

Tribuna Abierta

Atravesar el espejo

POR ANDREA ABALIA MARIJUAN (*)

UN murmullo expectante invadía la sala de las Juntas Generales de Bizkaia el pasado día 5 con motivo de la inauguración de la exposición *Alter Ego*. Fue entonces cuando se alzaron entre carraspeos estas lúcidas palabras, moduladas por una voz familiar, la de mi amigo y director de tesis Juliantxo Irujo: "Un cuadro puede concebirse como una ventana hacia el mundo o como una ventana hacia el interior".

En tanto que ventana hacia el mundo, las creaciones nos permiten expresar nuestra forma de experimentar dicho mundo. En ese intento, aunque mudo, el arte puede hablar mediante formas y colores de temas que escapan a su dominio, temas vitales y sociales que nos rodean y afectan. Entre dichos temas está nuestra inquietud por la realidad social de la feminidad, donde los límites entre realidad y ficción parecen haber empezado a disolverse. En tanto que ventana al interior, la representación puede funcionar como un espejo, como un umbral reflexivo con la identidad del individuo y su imaginación inconsciente. El cuadro, como una superficie de ficción, permite fantasear y sublimar con impunidad nuestros más enterrados deseos, todo lo que no podemos ser o no nos atrevemos a hacer en nuestra vida real, pudiendo verse mezcladas las imposiciones ideales y morales, los deseos liberadores e, incluso, nuestros temores más profundos.

Ficción que marca nuestra conducta

Las *Alter Ego* expuestas en J.J.G.G. concentran ese cúmulo de ambigüedades y paradojas: nos devuelven reflejos inquietantes porque dejan salir a la luz facetas ocultas que habitan en nuestro interior y, a la vez, subvierten los condicionamientos y roles sociales atribuidos a la feminidad.

Ambas perspectivas, tanto la ventana como el espejo, son representaciones y por lo tanto son artificiosas, aunque por su factura a veces puedan parecer reales, retomando la ya citada frase de T. Adorno: "El arte es la mentira de ser verdad". Aunque pretenda simular una realidad, la representación no deja nunca de ser ficción. No obstante, la ficción artística puede

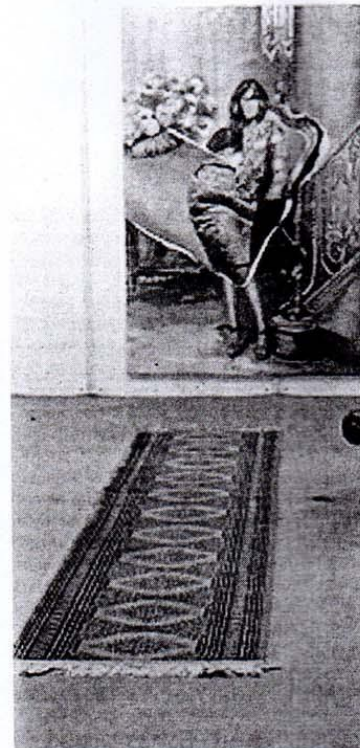
acabar proponiendo verdades que, por el contrario, están camufladas en la vida real, maquilladas tras su representación. En otras palabras: a veces, el arte puede abordar con mayor transparencia la realidad que el imaginario que nos circunda. Me refiero, por ejemplo, a las imágenes publicitarias que conviven con nosotros diariamente. Su verosimilitud permite que, a pesar de ser ficciones, configuren nuestro imaginario de lo real y, por ende, de nuestra forma de concebirlo y experimentarlo. La imagen artística sería inofensiva en tanto que se ubica en el dominio de la ficción, excluida de la realidad -situada en el museo o la galería- pero conectada a ella solo a través de la imaginación. Por el contrario, el imaginario publicitario y de los medios de comunicación de masas es poderoso y engañoso, porque se inmiscuye en plena realidad y maneja significantes que asimilamos de manera inconsciente. Son fragmentos de ficción que terminan configurando nuestra visión de la realidad y modulando nuestra conducta a merced de una superestructura empresarial.

