atmósfera emocional de cada escena. De este modo, a través del empleo de recursos claves como color, textura y dimensión, el director logra ir más allá del guión para representar la transformación espiritual de los protagonistas a lo largo de la película.

Apartado II: Fantástico Sr. Fox

1. Fotograma I



En el primer fotograma seleccionado, correspondiente a Fantástico Sr. Fox (2009), el director se propone transmitir el peligro, la adrenalina y la combinación de miedo y excitación que vive el protagonista en este acto de la filmografía. Para su resolución, se representa una situación de riesgo a través de la configuración de diversos elementos plásticos.

2. Fotograma II



En el segundo fotograma, el objetivo de Anderson es transmitir la violencia, perturbación y enfado de los personajes más crueles de la historia que ponen en peligro al protagonista, y por defecto, a los demás personajes. Para ello, se estructuran los elementos con el fin de representar una situación de destrucción.

3. Fotograma III



En el tercer y último fotograma, se representa un escenario de celebración por medio de la combinación de elementos en el plano visual. A partir de este, el director se propone

transmitir la tranquilidad, gozo y alegría del protagonista y los demás personajes al superar la situación de peligro en la que se encontraban.

4. Reflexiones sobre la película Fantástico Sr. Fox

En resumen, la sintaxis visual aplicada a Fantástico Sr. Fox (2009) cumple una función precisa, y es la de hacer parte al espectador de la aventura emprendida por sus personajes. Más precisamente por su personaje protagónico que, con su desafiante accionar y acompañado de la configuración de elementos clave como el color y el plano, logra hacer parte al espectador de la atmósfera emocional de cada situación y le permite comprender las dinámicas que determinan cómo los personajes responden a dichas situaciones.

Apartado III: Un reino bajo la luna

1. Fotograma I



En el primer fotograma elegido, correspondiente a Un Reino bajo la Luna (2012), Wes Anderson tiene como objetivo transmitir la calma, libertad y placidez que experimentan los protagonistas luego de tomar la decisión de fugarse juntos. Para su resolución, se representa una situación de escape haciendo uso de diversos elementos plásticos.

2. Fotograma II



En el presente fotograma, el director se propone transmitir la tenacidad, enfado e intrepidez del protagonista frente al escenario conflictivo proyectado en este segundo acto. Para ello, se articulan los elementos en la composición con el fin de representar una situación de confrontación.

3. Fotograma III



En el tercer y último fotograma de la filmografía, el director tiene como objetivo comunicar la resolución del problema a través de una atmosfera donde predomina la serenidad,

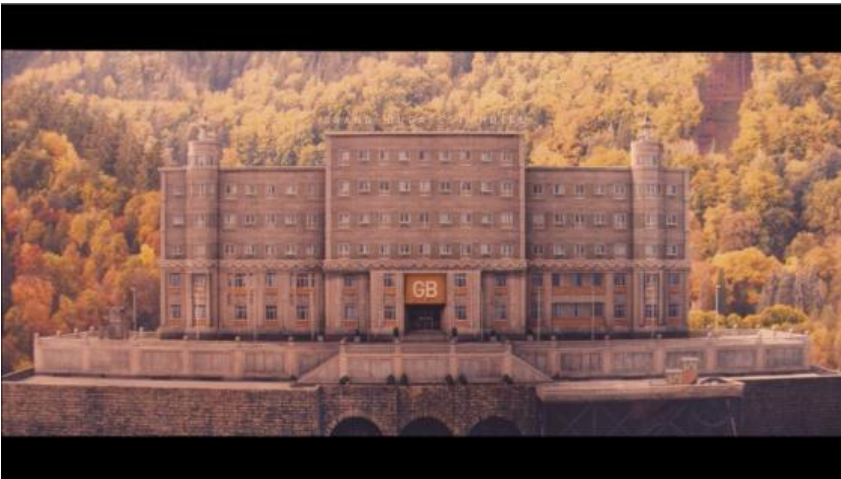
nostalgia y ternura. De este modo, se escenifica una situación de armonía por medio de la coordinación de los elementos en el plano visual.

4. Reflexiones sobre la producción *Un reino bajo la luna*

La historia presentada en *Un reino bajo la luna* (2012) gira alrededor de la huida de dos jóvenes problemáticos y enamorados. Es por esto, que la transmisión de los sentimientos vividos por los protagonistas, y la evolución de los mismos a lo largo del desarrollo de la historia, resultan esenciales para la comprensión de la filmografía. Por medio de la configuración de elementos como el color, el plano y dimensión, se sugiere el estado emocional de los personajes, siendo cada escenario un claro reflejo de los mismos.

Apartado IV: El gran hotel Budapest

1. Fotograma I



En el presente fotograma seleccionado correspondiente a *El Gran Hotel Budapest* (2014), Wes Anderson se propone transmitir la tranquilidad, quietud y uniformidad que prevalece en el hotel en la época en la cual se encuentra situada la primera parte de la filmografía. Así pues, se representa una situación de inacción a través de la configuración de los elementos plásticos en la imagen.

2. Fotograma II



En el segundo fotograma elegido, se estructuran los elementos que constituyen la pieza con el objetivo sugerir un cambio temporal en la historia y transmitir una atmosfera de conmoción. A partir de esta, el director se plantea evocar la sensibilidad, elegancia, delicadeza que representa no solo al personaje protagónico, sino también al hotel en su época de éxito.

3. Fotograma III



En el tercer y último fotograma que analizamos aquí, el director tiene como objetivo transmitir la melancolía, soledad y aflicción que invaden al personaje protagónico de la escena tras regresar al presente luego de su viaje a los recuerdos del pasado. De este modo, se escenifica una situación de remembranza por medio de la coordinación de los elementos en el plano visual.

4. Reflexiones en torno a Gran Hotel Budapest

Si hay algo que resulta evidente de Wes Anderson, es que es un director que no se vale solo del guión para transmitir sus ideas. El caso del Gran Hotel Budapest (2014) constituye un interesante ejemplo de esto, en donde el director se vale de la sintaxis visual de la imagen para obtener un nivel de significación aún más profundo. Empleando elementos como el color, el plano y el formato, Anderson logra, por un lado, evocar momentos de la historia presentes en el colectivo imaginario mundial (así como lo son la primera y segunda guerra mundial y la época de postguerra) contextualizando sutilmente al espectador. Por el otro, y mediante una clara caracterización de los personajes, expone la verdadera esencia de los personajes, siendo esto último de vital importancia para la comprensión del relato.

IV- Palabras finales

Un exhaustivo análisis de la sintaxis visual de las filmografías dirigidas y producidas por Wes Anderson (enmarcadas del 2007 al 2017), aporta un cierto entendimiento respecto al rol imprescindible que el director atribuye a los múltiples y diversos elementos morfológicos, dinámicos y escalares, así como de las técnicas visuales empleadas para la representación y transmisión de los objetivos cinematográficos planteados para cada filmografía. A través de la configuración de la sintaxis visual, el director hace hincapié en la transmisión de sentimientos y emociones, logrando así alcanzar un nivel de mayor significación y alcance de aquel presentado en el guión. Algunos son elementos primarios (de los cuales Anderson se vale para la configuración de la imagen), y otros los que utiliza de forma secundaria a modo de soporte.

Color

La importancia del tratamiento del color radica, principalmente, en el indispensable rol que desempeña como transmisor de sentimientos y emociones. Anderson lleva a cabo un tratamiento tal del matiz, que permite crear ambientaciones cálidas o frías situando al espectador en la atmósfera emocional de la escena, comunicando, a su vez, el estado sentimental de los personajes presentes en ella. En la mayoría de los casos, se definió una gama cromática específica que prevalece en toda la filmografía. En este punto, cabe acentuar que para lograr las transiciones de una ambientación cálida a fría y viceversa, resulta imprescindible la configuración del brillo y saturación.

En aquellas piezas en donde se advierte una ambientación cálida, se representan escenarios armónicos, alegres y afectivos. Esto se logra mediante el empleo de colores en la gama del amarillo, naranja, rosa, rojo y en algunas ocasiones, gamas pastel, que se perciben con una luminosidad y saturación alta. Por el contrario, en los casos donde la ambientación es más fría, se crean atmósferas tenues y oscuras que se traducen en piezas de carácter dramático, nostálgico y/o emocional. Para ello, se emplean algunos matices como cyan, azul y gris, así como también la configuración de una intensidad y luminosidad baja.

Constituye un claro ejemplo del uso del tratamiento del color para la transmisión de emociones el caso de *Un reino bajo la luna* (2012). En el primer fotograma de este film se advierte el empleo de una gama cromática cálida donde predominan el amarillo y el naranja, que se traduce en una ambientación armónica y pacífica. Por el contrario, en el segundo fotograma se percibe un tratamiento frío de la imagen que transmite una atmósfera oscura y amenazadora a partir de la configuración de una intensidad y luminosidad baja, y una combinación de los matices con una gama grisácea.

Plano

La configuración del plano se destaca especialmente debido a su tarea de atribuir a la pieza una caracterización descriptiva. En este punto, se realiza una distinción por tipo de plano con la intención de elegir el correcto para el cumplimiento del objetivo cinematográfico del autor.

Los planos generales y medios generan una contextualización de la situación presente en la escena, facilitando al espectador una amplia visión de la misma. En estos casos, los fotogramas se advierten con una claridad visual y nivel de detalle preciso para lograr introducir al espectador en la trama. Tal es el caso del tercer fotograma de *Viaje a Darjeeling* (2007), en el que, a través de un plano general, se percibe una predominancia del entorno sobre el sujeto que permite una detallada contextualización de la escena. Esta configuración facilita una sencilla interpretación del acto de liberación llevado a cabo por los protagonistas en dicho momento.

Mediante el empleo de primeros planos es posible focalizar la atención del espectador en un elemento único o en un personaje particular, atribuyendo al mismo un nivel de detalle que lleva a la sugestión de una emoción o sentimiento, o simplemente a una pronta interpretación de la situación. Cabe destacar que, en estos casos, el entorno se advierte simple y escueto con el objetivo de no quitar protagonismo al elemento que se quiere acentuar. El segundo fotograma de *El Gran Hotel Budapest* (2014) es un claro ejemplo de esto. En el film, el plano atribuye protagonismo al personaje principal, permitiendo una caracterización del mismo que se traduce en una lectura clara de su aspecto físico y de su estado emocional melancólico.

Peso Visual

En la obra de Anderson se destaca el carácter fundamental de uno de los subelementos de la dimensión, el peso visual. A partir de una distinción precisa entre piezas equilibradas e inestables, se logra el entendimiento de la situación presentada en el fotograma. Por un lado, la distribución proporcional de los elementos en el plano genera una estabilidad visual. Esta permite representar aquellas situaciones de carácter positivo o que despiertan un sentimiento optimista en el espectador como, por ejemplo, una situación de celebración, armonía o liberación, o por el contrario, una situación de inacción o monotonía, donde la estabilidad transmite la falta de dinamismo y movimiento en la escena. Concretamente, en el primer fotograma de *Un reino bajo la luna* (2012), la distribución equilibrada de los elementos en el plano se traduce en una armonía compositiva que sugiere el estado de serenidad y calma de los personajes.

A su vez, y mediante una distribución desigual de los elementos compositivos, se logra representar situaciones de carácter complejo (como las de confrontación, conflicto, riesgo o inestabilidad emocional), traduciéndolas en piezas dinámicas e inestables que generan expectativa y despiertan el interés del espectador. En este punto, cabe destacar que el desequilibrio también sirve para acentuar algunos elementos sobre el resto ya que, al entrar en conflicto con la armonía de la pieza, se distingue de los demás. Aquí se puede mencionar al segundo fotograma de *Viaje a Darjeeling* (2007), en donde la atribución de un mayor peso visual del lado derecho del eje central de la pieza, no solo genera curiosidad a través de la interrupción de la estabilidad, sino que también otorga protagonismo a los personajes ubicados de dicho lado.

Con respecto a aquellos elementos plásticos que se presentan como un apoyo a la hora de lograr la transmisión de los objetivos cinematográficos, se destacan la textura, ritmo, tensión, jerarquización, profundidad y técnicas visuales.

