

Discurso visual de lo femenino en Colombia

Star system y la mujer: representaciones de lo femenino en Colombia de 1930 a 1940

CLAUDIA ANGÉLICA REYES
SARMIENTO, FELIPE BELTRÁN
VEGA, DIEGO GIOVANNI
BERMÚDEZ AGUIRRE Y JESÚS
ALFONSO GALLARDO VEGA.
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo
Lozano, Bogotá, 2016, 191 pp., il.

LA OBSESIÓN por la construcción de imágenes bellas parece haber equiparado mujer y diseño gráfico, mostrando ambos como producto estético destinado a la contemplación. Mujer y diseño son artilugios visualmente atractivos y tienen en común ser el resultado de una sofisticada elaboración técnica y discursiva, material y simbólica de una época. A su vez, son también huella y rastro de una sociedad patriarcal que los ha naturalizado y estabilizado a su conveniencia. Ante esta realidad, urge el estudio riguroso acerca del papel del diseño gráfico en la construcción del régimen de representación visual sobre lo femenino en Colombia, que ayude a avanzar en la comprensión de la hegemonía de lo visual, la *objetualización* de las mujeres y su idealización como producto de una mirada masculina.

En esta vía, *Star system y la mujer: representaciones de lo femenino en Colombia de 1930 a 1940* presenta el resultado de una investigación que aporta al estudio del papel del diseño gráfico en la producción y circulación de discursos visuales sobre lo femenino en Colombia durante la primera mitad del siglo XX. Compuesto por cuatro capítulos y tres secciones intermedias, este trabajo nos muestra el desarrollo del diseño gráfico en revistas y prensa nacional a la par del proceso de modernización que enfrentaba el país. En este sentido destaco el primer capítulo, “Cuerpo, discurso y diseño: contrastes entre la tradición y lo moderno”, donde Claudia Angélica Reyes describe una modernización que, al parecer, se concretaba más en el desarrollo de la infraestructura que en la renovación del pensamiento de

una sociedad conservadora, religiosa y tradicionalista, la cual impuso un “deber ser” a las mujeres bajo las figuras del “bello sexo y el ángel del hogar”. Apoyado en los discursos médicos e higienistas, este “deber ser” entraba en tensión con la emergencia del ideal de mujer moderna reforzado por el *star system* o sistema de las estrellas, que consistía en la producción de representaciones icónicas de actrices femeninas (impulsado por la industria cultural estadounidense, principalmente el cine de Hollywood en la llamada época dorada), representaciones que fueron adaptadas al medio nacional mediante anuncios e imágenes publicitarias.

Si bien el diseño gráfico no ha sido un espacio para la teorización feminista, este libro abre la posibilidad de examinar sus modos de hacer y su influencia en la reproducción de estereotipos e imaginarios generizados (es decir, los roles que cada persona, supuestamente, debe cumplir según su sexo biológico). Se dirige a un público amplio e interesado en la investigación sobre y desde la imagen, ya que pone en diálogo un montaje de apuestas metodológicas e investigativas de corte estético, semiótico y gráfico expuestas en cada uno de sus capítulos. Su lenguaje es diverso: el segundo capítulo y el cuarto presentan tecnicismos propios de la semiótica y las operaciones retóricas que dan cuenta del discurso gráfico; en el tercero, percibimos un lenguaje más cercano a nuestra cotidianidad al conectar la imagen en su dimensión social al contexto de producción, sus formas de circulación, el impacto en la economía y la filiación política propios del proyecto modernizador. En este sentido, es una apuesta que intenta cruzar los fundamentos propios del diseño gráfico y acercarse, aunque de manera aún incipiente, a los estudios feministas y culturales para dar cuenta de su impacto simbólico en la construcción de realidades.

Un fuerte atractivo del libro son las imágenes fotográficas y publicitarias provenientes de fuentes históricas como revistas y prensa nacional de la época, que son leídas en sus dimensiones materiales (elementos morfológicos, dinámicos y escalares) y en su capacidad de significación (como fuente histórica, lenguaje y discurso visual).

El análisis de la dimensión material propone un reconocimiento de factores cromáticos, compositivos, de identificación, de división interna, pero no se estudia la manera en que estos elementos son codificados y generizados culturalmente, contribuyendo desde su materialidad a la idealización de lo femenino. El análisis de la capacidad de significación propone comprender las imágenes como prácticas significantes y no como meros artefactos estéticos; no obstante, se requiere de una mayor rigurosidad para dar cuenta de cómo las imágenes producidas localmente se enlazan a las intenciones y discursos del momento y cómo la imagen deviene en artefacto político. En este sentido, es necesario superar la creencia de que la imagen es un reflejo de la realidad y entender también su capacidad de agencia en la mediación y construcción de realidades; las imágenes no solo están a la espera de interpretación, ellas mismas interpretan la realidad que presentan. Así, debemos trascender la pregunta sobre qué muestran las imágenes que vemos, hacia otras referidas a cómo muestran lo que muestran y cómo vemos lo que vemos.

Para responder a este tipo de cuestionamientos se requiere de una apuesta transdisciplinaria que articule distintas perspectivas y cruce diversas apuestas metodológicas. Así mismo, el estudio sobre las representaciones de lo femenino debe ser actualizado y problematizado más allá del reconocimiento del “deber ser” de las mujeres, avanzando hacia el análisis crítico de su impacto en la construcción de subjetividades, en los procesos de identificación, imitación y proyección. Igual de relevante resultaría pensar en las afecciones y emociones que moviliza el *star system* como dispositivo regulador o examinar su actual vigencia como tecnología del género: un sistema de significación que define los valores y características del mundo sexuado.

Aunque no sea del todo explícito en el libro, es importante cuestionar el uso de la categoría “mujer”, frecuentemente utilizada desde un postulado universal que supone una experiencia compartida, por oposición al supuesto universal “hombre”, que acoge a la humanidad. En el libro, “la mujer” debe entenderse en tanto ideal de

feminidad, forma de iconicidad que se parece a algo más, materializada en las imágenes del *star system*, donde las actrices operan como representación icónica de la mujer y no de ellas mismas: su representación no se refiere a las mujeres concretas ni a sus particularidades.

Es necesario entender que el género y lo femenino no deben reducirse a motivo en la imagen, sino a una forma de organización de las relaciones sociales que nos atraviesa (tanto a quienes producen las imágenes, como a quienes las reciben, las consumen e investigan). Adicionalmente, este libro abre algunos interrogantes sobre el quehacer del diseñador gráfico (a quien se alude allí siempre en masculino), lo cual exige seguramente futuras investigaciones sobre el lugar de las mujeres en su producción, las posiciones de liderazgo, las brechas salariales que deben afrontar, así como la división sexual del trabajo en las distintas áreas de este campo. Es importante que nuevas investigaciones le apuesten a la transformación del diseño gráfico y a la desarticulación de las formas naturalizadas de entenderlo; este ejercicio tendrá un impacto en las audiencias y en la manera de ver/ leer las realidades.

Resulta positivo el trabajo colaborativo entre docentes y estudiantes, así como la participación mayoritaria de hombres como autores de este libro, ya que la reflexión y la teorización sobre *la mujer y lo femenino* han sido un terreno comúnmente recorrido por feministas desde los años sesenta. Si bien en este libro son escasas las referencias a tales aportaciones, no deja de ser un estímulo para que más hombres se interesen en el estudio de estas representaciones, y así contribuir a que deje de ser una práctica feminizada.

Sonia Vargas Martínez

Escuela de Estudios de Género

Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá