

# El desnudo en la comunicación visual

Ana Paula Miranda García

Universidad La Salle Cuernavaca, Escuela de Arquitectura Diseño y Comunicación. Cuernavaca, México.  
anapmg55@outlook.es

**Resumen.** El mirar es un acto y manifestación de poder, cuando se observa al otro se le convierte en aquello que se desea o cree ver, y aquello que se da a mirar es el resultado de lo que alguien más desea que se crea. Por lo tanto, ¿qué ve alguien cuando mira?, ¿si aquel que es mirado le regresara la mirada se sentirá reconocido en ella? Los comunicadores gráficos tienen la oportunidad de cambiar la forma en la que se retrata al otro y con ella la habilidad de manipular la percepción del espectador. Si se aprendiera a mirar y permitir al observado regresar la mirada quizá daría paso a dejar de encontrar objetos a disposición del observador. La presente investigación se desarrolla a través de la perspectiva de género con un enfoque cualitativo, haciendo uso de una herramienta de análisis construida a partir de lo descrito por Hans-Georg Gadamer en su libro *Verdad y método*.

**Palabras Clave:** Desnudo, comunicación visual, diseño gráfico.

## 1 Descripción de la problemática prioritaria abordada

En 1912 durante la exposición *Salon des Indépendants*, Marcel Duchamp presentó su obra *Desnudo bajando las escaleras no. 2*. El comité de selección de la exposición, integrado por intelectuales de la época, emitió una crítica a dicha obra en la cual fue rechazada bajo el fundamento de que: “un desnudo nunca baja las escaleras, un desnudo se reclina” (Philadelphia Museum of Art, s.f.). En aquella época las piezas de arte relevantes que contenían o mostraban personas desnudas (particularmente mujeres) las presentaban en poses inactivas.

Un ejemplo de aquellos cuadros es la *Olympia* de Manet o *Danae* de Klimt. Podría decirse que esta costumbre dentro de la tradición pictórica europea viene de que los modelos debían de mantener una misma posición durante largos periodos de tiempo para que el artista pudiera capturarlos, por ello, la comodidad de las poses inactivas y su abundancia en cuadros, en contraste con las culturas orientales que acostumbraban a retratar hombres y mujeres desnudos “activos” (Berger, 1972). Lo anterior, muestra cómo en la tradición del arte pictórico se establecen convenciones sobre lo que un desnudo puede o no hacer; sobre los límites del cuerpo humano en su estado natural y lo que es capaz de expresar en este.

El cuerpo humano ha sido objeto de discusión a lo largo de los años, en especial cuando se refiere a qué tanto se puede ver de él y en qué situaciones. Se han establecido áreas del cuerpo a las cuales se refieren como “privadas” o “íntimas”, dichas zonas varían entre el cuerpo femenino y el masculino, esto se ve replicado en la comunicación visual y en cómo se representa la figura humana al desnudo. Dependiendo del contexto en el que se exhibe un desnudo se establecen ciertos niveles de permisión en la exhibición del mismo, un ejemplo de ello sería el Facebook, retirando imágenes de su plataforma en las que aparecen pezones femeninos.

Michel Foucault define la censura como “los mutismos que imponen el silencio a la fuerza de callarse” (Foucault, 1977), mientras que la RAE dice que censurar es “dicho del censor oficial o de

otra clase: Ejercer su función imponiendo supresiones o cambios en algo”. Ambas definiciones coinciden en que es una acción aplicada sobre un discurso. Por lo tanto, se puede suponer que sin discurso no hay censura. Para Foucault el discurso no puede ser separado de la historia que le antecede, y su interpretación está completamente deslindada de quien crea el discurso ya que el hablante no es quien constituye dicha realidad y lo dota de sentido.

John Berger, en su libro *Modos de ver* (1972), menciona que existen dos formas de representar al cuerpo humano. Una es a través del desnudo (nudity) y la otra mediante la desnudez (nakedness), mientras que el desnudo está convencionalizado, puesto que convierte al ser visto en objeto, y retrata la piel del hombre como otro disfraz o vestido, la desnudez expone la esencia del retratado o representado, por ello “el desnudo está condenado a no alcanzar nunca la desnudez” (Berger, 1972, p. 54). Esta diferencia entre conceptos es importante debido a que una presenta mayor oportunidad de expresión que la otra. Muchas de las piezas visuales que contienen desnudos los retratan siguiendo las convenciones establecidas por la tradición europea de la pintura al óleo, el absurdo de esta tradición (según Berger, 1997) alcanza su apogeo en el arte académico público del siglo XX.

La mirada masculina (the male gaze) como término fue acuñado por Laura Mulvey en su ensayo *Narrative Cinema and Visual Pleasure* en 1975, refiriéndose a la forma en que las artes visuales y literarias presentan el mundo (en específico a la mujer) desde un punto de vista masculino, poniendo a la mujer como objeto del deseo masculino. Dentro de esta mirada Mulvey encuentra la paradoja de la necesidad de que exista la mujer como ser castrado para dar significado al falo, cuando se le representa con esta carencia que en su búsqueda da al falo un significado simbólico. Es por esta castración que la mujer, dentro de un mundo falocentrista, es vista como un otro respecto al hombre, y es en la otredad (la mujer) que el hombre puede vivir sus fantasías al imponerlas sobre ella.

Esta mirada masculina tiene tres componentes principales (en su artículo Mulvey habla principalmente de la mirada masculina en el cine, sin embargo, más adelante podremos encontrarla en otros tipos de piezas de comunicación visual) son la cámara, los personajes y por último la mirada del espectador. Los dos primeros componentes dependen del último, puesto que el espectador es a través de ellos que manifiesta su mirada e interpreta lo observado. Es en este punto donde se produce una dicotomía dentro del espectador, por un lado, encuentra placer en el mirar a otra persona y convertirla en objeto sexual (fetiche descrito por Freud en su libro *Tres ensayos sobre teoría sexual*, 1905, denominado escopofilia), y por el otro como consecuencia impulsos narcisistas y egoístas identificarse con la imagen que mira (haciendo referencia a lo observado por Jacques Lacan). La mirada masculina soluciona esta dicotomía al convertir en objeto sexual a la mujer e insertarse como protagonista para poder verse reflejado.

Con esto, se puede plantear que la mirada femenina es el opuesto directo a la descrita por Mulvey; sin embargo, Jill Soloway en su clase magistral titulada *La mirada femenina (The female gaze)* impartida en el Festival de Cine Internacional de Toronto 2016 (TIFF) acuña el término y lo posiciona como diferente mas no contrario a la mirada masculina. Soloway describe a la mirada femenina como una forma de sentir el mirar. A esta mirada la caracterizan tres componentes básicos, en primer lugar, reclama el cuerpo como una forma de sentir mirar, en segundo facilita la comunicación de lo que significa ser el que recibe la mirada del otro, es decir tiene la capacidad de transmitir la sensación de ser mirado, por último, es una mirada que mira a quien la mira.

## **2 Objetivo**

Analizar la representación del desnudo en piezas de comunicación visual, el papel del autor en ellas, así como del contexto socio-cultural que las rodea; identificar los medios y patrones de uso del desnudo dentro de la pieza, así como en el contexto al que son expuestas.

## **3 Propuesta de solución**

La presente investigación se considera interpretativa, ya que busca estudiar un tema para poder comprenderlo a fondo. Tiene en consideración la naturaleza inseparable del investigador y el objeto de estudio; se considera la realidad como algo cambiante y dinámico. La herramienta de análisis desarrollada para esta investigación parte de la hermenéutica, metodología que vive dentro del paradigma interpretativo.

La elección de este tipo de investigación se debe a que el acercamiento del investigador al objeto o los objetos de estudio es holístico, se procura aproximarse a ellos teniendo en cuenta su historicidad (Álvarez-Gayou, 2003, p.24). La herramienta de análisis desarrollada se aplica a una muestra seleccionada por conveniencia, las piezas pertenecen a diferentes épocas y ramas de la comunicación visual con la intención de realizar un recorrido histórico crítico del uso y representación del desnudo. Los análisis se llevan a cabo por duplas, emparejadas por sus características, como pueden ser género del autor, época, o tema.

## **4 Discusión de resultados e impactos obtenidos**

El objetivo fundamental de esta tesis es analizar la representación del desnudo en piezas de comunicación visual, el papel del autor en ellas, así como del contexto socio-cultural que las rodea e identificar los medios y patrones de uso del desnudo dentro de las piezas, así como en el contexto al que son expuestas; además de la carga expresiva o significativa que puede contener. La aportación principal de este trabajo de investigación consiste en abonar al discurso actual relacionado al desnudo en piezas de comunicación visual abordado desde el diseño gráfico con perspectiva de género.

La línea entre arte, pornografía y erotismo se ha vuelto casi inexistente. La reacción del público a las piezas se ha alejado del contenido de la pieza para depender del discurso creado alrededor de ella por el autor. A falta de una evolución en las formas de representación se ha vuelto fundamental la argumentación del autor. De igual forma, es el autor y su pasado el que determina el valor simbólico de su obra, no la obra en sí.