Textura

La textura generalmente se encuentra ligada con el color, y cumple la función de añadir un carácter descriptivo al elemento en cuestión. De este modo, atribuye una nueva significación al elemento que sirve para facilitar la interpretación de la pieza. Cabe destacar que, al estar ligada a otros elementos, su objetivo es variable. En algunos casos, sirve para contextualizar o facilitar al espectador una rápida interpretación de la pieza. En otros, ayuda a la sugestión de ideas o transmisión de emociones y sentimientos. Tal es el caso del segundo fotograma representativo de *Fantástico Sr. Fox* (2009), en el cual la textura atribuye al cielo un carácter intenso y turbado. De este modo, se logra crear una ambientación provocativa que transmite de manera sutil la furia y enojo de los personajes en la escena, así como también, despierta un sentimiento de expectativa e intranquilidad en el espectador.

Ritmo y tensión

A pesar de ser elementos plásticos completamente distintos, el ritmo y la tensión cumplen una misma función: dinamizar las composiciones. Por un lado, a través de la repetición

sistemática de elementos, el ritmo añade vivacidad a la pieza despertando el interés del espectador y recreando atmósferas inquietantes.

Por ejemplo, en el primer fotograma de *Fantástico Sr. Fox* (2009), el empleo de un ritmo evidente en la reja dispuesta en el plano principal, logra focalizar la atención del espectador a través de un contexto de inseguridad. Por otro lado, la tensión se encuentra relacionada en gran medida con la dimensión, ya que, a través del empleo de recursos como la proporción y orientación, se otorga dinamismo a la pieza a través de la ruptura del equilibrio de la misma. Esta buscará crear atmósferas provocativas que transmitan incertidumbre. Tal es el caso del segundo fotograma de *Fantástico Sr. Fox* (2009), en el que se distingue un elemento del lado izquierdo del eje central, que llama la atención por su tamaño y ubicación en el plano, rompiendo con la armonía visual de la imagen por medio de un contexto amenazante.

Jerarquización y profundidad

Los dos sub elementos restantes de la dimensión, jerarquización y profundidad, se encuentran vinculados a la elección del tipo de plano. Primero, se utiliza la jerarquización para lograr acentuar un elemento o sujeto sobre el resto, atribuyendo al mismo una mayor importancia en el orden de lectura de la pieza. Consecuentemente, se favorece a una rápida focalización del espectador en el elemento pretendido logrando así la transmisión del objetivo cinematográfico del fotograma que podrá estar relacionado con la transmisión de sentimientos y emociones o a la rápida interpretación de la situación presente en la escena. Por ejemplo, en el primer fotograma representativo de *El Gran Hotel Budapest* (2014), se acentúa el elemento situado en el plano posterior, fomentando así, una observación detallada del mismo y un análisis acertado de la escena. En segundo lugar, la profundidad otorga a la pieza un carácter descriptivo, ya que amplía la visibilidad del fotograma. De esta forma, favorece a una contextualización y pronto entendimiento de la situación por parte del espectador. El ejemplo más representativo en este punto es el tercer fotograma de *Viaje a Darjeeling* (2007), ya que a través del empleo de un punto de fuga, se crea cierta perspectiva en la escena añadiendo un nivel de detalle superior.

Técnicas Visuales

Por último, las técnicas visuales presentadas por Dondis (1976), contribuyen al claro entendimiento de los objetivos cinematográficos planteados para cada elemento plástico. Entre las técnicas más empleadas en los fotogramas representativos elegidos, destacan: el equilibrio o desequilibrio, la simetría, el acento, la economía o profusión, y la profundidad. Uno de los ejemplos representativos del empleo de este recurso, se advierte en el tercer fotograma de *El Gran Hotel Budapest* (2014), en donde la estabilidad visual de la pieza se encuentra respaldada por el empleo de la simetría en un plano anterior logrando una ordenación visual homogénea y remarcando la sugestión de quietud, pasividad y uniformidad que intenta comunicar dicho fotograma.

Si algo podemos afirmar luego de los análisis realizados durante el desarrollo de este trabajo final es el hecho de que el meticuloso carácter de Anderson tiene un único y preponderante objetivo: despertar sentimientos y emociones en el espectador. Las filmografías de Anderson, no son aquellas donde el guión y las actuaciones sirven de eje, sino al contrario, estos dos refuerzan un universo visual. Son tan sólo partes de este entramado de técnicas destinadas a conectar de la forma más profunda con aquel que se encuentra del otro lado de la pantalla.

Anderson no es el primero, ni será el último en plantearse a sí mismo como objetivo el lograr una conexión con aquellos que se topan con alguna de sus obras. De las conclusiones arribadas con este proyecto queda claramente en evidencia que el tratamiento de la imagen y la configuración de los elementos en el plano asumen un rol esencial. Lo que tal vez no fue mencionado de forma explícita, pero no por eso menos evidente y fundamental, es el rol esencial que desempeña el diseñador gráfico. Todos los artistas buscan transmitir algo, conectar, dejar una impronta significativa en el otro, pocos lo logran, pero ninguno como Wes Anderson. ¿Cuál es su secreto? Desde nuestra perspectiva, la importancia que atribuye a la configuración de la imagen. Entra aquí de forma incuestionable el carácter multifacético del diseñador y el primordial rol que adquiere a la hora de determinar los recursos a utilizar para transmitir el objetivo deseado.

Haciendo uso de los elementos compositivos de una filmografía y trabajando conjuntamente con otras áreas, el diseñador se vale de la sintaxis visual para añadir un nivel de significación mayor a aquel presentado en primera instancia. De este modo, logra

traducir y comunicar la intencionalidad del director en cada film, favoreciendo una clara interpretación por parte de la audiencia. El diseñador es aquel nexo insustituible que permite, no sólo conectar con una historia, sino también conectar con la esencia de la película y con el artífice de la misma.

No podemos estar más que agradecidos, con Wes Anderson, debido a que en su cruzada contra la superficialidad y monotonía del cine, otorgó al diseñador gráfico un rol elemental que hizo de sus películas éxitos indiscutibles. Y con el diseñador gráfico, debido a que gracias a su intervención tuvimos total acceso a las ideas y al sentir de una de las más talentosas mentes de nuestros tiempos. Total acceso a Wes Anderson.

Bibliografía

DONDIS, D. (1976). *La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

PIÑUEL RAIGADA, J. (2002). *Epistemología, metodología, y técnicas de análisis de contenido*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

VIEYTES, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires, Argentina: Ed. de las Ciencias.

VILLAFANE, J. (2000). *Introducción a la teoría de la imagen*. España: Ediciones Pirámide.

Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21

Año 11 – Número 1

Mayo 2018 – ISSN 1851-4790

**El modelo extractivo de agricultura y sus consecuencias socio-ambientales
en Argentina**

*The extractive model of agriculture and its socio-environmental consequences
in Argentina*

Autora invitada: Mgtr. Erika Judith Barzola – CIECS-CONICET-UNC, Universidad Siglo 21.

E-mail: erijbarzola@hotmail.com

Resumen

En Argentina, como en muchos países de América Latina, existe un apoyo estatal a las actividades extractivas ya que los gobernantes consideran que en la actual coyuntura internacional, donde los *commodities* tienen un elevado precio de mercado, las actividades extractivas son la única vía hacia el progreso y el desarrollo de la región. Este artículo hace referencia a esta problemática, asociada con las consecuencias socio-ambientales derivadas de esta, y presenta algunos aspectos claves para comprender el fenómeno de la *sojización*.

Palabras clave: *sojización*, extractivismo, consecuencias socio-ambientales

Abstract

In Argentina, as in many Latin American countries, the government supports extractive activities since considers that, in the current international situation, where commodities have a high market price, extractive activities are the only way to progress and development of the region. This article refers to this issue, associated with the socio-environmental consequences derived from it, and presents some key aspects to understand the phenomenon of "sojización".

Key words: *"sojización"*, extractivism, socio-environmental consequences

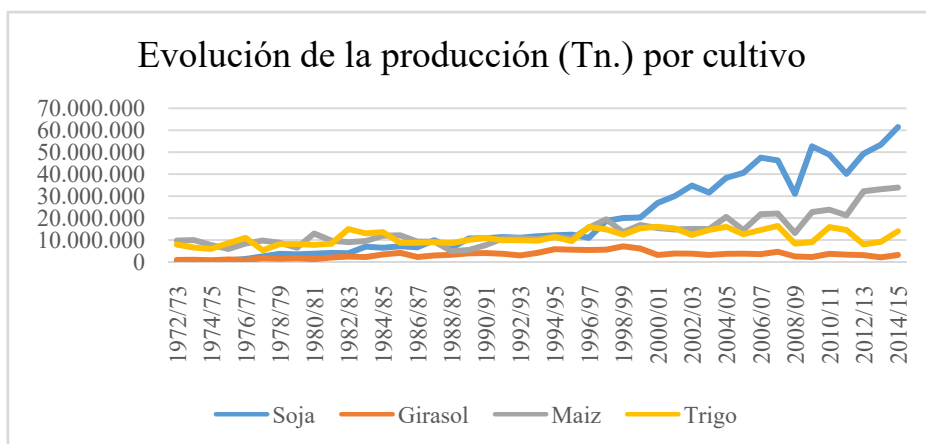
A modo de introducción a los problemas socio-ambientales actuales: la sojización

A mediados de la década de los '60 se introduce en Argentina el cultivo experimental de soja no transgénica, abarcando una superficie aproximada de 20 mil hectáreas. Diez años más tarde, dicha producción se había incrementado en un 375% (Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012). Para ese entonces se dejó de alternar la producción agrícola con la ganadera y se abrió paso a una “agriculturización” sustentada principalmente en el cultivo de soja y en el paquete tecnológico que la acompañaba (Teubal, 2006).

La producción de soja siguió en aumento, viéndose favorecida por los altos precios internacionales y la demanda creciente por parte de países europeos y asiáticos. Sumado a esto, el decreto de Desregulación del año 1991 implicó que el sector se transformara rápidamente en uno de los menos regulados a nivel mundial, lo que impactó considerablemente sobre la variabilidad de la actividad, los precios de los insumos, la capacidad de acceder a créditos, y la rentabilidad general que se tradujo en mejores condiciones de vida para los grupos minoritarios de mayor poder adquisitivo (Teubal, 2006).

La tendencia iniciada en los '60 se terminó de consolidar en 1996 cuando la secretaría de Agricultura y la Comisión Nacional Asesora de Bioseguridad Agropecuaria autorizaron la introducción y utilización de la soja transgénica, comercialmente llamada *Roundup Ready*, junto con el paquete tecnológico necesario para su producción. Con el devenir de los años el uso de este paquete tecnológico se hizo extensivo y se generó lo que algunos autores (Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012; Giarraca & Teubal, 2013) denominan “sojización”, es decir, la expansión del cultivo de soja en toda la región pampeana y extra pampeana.

Gráfico1: Evolución de la producción (Tn.) por cultivo. (Fuente: SIIA - http://www.sii.gov.ar/sst_pcias/estima/estima.php)

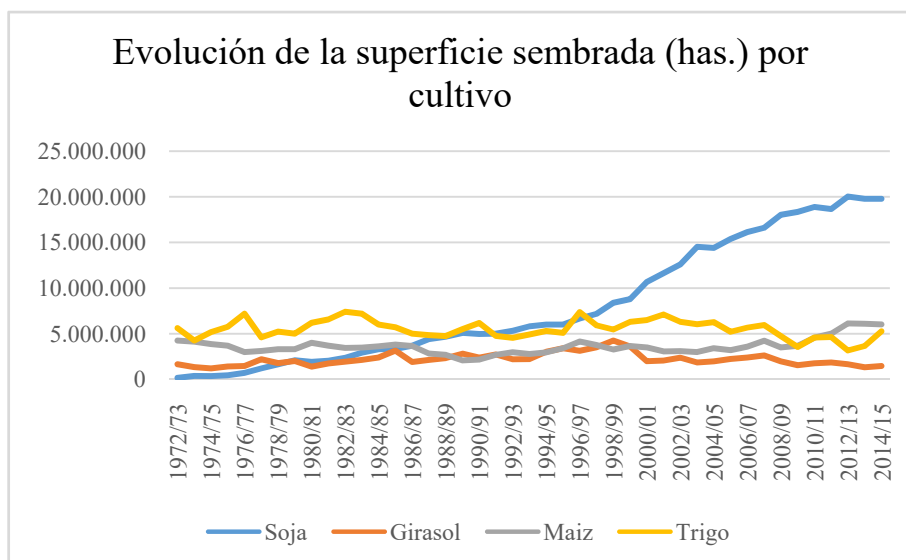


La sojización: un modelo extractivista

Para comprender el fenómeno de la sojización en Argentina basta con señalar que, actualmente, de las 39 millones de hectáreas cultivables con las que cuenta el país, el 50% se destina al cultivo de soja transgénica. Desde la década de los '90 la producción de soja transgénica se incrementó en un 574% (ver gráfico 1) y la superficie sembrada con este cultivo aumentó un 388%, pasando de 5 millones de hectáreas a inicios de los '90 a más de 19 millones en la campaña 2014/15 (ver gráfico 2). La provincia de Buenos Aires aumentó un 460% la superficie sembrada con soja, Córdoba incrementó un 331% y Santa Fe un 133%. En lo que respecta a las provincias del área extra pampeana, los incrementos fueron desproporcionados: en Chaco aumentó el 430%, en Entre Ríos el incremento fue del 1270% y en Corrientes las hectáreas con soja aumentaron 10.000% (Aranda, 2016).

