



¿QUÉ QUIERES SER DE MAYOR? CLÍNICA CYBORG

José Begega

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto es la creación de una campaña publicitaria para una imaginaria clínica cyborg. Esta campaña contendrá fotos de personas que han pasado por la clínica y también un eslogan que es a su vez el nombre de la clínica “¿Qué quieres ser de mayor?”. Para no estropear el entorno se puede crear publicidad en forma de bandera que irá a lo largo de una calle o avenida sujeta a las farolas. Si el ayuntamiento estuviese dispuesto también se podría contemplar la posibilidad de ponerlo en autobuses, marquesinas, periódico local o donde interese. Al mismo tiempo la información de esta publicidad remitirá a una página Web que contiene una pieza de net art sobre la misma clínica y con mayor número de fotos.

ESPACIO PÚBLICO

Esta pieza se adecua totalmente a los conceptos de arte público por tres motivos:

- 1º Aprovecha la publicidad, que es característica de la configuración de una ciudad para transgredir el mensaje.
- 2º Pretende mandar un mensaje de entendimiento universal. No es para un público especializado aunque dentro de estos límites hay diferentes niveles de entendimiento.
- 3º La obra también se apropia de Internet, el medio que ya muchos artistas reclaman como el nuevo espacio público.

CONCEPTO

Cyborg: mezcla entre animal y máquina.

La obra trata cuatro conceptos:

EL CYBORG FEMINISTA
LA PERFORMATIVIDAD DEL GÉNERO
LA ALIENACIÓN SOCIAL
LOS CÁNONES CULTURALES

Parto del manifiesto cyborg propuesto por Donna Haraway para hacer una libre interpretación y generar una clínica cyborg a mi gusto. A lo largo de su trabajo, esta pensadora feminista de nuestro tiempo nos describe la realidad actual como una realidad cyborg controlada por el hombre occidental blanco. Pone de manifiesto cómo nuestra dependencia de la tecnología, teléfonos móviles, marcapasos, Internet etc... ha configurado un cuerpo que ya no es sólo cuerpo. Plantea que hoy en día ya somos cyborgs controlados por gobiernos globalizadores, explotadores y militarizantes. Muestra como la cirugía estética o el uso de mano de obra barata está generando, en esta era que comienza, mayores diferencias que igualdades.

Nos encontramos en un momento de alienación colectiva y conformismo cegados por un falsamente vendido estatus de bienestar. Las jornadas laborales empiezan a ser insostenibles y la mujer, especialmente en lugares del tercer mundo, ha comenzado a ser el sustento de la familia. Soportan jornadas laborales infinitas y hacen trabajos tediosos y mecánicos para los que habían sido educadas, ahora al servicio de las multinacionales.

Es preciso que los “marginados” de la sociedad (léase mujeres, negros, homosexuales, transexuales, tercer mundo...) cojan las riendas de la revolución cyborg y a partir del crecimiento de conocimientos se apropien de la tecnología para generar un cyborg a su gusto. Ya somos cyborgs pero aún acabamos de empezar a serlo, tenemos que construirnos completamente. De esta forma, desde el mundo artístico planteo una alternativa, una clínica donde llegar a ser lo que deseas. No lo que la sociedad te impone sino lo que realmente deseas, mantener tu diferencia disfrutando de ella.

El género tiene una procedencia totalmente cultural, así como las palabras hombre y mujer.. Estos conceptos están tan socialmente contruidos que se entienden como naturales cuando en realidad no lo son. Son iconos que impone la sociedad y a los cuales hay que imitar pero nunca se puede llegar a ser, lo que provoca un eterno inconformismo e incomprensión. Hoy en día con la generación de niños probeta ha desaparecido la función de la madre, se ha diluido, se ha roto la

coherencia del discurso que basaba toda la sociedad en la división entre hombre y mujer.

