



La afectividad, reto educativo

Hay días que uno se pone a pensar una portada y sale sola; otras veces son muchas las horas de pensar, buscar, probar y tirar. La portada de este mes es de estas últimas. Os cuento un poco cómo es mi proceso de trabajo. Ante cada número leo con detenimiento las claves que estudiamos y compartimos en el consejo de redacción. En esos apuntes están las líneas que se pretende para el número en cuestión. A partir de ellas hago una lista de términos o ideas que intento asociar a imágenes que tengo en mi archivo o bien que podría hacer en mi estudio o saliendo a la calle. Una vez que tengo las imágenes ya solo queda el proceso de trabajo siguiendo la técnica adecuada.

Este mes salían palabras como amor, sexo, relación, pareja, publicidad, erótico, madurez, pareja, compromiso, emoticono, emoción...

Os explico todo esto para que se entienda el proceso de creación que ha llevado a las imágenes que os presento hoy. Había varias claves que no quería que cayeran en lo fácil ni en lo chabacano. Tratar el tema de la imagen de la mujer en publicidad, del erotismo y cómo la viven los jóvenes hoy tiene el peligro de buscar imágenes que digan lo mismo que uno quiere criticar. Lo más fácil hubiera sido buscar una foto de una chica como las que salen en las portadas de las revistas del kiosco, pedir a algunos jóvenes que posaran haciendo selfis y fotografíarlos... Pero no quería caer en lo mismo, así que me bloqueé. A veces me pasa.

En momentos así reviso el archivo, voy foto a foto, trato de recordar aquella imagen que hice en la calle o que saqué en un momento determinado; a veces es fácil, a veces son horas... Estaba ya casi al límite cuando recordé las imágenes que os traigo. La que hace de portada es un cartel de una marquesina en la que encima de la modelo está escrito "NO". Fue una foto hecha una tarde cualquiera con el móvil, pero que dice mucho: ¿Quién escribió ese NO? ¿Qué quería decirnos? No he tenido apenas que trabajarla y la foto ya trae la doble

exposición en sí misma. Educamos para NO tener la misma imagen de hombre y mujer que nos pide la publicidad, para que los jóvenes se sientan libres y no atados a su cuerpo, para que busquen en el otro algo más que una ropa bonita.

El resto vino solo, recordé la foto que ilustra la parte de atrás, un chico encendiéndose un cigarro observado por un enorme cartel led con el ojo de una chica. ¿Qué busca esa chica? ¿Qué es lo que ve él en ese cartel? ¿Por qué nos iluminan las ciudades con imágenes led en continuo movimiento que se nos insinúan? Podemos echar la culpa a la publicidad, pero es algo que nos viene desde niños: las Barbie desnudas que superponen al chico así lo constatan, una sonrisa de muñeca en un cuerpo irreal con el precio marcado de antemano. ¡Hay tanto trabajo educativo por hacer! Todo un reto.

@jotalloriente

www.jotalloriente.com

www.facebook.com/jotasdb