Este fenómeno de sojización genera una gran concentración de la tierra. Por ejemplo, en el caso Argentino se observa que, entre los años '88 y '02 desaparecieron un total de 81% de pequeños y medianos productores (menos de 200 has.) en las provincias de Córdoba, Santa Fe y Buenos Aires. Esto implica que grandes *pooles* de siembra controlen las distintas áreas del negocio, concentrándose el 54% de la producción nacional sólo en un 6% de productores (Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012), transformando la actividad agrícola-industrial en un “agronegocio”. Entendemos que el agronegocio es un modelo extractivo de acumulación por desposesión (Harvey, 2004) que basa su actividad económica en la explotación de los bienes comunes que, sin ningún tipo de procesamiento o muy poco, son comercializados en el mercado mundial.

Gráfico2: Evolución de la superficie de siembra (Has.) por cultivo. (Fuente: SIIA - http://www.sii.gov.ar/sst_pcias/estima/estima.php)



En Argentina, como en muchos países de América Latina existe un apoyo estatal a las actividades extractivas ya que los gobernantes consideran que en la actual coyuntura internacional, donde los *commodities* tienen un elevado precio de mercado, las actividades extractivas son la única vía hacia el progreso y el desarrollo de la región (Svampa, 2008). En consecuencia, las políticas públicas que ampliaron y consolidaron esta matriz productiva contribuyeron a profundizar un modelo de desarrollo basado en la explotación de los bienes comunes como mercancía, que no internaliza los costos socio-ambientales que la propia actividad supone y que en la actualidad es uno de los principales responsables de la crisis socio-ambiental por la que atraviesa el país.



Gráfico3: Pérdida de la superficie boscosa.
(Fuente:http://www.globalforestwatch.org/map/5/-30.82/-60.28/ALL/grayscale/loss.forestgain?tab=analysis-tab&begin=2001-01-01&end=2015-01-01&threshold=30&dont_analyze=true)

Las consecuencias del extractivismo sojero en la Argentina actual

Los defensores del modelo de extractivista sojero, insisten en los beneficios que éste ha traído y continúa trayendo para el país, sin advertir con claridad las consecuencias que éste conlleva, tales como: deforestación acelerada, erosión de los suelos, contaminación del aire, agua y suelos, pérdida de biodiversidad, concentración de la tierra, y condicionamientos en los patrones de migración rural/urbana (Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012).

En relación a la deforestación, el avance de la soja generó el desmonte de grandes superficies de bosque nativo principalmente en áreas de baja pendiente y suficientes precipitaciones anuales. El Banco Mundial (2016) señala que entre los años 2001 y 2014 Argentina perdió más del 12% de sus zonas forestales, lo que equivale a un campo de fútbol por minuto, y lo que llevó a colocar al país en el puesto 9 en la escala de pérdida forestal mundial. En el gráfico 3 se puede observar que la deforestación se concentró en el norte del país (93%), lo que coincide con las regiones extra pampeanas hacia las que se extendió la franja sojera.

Los desmontes no sólo traen aparejada la pérdida de biodiversidad y suelo, sino que además impactan en la forma de vida de las poblaciones rurales y pueblos originarios que habitan esas zonas, ya que con los bosques desaparecen los servicios ecosistémicos que estos proveen y que redundan en beneficios continuos, gratuitos e insustituibles para las poblaciones humanas. Además, estas comunidades se ven permanentemente acorraladas por los grandes capitales que las obliga a desplazarse de sus tierras (Teubal, 2006). Por ejemplo, la comunidad guaycurú Iaku Cachi de Bajo Hondo, Santiago del Estero y la comunidad Qom Potae Napocna Navogoh (La Primavera), en la provincia de Formosa vienen resistiendo diversos amedrentamientos en pos de conservar las tierras sobre las que poseen una propiedad ancestral.

Esta situación conlleva dos consecuencias: por un lado la expulsión de una parte importante de la población rural hacia los centros urbanos al no poder subsistir dentro de un modelo altamente tecnificado y capitalizado, con la consecuente generación de altos índices de desocupación y pobreza (Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012). Por otro lado, la demanda de menos mano de obra (entre un 28 y 37%) para producir cultivos tradicionales, que se han visto desplazados (Teubal, 2006; Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012), con la consiguiente pérdida de empleo y el desplazamiento de los desocupados a las zonas periféricas de las grandes ciudades en busca de mejores condiciones de vida. Esto transforma a la agricultura local en una “agricultura sin agricultores” (Giarraca & Teubal, 2013).

Otro de los problemas que se vinculan con la expansión de la “sojización” es el incremento en el uso de glifosato. Desde el año 1993 al 2016 el uso de insecticidas y herbicidas aumentaron en un 563% y 1111%, respectivamente, contaminando el suelo y el agua. En relación a la contaminación de la tierra, hay estudios que han demostrado que existen suelos que solamente liberan entre el 15 y el 35% de del glifosato (Carrasco, Sánchez, & Tamagno, 2012), filtrando los excedentes a las napas subterráneas de agua, las que son usadas por muchos poblados de zonas rurales para el consumo cotidiano ya que carecen de los servicios de agua potable en red. Sumado a la contaminación de las napas subterráneas, en 2017 se

dio a conocer los resultados de una investigación llevada a cabo por científicos de CONICET, en donde se pone en evidencia la contaminación de los ríos Paraguay y Paraná (la segunda cuenca más importante en Sudamérica luego de la Amazónica), detectándose elevados niveles de glifosato y endosulfán (prohibido en Argentina en 2013 por ser altamente peligroso), superando los límites establecidos para la protección de la vida acuática.

Estos problemas de contaminación repercuten en la salud humana. En 2016 la Organización Mundial de la Salud (OMS) alertó que el glifosato “puede” ser potencialmente cancerígeno. No obstante, hasta ese entonces la OMS lo había categorizado como producto de clase III (poco peligroso) basándose en los estudios de toxicidad conocidos como la Dosis Letal (DL) 50. La DL 50 está relacionada exclusivamente con la toxicidad aguda de los plaguicidas, no con la toxicidad crónica, es decir la que se debe a pequeñas exposiciones diarias a través de un largo período de tiempo. Esta toxicidad crónica es, la que según diferentes estudios, repercute fuertemente en las poblaciones humanas. Por ejemplo, en 2009 el Dr. Andrés Carrasco, investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) hacía públicos los resultados de más de 30 años de trabajo poniendo en evidencia los efectos cancerígenos del glifosato. Frente a esta problemática cada vez más creciente y notoria, en el año 2010 surge la Red de Médicos de Pueblos Fumigados, que desde entonces viene desarrollando un trabajo activo, de investigación y denuncia, en torno a las consecuencias de las pulverizaciones para las poblaciones rurales.

Sumado a lo dicho, otra de las consecuencias que se asocia a la sojización son las inundaciones, las que en Argentina representan el 60% de los desastres naturales. Esto se encuentra estrechamente vinculado a las modificaciones en el uso de los suelos ya que, por ejemplo, el bosque nativo tiene una capacidad de absorción de 300 milímetros de agua en la primera hora de lluvia, en tanto que un campo con soja solo absorbe 30 milímetros en la primera hora. A esto hay que sumarle que, según una investigación llevada a cabo por científicos del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), existe una estrecha relación entre el modelo agrícola sojero y el acercamiento de las napas freáticas. Esto explica porque en los últimos años tanto las provincias de la región pampeana y extra pampeana se han visto afectadas por aludes, inundaciones ribereñas o inundaciones en zonas agrícola.

A modo de conclusión: Los límites del modelo extractivista sojero

Las consecuencias señaladas no hacen más que evidenciar los límites propios del modelo extractivista sojero. En primer lugar, el extractivismo está minando los límites políticos al colocar al Estado en la permanente disyuntiva entre el desarrollo y la sustentabilidad socio-ambiental. En segundo lugar, se socaba el límite económico mediante la reprimarización de la agricultura, la dependencia de la economía nacional a los precios internacionales de los *commodities* y la destrucción de las economías locales. En tercer lugar, se está forzando el límite ambiental mediante el agotamiento de los bienes comunes, la pérdida de los servicios ecosistémicos y la contaminación del agua, el suelo y el aire. Por último, el modelo extractivista ha alcanzado su límite social evidenciado en las migraciones rurales-urbanas, la pérdida de empleo en los sectores agrícolas, los desplazamientos y persecuciones por la tierra, el incremento de afecciones en la salud comunitaria, las continuas y numerosas resistencias sociales y la pérdida de legitimidad del modelo.

Referencias

- Aranda, D., 2016. Siembra Soja, Cosecha Inundación. Territorios (Abril). Disponible en: <http://www.darioaranda.com.ar/>: <http://www.darioaranda.com.ar/2016/04/siembra-soja-cosecha-inundacion/>, consultado el 04 de febrero de 2017
- Banco Mundial, 2016. *Análisis Ambiental de País: Argentina*. Oficina Regional de América Latina y el Caribe: BM.
- Carrasco, A. E., Sánchez, N. E., & Tamagno, L. E., 2012. *Modelo Agrícola e Impacto Socio-Ambiental en Argentina: Monocultivo y Agronegocios*. Argentina: AUGM Asociación de Universidades Grupo Montevideo & UNLP.
- Giarraca, N., & Teubal, M., 2013. *Actividades Extractivas en Expansión ¿Reprimarización de la economía Argentina?* Argentina: Antropofagia.
- Harvey, D., 2004. The New Imperialism: Accumulation by Despossession. *The Socialist Register*, 63-87.
- Svampa, M., 2008. La ecología como zona de debate. *Revista Ñ* (Agosto). Disponible en: <http://maristellasvampa.net/blog/?p=78>, consultado el 04 de febrero de 2017
- Teubal, M., 2006. Expansión del modelo sojero en la Argentina. De la producción de alimentos a los commodities. *Realidad Económica*, 71-96.

Fuentes de consulta

- Incendios forestales: <http://www.unciencia.unc.edu.ar/2015/septiembre/en-14-anhos-los-incendios-afectaron-657-mil-hectareas-de-las-sierras-cordobesas>
- Red de Médicos de Pueblos Fumigados: <http://reduas.com.ar/objetivos/>
- Contaminación de las cuencas hídricas: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10661-017-5773-1>
- Ascenso de napas en la región pampeana: http://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta_napas_mjz_13.pdf

GUERRILLA GIRLS

Autora: Josefina Pierucci

Carrera: Lic. en Diseño gráfico

Resumen

Este trabajo es resultado de una investigación cuyo objetivo fue analizar la forma en la que el grupo activista Guerrilla Girls comunicó y representó sus ideologías a través de piezas gráficas, creadas en Estados Unidos, desde el surgimiento del grupo en el año 1985 hasta la actualidad. Este estudio toma como eje el trabajo de las Guerrilla Girls, por el modo en que sus producciones revolucionaron las formas de acción del movimiento feminista.

Se tienen en cuenta los elementos visuales que son usados para traducir al lenguaje gráfico las teorías del feminismo, la influencia de las vanguardias y la guerrilla de la comunicación; cuyos significados son interpretados a través de la semiótica.

El desarrollo de este trabajo arroja conclusiones sobre la diferencia que puede llegar a tener el uso del diseño gráfico y las estrategias de publicidad como el humor y la ironía, sobre la capacidad de comunicación y llegada al público de ciertos valores promotores de un cambio sociocultural.

Palabras clave: feminismo, Guerrilla Girls, activismo, diseño gráfico, arte visual, guerrilla de la comunicación.

Abstract

This research project investigates the way in which the activist group Guerrilla Girls has communicated and represented their ideologies through graphic pieces that they created in the United States since their beginning in 1985. This study analyzes the work of the Guerrilla Girls and analyzes how their productions revolutionized the forms of action of feminism.

The visual elements used to translate the theories of feminism, the influence of the avant-gardes and the communication guerrilla, are considered in this work and interpreted through semiotics.

This investigation draws conclusions about the difference of uses of graphic design and advertising strategies, such as humor and irony. Those are ways to communicate and reach the public with certain values that promote socio-cultural change.

Key words: feminism, Guerrilla Girls, activism, graphic design, visual art, communication guerrilla.

I- Introducción

A partir del trabajo de investigación del cual es producto este artículo, se aspira a identificar cómo la disciplina del diseño gráfico puede ayudar a cumplir con objetivos sociales y a comunicar valores, haciendo un aporte positivo a la sociedad. Se busca establecer la conexión del diseño con la capacidad de generar cambios en el entorno en el que se desarrolla, enfrentando a los diseñadores con la posibilidad de lograr un cambio social.

Buscando cómo materializar esta relación, este trabajo orienta su estudio a un grupo de activistas feministas y antirracistas, defensoras de la igualdad, llamado Guerrilla Girls. Este grupo compuesto por artistas que comenzó en Nueva York, para luego expandirse por Europa y Latinoamérica, se caracteriza por el impacto causado por sus mensajes visuales, que provocan e inquietan al público con la combinación de elementos gráficos y lingüísticos.

Estos elementos son analizados desde las teorías de la Guerrilla de la Comunicación, la semiótica, la imagen y sus elementos, teniendo en cuenta el contexto social en cuanto a la situación del feminismo, el arte y el activismo político en Estados Unidos y Europa.

Mediante el análisis de las piezas gráficas realizadas por el grupo, se busca deducir cómo los elementos visuales pueden ser el lenguaje que transmite una ideología. Para abordar este tema nos preguntamos ¿Qué representaciones visuales fueron usadas por las Guerrilla Girls a lo largo de su historia para transmitir su ideología y comunicar el cambio sociocultural que pretendían?

¿Cómo están construidas esas representaciones? ¿Cuál es la carga significativa de estos elementos de construcción visual e ideológica?

El objetivo general que se plantea es analizar cómo la ideología promovida por el grupo activista Guerrilla Girls ha sido comunicada y representada a través de las piezas gráficas creadas por el grupo en Estados Unidos desde su surgimiento en el año 1985 hasta la actualidad. Mientras que los específicos apuntan a analizar la identidad del grupo Guerrilla Girls y las piezas gráficas desarrolladas por el mismo, teniendo en cuenta el contexto en el cual fueron desarrolladas, identificar los métodos y técnicas de la Guerrilla de la Comunicación y de los indicios de vanguardias artísticas del siglo veinte utilizados por las Guerrilla Girls, y describir los objetivos buscados por este grupo, y como fueron traducidos al lenguaje gráfico describiendo los elementos visuales utilizados en cada pieza.

II- Marco metodológico

Para llevar a cabo esta investigación se utilizó el tipo de investigación *exploratoria*, con una metodología *cualitativa*. La investigación *cualitativa* toma los discursos para luego interpretarlos y analizar las relaciones de significado en determinada cultura, ideología o contexto (Clemente Díaz, 1992).

Para el relevamiento y análisis de datos se utilizó la técnica de *análisis de contenido*, de forma cualitativa. Esta técnica surge para la descripción objetiva, sistemática y cualitativa del contenido de la comunicación (Berelson, 1942 en Clemente Díaz, 1992).

Se trata de tomar un determinado contenido, en este caso, el contenido gráfico producido por el grupo activista Guerrilla Girls a partir de 1985, y realizar un análisis, utilizando una *grilla de análisis* en función de ciertas categorías previamente determinadas. Para llevar a cabo el *recorte del corpus* se seleccionaron las piezas significativas por el alcance y visibilidad obtenidos y por la pertinencia en la evolución de la identidad del grupo, y las consideradas de mayor riqueza para el diseño gráfico de acuerdo a su contenido visual. Las piezas no están agrupadas cronológicamente sino por temática, ya que se considera la pertinencia y correlación de las obras elegidas con el resto de las de su grupo.

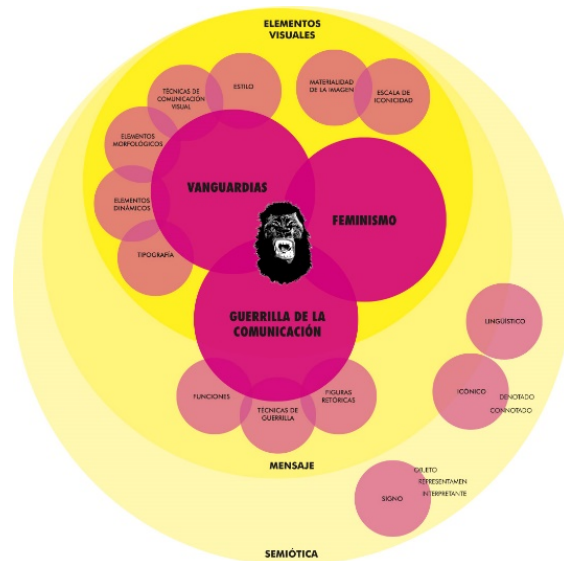
En el grupo de las Guerrilla Girls contra los museos, se seleccionan piezas relacionadas con el origen del uso de elementos icónicos y piezas que presentan mayor cantidad de recursos de diseño y publicidad aplicados a su comunicación, para enriquecer el análisis observando los

pasos de lo simple a lo complejo tanto en composición como en significado. En el grupo de las Guerrilla Girls contra Hollywood, se seleccionan las piezas que, con complejidad de elementos, llegaron a tener mayor visibilidad por su uso en vallas publicitarias.

Finalmente, en el grupo las Guerrilla Girls contra el gobierno, se sigue un criterio similar al primer grupo, donde se toman dos piezas creadas en los primeros años del grupo, con un nivel de complejidad semiótica y de composición avanzada, para luego compararlas con una pieza más reciente.

Categorías de análisis (ver gráfico)

Fuente: Producción propia.



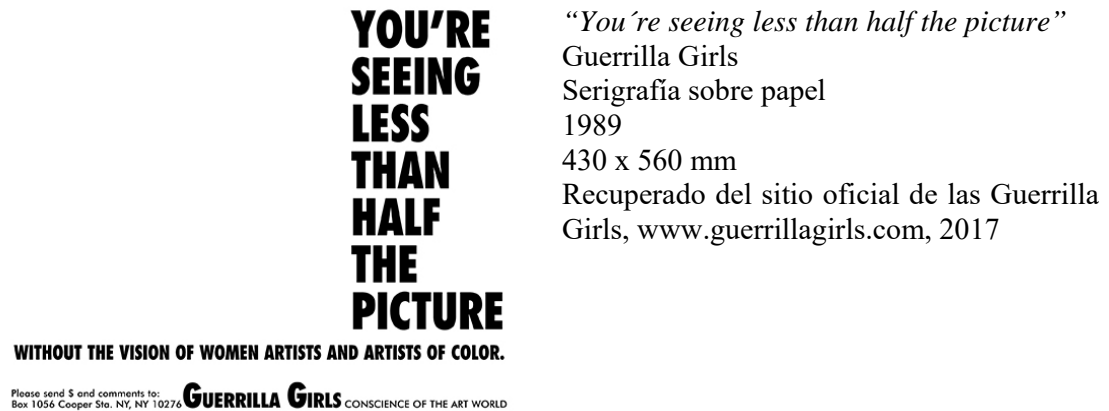
III- Desarrollo

Las Guerrilla Girls en contra de los museos

El origen del grupo se da a partir del reconocimiento sobre la discriminación ejercida hacia las artistas mujeres en el medio artístico, quienes son sistemáticamente ignoradas por críticos, curadores, coleccionistas y el público del arte en general. Utilizando los recursos artísticos que estaban en auge en el momento de su surgimiento como el happening, el arte conceptual, la fotografía y el arte urbano, buscaron visibilizar este conflicto, logrando llamar la atención del

mundo del arte. Su accionar público comenzó con una manifestación frente al Met. (Museo de Arte Metropolitano) y siguió con muchas otras formas de denuncia, principalmente, posters, calcomanías y vallas publicitarias.

Pieza n° 1



Lo primero que observamos en esta pieza gráfica, es el espacio blanco continuado por el texto “You’re seeing less than half the picture” (“Estás viendo menos de la mitad del panorama”. “Picture” puede significar panorama, pero en el sentido literal significa “imagen”). Y si bajamos la mirada seguimos leyendo “Without the vision of women artists and artists of color.” (“Sin la visión de artistas mujeres y artistas de color.”) Seguido de la firma del grupo y su lema, además de una dirección brindada para el envío de fondos.

Con este mensaje, las Guerrilla Girls, estaban revelando información, que estaba presente, pero que nadie veía. Buscaban llegar al público, decirles que se estaban perdiendo algo y así, captar su atención. A su vez, se hacían cargo del mensaje, firmando con el nombre del grupo y su slogan, “Conscience of the art word” (conciencia del mundo del arte) que explica la razón por la cual el grupo estaba transmitiendo esta información al público.

El texto, protagonista de este póster, de grandes dimensiones, le da al mensaje un papel fuerte y dominante, pero a su vez, la posición marginal y descentralizada y su formato condensado en el costado derecho de la pieza nos dan una sensación de inestabilidad y desequilibrio. El bloque de texto representa un tercio del poster, funcionando como anclaje, controlando el significado de la imagen, dando una explicación lingüística, a la distribución de los elementos en la pieza gráfica. En este caso el mensaje lingüístico se toma a su vez como icónico, ya que constituye una representación visual dentro del poster. El espacio blanco y vacío deja una sensación de vacío.

Para lograr persuadir, el grupo utiliza la figura retórica privativa, presentando un espacio vacío, un silencio, y la figura semántica comparativa de la metáfora, lograda a través de un gag tipográfico, donde el bloque de texto funciona como una gráfica representativa de un tercio de la imagen haciendo referencia a la pequeña parte (menos de la mitad) que estamos viendo del mundo artístico. Se presenta con un estilo de titular de noticias gráficas, de diarios y gacetas, y a su vez, muestran una cercanía a la estética de posters musicales o de eventos de la época, con ahorro de recursos y contraste de tipografía y fondo.

La elección de este estilo tiene que ver con las técnicas de guerrilla de la comunicación que, en este caso buscaban la sobreidentificación del lector, hablar sobre lo que el círculo del arte no hablaba, y desde su interior, despertar al público que consideraba normal la falta de diversidad de voces en los museos. Para esto aplicaron el Snipping, técnica característica de su accionar, colocando posters en los espacios públicos, más específicamente en el Soho de Nueva York ya que era allí donde se movían los artistas.

Si tomamos los conceptos base de esta pieza, estamos ante la dualidad: lo que está, y lo que no está, lo oculto y lo visible. Podemos entender como las Guerrilla Girls buscan oponer lo que se ve, lo que el público ve y lo que está expuesto en los museos y galerías, frente a lo que no se ve, no se exhibe y se mantiene oculto que, en este caso, son las obras y trabajos de artistas mujeres y de color.

La riqueza de esta pieza consiste en el juego de la frase que enuncia “Estás viendo menos de la mitad de la imagen” con el bloque de texto que ocupa menos de la mitad de la imagen literalmente. Esta pieza fue la primera en contener algo más que texto y datos en blanco y negro. Fue la primera en utilizar el texto como imagen, relacionarlos al jugar con la metáfora y gags tipográficos, obteniendo así un mensaje dinámico y efectivo.

Pieza n° 2

**Q. HOW MANY WORKS BY
WOMEN ARTISTS WERE IN THE
ANDY WARHOL AND TREMAINE
AUCTIONS AT SOTHEBY'S?**

A.



“How many works by women artists were in the Andy Warhol and Tremaine auctions at Sotheby,s?”

Guerrilla Girls

Serigrafía sobre papel

1989

430 x 560 mm

Recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls, www.guerrillagirls.com, 2017

Esta pieza es la primera en la historia del grupo en presentar un mensaje icónico relacionado a su identidad. El mensaje lingüístico se presenta en forma de titular, a modo de pregunta y respuesta: “Q. How many works by women artists were in the Andy Warhol and Tremaine auctions at Sotheby,s? A. 0” (“P. ¿Cuántas artistas mujeres estuvieron en la subasta de Andy Wharhol y Tremaine en Sotheby? R. 0”). El texto cumple la función de anclaje sobre el mensaje icónico y le da sentido, relacionando a una de las entidades mencionadas en el texto, con los elementos compositores del mensaje icónico.

Siguiendo esta línea, nos encontramos con dos figuras de banana enfrentadas entre sí, formando el número cero. Los colores de los elementos están exaltados y saturados para generar contraste y acercarse al estilo de la obra de Andy Warhol. La pieza toma una estética de entrevista, con pregunta y respuesta que a su vez imita y toma elementos del pop art, para generar convencionalidad y una identificación específica hacia los receptores pertenecientes al mundo artístico.

Esta pieza se presenta al público a través de la técnica de guerrilla del camuflaje, presentando una estética que podría confundirse con una pieza artística del Pop Art, y a través de las técnicas del montaje y la reinterpretación, usando elementos conocidos e identificatorios para llegar a otro significado. La presencia de un gag tipográfico donde las bananas de Andy Warhol forman un número cero, termina de dotar a esta pieza grafica de ironía e ingenio para captar la atención del público.

El mensaje icónico, en este caso, es parte del mensaje lingüístico, está integrado a él. El mensaje lingüístico se entiende por sí solo, pero el mensaje icónico ayuda denotativamente a crear atención y connotativamente brinda un significado identificador de la entidad denunciada y del grupo denunciante.

Si comenzamos a pensar en el signo en sí, se reconoce como elemento icónico, representativo de una banana, y a su vez estas bananas en particular, son símbolos del arte pop, al que hace referencia el mensaje, simbolizan al artista Andy Warhol, mientras su disposición y configuración indica un cero, que es la cantidad de mujeres que estuvieron en la subasta.

Con la figura de las bananas no solo estaban haciendo referencia a una parte del mundo del arte, si no que con ellas hicieron referencia también al alimento de los primates, a un elemento relacionado a la imagen de gorilas con la que ellas se identifican.

Con esta pieza, las Guerrilla Girls estaban atacando a entidades específicas, agregando una imagen y utilizando un elemento icónico como es la banana, representativa del Pop Art. Lograron también visibilizar de otra manera la información y a su vez identificarse y afianzar su identidad como gorilas.

Pieza n° 3



“Do women have to be naked to get in to the Met. Museum?”

Guerrilla Girls

Serigrafía sobre papel

1989

280 x 710 mm

Recuperado del sitio oficial de

las Guerrilla Girls, www.guerrillagirls.com, 2017

Esta pieza gráfica comienza como un encargo de la Fundación de Arte Público de Nueva York, una entidad que promueve y apoya proyectos de arte público en la ciudad. La intención de las Guerrilla Girls fue diseñar un póster que fuera más atractivo visualmente que los anteriores, para intentar llegar a un público más amplio, pero la Fundación de Arte Público rechazó la pieza, por la presencia de un elemento que sugería una forma fálica, aunque no se vio afectada por la presencia de un desnudo femenino en la composición. Esto enfadó a las Guerrilla Girls, quienes compraron espacios de publicidad en los transportes de la ciudad y expusieron su obra de todos modos (recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls, 2017). Sin saberlo estaban exponiendo la obra que cambiaría al grupo, aumentando su popularidad, convirtiéndose en la más conocida por el público en general.

El texto se presenta en forma de pregunta: *Do women have to be naked to get in to the Met Museum?* (¿Las mujeres tienen que estar desnudas para poder entrar al museo Met?), y de afirmación: *Less than 5% of the artists in the Modern Art sections are women, but 85% of the nudes are female.* (Menos del 5% de los artistas en la sección de arte moderno son mujeres, pero el 85% de los desnudos son femeninos.). Cerrando el mensaje, la firma y slogan identificadorio del grupo: *“conscience in the art world”* (conciencia en el mundo del arte), que funciona como una explicación del por qué la entidad le está planteando al público esta pregunta y por qué le está brindando esta información.

La primera frase, la pregunta, es lo que ocupa mayor proporción en la composición y llama la atención por generar un cuestionamiento en el público. El subtexto, ya es de carácter meramente

informativo y presenta datos, resaltando los porcentajes y diferenciándolos cromáticamente. Brinda al público datos fehacientes, para que luego sean reflexionados.

El origen de este mensaje surge cuando algunas de las integrantes del grupo, realizaron un conteo de la cantidad de hombres y mujeres artistas en el Museo de Arte Metropolitano de Nueva York, descubriendo números desalentadores. Llamaron a este trabajo de campo “weenie count” (conteo de penes), demostrando de que su ingenio y humor irónico era inagotables (recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls, 2017)

El texto funciona como anclaje al mensaje icónico de la pieza, dándole el sentido necesario para que el receptor comprenda. En cuanto al mensaje icónico, está formado por la reproducción de la figura de “La Odalisca” de Dominique Ingres, pintada en el año 1814 y la reproducción de una máscara de gorila ocupando el lugar de la cabeza de “La Odalisca”.

Basada en un estilo de Arte Pop, por sus colores, contrastes y elementos de la cultura popular que fueron usados para su formación, a su vez, toma el estilo de la técnica del collage, de inspiración dadaísta, surrealista y conceptual. Se utiliza el collage como una forma de reinterpretación de significados, y en este caso, presenta la figura de “La Odalisca”, representando el cuerpo femenino, delicado, casi poético, la femineidad, el ideal de belleza, en una obra clásica, reconocida en el mundo del arte, que se ve intervenida por el reemplazo de la cabeza de la mujer por una máscara de gorila, agresiva, grotesca, que representa a las Guerrilla Girls, mujeres enojadas, luchadoras, revolucionarias del mundo del arte. Busca generar reflexión en cuanto al papel de la mujer, el lugar que ocupa en los museos.

Frente al rechazo de las instituciones reguladoras, el grupo eligió usar técnicas de guerrilla basadas en la sobreidentificación: collage y reinterpretación para el diseño y subvertising para su exposición. Lograron hacer que esta denuncia pareciera publicidad y llegar así a un público diverso, no solo al artístico.

Las Guerrilla Girls buscaron persuadir a través de estéticas y lenguajes artísticos conocidos y aplicando la retórica de la imagen, en este caso, la figura sintáctica contraria, donde se opone lo femenino y suave de “La Odalisca” contra lo violento y grotesco de la máscara de gorila y la figura semántica comparativa, más específicamente la personificación, dotando al animal, de características humanas e identitarias.

El mensaje icónico denotado es un titular en forma de pregunta y una figura femenina con el montaje de una cabeza de gorila. El mensaje connotado que nos brinda esta información es más

complejo: la figura femenina es la reproducción de La gran odalisca, una pintura de Jean-Auguste-Dominique Ingres, pintor francés, realizada en 1814. Una representación con aires de renacimiento mezclada con estilo oriental. Una figura femenina un poco alejada de la realidad en cuanto a proporciones, pero en un contexto, representado con exactitud realista. (recuperado del sitio oficial del Museo del Louvre, www.louvre.fr, 2017). Esta imagen representa el papel que tiene y que ha tenido históricamente la mujer en el mundo del arte, relegada a ser objeto de inspiración y de deseo, representada con aires suaves, etéreos, delicados, pasivos.

Al colocarle una máscara de gorila a esta figura, además de remarcar su identidad, las Guerrilla Girls se están oponiendo a esas características adjudicadas a la mujer, ya que la figura del gorila representa un animal fuerte, agresivo, dinámico y hasta luchador. Indican con esto su intención de cambio del paradigma, cuestionando el lugar que ocupa la mujer en el círculo del arte, pretendiendo que entre a los museos como artista y no como obra.

En esta pieza, las dualidades presentadas son la belleza, o lo considerado bello, frente a la fealdad o lo considerado feo, aunque también se observa un marcado contraste entre la suavidad y apacibilidad que presenta la figura femenina, por su posición y representación, frente a la cabeza de gorila, que se encuentra gritando, en una actitud agresiva.

Esta obra marcó un antes y un después en la historia del grupo ya que a través de ella obtuvieron una mayor visibilización y lograron llegar a un público fuera del mundo artístico y fuera de los barrios de artistas de Nueva York. Su alcance se amplió y con ella también sus posibilidades.

Las Guerrilla Girls en contra de Hollywood

No pasó mucho tiempo antes de que las Guerrilla Girls comenzaran a visibilizar la discriminación en otros sectores culturales. Empezaron a reflexionar sobre la industria del cine y la televisión, concluyendo en que se podían ver muchas mujeres en escena, pero casi ninguna detrás, dirigiendo, filmando, guionando o produciendo.

La industria no solo objetivaba a la mujer en todos sus contenidos, sino que tampoco le daba lugar a su trabajo. Es así que el grupo inicio investigaciones sobre el tema y comenzaron a surgir las primeras estadísticas sobre la discriminación en el ámbito del séptimo arte. Se planteó que ninguna forma de arte masiva debería discriminar en ningún nivel y que, por eso, la industria del cine debería replantearse a sí misma.

Pieza n° 5



“The Anatomically Correct Oscar”

Guerrilla Girls

Impresión digital en papel
(posterior valla publicitaria)

1999

262 x 584 mm

Recuperado del sitio oficial de
las Guerrilla Girls,
www.guerrillagirls.com, 2017

Esta pieza toma mayor visibilidad en el año 2002 cuando a pedido de un grupo de mujeres cineastas y su ayuda económica, en la fecha cercana a los premios, se coloca el poster en una valla publicitaria en Los Ángeles, a unas cuadras del lugar de premiación (extraído del sitio oficial de las Guerrilla Girls, 2017). Los premios Oscar ya habían recibido varias críticas por su falta de diversidad en las nominaciones y premiaciones. Las Guerrilla Girls se incorporan a esa denuncia con su manera característica, apelando al humor y brindando datos e información.

El titular de la pieza enuncia: The Anatomically Correct Oscar (El Oscar Anatómicamente Correcto). Más abajo a modo de subtítulo dice: He's white and male, just like the guys who win! (¡Es blanco y hombre, justo como los chicos que ganan!). Este texto nos lleva a la imagen, que ilustra el enunciado para luego direccionar la mirada hacia tres placas que contienen lo siguiente: Best director has never been awarded to a woman (El mejor director nunca ha sido otorgado a una mujer), 92.8% of the writing awards have gone to men (El 98,2% de los Guionistas galardonados han sido hombres), Only 5.5% of de acting awards have gone to people of color (Sólo el 5,5% de los galardonados a la Interpretación han sido gente de color).

El grupo utiliza el método de guerrilla de la comunicación de Sobre-identificación, actuando dentro del ámbito en donde se manejan los premios Oscar, a pocas cuadras del lugar de la premiación y por medio de la publicidad. La técnica de afirmación subversiva, que, reinterpretando la figura del Oscar, logra tomar un elemento conocido por el público para darle su propio sentido y cambiar su significado. Poniendo en acción estas técnicas y logrando su visibilidad a través de una valla publicitaria en Los Ángeles, a unas cuadras de la locación de los premios, utilizando recursos de la publicidad se identifica la técnica del subvertising.

Para lograr una transmisión efectiva del mensaje, se utiliza la figura retórica de semántica comparativa; la personificación. Se personifica la estatuilla del Oscar, comparándola con su

equivalente humano, trasladando las características del participante promedio de los premios hacia el premio mismo, como si el premio en sí, fuera un hombre blanco. Se exageran y estilizan los rasgos para exaltar el color claro de la piel y desarrollar una morfología que se encuentra fuera de los cánones de belleza establecidos por la misma industria.