El desnudo femenino ha sido utilizado por hombres para verter sobre él sus fantasías, su representación tiende al vacío, al objeto que se desea y admira, pero carece de sustancia. Las convenciones creadas a partir de esta mirada se han mantenido a lo largo de los siglos, y perduran en piezas publicitarias, fotográficas y artísticas, sin embargo, en décadas recientes e incluso en siglos pasados, han surgido con mayor fuerza y frecuencia las voces de protesta ante esta objetivación del ser. La tendencia es a un incremento del retrato de la desnudez como respuesta al desnudo.

El cuerpo masculino se ha mantenido como representación de la parte activa y de poder, a pesar de ello el cambio en su retrato, al igual que el de la mujer, en años recientes ha visto un incremento en piezas gráficas en el intento de explorar otras formas de representación del cuerpo

masculino, a veces cayendo en su objetivación, en otras logrando retratar su vulnerabilidad y otorgándole con ello humanidad. Al cuestionar el lente falocentrista se abre la puerta a la igualdad entre géneros fundamentada en la empatía.

## 5 Conclusiones y perspectivas futuras

A lo largo de la historia de la comunicación visual se han creado convenciones sobre lo que es o no es bello y aceptable en las representaciones del cuerpo desnudo (tanto femenino como masculino). Estas convenciones son resultado de imposiciones morales dadas por aquellos en posiciones de poder (iglesia, estado, empresa, instituciones, etc...) y su modificación o evolución son consecuencia del cambio social.

El autor, al ser concebido y moldeado por su contexto, refleja en su obra sus experiencias, es incapaz de retratar aquello que desconoce o no logra entender, por ello en la mayoría de las representaciones del cuerpo en piezas de comunicación visual, este termina siendo objetificado. La cultura visual dominante, es decir la tradición pictórica occidental tiene sus bases en un lente falocentrista que promueve esta forma de ver y representar. Cuando un comunicador visual crece dentro de esta cultura lo más probable es que sus obras sigan las normas impuestas por ella, sin embargo es posible encontrar variantes y representaciones que retan a la norma, visto con más frecuencia en obras creadas por autores pertenecientes a minorías o grupos oprimidos; aquellos de círculos sociales privilegiados tienden a caer en convertir al otro en objeto sexual o de consumo, debido a la idea de *otredad* impuesta en aquellos con los que no pueden o logran empatizar.

Son aquellas piezas creadas bajo la mirada masculina que caen en representaciones machistas y sexistas, se pueden identificar cuando se percibe en el cuerpo de alguien un otro, son aquellas piezas en las que la empatía no tiene cabida y se priva al ser mirado de su capacidad de manifestarse fuera de la realidad y deseos del espectador. Es esta mirada masculina la que limita la capacidad expresiva en representaciones del cuerpo humano desnudo, cuando se logre ser conscientes de ella y evitar caer inconscientemente en sus convenciones se puede explorar un sin fin de formas de representar el desnudo.

Este proyecto de investigación nace de la creencia de que todo comunicador visual tiene un deber ético para con la sociedad, el hacer una revisión histórica de la cultura visual y su impacto permite ver las faltas de aquellos que les anteceden y corregir aquellas formas de representar que han perjudicado y continúan haciendo haciéndolo a diversos sectores sociales. Si bien es imposible analizar en una sola investigación todas las piezas de comunicación visual relevantes a lo largo de la historia, este proyecto sí pretende existir como un precedente para dar paso a futuras investigaciones que a su vez den pie a proyectos aplicables en áreas educativas, empresariales y/o gubernamentales.

La clave para dejar atrás el desnudo y avanzar a la desnudez, es mirar al que nos mira y permitir reconocerse en el acto.

## 6 Agradecimientos

Se agradece el apoyo de Margarita Sigüenza Cancino por su constante apoyo en el desarrollo de este proyecto, a Ivette Larrañaga Moreno por estimular las ideas que derivaron en este proyecto a través del debate, Julio Cesar García Rabadán por ayudar durante el proceso de diseño de investigación, a José Luis Valdez por su compañía y simpatía, a mi familia (tanto biológica como elegida), y a la Universidad La Salle Cuernavaca por permitir la creación de este proyecto.

## 7 Referencias

1. Philadelphia Museum of Art. (s.f.). *Nude Descending a Staircase (No. 2) (Philadelphia Museum of Art)*. <https://www.philamuseum.org/collections/permanent/51449.html>
2. Berger, J. (1972). *Modos de ver*. Editorial Gustavo Gili.
3. Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad*. Grupo editorial siglo veintiuno.
4. Mulvey, L. (1975) *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Screen.
5. Freud, S. (2016) *Tres ensayos de teoría sexual*. Amorrortu Editores.  
Soloway, J. (2016, septiembre). *The female gaze (Topple)*. <https://www.toppleproductions.com/the-female-gaze>