



El MODO presenta:

“Diálogo con el espejo: la belleza ¿una obligación?”

- **A través de una relectura de la colección del MODO, tomando como punto de partida los objetos relacionados con la belleza, la higiene y el cuidado personal se genera una exposición que busca cuestionar sobre los ideales de belleza y cómo éstos se han modificado en distintas épocas.**
- **Se presentará por primera vez una selección de más de 1000 objetos de la colección del MODO relacionados con la belleza, el cuidado personal y la moda.**
- **Envases, empaques, publicidad, maquillajes, sombreros, estuches para rasurar, jabones, cremas, ropa, son algunos de los objetos que se podrán ver en la exposición.**

No está mal querer ser bello, la pregunta es ¿Qué nos obliga a serlo y quién determina el ideal estético?, a través de preguntas y con más de mil objetos asociados a la belleza e higiene personal, el **Museo del Objeto del Objeto**, continúa innovando en el panorama museístico de la Ciudad de México, y presenta su nueva exposición: **“Diálogo con el espejo: la belleza ¿una obligación?”**

Esta exposición busca hacer referencia a cómo, ciertos artilugios como la moda, el maquillaje y otros elementos de higiene personal, son responsables en nuestro tiempo de modificar la imagen de una persona. A través de cinco núcleos temáticos que se podrán observar en salas del MODO, esta exposición plantea preguntas, a partir de objetos, que hacen reflexionar sobre el concepto de la belleza que, con el paso del tiempo, se transforma, evoluciona, regresa y adopta diferentes estándares y cánones según las tendencias del momento.

“Se buscará hablar de la imagen y la identidad y de cómo la idea de belleza que tenemos hoy en día es responsable de se tenga una imperiosa necesidad por transformar nuestra imagen acercándola más a los ideales de belleza que han promovido los medios masivos”- aseguró Ana Elena Mallet, curadora de esta exposición.

¿Por qué al referirnos al “cuerpo” se le da siempre más relevancia a la apariencia física, mas no al cuidado íntimo, personal, de higiene y salud del mismo? ¿Cuáles han sido los modelos de belleza producidos en el siglo XX y XXI? ¿Cuáles han sido los cambios en cuanto a los deseos de la sociedad por embellecerse?, Si el cuerpo humano está programado genéticamente para morir o bien para envejecer ¿por qué hemos de preocuparnos tanto por frenar ese proceso natural? ¿Qué preferencias sobre aspectos físicos existen conforme a vinculaciones culturales? O bien, ¿La cultura ha establecido patrones idealizados de la belleza del rostro? ¿Qué entendemos por moda?, ¿qué significa una tendencia? Estas son sólo algunas de la preguntas planteadas por Mallet en la exposición.

El maquillaje es casi tan antiguo como la humanidad. Si bien al principio, el uso de cosméticos era para cuestiones curativas y de protección, con el tiempo el maquillaje evolucionó en usos simbólicos como el adorno, lo ritual, lo religioso e incluso como sello de madurez sexual.

La historia de los productos de belleza y de los cambios en la moda esta asociada con el cambio del canon. Cuando la belleza dejó de serlo y se convirtió en estilo. O cuando la belleza dejó de existir *per se* para dar



paso a la belleza producida, esa que da el maquillaje, los peinados elaborados, los múltiples cuidados y los productos milagrosos.

Resalta también una sala exclusiva de NIVEA, marca líder en el cuidado de la piel a nivel internacional, y que por tradición es un referente icónico de protección y cuidado que las mujeres utilizan para lograr y mantener una belleza natural. En el entorno del Museo se podrá profundizar acerca de su historia, trayectoria y compromiso con la innovación.

Tomando como punto de partida la colección del MODO esta exposición busca hacer una revisión del significado cultural de los productos de belleza, de higiene personal y de la moda y la vestimenta y cómo a lo largo del siglo XX estos influyeron enormemente para transformar las nociones de belleza e identidad. A través de productos, empaques, artefactos, revistas, carteles, gráficos, fotografías y videos, esta exposición busca revisar también, el papel de la mercadotecnia y la publicidad en la industria de la belleza y su impacto social.

Tras el éxito en su exposición pasada, con el Museo de la Relaciones Rotas, el MODO sigue consolidándose como un museo original, auténtico y en una búsqueda permanente por exposiciones diferentes que se relacionen y toquen las emociones de sus visitantes.

Contactos:

Amilcar Olivares	aolivares@zimat.com.mx	044 55 4448 7360
Manuel Anguiano	manguiano@zimat.com.mx	044 55 4058 2759
Jessica Neville	jessica@difusionenmedios.com	5580 1021 ext. 111
Verónica Vázquez	veronica@difusionenmedios.com	55801021 ext. 108

Sobre el MODO: El Museo del Objeto del Objeto es una Asociación Civil, no lucrativa, que contribuye a enriquecer la oferta cultural en México. Su propósito es abrir espacios a la investigación, promoción y difusión de todo lo relacionado con el coleccionismo, la comunicación y el diseño. Cuenta con un acervo de más de 100 mil Objetos de 1810 a la fecha, que incluye maravillosos ejemplos de documentos, fotografías y objetos de valor histórico para nuestro país, así como una amplia variedad de envases, empaques, piezas de publicidad y artes gráficas. El MODO busca crear y apoyar proyectos y programas de alto impacto y de forma incluyente, que promuevan e impulsen el conocimiento y la valoración de la comunicación y el diseño, en particular entre las nuevas generaciones.