Esta es la tesis de Jean Baudrillard, quien postula que en la sociedad occidental actual, la representación -gracias a la tecnología y a la virtualidad- ya no necesita un referente real. El signo se ha independizado de su referente: se pueden crear realidades virtuales. Baudrillard defiende que las imágenes que nos rodean son artifices de lo real: simulan la realidad llegando a suplantarla en nuestra imaginación. Así llegamos a una cultura basada en el simulacro, donde ya no sabemos diferenciar lo real de lo creado o ficticio.

Poliédrica y engañosa representación de la feminidad

De igual modo que Mickey, el ratón, es real para los niños, creemos que los personajes y escenas de los anuncios son reales: así nuestra idea de la realidad proviene sobre todo de la televisión. Los roles de las figuras de las campañas publicitarias, de las series televisivas... van conformando nuestra visión de la sociedad y nuestra pauta de conducta de acuerdo a unos valores y aspiraciones que maneja el lenguaje de las imágenes: la retórica visual.

En esa dinámica de confusión engañosa entre



Los roles de las figuras de las campañas publicitarias, de las series televisivas... van conformando nuestra visión de la sociedad y nuestra conducta

Convendría más que dejáramos de admirar la apariencia de realidad del arte y tratásemos mejor de detectar la ficción oculta en el imaginario que se nos propone como real

ficción-realidad, una de las grandes ficciones poliédricas es la representación de la feminidad. La mujer se reinventa en los medios de comunicación, encarnando una serie de estereotipos y de acuerdo a unos valores que pueden y deben someterse a crítica. Podemos diferenciar, como compartimentos estancos, la esposa y mujer del hogar, la mujer madre, la adolescente o Lolita, la mujer fatal... y rara vez la ejecutiva estresada porque ha de conciliar las labores tradicionalmente atribuidas a la mujer con el mundo laboral.

En general, destacan los modelos de virtud femenina basados en la belleza y en la eterna juventud, que no se ajustan a la realidad social de las mujeres y que, no obstante, repercuten en las aspiraciones ideales de estas, especialmente en las adolescentes. Al estilo de las princesas de los cuentos populares tradicionales, se fomenta la función femenina exclusivamente como objeto de contemplación. La consecución del poder en la mujer parece pasar por la conquista del hombre. Como paradigma, las campañas de perfumes y helados. Las imágenes publicitarias actúan como reflejo de un espejo mental y condicionan nuestra forma de mirarnos y de comportarnos.

La creación artística nos permite cuestionar la realidad circundante y nuestra propia identidad al sacar a la luz las contradicciones que como mujeres experimentamos en nuestra vida. Nuestros autorretratos ahondan en nuestra verdadera identidad, cuestionando patrones y configuraciones culturales que categorizan los diversos modelos de mujer. Nuestras *Alter Ego* nacen de un imaginario colectivo (proceden de revistas, películas, cuentos), por lo que funcionan también como espejos en los que otras personas pueden reconocerse parcialmente. La ficción subvierte, entonces, esos patrones reconocidos a través de diversos desvíos estéticos, provocando una doble espiral entre realidad y ficción.

Es fácil admirar la verosimilitud de una pintura, pero convendría más que dejáramos de admirar la apariencia de realidad del arte y tratásemos mejor de detectar la ficción oculta en el imaginario que se nos propone como real. Invito, por tanto, a una mirada crítica hacia las imágenes, a una conciencia de la importancia que adquiere el lenguaje visual en nuestra conducta y, por último, a una reflexión más profunda sobre su influencia en nuestra identidad. Tanto si queremos pintarlo como si no, dejemos de contemplarnos y atravesemos el espejo.

* Doctorada en Bellas Artes con la tesis 'Lo siniestro femenino', expone sus obras en la sala de Juntas Generales de Bizkaia