Si hablamos del mensaje lingüístico e icónico, podemos observar que el lingüístico acompaña a imagen, explicándola a través del texto. Reafirma que se está hablando del Oscar y que el personaje representado es un hombre blanco imitando el estereotipo promedio de los ganadores del premio. A su vez que los datos numéricos de las placas dan respaldo a la denuncia, a la vez que indican el estilo característico de protesta de las Guerrilla Girls. El mensaje icónico denotado nos muestra una ilustración de un hombre blanco y calvo desnudo, cubriéndose sus partes genitales. La connotación que tiene esta ilustración es la representación del estereotipo del hombre blanco promedio, alejado del concepto de lo que Hollywood tomaría como una persona atractiva además de tener la claridad de su piel llevada al extremo para enfatizar su raza. A su vez, este hombre está adaptado morfológicamente en imitación a la anatomía de la estatuilla, llevándonos a la idea de que el contenido de esta, es este tipo de hombre.

Esta pieza, toma los valores de belleza establecidos por las propias entidades de Hollywood, y los opone en una representación gráfica irónica. Busca representar el personaje, con elementos que constituyen socialmente algo poco atractivo, para bajar al personaje, y quitarlo de la categoría de poder y privilegio. Este mensaje de las Guerrilla Girls denuncia el racismo además del machismo en la premiación de los Oscar pero que, a su vez, representa la realidad de Hollywood y la industria cinematográfica en general.

Pieza n° 6



*“UnchainTheWomenDirector
s”*

Guerrilla Girls

Impresión digital en papel
(posterior valla publicitaria)

2006

240 x 584 mm

Recuperado del sitio oficial
de las Guerrilla Girls,

www.guerrillagirls.com, 2017

En esta ocasión, las Guerrilla Girls toman la figura de King Kong, para, además de representar al grupo, representar a las mujeres directoras de cine. Esta pieza fue utilizada como valla

publicitaria y colocada el día después de la entrega de los premios Oscar, en Los Ángeles (extraído del sitio oficial de las Guerrilla Girls, 2017).

Esta gráfica comienza con un titular que dice: UNCHAIN THE WOMEN DIRECTORS! (¡DESENCADENEN A LAS DIRECTORAS MUJERES!) buscando la imitación de los pósters de las películas de King Kong mientras se mantiene fiel a la identidad del grupo. Éste nos lleva la imagen de un gorila caracterizado como femenino, encadenado y con un Oscar en la mano, para luego continuar la lectura hacia un bloque de texto que enuncia: WOMEN DIRECTED ONLY 7% OF THE TOP 200 FILMS OF 2005 (SOLO EL 7% DE LOS FILMS MÁS POPULARES DE 2005 FUERON DIRIGIDOS POR MUJERES), NO WOMAN DIRECTOR HAS EVER WON THE OSCAR. ONLY 3 HAVE BEEN NOMINATED (NUNCA NINGUNA MUJER DIRECTORA GANO EL OSCAR, SOLO 3 HAN SIDO NOMINADAS). Dentro de estos enunciados, se enfatizan las estadísticas resaltadas con color diferente al resto del texto.

El diseño sigue las líneas de un estilo de póster de película de los años setenta y ochenta, particularmente se inspira en las películas de King Kong a lo largo de la historia. Toma las posturas de los personajes, la tipografía oblicua y los colores intensificados en las imágenes tipo ilustración que caracterizaban el diseño de estas piezas.

Esta obra se presentó mediante el método de guerrilla de la sobreidentificación, ya que, utilizando un lenguaje común a la industria del cine popular, puede dirigirse al público objetivo del mensaje. A través de la afirmación subversiva, tomando un elemento aceptado socialmente, se reinterpreta, convirtiendo a las mujeres directoras en King Kong, representando así su represión. Este contenido es expresado en medios de uso publicitario por lo que le da el valor de subvertising a la pieza.

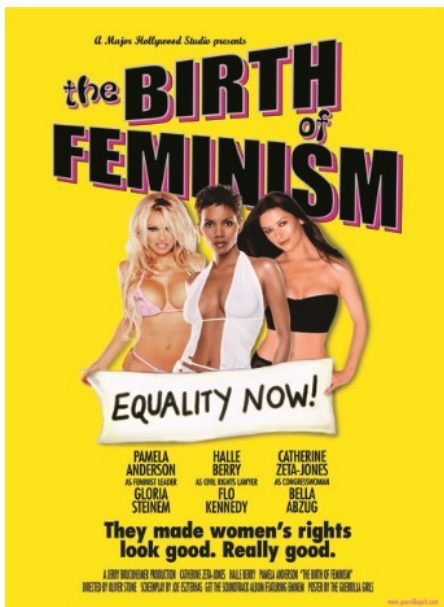
Las figuras retóricas que se utilizan para la comunicación del mensaje son las figuras semánticas comparativas de personificación que podemos ver como se humaniza a King Kong dándole el papel de las directoras mujeres, comparando la falta de libertad y el no poder ser del personaje con las pocas posibilidades de desarrollo que tienen las mujeres directoras de cine.

La oposición que se observa en esta pieza es la del sujeto encadenado y el sujeto libre. El personaje dominado lucha por su emancipación, su liberación. Las cadenas simbolizando la falta de libertad y un paisaje salvaje, selvático de fondo, en donde por asociación, el gorila debería ser libre.

En cuanto al mensaje lingüístico, el titular es un mensaje imperativo, un pedido para que desencadenen a las directoras de cine, que está reforzado por la imagen de King Kong *mujer* encadenado. Esta información se afianza aún más cuando el otro bloque texto arroja estadísticas sobre la situación de las mujeres en la industria.

El mensaje icónico denotado, el signo es un titular y bloque de texto sobre la fotografía de un primate con traje de baño y un elemento en la mano. El mensaje icónico connotado, lo que formaría el representamen, revela que el primate representado es King Kong personificado de mujer, encadenado y con la estatuilla de un Oscar en la mano. A su vez, la parte interpretante del signo nos muestra como King Kong, representa a las mujeres directoras de cine y al mismo tiempo hace alusión a la característica de gorila que identifica al grupo Guerrilla Girls. El gorila encadenado representa la represión de las mujeres, y la estatuilla del Oscar estaría reemplazando a la mujer de la cual King Kong está enamorado, cumpliendo el rol de objeto de deseo.

Pieza n° 7



“The Birth of Feminism” movie poster

Guerrilla Girls

Impresión digital en papel

2001

584 x 430 mm

Recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls,
www.guerrillagirls.com, 2017

Este póster surge a raíz de varios pedidos de productores de cine para realizar una película sobre el feminismo con las Guerrilla Girls. Éstas comienzan a reflexionar al respecto y a evaluar los posters y anuncios de películas de Hollywood que mostraban un sinnúmero de actrices semidesnudas como

imagen. Y con ese criterio, pensaron como sería el anuncio de una película sobre feminismo si fuera hecha en Hollywood (recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls, 2017).

Cuando observamos esta pieza gráfica, lo primero que vemos es el póster de una película y el montaje de una fotografía de tres mujeres en traje de baño o ropa interior. El titular dice: “A Major Hollywood Studio Presents: The Birth of Feminism” (Un Enorme Estudio De Hollywood Presenta: El Nacimiento Del Feminismo) y guía la mirada hacia la imagen fotográfica del póster donde tres mujeres sostienen un cartel que dice: EQUALITY NOW! (¡IGUALDAD YA!).

Siguiendo hacia abajo nos encontramos con un subtítulo que dice: They made women's rights look good. Really good (ellas hacen ver bien a los derechos de las mujeres, muy bien). Más abajo, se ve la tipografía imitando los créditos de las películas, con el nombre Guerrilla Girls como autor.

El estilo usado es el de los posters cinematográficos taquilleros de Hollywood de la década de los '90 y del 2000 que se busca imitar y se caracterizan por su tipografía oblicua y sensacionalista de estética pop e imágenes fotográficas.

El método de guerrilla utilizado es el de sobreidentificación, tomando algo que resulta natural para la gente llevándolo al extremo para generar reflexión, en este caso, usan la naturalidad cultural de la objetivación femenina mostrándola en su máximo contraste y generando un conflicto en los valores arraigados que se consideran normales. Dentro de este método, el mensaje se transmite a través del camuflaje, el fotomontaje y la reinterpretación ya que es un montaje fotográfico y de diseño que se hace pasar por un póster de cine regular, a la vez que reinterpreta el mensaje que suelen dar este tipo de piezas al público.

Para hacer más efectivo el mensaje, el grupo utilizó la figura retórica semántica contraria. Oponen el concepto de feminismo y lo que enuncia frente a la imagen sexualizada de mujeres, que es uno de los estándares contra los que luchan. Deja en evidencia la diferencia entre los valores de Hollywood y la lucha feminista.

Las dualidades que presenta esta pieza son complejas, oponen el concepto y los valores del movimiento feminista frente a los valores sexistas de Hollywood. Presenta un enunciado que demanda igualdad en oposición a una imagen de mujeres objetificadas.

En cuanto al mensaje lingüístico, podemos decir que cumple una función de anclaje opuesta. Lo que enuncian los textos es contrario a lo que muestra la imagen. Entra en juego la ironía y la retórica que lleva a la reflexión. El mensaje icónico denotado muestra un afiche de película con mujeres como protagonistas, pero lo que connota el mensaje es una denuncia social.

Los signos están ubicados y estetizados para generar la idea de poster de película, y centrar la atención en las tres mujeres. Pamela Anderson, Halle Berry y Catherine Zeta Jones son actrices de Hollywood particularmente conocidas por su figura de mujer sexualizada y son presentadas en este afiche de la misma manera. Cada una de las tres actrices es presentada en el rol de tres mujeres importantes para la historia del feminismo en el mundo real: Pamela Anderson como la líder feminista Gloria Steinem, Halle Berry como la abogada de derechos civiles Flo Kennedy y

Catherine Zeta Jones como la congresista Bella Abzug. Es aquí que se observa cómo contrastan los símbolos del feminismo con los símbolos de Hollywood.

El mensaje que las Guerrillas Girls trataron de transmitir con esta pieza gráfica es el tratamiento machista y sexista que tiene Hollywood hacia las mujeres y hacia sus contenidos. El grupo tomó elementos de la cultura popular que las rodeaba, y representó lo que sería el feminismo si pasara por el sistema de valores de Hollywood logrando una denuncia mediante un mensaje irónico que lleva a la reflexión y despierta el sentido del humor.

Las Guerrilla Girls en contra del gobierno

Desde sus orígenes, las Guerrilla Girls se esforzaron por demostrar la desigualdad y discriminación en el mundo del arte, pero fueron conscientes de que ese sector era solo una porción que actuaba del mismo modo que el resto de los ámbitos sociales, culturales y políticos que las rodeaban.

Obrando en continuidad con los objetivos políticos del feminismo de los sesenta y setenta, comienzan a trabajar sobre el hecho de que aún existen conceptos que reforzar, áreas por cubrir y denuncias que realizar. Su acción se extendió hacia esferas de la agenda feminista ya conocidas como los derechos sobre el propio cuerpo o la violación en las piezas más antiguas, mientras que en las piezas que les siguieron, su denuncia se torna alrededor de las guerras, el conflicto armado y la dominación masculina en general.

Pieza n° 8

**Republicans do believe
in a woman's right to
control her own body**



A PUBLIC SERVICE MESSAGE FROM THE **GUERRILLA GIRLS** 532 LAGOARDIA PL. #207, NY 10012

“Republicans Do Believe In A Woman's Right To Control Her Own Body”

Guerrilla Girls

Litografía sobre papel

1992

430 x 559 mm

Recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls, www.guerrillagirls.com, 2017

En la Convención Republicana Nacional de Estados Unidos de 1992, Pat Buchanan

emitió un discurso sosteniendo que el partido se encontraba del lado conservador en la “guerra cultural”, lo que significaba que se oponían al aborto, al matrimonio homosexual y a la educación sexual laica entre otros. Como respuesta a esta declaración, las Guerrilla Girls idearon

esta pieza sobre los derechos reproductivos de la mujer (extraído del sitio oficial de la Guerrilla Girls, 2017).

El encabezado enuncia: Republicans do believe in a womans's right to control her own body (Los republicanos si creen en el derecho de las mujeres de controlar su propio cuerpo). Llama la atención por su declaración: el partido republicano es reconocido por oponerse a los derechos de la mujer y de la comunidad LGTB, pero en este encabezado se afirma lo contrario. Más abajo vemos una serie de ocho fotografías; debajo de cada una hay un breve texto que las describe. Los textos dicen lo siguiente: Dyed hair and make-up, nose jobs, facelifts, liposuction, breast implants, anorexia and bulimia, foot-binding, clitorectomies. (cabello teñido y maquillaje, rinoplastias, estiramiento facial, liposucción, implantes mamarios, anorexia y bulimia, vendaje de pies, mutilación genital femenina). Estas prácticas representan formas de represión machista sobre el cuerpo de la mujer en sociedad y se oponen al encabezado del poster, pero están más relacionados con el modo machista en el que los republicanos consideran el cuerpo de la mujer.

En esta ocasión, las Guerrilla Girls vuelven a escoger el método de sobreidentificación para transmitir el mensaje utilizando las técnicas de invención de hechos falsos para generar acontecimientos verdaderos, reinterpretación y snipping. Se inventa el hecho falso de que los republicanos apoyan el derecho de las mujeres de decidir sobre su cuerpo para luego desmentirlo con la verdadera opinión de los republicanos en cuanto al cuerpo de la mujer. Este cambio de intención se da a través de la reinterpretación de lo que significa el concepto de la mujer teniendo derechos sobre su cuerpo. Habla sobre los derechos sexuales y reproductivos de la mujer y se reinterpreta para presentar lo que se adjudica como derechos y prácticas consideradas normales socialmente que, en realidad son formas de opresión sobre el cuerpo femenino.

Las figuras retóricas que se utilizan para la persuasión y comunicación de este mensaje son las Semántica contrarias y secuenciales. Genera la oposición de dos conceptos; el derecho a la decisión sobre el propio cuerpo de la mujer y las prácticas socialmente aceptadas de represión sobre el cuerpo de la mujer. Esto genera ironía y una contradicción en el mensaje que llama la atención de quien lo reciba. La figura secuencial se presenta de una manera en que el mensaje se va intensificando a medida que avanza de una fotografía a otra. A pesar de que son prácticas separadas, se entiende una especie de continuidad, una secuencia que avanza hacia el más salvaje de los casos.

Los opuestos presentados en esta pieza son los de opresión y liberación. Se habla de dos tipos de control sobre el cuerpo: uno, el control reproductivo, capaz de liberar y empoderar a las mujeres

y el otro, el control sobre los estereotipos y las demandas estéticas que abarcan el cuerpo de la mujer, la reprimen y condicionan su vida en sociedad.

El mensaje lingüístico de esta composición funciona, primero como contradicción ya que el encabezado realiza una afirmación que es contraria a las imágenes y también como anclaje cuando utiliza los textos debajo de la imagen nombrando cada practica que ilustra.

El mensaje icónico denotado muestra un titular sobre una serie de ocho imágenes de diferentes partes del cuerpo de la mujer y sus referencias. Mientras que el mensaje connotado exhibe una serie de imágenes que enumeran ocho transformaciones a las a que se somete el cuerpo de la mujer en diferentes sociedades y culturas. Comienza con imágenes aparentemente inofensivas como rostros con maquillaje y termina con una imagen de una mutilación genital femenina. Sugiere que se les da el control de su propio cuerpo a las mujeres, pero demuestra que lo hacen para la satisfacción de una sociedad machista.

Finalmente, el interpretante nos señala que lo que quiere decir esta afirmación irónica es que el partido republicano no solo está en contra de los derechos reproductivos y sexuales de la mujer, si no que está de acuerdo con las prácticas socialmente aceptadas de represión sobre el cuerpo de la mujer. Cada fotografía que se muestra representa las prácticas a las cuales se ven sometidas las mujeres en sociedad, las transformaciones a la que se someten para lograr llegar a los cánones de belleza femeninos establecidos por el machismo. Nos muestra como algo pequeño, que nos es difícil de identificar como machismo, es importante, ya que es la base del resto de las prácticas de represión invasivas y notorias. El mensaje avanza de prácticas inofensivas hacia prácticas mortales.

Pieza n° 9

**If you're raped, you might
as well "relax and enjoy it."
because no one will believe you.**



In 1988,
for example,
of the estimated
185,000 rapes in
the U.S., there
were only 39,160
arrests, resulting in
15,700 convictions.*

*Source: Book of Criminal Justice Statistics, 1990, U.S. Dept. of Justice

A PUBLIC SERVICE MESSAGE FROM GUERRILLA GIRLS 532 LA GUARDIA PL #237, NY 10012

Copyright © 1992, 1993 by Guerrilla Girls, Inc.

"If you're raped, you might as well "relax and enjoy it," because no one will believe you"

Guerrilla Girls

Litografía sobre papel

1992

432 x 558 mm

Recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls, www.guerrillagirls.com, 2017

Las Guerrilla Girls brindan en este póster las indicaciones sobre qué hacer cuando hay una violación, teniendo en cuenta el sistema machista en el que se vive. “This poster was inspired by William Kennedy Smith and the other guys who get away with it”, “Este poster está inspirado por William Kennedy Smith y todos los otros chicos que se salieron con la suya”. William Kennedy Smith es un físico estadounidense que, en 1991, fue acusado de violación. El caso tuvo mucha repercusión en los medios. A pesar de la existencia de tres mujeres dispuestas a declarar que fueron abusadas sexualmente por Smith en diferentes momentos de la década de los ochenta, sus testimonios fueron rechazados por la justicia. El acusado fue absuelto de todos los cargos. (extraído del sitio oficial de las Guerrilla Girls).

El texto comienza con un titular que enuncia: If you're raped, you might as well “relax and enjoy it,” because no one will believe you! (¡Si eres violada, mejor que te “relajes y los disfrutes”, porque nadie va a creerte!), y continua con un texto, ubicado en medio de una serie de veinte fotografías, que dice: In 1988 for example, of the estimates 185,000 rapes in the U.S., there were only 39,160 arrests, resulting in 15,700 convictions. * (En 1988 por ejemplo, se estima que hubo 185.000 violaciones en E.E.U.U., se realizaron 39.160 arrestos, resultando en 15.700 condenas. *). Más abajo se cita la fuente de los datos: *source Book of Criminal Justice Statistics, 1990, U.S. Department of Justice. (*fuente: Libro de Estadísticas de Justicia Criminal, 1990, Departamento de Justicia de E.E.U.U.)

El titular funciona como un "instructivo" para mujeres que violadas. La primera frase resulta absurda por la afirmación de machismo explícita. La frase continúa explicando que eso es lo que hay que hacer, porque de todos modos nadie lo creerá. En el bloque de texto, las estadísticas respaldan el porqué de esa afirmación. La diferencia entre la cantidad de casos de violación y casos de arresto nos muestra que la justicia descarta e ignora muchas de las acusaciones. La cita sobre la fuente de información da veracidad a las estadísticas. Este texto se encuentra entre un bloque de veinte fotografías de retratos de mujeres con un punto en el lugar de sus rostros.

El estilo con el que se comunica podría considerarse similar al de un anuario escolar, pero el tratamiento que se le da a la fotografía tiene que ver con el arte conceptual de la década del ochenta, ya que hace alusión a la obra Dots del artista John Baldessari.

El método de la sobreidentificación toma una realidad y la lleva a su máxima expresión logrando llamar la atención. Las técnicas son la afirmación subversiva, mostrando las estadísticas sobre violación reales, que hacen ver al público la situación extrema que se vive, resultando en un enunciado que demuestra el machismo a través de las estadísticas. Se toman estos datos y se

afirman a través de una frase que los pone en jaque, y revela la discriminación. Estos recursos son comunicados en un póster que se muestra al receptor en forma de bombardeo al espacio público característico del snipping.

Para lograr una persuasión efectiva, las Guerrilla Girls utilizan las figuras retóricas sintácticas privativas y repetitivas. Al repetir las fotografías de manera sistemática y equilibrada, se genera una red de imágenes que provoca un impacto visual mayor, generando interés en el póster. Al privar a cada una de estas fotografías de sus rostros reemplazándolos por un punto, colocado sistemáticamente también, se genera la sensación de algo faltante, la privación de la identidad de los personajes.

El mensaje gráfico busca enfrentar los conceptos de identidad y los de anonimato. Tomando la identidad como una forma de valorizar al sujeto, de darle poder y veracidad, contra la impotencia y la debilidad de una denuncia anónima, generalizada, ignorada, desvalorizada.

El mensaje lingüístico funciona como anclaje. El texto explica una situación que luego es abstraída conceptualmente resultando en el conjunto de fotografías sin rostro. El texto, al hablar de estadísticas, se refiere a una cantidad de mujeres sin identidad, convertidas en un número, esto se traduce en las imágenes que producen una generalidad en cuanto a las mujeres que no son escuchadas por la justicia.

El mensaje icónico denotado nos muestra un titular y un bloque de texto en medio de una serie de veinte fotografías dispuestas una al lado de otra. Las fotografías contienen un punto en su parte central. El mensaje connotado interpreta el titular, que habla de lo que se debe hacer en caso de violación con un tono irónico y falso. Acusa al sistema de no creerle a las mujeres que denuncian abuso sexual. Como integración a las estadísticas brindadas en el texto se presentan las fotografías, veinte retratos de diferentes mujeres que, en lugar de rostros, contienen un punto que los oculta. El bloque de fotografías quiere representar e imitar una porción de la cantidad de mujeres abusadas y los puntos sobre sus rostros hacen alusión a la falta de identidad de estas mujeres, generalizadas, que no son escuchadas.

El mensaje representa la situación vivida por las víctimas de violación, a las que la justicia desmiente, y genera una situación de impotencia para la mujer, que no puede hacer nada al respecto. Las veinte fotografías, aunque no representativas en número sobre la cantidad de casos de violación, representan una porción de las víctimas, buscan generar una sensación de cantidad por el espacio que ocupan en la composición y muestran los retratos de todas estas diferentes

mujeres, privadas de rostro. Los puntos son un símbolo que indica que estas mujeres son privadas de voz, de identidad, de valor.

Pieza n° 10



"The World Needs a New Weapon: The Estrogen Bomb"

Guerrilla Girls

Impresión digital sobre papel

2012

635 x 635 mm

Recuperado del sitio oficial de las Guerrilla Girls,
www.guerrillagirls.com, 2017

El texto enuncia: "The Guerrilla Girls think the world needs a new weapon: The Estrogen Bomb. Drop it on the superpower and the guys in charge will throw down their bigguns, hug each other, apologize, and start to work on human rights, education, healthcare and an end to income equality. Send estrogen pills to presidents, prime ministers, generals, oligarchs and CEO's everywhere." (Las Guerrilla Girls opinan que el mundo necesita una nueva arma: la bomba de estrógeno. Lánzala en los poderes y los chicos a cargo bajaran sus grandes armas, se abrazarán, pedirán disculpas, y comenzaran a trabajar en los derechos humanos, educación, sistemas de salud y en la desigualdad de ingresos. Envía bombas de estrógeno a presidentes, primeros ministros, generales, oligarcas y CEO's de todas partes).

Este mensaje sugiere que los conflictos armados se solucionarían si los hombres poderosos del mundo recibieran estrógeno. Sostiene que el mundo lo necesita. Luego invita a enviar bombas de estrógeno a figuras de poder. En la imagen, podemos ver una píldora de estrógeno "cayendo" sobre el planeta tierra. Relacionan la morfología de una cápsula con la morfología de una bomba de hidrógeno.

Las técnicas de guerrilla de la comunicación utilizadas en este caso son de distanciamiento; montaje, tergiversación, snipping. Se genera un montaje fotográfico cambiando la imagen de una bomba por la de una pastilla de estrógeno, tergiversa el concepto de bomba convirtiéndolo en algo que podría ser positivo para el planeta, colocando una píldora en un contexto inesperado. La técnica de snipping es su forma de divulgación, como póster callejero.

Para lograr la persuasión, dentro de este póster, podemos identificar la figura retórica semántica comparativa de la metáfora ya que observamos cómo se toma el concepto de bomba, meteorito y bombardeo, como algo que cae sobre la tierra, para trasladarlo al concepto de una bomba con contenido que puede ser positivo. La píldora se utiliza como metáfora de las características de la mujer. El mensaje tiene un efecto descontextualizante, lo que llama la atención y busca llegar al público por este medio. Juega con la figura del sexo masculino y femenino y sus diferencias de acción, pensamiento y razonamiento.

Los opuestos en esta pieza funcionan enfrentando la realidad y la utopía. Una realidad de dominación masculina, de testosterona, armas y guerra, frente a un panorama ideal de dominación femenina, estrógeno y paz.

El mensaje lingüístico funciona como anclaje, el texto explica la razón de la fotografía. Fija el sentido de porqué del estrógeno como bomba se dirige a la tierra. El mensaje icónico denotado muestra un fondo espacial bajo la imagen de una píldora de estrógeno posicionada oblicuamente y con fuego en su parte posterior. El mensaje icónico connotado nos explica que la imagen espacial es el planeta tierra visto desde el espacio, la píldora de estrógeno, que representa una característica biológica del sexo femenino se presenta como imitación de una bomba cayendo. El texto explica que sucedería si el poder del planeta estuviera influenciado por el estrógeno/energía femenina.

El texto acompaña explicando que pasaría si esto sucede, haciendo alusión a que las características *femeninasson* diferentes al juego de poder masculino. El texto indica que todos los representantes del poder, deberían recibir estrógeno, para cambiar la mirada sobre el mismo.

Podemos deducir finalmente que esta pieza trata de explicar un modo en el que se podría cambiar la realidad sobre las figuras de poder. Establece que el modo de razonamiento y pensamiento femenino, representado por un componente biológico de las mujeres como el estrógeno, se opone a la realidad bélica y desigual que presenta una estructura de poder manejada por hombre. Utiliza un elemento del conflicto bélico como lo es el lanzamiento de una bomba, para representar una forma de lanzar un cambio de perspectiva al mundo. Finalmente, como es característico, el grupo pide al receptor que envíe/lance el mensaje a las figuras de poder.

IV- Conclusión

El análisis presentado revela algunos aspectos importantes que ayudan a comprender mejor y a responder algunas de los cuestionamientos que se formularon para llevar a cabo esta investigación.

Las Guerrilla Girls buscaban transmitir los valores del feminismo y la igualdad de género, raza y sexualidad y para ello utilizaron elementos simbólicos como la figura de la mujer, dualidades entre lo femenino y lo masculino, lo bello y lo feo, y la libertad y la opresión. Desarrollando representaciones gráficas de estos conceptos y descontextualizándolos para generar un replanteo de la realidad en la mente del público, se considera que el diseño formó una parte muy importante para lograr la transmisión y la comprensión de sus mensajes a esferas más amplias que no se habían alcanzado hasta el momento.

Más allá de sus apariciones en público, las cuales jugaron un papel esencial para el aumento de popularidad del grupo, por la intriga y la teatralidad generada, se considera que la identidad del grupo y la repetición en el uso de los mismos colores, tipografías y personajes o elementos en todas las piezas realizadas, constituyó una parte esencial en la transmisión de sus mensajes, ya que funcionó como una estrategia de contacto y persuasión, que al generar unidad y coherencia en todos los comunicados, logró que el mensaje fuera más fuerte e insistente. Adquiere importancia también el medio de comunicación utilizado.

Las Guerrilla girls utilizaron técnicas de transmisión de la guerrilla de la comunicación, y modos de presentación de contenido de las vanguardias artísticas. Lo hicieron a través del uso de técnicas clandestinas como el snipping, pegando posters y stickers en la vía pública y de técnicas legales como el subvertising y, utilizando como referentes, los fotomontajes dadaístas y surrealistas.

Tomaron elementos de la cultura popular y del mundo del arte como las bananas de Andy Warhol, la figura de King-Kong, actrices de Hollywood e imágenes del cuerpo femenino y la carga de significados que estos contienen, y los colocaron con el objetivo de generar nuevos significados, que funcionen como forma de reflexión y denuncia.

Los objetivos perseguidos por las Guerrilla Girls fueron traducidos al lenguaje gráfico al plantearse el problema de la falta de visibilidad, apelando al humor y la ironía, logrados a través de usos metafóricos, personificaciones y contrastes.

Utilizando elementos estereotipados como las figuras de lo que se considera bello, femenino, pasivo, atrapado, oprimido y combinándolos con figuras representativas del mensaje feminista de fuerza, libertad, rebeldía, paz, identidad que se pretendía transmitir, lograron captar la atención del público y no solo de las instituciones a las cuales se dirigían, sino a un público masivo, que podía reconocer las figuras populares que estaban incorporadas dentro de su activismo.

Luego de haber analizado las piezas teniendo en cuenta el marco teórico planteado, y retomando los interrogantes que se presentan en esta investigación, se pudo llegar a ciertas conclusiones. El análisis realizado a través de las piezas elaboradas por el grupo, encuentra ciertos elementos propios del diseño, e inspirados en las vanguardias artísticas que, puestos al servicio del activismo, logran la comunicación de los mensajes feministas y antirracistas promovidos por las Guerrilla Girls.

En un principio, los elementos gráficos utilizados por el grupo presentaban solamente texto, y con el pasar de los años, este comenzó a ser acompañado de elementos icónicos hasta que se convirtió en una fusión de los dos. El modo de comunicación activista se fue enlazando con un modo de comunicación masiva, tomando elementos de diseño y publicidad. Al acercarse a los medios publicitarios, comenzaron a incorporar elementos icónicos.

A lo largo de los años, el grupo comenzó a incorporar elementos y figuras que tenían que ver con el feminismo y el mundo del arte. La figura de la mujer, sus partes del cuerpo, la personificación del gorila, o en el caso de la pieza n° 5, la figura masculina y blanca como representación del machismo. Los personajes fueron utilizados para generar contacto a través de la identificación del público con los estereotipos presentados.

Estos elementos del diseño gráfico fueron utilizados por el grupo en todos sus mensajes, lo que desarrolló una forma de identidad a la hora de transmisión de mensajes. Más allá de su presencia física con el uso de las máscaras de gorila, que fue el primer elemento de su identidad y causa de su anonimato, ésta fue trasladada a su producción. La relación del gorila personificado como mujer, y como personaje activo, luchador y hasta agresivo, quiso generar un contraste, con la figura de la mujer estereotipada como suave, pasiva, reprimida, quieta.

Parte del uso de las máscaras de gorila, además de la identificación, sirve para ocultar su identidad, ya que como explica la guerrilla de la comunicación, es importante para la llegada del mensaje, que no se desvíe la atención hacia el artista y su personalidad, agregando, además, que esto también protegía a las artistas para poder seguir trabajando como artistas independientes y no ser rechazadas por las entidades denunciadas.

Más allá de su identidad, se puede identificar, en la mayoría de sus diseños, el uso de elementos culturales, generalmente artísticos para la comunicación de sus mensajes. Aquí entra en juego la utilización de elementos semióticos para la transmisión de sus valores.

Se utiliza la semiótica para comprender el uso de los elementos gráficos para la transmisión de valores, observando que el grupo no utilizó el diseño gráfico solo como forma de composición, sino que introdujo símbolos y significados de diferentes esferas culturales, para que, a través de su reinterpretación, el público pudiera replantearse ciertas temáticas que se consideran normales. Si observamos las piezas desde la perspectiva semiótica podemos ver como elementos conocidos toman otra dimensión al ser presentados fuera de contexto y cómo los conceptos representados pueden desarrollarse en una estructura como el cuadrado semiótico, al tratarse de mensajes que generan el contacto a través de dualidades y opuestos que se enfrentan para romper con la normalización de los mismos.

La generación de las piezas toma como modo de producción el collage y el montaje. Este trabajo característico proviene de las primeras vanguardias, las cuales ya no utilizaban el arte como mera representación si no como modo de acción, buscando romper con el orden establecido. Es en esta transición donde el diseño comienza a tomar papel como posible generador de cambios. Es así como la guerrilla de la comunicación y el activismo toman estas técnicas, como modo de composición para la transmisión de sus mensajes. El collage y el montaje generan una ruptura con lo que es considerado normal, tomando elementos que significan y rompiendo con esa significación, reformulándolos, para generar otros sentidos. Esta resignificación saca de contexto los elementos reconocidos por el público, llevando a este a la reflexión o a la reacción que se buscaba.

La posibilidad de resignificación puede llevar al público a tener una interpretación variada del mensaje, que el grupo orienta mediante la utilización de textos, que contienen datos y estadísticas que funcionan como anclaje a las posibilidades de significados y dan veracidad a las ideas que se comunican. Las estrategias de las Guerrilla Girls para llegar al público, y así lograr visibilidad y participación, son utilizar como medios para su activismo al diseño y la publicidad, llamando la atención mediante el humor y la ironía, tomando elementos de la retórica como la metáfora, la personificación y las figuras contrarias. Crean una relación, tomando estereotipos como el color rosa y el cuerpo femenino, para identificar a la mujer, y con ello romper los mitos que se generan alrededor de esta figura.

Lo que hizo este grupo, para alzar su voz y visibilizarse, fue, además de utilizar elementos del diseño, exponerlos a través de medios publicitarios o más populares, que no suelen ser utilizados por los movimientos activistas. Tomaron la teoría feminista y su lucha y la transformaron al lenguaje gráfico llevándola a un público masivo y, al hacerlo mediante el humor, lograron alejar la mala imagen que tenía en la sociedad generada a raíz de la serie de protestas de las feministas radicales en los años setenta. Teniendo en cuenta como la lucha feminista se había debilitado y desintegrado durante la década del setenta y en los años anteriores a la creación del grupo, las Guerrilla Girls buscaron el cambio de imagen del feminismo, desmitificando la figura de la mujer y su sobresexualización, ya sea en el ámbito de los museos y galerías, el cine, o en la sociedad en general, representando al feminismo de una nueva manera, antes no encarada, para hacerse notar. Cabe destacar que las instituciones que fueron objeto de su lucha, años más tarde, recibieron y exhibieron sus piezas de protesta como piezas de arte.

Estudiaron la realidad, contaron los casos, dieron nombres de entidades específicas, elaboraron estadísticas y con ello tradujeron los hechos al lenguaje visual. Combinaron arte y activismo desde la teoría feminista. Sus campañas gráficas e imitaciones de publicidad fueron más elaboradas y complejas que las utilizadas anteriormente por el feminismo, apuntando a las masas, agregando a esto, sus apariciones enmascaradas que llamaban la atención por parecer una puesta en escena.

Utilizaron el diseño gráfico no como transformador sino como modo de concientización, generando la creación de puestas y piezas individuales que llevaban a la reflexión, y que, en conjunto proponían la visión de una posibilidad de cambio. Este grupo con el tono humorístico e irónico que las caracteriza, sentaron bases para un activismo practicado de otro modo, que hasta el momento no se había logrado, allanando camino para otros grupos feministas que utilizarían métodos poco ortodoxos para la expresión de sus valores.

V- Bibliografía referenciada

BLISSET, L y BRÜNZELS, S. Grupo autónomo a.f.r.i.k.a. (2000). Manual de guerrilla de la comunicación. Barcelona, España. Editorial Virus.

CARRERA, P. y FERNANDEZ DOLS, J. (1992) “La observación: cuestiones previas” en Clemente Díaz, M. (Coord.), Métodos y técnicas de investigación. Madrid, España. Editorial Eudema.

CLEMENTE DÍAZ, M. (1992) “El análisis de contenido: características generales y análisis categorial” en Clemente Díaz, M. (coord.), Métodos y técnicas de investigación. Madrid, España. Editorial Eudema.

GUERRILLA GIRLS. www.guerrillagirls.com

IMÁGENES. Las nueve piezas analizadas en esta investigación, son de la autoría del grupo Guerrilla Girls y fueron extraídas del sitio oficial de las Guerrilla Girls, www.guerrillagirls.com.