Mi campaña publicitaria propone una alternativa a la realidad que nos vende la sociedad. Nos aproxima a una era cyborg donde cada cual es lo que desea ser como algo performativo: no porque sea así sino porque quiere serlo. Es la era de los deseos propios y no los estamentos impuestos. La televisión y el resto de medios de masas presentan una belleza canónica tanto exterior como interior la cual hay que imitar sin tomar en cuenta las cualidades de este canon. Se presenta todo a través de un cristal de colores que sólo te deja ver la realidad como te la presentan. Vivimos a través de las sombras del mito de la caverna de Platón, aunque éste sea el causante de muchos de los conflictos actuales. Como él predicaba, la realidad que vemos no tiene por que ser real sino que es solamente la que nuestra capacidad nos permite ver. El presente es una sombra del pasado.

En “El género en disputa” Judith Butler nos presenta el cuerpo como un campo de batalla. Nos muestra el género como algo performativo y discutible. Desde Foucault ya no podemos ser inocentes al pensar en lo “natural”, que es imposible conocer al haber sido filtrado por la cultura. Cada palabra con la que pensamos está sujeta a miles de años de historia y condiciona nuestra forma de ver la realidad. Hoy endía el género tanto masculino como femenino se muestra como algo total y absolutamente aprendido, independientemente del pene o la vagina. Las teorías cyborg feministas lo que plantean es que la disolución del género ya es posible, y unido al género también se puede hablar de raza: cuando una persona blanca puede convertirse en negra, un hombre en una mujer, la sexualidad ha perdido su función reproductiva y la máquina ha suplido nuestros déficit físicos, hablar de hombre, mujer, blanco y negro parece ridículo. Lamentablemente, al estar toda esta tecnología controlada por el hombre blanco occidental esta disolución no ocurre. Todo esta sujeto a normas de moral y ética. Una ética total y absolutamente creada culturalmente por el propio hombre blanco occidental. Cabe plantearse a quién beneficia esa moral y ética así como a donde nos está llevando la manipulación de esta tecnología.

En este proyecto pretendo hacer al ciudadano un ciudadano activo con respecto a su realidad y a la imagen que tiene de sí mismo. Cuestionarse directa e indirectamente tanto su género y su raza como sus principios.

UBICACIÓN

Al aprovechar el medio publicitario que es propio de la ciudad. Esta obra tiene la cualidad de poderse extender a lo largo de toda ella. No tiene un lugar fijo ni propio, es parte de la propia ciudad.

CV ARTÍSTICO JOSE BEGEGA

Nacido en Oviedo el 1 de mayo de 1982. Licenciado en Bellas Artes en la facultad de San Carlos de Valencia, Habiendo sido dotado con una Beca Erasmus 2003-2004 en la universidad Middelsex de Londres.

Exposiciones Colectivas:

- Instalación "Éxodo". Obra colectiva. Cabanyal Portes Obertes, Art Public Universidad de Valencia. Valencia 2001.
- Instalación "(UBI SUM)". Obra colectiva. Casal de Pere. Valencia 2002.
- Video Performance "Chapapote". Están del 250 aniversario de la universidad de San Carlos. Arco. Madrid 2003.
- Instalación "Que dios os bendiga". Grupo La vértebra del inoceramus. Sala Naranja. Valencia 2003.
- Fotografías "sin titulo". Exposición Interferencias. Sala Micalet. Valencia 2003.
- Video Instalacion Performance "Me". Pinturas "Reflects of me". Middlesex University Art&Design show 2004. The Old Truman Brewery. Londres 2004.
- Performance Instalación "redes". Fap05. Convento de San Vicent. Algemesí 2005. Performances:
- Performance "Yo". Certamen CTVRT. Galeria Color Elefante. Valencia 2002.
- Performance "Ensalada". Terceras Jornadas de Performance de la UPV. Valencia 2002.
- Performance "Tu puedes ser positivo". Dia mundial del SIDA. Plaza de la virgen. Valencia 2002.
- Performance "Camino" y "hilos". 5º Certamen de performance de la UPV. Valencia 2003.
- Performance "A ti tambien te afecta el SIDA". Dia mundial del SIDA. Plaza de la virgen. Valencia 2003.
- Performance "Cuento". Dia mundial del SIDA. Plaza de la virgen. Valencia 2004.
- Performance "proteccion". Dia mundial del SIDA. Plaza de la virgen. Valencia 2005.
- Performance "esperando". Art8. Sala Matisse. Valencia 2006.

Nombre artístico: José Begega