

EL MITO ANDRÓMEDA EN LA SOCIEDAD VISUAL

ANA M. MUÑOZ-MUÑOZ

Universidad De Granada

M. MAR MARTÍNEZ-OÑA

Universidad Europea De Madrid

1. Introducción

La sociedad actual, heredera de la cultura androcéntrica desarrollada a lo largo de los siglos en el mundo occidental, mantiene y representa de forma cotidiana antiguos arquetipos femeninos instalados en el subconsciente colectivo a través no solo de las imágenes proyectadas por la sociedad visual, sino de la cultura *hipervisual* del siglo XXI, la cual favorece la pervivencia y transmisión de antiguas iconografías femeninas que fueron creadas desde una perspectiva androcéntrica. La mitología clásica se ha convertido en un pilar iconográfico referencial de las identidades femeninas donde las mujeres se ven representadas, a la vez que subsiste una falsa identidad que forma parte de un “moderno” imaginario sociocultural y que paradójicamente proviene de una “antigua” sociedad patriarcal perpetuada a través de las reminiscencias iconográficas de la cultura clásica en la sociedad contemporánea.

El personaje de Andrómeda es conocido a través del héroe Perseo (hijo de Júpiter y Dánae) quién tras decapitar a la Gorgona Medusa marcha “montado en el alado caballo y enarbolando la cabeza del monstruo, el héroe libera a Andrómeda que, atada a una roca, debía ser devorada por un monstruo marino. Atraído por su belleza se casa con ella.” (Aghion, Barbillon, y Lissarrague, 1997: 283). La joven y bella protagonista es atada a una roca, en la cual espera ser devorada por un monstruo, en ese momento es rescatada por un héroe masculino con el que se tendrá que casar. Una historia más de mujeres víctimas, y hombres héroes “salvadores” que rescatan y liberan a las mujeres, quienes a su vez se convierten en objeto/recompensa y vuelven a ser “atadas/encadenadas” obligadas a un matrimonio no elegido por ellas (paradojas de la liberación femenina en la sociedad patriarcal). Sin embargo, estas leyendas siguen vigentes a lo largo del tiempo y en la actualidad, donde la perspectiva educacional del androcentrismo asimila el concepto de libertad igualándolo con el matrimonio, con un varón “el héroe”, así la vida privada sigue protagonizada por mujeres “buenas y sumisas” que terminan casadas.

El análisis de la figura mitológica de Andrómeda en la actual cultura visual, la herencia de clásicos mitos femeninos y la evolución de éstos se manifiestan en imágenes de diferentes sectores artísticos y publicitarios. La mitología clásica que ya conocemos ha sido estudiada desde los inicios de la cultura occidental en la que se asienta la cultura clásica, griega y romana, desde autores clásicos como Homero, Ovidio, etc., hasta autores más actuales como M. Dolores Gallardo López (1995).

Los mitos clásicos en la pintura contemporánea han sido estudiados por autores como José María Blázquez (1997), Kanelliadou (2004), Alcalde, Asencio, y Macías (2007) en el cine por Gabriel Laguna Mariscal, Mónica Martínez Sariego y Myriam Librán Moreno, (2012), y en el comic por

Herreros Tabernero (2001), entre otros. Desde una perspectiva de género las representaciones contemporáneas sobre iconografía han sido estudiadas desde distintos ámbitos como la mitología clásica (Bornay 1990, 1996, Ulierte, 1998), los mitos griegos en el manga japonés (Hernández Reyes, 2008). En concreto Francisco Javier López Rodríguez y Juan A. García Pacheco (2012) destacan los diversos estereotipos femeninos en el comic y el anime señalando que:

Brian Ruh (2001) expuso la necesidad de llevar los estudios de género al cómic para público masculino y ése es precisamente el objetivo de nuestro trabajo de investigación: estudiar cómo se representa el personaje femenino a nivel narrativo en cómics y series de animación orientadas a adolescentes masculinos. (López Rodríguez, y García Pacheco, 2012: 639).

En este trabajo se analiza la mitología clásica identificada con el personaje femenino de Andrómeda y su representación/reinterpretación actual en imágenes de distintos ámbitos de la cultura visual (comic, videojuegos, publicidad, etc.). Por tanto, el objetivo principal es analizar y demostrar la pervivencia de la iconografía de Andrómeda en la cultura visual actual, junto con los híbridos que se desarrollan de este clásico personaje femenino desde una perspectiva de género.

2. Material y método

El estudio se basa en una muestra de 70 imágenes obtenidas a través de Internet, con la ayuda de búsquedas avanzadas en diferentes navegadores (Google Chrome, Internet Explorer, etc.), centradas en las palabras: Andrómeda, cadenas, combinadas con otras como Perseo, monstruo marino, etc. Lo que permitió una visión general de la cuestión sobre el tema elegido, para a posteriori seleccionar la muestra de imágenes femeninas, representaciones gráficas, que se identificaron con el personaje mitológico de Andrómeda. Tras la lectura de las imágenes a través del método iconográfico, se clasificaron los atributos/símbolos que identificaron al personaje objeto de análisis. No hay que obviar el papel destacado del método iconográfico e iconológico (Panofsky, 2001) que permite leer e identificar las imágenes, “La iconografía podría definirse como la disciplina cuyo objeto de estudio es la descripción de las imágenes, o como han señalado algunos autores, la escritura en imágenes” (Rodríguez López, 2005: 2).

Para analizar a este personaje se parte del concepto de la identificación de las imágenes como transmisoras de un mensaje intelectual, por ello es la iconografía el método que lo estudia, junto con el análisis de la evolución de los iconos su transformación y pervivencias (Rodríguez López, 2005), siendo en este punto concreto donde se acepta las existencias de hibridismos en el estudio Andrómeda. La iconografía más utilizada a lo largo de la historia ha sido, la mujer encadenada salvada por el héroe masculino, o el momento anterior, en el que ella está encadenada esperando su cruel destino; las cadenas se convierten en un elemento iconográfico fundamental para la identificación del personaje, junto a Perseo y al monstruo marino. De las diferentes representaciones gráficas obtenidas se escogieron aquellas imágenes protagonizadas por el mito clásico de Andrómeda, junto con otras en las que había una contaminación iconográfica, al perder o modificarse su significado original, donde se apreciaba un entorno visual manipulado y sexualizado en el que el personaje se convierte en un elemento sexual, e incluso en algunos casos su representación se asemejaba con la de una esclava sexual, en ocasiones relacionada con la industria pornográfica (ejemplos que en este trabajo quedaron clasificados dentro de la industria cinematográfica, al tratarse de fotogramas filmicos). En todas las representaciones gráficas se identifican algunos de sus atributos iconográficos (cadenas, monstruo,

Perseo, etc.). Una vez obtenidas e identificadas las imágenes, se realizó una clasificación para conocer a qué disciplina artística pertenecían, los resultados fueron: en manga 11 imágenes, en anime 8, en comic 4, en videojuegos 3, juguetes 5, dibujos artísticos 10, fotografía artística 5, industria musical 4, industria cinematográfica 12, publicidad 7, y otros 1. Por último, se analizó qué imagen se fomenta de Andrómeda y qué arquetipos femeninos se desarrollan en determinadas disciplinas artísticas.

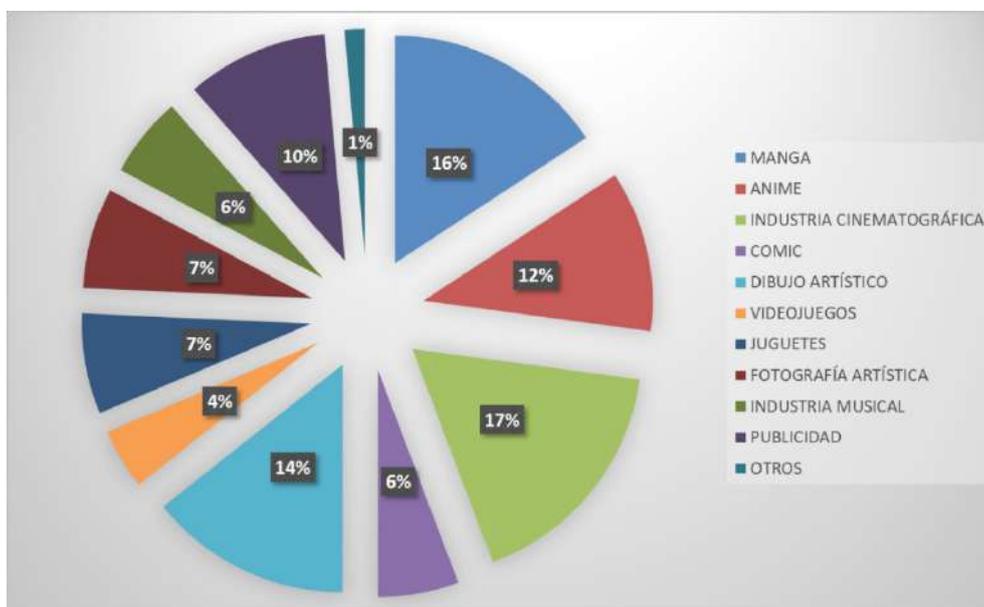
3. Andrómeda en la cultura visual

La historia narra cómo Andrómeda es salvada por el héroe Perseo. Hombre dominante, mujer dominada; él seguro de sí mismo, ella victima frágil y vulnerable. Esta es la imagen que se perpetúa a través de la historia del mito heredado de la mitología clásica;

La perdurabilidad del mito a lo largo de la historia está avalada por dos cualidades importantes inherentes al mismo, su valor paradigmático y su capacidad de adaptación, las cuales nos ayudarían a entender tanto su importancia como su permanencia en la sociedad aun cuando en apariencia ya no sería necesario. Estas cualidades permiten a los mitos seguir existiendo pese al hecho de perder su función religiosa o ritual (Hernández Reyes, 2008: 634-635).

Las expresiones artísticas encontradas en la figura de Andrómeda son: la industria cinematográfica con el mayor porcentaje, un 17%, seguida de los dibujos mangas con un 16% y del dibujo artístico con un 14%. La muestra de dibujos manga junto con anime, ambos provenientes de la cultura japonesa, se unifica con un 28%, siendo la cultura oriental quien adapta y reinterpreta los mitos femeninos de la cultura occidental. (Gráf. 1).

Gráfico 1. Representación del personaje mitológico de Andrómeda. (Elaboración propia).



El manga, se refiere al comic japonés, mientras que el anime se identifica con la animación que procede de Japón. Sin embargo, en el mundo occidental se ha generalizado el concepto de manga, que incluye tanto el comic como la animación japonesa, aunque en realidad el término en sí es mucho más complejo. Si el manga cosecha un éxito considerable se crea su serie de animación para TV, película,

videojuegos, etc., es por ello, que algunos de los ejemplos se desarrollan en manga, anime, videojuegos, etc., como es el caso del manga *Saint Seiya*, traducido en castellano como *Los Caballeros del Zodiaco*.

En la saga *Saint Seiya* se muestra una representación masculina de Andrómeda, un joven caballero, un personaje andrógino e híbrido: el *Caballero de Andrómeda* (Fig. 1). El único caso de Andrómeda personificada por un hombre. Adexe Hernández Reyes (2008) afirma que “es a través del comic donde los mitos griegos se reinventan”, éste es un claro ejemplo de reinención e hibridación de personajes, donde el *Caballero de Andrómeda* además del nombre, mantiene una característica iconográfica principal que se refleja en la lucha, se trata del uso de su arma personal, sus cadenas de Andrómeda, su elemento iconográfico más característico “[...] la indumentaria, las armas y armaduras no solamente dotan de poder a quien las lleva o las utiliza, sino que definen de modo crucial la personalidad y la identidad de los personajes” (Torrents, 2016). *Saint Seiya* reinventa la mitología clásica que muestra a guerreros con armaduras de capacidades extraordinarias, en esta historia Andrómeda ocupa un papel relevante desde el primer momento;

Según la mitología griega, el héroe Perseo logró decapitar a la monstruosa Medusa. De en medio del charco de sangre nació un precioso caballo alado, Pegaso. Pegaso se elevó en el cielo y se convirtió en una constelación [...]” Con estas palabras que nos traen a la memoria un famoso episodio mítico, la muerte de la Gorgona Medusa a manos del héroe Perseo, comienza *Saint Seiya* uno de los mangas que más éxito ha cosechado fuera de Japón (Hernández Reyes, 2008: 633-634).

Además, en *Saint Seiya* se muestra la iconografía clásica de Andrómeda personificada en una mujer encadenada a las rocas, esperando ser devorada por el monstruo marino (Fig. 2). Las cadenas, como elemento icónico y, a su vez erótico, se ciñen al cuerpo femenino contorneando la figura de la princesa, sobre sus vestimentas rasgadas y rotas lo cual le otorga un cierto matiz erótico. Este manga reproduce, y reinterpreta antiguas mitologías clásicas,

En el universo manga los mitos griegos se han expresado a través de dos fórmulas distintas, la adaptación y la reinención, está última de forma más fructífera, puesto que a partir de las viejas leyendas y personajes se crearon protagonistas y situaciones completamente nuevos produciéndose un sincretismo de formas y creencias entre la estética griega, amante de la belleza y la japonesa, amante de la armonía. (Hernández Reyes, 2008: 638).

Estas dos fórmulas diferentes quedan perfectamente representadas en la serie de anime *Saint Seiya* a través de dos de los personajes protagonistas (Fig. 1 y 2).

Figuras 1 y 2. Representación de Andrómeda, y el Caballero de Andrómeda, ambos de la serie Saint Seiya (Caballeros del Zodiaco).



La reinterpretación de los mitos clásicos en expresiones artísticas orientales se extiende por occidente años atrás, hay que tener en cuenta que;

La expansión internacional de la animación japonesa comenzó entre los años sesenta y setenta gracias a las co-producciones y al éxito de series como Heidi (1974) o Mazinger Z (1972). En 1988 se estrenó Akira, un film animado adulto que cosechó excelentes críticas. Y a mediados de los noventa las televisiones de todo el mundo emitieron series animadas japonesas como Dragon Ball (1986), Ranma (1989), Caballeros del Zodiaco (Saint Seiya, 1986), Sailor Moon (1995) y muchas más. (López Rodríguez, y García Pacheco, 2012: 636).

Desde entonces,

[...] la expansión, el consumo y la influencia de los cómics en Japón es tan notoria que son numerosos los académicos que consideran al manga un medio de comunicación de masas equiparable al cine o la televisión. Mark MacWilliams, por ejemplo, aplica el concepto de “arte de masas” acuñado por el filósofo Noël Carroll para referirse al cómic y la animación de Japón. Según este autor, el arte de masas ha emergido recientemente en las sociedades urbanas, industriales y capitalistas. Es un arte diferente al arte clásico o de vanguardia y se caracteriza por su distribución mecánica y digital, gracias a la cual puede alcanzar inmensas audiencias (MacWilliams, 2008: 6). (Rodríguez, y García Pacheco, 2012: 637).

El resto de muestras del personaje de Andrómeda clasificadas en manga y anime presentan en casi todos los ejemplos la misma iconografía personalizada en una mujer joven y guapa (inclusive niñas como por ejemplo en la serie de anime *La pequeña Polon*, que en uno de los episodios representa el mito de Andrómeda, aparece encadenada a una roca como castigo del dios Poseidón), suele aparecer semidesnuda o con la técnica clásica de paños mojados que deja intuir los atributos sexuales femeninos, mujeres muy sensuales y sexuales encadenadas a la espera de ser devoradas. De las 11 imágenes de Andrómeda clasificadas en manga, en todas se muestran las cadenas como elementos iconográficos y en 10 aparece encadenada, en tan solo una imagen no está atada con cadenas, además no se trata de una mujer, sino del Caballero de Andrómeda (Fig. 2). Mujeres encadenadas y erotizadas, que incluso portan elementos fetiches como ligas, junto el pelo largo y suelto, no hay que olvidar el matiz erótico sexual que desempeña la cabellera femenina a lo largo de la historia; presentan también, el torso desnudo con grandes senos redondeados, que son mostrados a través del vestuario, unas

veces portando ropas mojadas y otras, rotas y rasgadas. Sin duda el elemento iconográfico más característico en este sector son las cadenas, el monstruo marino solamente aparece en una representación. La mujer se muestra a modo de trofeo, encadenada, como un atributo sexual que espera a ser cogida/devorada por *un monstruo cualquiera*.

En los comics, con un 6% de representación, se muestra una imagen del mito con tintes más sexuales y en ocasiones crueles, donde aparecen mujeres desnudas siendo literalmente devoradas por monstruos marinos (Fig. 3). Las referencias iconográficas a las cadenas han desaparecido, sin embargo, Perseo es representado en 2 de las 4 imágenes clasificadas en comic (la chica es rescatada por un héroe) (Fig. 4). De los tres elementos iconográfico ha desaparecido uno, las cadenas, la mujer no aparece encadenada, pero si literalmente devorada. El mito está muy sexualizado ofrece una imagen morbosa de una mujer devorada por un monstruo que sale del mar en la mitad de las imágenes y en la otra mitad la mujer es rescatada por el héroe. La mujer se muestra como un mero objeto sexual, bien a merced del monstruo marino o bien salvada por el hombre (héroe).

Figuras 3 y 4. Mujer devorada por el monstruo marino y mujer salvada por el héroe que lucha contra el monstruo.



En los videojuegos la representación de Andrómeda es menor, un 4%, aparece en aquéllos creados a partir del manga ofreciendo la misma imagen del comic japonés. Sin embargo, en las muestras que no provienen de este sector, encontramos dos imágenes contrapuestas, se mantiene la dicotomía perpetua que sitúa a las mujeres en la vida pública y en la vida privada. Se observa a una mujer explosiva de alto contenido erótico y sexual que posee garras de harpía, una *femme fatale*, que aparece con muy poca ropa entre las que se encuentran las cadenas, y que se enfrenta directamente al espectador a través de una poderosa mirada. La mimesis entre cadenas y *femme fatale* queda patente en una imagen sexual de una mujer que encarna diversos arquetipos femeninos; que se contrapone a una recatada mujer representada en el interior de una vivienda, altamente comedia tanto en los ropajes (pleplum) como en la propia actitud, a lo que se suma el elemento erótico del cabello que aparece recogido y que elimina cualquier matiz erótico (Fig. 5).

Figura 5. Andrómeda en el videojuego *Clash of the Titans*.



La manipulación visual de la imagen de las féminas se extiende también a la industria de los juguetes con un 4%. Se encuentran muñecos en forma de figuras que representan a los personajes del manga y anime como un producto más de marketing, es el caso del Caballero de Andrómeda de *Saint Seiya*. Pero sin duda, el protagonismo absoluto aparece representado en la muñeca Barbie (Fig. 6) que presenta 3 de las 5 muestras recopiladas dentro de este apartado. Dicha muñeca representa a una joven Andrómeda con un falso canon de belleza que idealiza a una mujer joven y bella, se muestra un mensaje irreal social y estético que como afirma Tanya Maluenda (2013);

Un sex simbol que ha tenido su réplica en la Barbie muñeca dócil, tersa y sexualmente adulta, ícono plástico que ha llegado a ser modelo fundamental de la belleza de occidente imponiendo el estilo Twiggy. Además de convertirse en una herramienta de aprendizaje, puesto que a través de las muñecas las niñas también aprenden los roles sociales que el entorno social exige: madre, esposa o compañera sexual (Maluenda Toledo, 2013: 143).

La sexualidad está muy relacionada con la imagen que la cultura visual actual desarrolla de Andrómeda, los dibujos artísticos con un 14% explotan al máximo esta sexualidad del mito clásico donde la fémina aparece en la mayoría de los casos desnudas o semidesnudas, encadenadas con elementos fetichistas como ligas, antifaz, etc. La morbosidad del que mira, del que posee a través de la mirada, convierte a la mujer encadenada en un elemento erótico más. Andrómeda se convierte en un doble objeto de deseo, el de Perseo (quién personifica a la cultura patriarcal, y la posee a través del matrimonio como objeto de triunfo), y del espectador “voyeur” que la posee a través de la mirada. De esta forma a través de la mirada, la sociedad estructura y refuerza estereotipos femeninos (García Leiva, 2003) que integran el imaginario social donde “Actúan como el analgésico para nuestra conciencia, justificando el porqué de las condiciones de desigualdad, para unos, mientras otros ostentan el poder y los privilegios” (García Leiva, 2003: 85).

En la fotografía artística, con un 7%; las mujeres que aparecen desnudas, encadenadas o con cadenas son de raza negra y raza blanca, además se acompañan de elementos fetichistas como zapatos de tacón, en una primera interpretación iconográfica no se trataría de Andrómeda, pero sí se identifica el trinomio mujer-esclavitud y sexualidad que se mantiene presente a lo largo de todas las muestras analizadas. En el resto de los ejemplos, se mantiene la clásica iconografía de Andrómeda donde la protagonista se identifica con la princesa griega apareciendo atada esperando a ser devorada por el monstruo, donde la escena queda enmarcada con cierto matiz sensual e incluso bucólico. La industria musical, 6%, también ha desarrollado el mito de Andrómeda y ha explotado el hibridismo erotizado

de mujer encadenada o con cadenas. A través de la actriz y cantante australiana Kylie Minogue se encuentran diversos ejemplos que se han clasificado dentro de espectáculo musical y también en juguetes (Fig. 6 y 7), en su álbum *Aphrodite* de 2010 la artista encarna diversos mitos griegos, siendo en el videoclip *Get outta my way*, en el que aparece una alusión a Andrómeda a través del elemento iconográfico de las cadenas. En este caso la cantante viste un corpiño dorado de la firma neoyorkina The Blonds tejido con cadenas de oro, conjuntado con pendientes de cadenas y unos zapatos Louboutin dorados, junto con unas garras de harpía en sus uñas. Todo dorado, a modo de diosa aparece con una estética que nos rememora un hibridismo entre dos mitos clásico, por una parte, Afrodita diosa del amor y la belleza, y a Andrómeda por las reminiscencias en el elemento iconográfico de las cadenas. Elemento iconográfico que repite al aparecer encadenada a una roca en uno de sus videoclips (Fig. 8).

Figuras 6, 7 y 8. Muñeca Barbie representando a Kylie Minogue; la actriz y cantante Kylie Minogue en uno de sus espectáculos; fotograma de un video clip de Kylie Minogue.



La industria cinematográfica, con un 10%, identifica a Andrómeda como una mujer bella y joven representada por la clásica iconografía grecolatina, aparece ataviada con un *pleplum* griego de color blanco, o en ocasiones con vestimentas diminutas esperando a ser devorada por el monstruo del mar. Un ejemplo concreto y diferente, lo encontramos en la representación de una Andrómeda valiente y fuerte, una guerrera, es la imagen de la película *Wrath of the Titans* (Fig. 9), en contraposición con débil princesa que debe de ser rescatada por el héroe (Fig. 10);

[...] películas de entretenimiento que narraran las aventuras de un héroe mitológico y que, además, transmitieran determinados valores ideológicos. Pretendieron igualmente hacer alarde técnico de efectos especiales. Para ello, respetaron el espíritu de la epopeya clásica, sobre todo con la preservación del elemento sobrenatural y del desdoblamiento de plano Olimpo– Tierra. Pero transgredieron el espíritu épico al convertir las historias en auténticos cuentos de hadas, con boda y final feliz, obviando así los aspectos más trágicos e inquietantes de las historias clásicas. (Laguna Mariscal, Martínez Sariago y Librán Moreno, 2012: 25).

Es demasiado cotidiano visualizar historias donde se espera un “final feliz” en el que la princesa es salvada por el héroe, y a modo de trofeo se debe de casar con él. A través de la cultura patriarcal se acepta de forma inconsciente que la mujer sea salvada por un héroe (un hombre) y que se tenga que

unir a él, un final ¿feliz? que mantiene a las mujeres dentro de un arquetipo social de *mujer sumisa y complaciente*, definido por un determinado comportamiento educo-social a través de las imágenes, de una *manipulación visual* donde la mujer queda renegada a ser un mero objeto en la vida de otro, donde se la manipula para que sea un elemento más dentro de la historia del héroe.

Figuras 9 y 10. Andrómeda en Wrath of the Titans, 2012; Andrómeda en Wrath of the Titans, 2010.



La dicotomía iconográfica del personaje de Andrómeda (Fig. 9 y 10) representada en la industria cinematográfica, pervive junto a una tercera iconografía donde la cosificación femenina aparece que difunde una imagen de mujeres encadenadas con tintes no solamente sexuales, sino masoquistas y sadomasoquistas, y en ocasiones pornográficos, las cadenas se reinterpretan iconográficamente vinculadas a la esclavitud, y se establece la relación cadenas/mujeres/esclavitud/sexo. Existen diversos ejemplos representados por mujeres de raza negra, mujeres negras, esclavas y sexuales...“cuando las mujeres negras aparecen en las revistas de moda y en la publicidad, sus cuerpos se utilizan para representar una sexualidad salvaje y animalesca” (Sabelli, 2012: 127), esta misma representación se observa en la industria cinematográfica, reforzándose una aceptación silenciosa de la sociedad, a través de las imágenes que mantienen y fomentan arquetipos femeninos, donde “La violencia de género se nutre de representaciones simbólicas asumidas” (Brisset Martín, 2007).

Sin embargo, la iconografía Andrómeda en publicidad, un 10%, adquiere un matiz diferente. Se observa como los elementos iconográficos de rocas y monstruos marinos desaparecen y como se fomenta una iconografía de mujer encadenada, que en la mayoría de los casos publicitan ropa interior o joyas, existe esa relación entre mujer-sexo-esclavitud. La mujer se convierte en un objeto de deseo más, que en algunos casos su cuerpo es cosificado al anularse la imagen de su rostro, y por tanto su identidad (Fig. 11). Esta imagen de cosificación no favorece la igualdad de género, pues mantiene una violencia simbólica hacia la mujer “La violencia simbólica, entendida como un proceso de socialización tendente a naturalizar un sistema de relaciones jerárquicas de origen cultural por medio de símbolos, imágenes y representaciones denigratorias, se erige como el mecanismo de control más sutil y efectivo a largo plazo” (Beteta Martín, 2009: 164).

Las mujeres desnudas, encadenadas, e incluso con candado (rememorando, incluso los cinturones de castidad) se observan en la siguiente imagen del fotógrafo Mario Testino (Fig. 11) donde;

El invierno se sirve desnudo y con candado. Eso al menos ha debido de pensar el fotógrafo Mario Testino, que ha fotografiado a la modelo del momento completamente desnuda y con un candado y cadena de Chanel. Una forma erótica de anunciar el invierno próximo para una sesión de fotos de moda para la revista Allure Magazine, que está especializada en la belleza de moda. (ABC, 2014).

Figuras 11 y 12. La modelo Cara Delevingne, encadenada a Chanel; Anuncio de joyas Majorica.



Se trata de una imagen que no sólo muestra a una mujer desnuda encadena o con candado, sino que presenta una lectura mucho más compleja, al observar como el rostro femenino se dirige al espectador-voyeur, al cual parece indicarle algo, mensaje que se complementa con sus manos que se encuentran situadas sobre sus atributos sexuales, la actitud pudorosa que quedaría descartada por el rostro de la modelo, más bien indica que parte de su cuerpo lleva candado.

[...] la dialéctica entre lo visible y lo invisible que el ojo patriarcal ha instaurado en la sociedad occidental por medio de la tiranía de los medios de comunicación de masas, aún impiden a la mujer, en pleno siglo XXI, el acceso a una manifestación libre y fidedigna de su propia naturaleza física y sexual (Arocena y Zubiaur, 2012: 10).

Susana López Pérez (2009) manifiesta cómo la publicidad ejerce como un espejo deformante ya que reflexiona y modifica la cultura social, favoreciendo la creación de una nueva realidad social. Bien, es cierto que dentro de esta nueva realidad las antiguas figuras mitológicas se mantienen presentes, aunque en algunos casos modifican su significado clásico. Se trata de simbologías culturales que están escritas y rescritas en nuestra psique, y que no favorece la igualdad de género.

4. Conclusiones

La cultura visual del siglo XXI trasmite y fomenta antiguos arquetipos femeninos cuyo origen se encuentran en los mitos clásicos. La figura mitológica de Andrómeda representada en una muestra de diferentes representaciones artísticas demuestra que dicho mito pagano forma parte del imaginario social actual, donde la cotidianidad de las imágenes anula el planteamiento de la duda, aportando credibilidad a lo que en un primer momento pudiera parecer irreal. La manipulación histórica-visual escrita y representada desde un punto de vista androcéntrico ha conseguido que las mujeres reales, a través de la cotidianidad de las imágenes asimilen y normalicen el rol de determinadas protagonistas

femeninas de la mitología clásica, que en la actualidad se sigue personalizando a través de las imágenes, las cuales ejercen una manipulación silenciosa que fomenta la visibilización de las mujeres como un objeto/trofeo. Las cadenas, como elemento iconográfico, convierten a las mujeres en esclavas y presas. Por tanto, es necesario deconstruir aquellos roles históricos visuales con los que se han identificado a las mujeres, romper las cadenas supone romper una parte de la manipulación simbólica silenciosa que las esclavizan convirtiéndolas en objeto de deseo de otros. La tiranía de las imágenes basadas en mitos patriarcales convierte a las mujeres en un objeto fetiche donde prevalece el trinomio mujer-sexo y esclavitud que queda demostrado en la totalidad de las muestras gráficas analizadas. El mito de Andrómeda desarrolla el rol de mujer (recompensa) objeto de deseo, mujer como objeto sexual donde está presente una violencia simbólica hacia nosotras, al mostrar y mantener arquetipos femeninos sexistas.

5. Bibliografía

- ABC.ES (2014). *Cara Delevingne, desnuda y encadenada a Chanel*. [Consultado: 14 de noviembre de 2017]. Recuperado de: <http://www.abc.es/estilo/gente/20140924/abci-cara-chanel-karl-delevingne-201409232011.html>
- Aghion, Irène, Barbillon Claire, y Lissarrague, F. (1997). *Guía iconográfica de héroes y dioses de la Antigüedad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Alcalde, Carlos, Asencio, Pablo, Macías, Cristóbal (2007). Picasso y la mitología clásica. *Myrtia*, (22), 297-317.
- Arocena, Carmen y Zubiaur, Nekame (2012). En el limbo de lo invisible. *Fotocinema*, 4, 10-36.
- Beteta Martín, Yolanda (2009). Las heroínas regresan a Ítaca. La construcción de las identidades femeninas a través de la subversión de los mitos. *Investigaciones feministas*, (0), 163-182.
- Blázquez, José María (1997). Mujeres de la mitología clásica en la pintura de Max Beckmann. *Anales de Historia del Arte*, 7, 257- 269
- Brisset Martín, Demetrio E. (2007). Antropología visual de la simbología del cautiverio femenino. *Gazeta de Antropología*, (23).
- Bornay, Erika. (1990). *Las hijas de Lilith*. Madrid: Cátedra.
- _____ (1996). Eva y Lilith: “Dos mitos femeninos de la religión judeo-cristiana y su representación en el arte”. Sauret Guerrero, M. T. (Coord) In *Historia del arte y mujeres* (pp. 109-122). Servicio de Publicaciones.
- Gallardo López, M. Dolores (1995). *Manual de mitología clásica*. Madrid: Clásicas.
- García Leiva, Patricia (2003). *Estereotipos de género en la publicidad televisiva*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Hernández Reyes, Adexe (2008). La Antigüedad en las Artes Visuales: Cómic y Publicidad. Los Mitos Griegos en el Manga Japonés”, en *Congreso Internacional “Imágenes. La Antigüedad en las Artes Escénicas y Visuales”*, Universidad de La Rioja. Dir. Pepa Castillo (pp. 633-644).
- Homero, *Iliada* (Trad. de Emilio Crespo. Madrid: Gredos, 1991).
- Laguna Mariscal, Gabriel, Martínez Sariago, Mónica M., y Librán Moreno, Myriam (2012). “Los dioses practican juegos de mesa”: un motivo del cine mitológico y sus antecedentes clásicos. *Ámbitos*, 27, 19-26.
- López Rodríguez, Francisco Javier, García Pacheco, Juan A. (2008). La mujer en el manga Ero-guro de Suehiro Maruo, *Tebeosfera 2ª Epoca*, (9). [Consultado el 23 de octubre de 2018]. Disponible en: http://www.tebeosfera.com/documentos/la_mujer_en_el_manga_ero-guro_de_suehiro_maruo.html
- _____ (2012). Funciones narrativas del personaje femenino en el cómic y la animación japonesa para adolescentes masculinos. En *Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*. Sevilla, 5, 6 y 7

- de Marzo de 2012. Dir. Juan Carlos Suárez Villegas (pp. 635-654). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- López Pérez, Susana (2009). Publicidad e identidades: cuando la publicidad favorece la igualdad de género. En *La representació de gènere a la publicitat del segle XXI*. [Consultado el 9 septiembre de 2013]. Recuperado de: <http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere>
- Maluenda Toledo, Tanya Carolina (2010). *Pornokitsch: el cuerpo femenino como fetiche*. (Tesis Doctoral). Granada: Universidad de Granada.
- Ovidio, *Metamorfosis* (Trad. de Antonio Ramírez; Fernando Navarro. Madrid: Alianza, 1995).
- Panofsky, Erwin (2001). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza.
- Rodríguez López, M^a Isabel (2005). Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología. *Liceus, Universidad Complutense* (7), 1, 14-19.
- Sabelli, Sonia (2012). La herencia del colonialismo en las representaciones contemporáneas del cuerpo negro femenino. *Revista Sans Soleil-Estudios de la imagen*, 4(1), 122-131.
- Torrents, Alba (2016). Robots, armaduras y mundos virtuales: tecnología e identidad en el anime. En *Japón y "Occidente": El patrimonio cultural como punto de encuentro*. Coord. Anjhara Gómez Aragon (pp. 193-202). Madrid: Aconcagua Libros.
- Ulierte Vázquez de, M. Luz (1998). De Gea a María. *Cuadernos de Arte*, 29, 183-200.

Dykinson Ebook

**ÉTICA,
COMUNICACIÓN
Y
GÉNERO**

Debates actuales

**JUAN CARLOS SUÁREZ VILLEGAS
SERGIO MARÍN CONEJO**

Editores

ISBN: 978-84-1324-746-5

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 917021970/932720407.

Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial
Para mayor información, véase www.dykinson.com/quienes_somos

© Los autores
Madrid

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 978-84-1324-746-5

ÉTICA,
COMUNICACIÓN
Y
GÉNERO

Debates actuales

JUAN CARLOS SUÁREZ VILLEGAS
SERGIO MARÍN CONEJO

Editores

Medios de comunicación y construcción de la realidad.	
Análisis del tratamiento sobre publicaciones de violencia de género	497
<i>Paula Santofimia Reverte</i>	
La perspectiva de género en la educación superior:	
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	517
<i>Ivette Flores Jiménez - Ruth Flores Jiménez - Noemí Vega Lugo</i>	
No disparen a la mensajera. Análisis de tres casos de agresiones a mujeres periodistas	529
<i>Ruth De Frutos - Ana Jorge Alonso</i>	
Periodismo para la paz como agenda pendiente para la alerta de género	543
<i>Guillermina Díaz Pérez - Natalia Ix-Chel Vázquez González</i>	
Estereotipos y nuevas representaciones del lenguaje de género en spots publicitarios difundidos por la televisión ecuatoriana durante 2016-2017	560
<i>Alicia Elizundia Ramírez - Myriam Alvarez Yaulema</i>	
Manipulación, sexismo y exclusión social en el debate audiovisual	565
<i>Guillermo Bermúdez González - Antonio Villanueva Martín - Gloria Santiago Méndez</i>	
Análisis del tratamiento ético-informativo de las noticias sobre violencia de género: el caso de Svetlana Orlova	580
<i>Aurora Edo Ibáñez</i>	
La percepción del sexismo por parte de los consumidores de juguetes: estudio de caso	596
<i>M^a Elena Estévez Carmona</i>	
Evaluación y formación de jóvenes indígenas: promoción de la igualdad de género en la Amazonía	617
<i>Rafael Sanz-Gálvez - Beatriz Montes-Berges - María Aranda - Ana. I. Parejo-Montes</i>	
El mito andrómeda en la sociedad visual.....	632
<i>Ana M. Muñoz-Muñoz - M. Mar Martínez-Oña</i>	