

FRAGMENTOS DE LO “NO BELLO”

Proyecto de investigación-creación sobre los complejos físicos como
consecuencia del ideal de belleza publicitario.

Cristhian Leonardo Rivera Peña

Trabajo de Grado para optar al título

De Maestro En Artes Visuales

Asesor Titular: Mg Alberto Cadavid

Asesor Externo: Mg Andrea Rey

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Artes Visuales

Pamplona2019

Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS.....	4
INTRODUCCION	5
1. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	7
1.1 PREGUNTA PROBLEMA.....	7
1.2DESCRIPCION DEL PROBLEMA	7
2. OBJETIVO GENERAL	9
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
3. JUSTIFICACIÓN.....	11
4. MARCOS DE REFERENCIA	13
4.1 ESTADO DEL ARTE.....	13
4.2 MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL.....	26
4.2.1 ESTEREOTIPO.....	26
4.2.2ESTEREOTIPO DE BELLEZA ACTUAL	27
4.2.3 LA BELLEZA A TRAVES DE LA HISTORIA.....	28
4.2.4 LA PUBLICIDAD COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE MUJER PERFECTA.....	38
4.2.5 EL COMPLEJO COMO TRASTORNO.....	42
4.3 MARCO DE REFERENCIA ARTISTICA.....	44
4.3.1 OLIVIERO TOSCANI.....	44
4.3.2 DIANE ARBUS	47
4.3.3 RICHA AVEDON	50
5. PLANTEAMIENTO DE LA PRÁCTICA ARTISTICA	53
5.1 PROCESOS.....	53
5.2 PROPUESTA FINAL.....	62
CONCLUSIONES	73
REFERENCIAS.....	76

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios todo poderoso.

Muchas Gracias

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecerle a Dios, Señor de Señores y Rey de Reyes por todo su amor y bondad que me ha brindado a través de toda mi vida y este ciclo académico, a todas las mujeres que hicieron parte de este proyecto, cuyos nombres no menciono por respetar su derecho a no revelar su identidad.

A mi madre María Cristina Peña, por creer en mí, y por todo el amor incondicional que me ha brindado.

A mi padre, Gustavo Rivera por ser ejemplo de vida, apoyo y sacrificio, a mi pareja Viviana, a toda mi familia, compañeros y profesores.

Muchas Gracias.

INTRODUCCION

“Entre el modelo ideal, inaccesible y la consistencia efectiva de nuestro cuerpo se despliega toda una variedad de prototipos, de formas corporales, donde proyectamos nuestra ansiosa necesidad de identidad.”

Javier Gonzales Luna

A lo largo del tiempo se ha venido presentando un estereotipo de belleza que pese a ser cambiante, cumple con el mismo objetivo a nivel social e individual de la mujer, que es, el de a través de modelos estéticos y publicitarios desarrollar un estándar de “mujer perfecta”, para generar un alto nivel de consumismo en productos que ofrecen una “mejoría” en cuanto a la apariencia física que ellos mismos se han encargado de tergiversar.

Fragmentos de lo “no bello” es un proyecto de investigación-creación que aborda desde la fotografía la preocupación hacia lo corporal que causa el ideal de belleza en mujeres que creen no alcanzarlo. El proyecto surge desde una experiencia personal como fotógrafo de moda, en el que he podido evidenciar la intranquilidad de algunas mujeres hacia su apariencia física y de allí, su total interés y esfuerzo por mejorarla.

La obra busca visibilizar desde el arte -utilizando específicamente la técnica fotográfica- el presente planteamiento que cuenta con gran importancia en nuestra cultura y sociedad, teniendo en cuenta que a partir de una inconformidad e incumplimiento con el estándar de belleza se generan trastornos de alimentación (TDCA) y trastornos hacia lo corporal (TDC); para cuya justificación se desarrolla un documento, que es apoyado en autores tales como Humberto Eco, Rogelio

Jiménez, Alberto Monar, Zygmunt Bauman, y haciendo uso también de documentos psicológicos como lo son: El DSM IV, Mujer Belleza y Psicopatología, el Diccionario de la Psicología de Galimberti, entre otros, para abordar y estudiar, lo anteriormente mencionado y conceptos pertinentes dentro del proyecto tales como: Belleza, estereotipo, autoestima, complejo, y publicidad.

Uno de los aspectos importantes al tener un acercamiento con cuerpos que no son considerados como “bellos”, es obtener una reflexión de cómo la industria ha venido implantando un tipo de belleza que se es imposible de cumplir, y que trae consigo los llamados “complejos físicos”. Siendo “Fragmentos de lo “No bello” un proyecto artístico que invita al espectador a repensar un estereotipo de belleza imperante, que genera un cuestionamiento de la mujer hacia su corporalidad por no alcanzar un modelo estético estandarizado.

1. FORMULACION DEL PROBLEMA

La inconformidad de la mujer hacia su físico por no encajar en los estándares de belleza propuestos por el mercado publicitario.

1.1 PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo documentar a través del arte las inconformidades frente al cuerpo que desarrollan algunas mujeres en la ciudad de Pamplona en relación al ideal de belleza publicitario, debido a que creen no cumplirlo?

1.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Desde la óptica industrial, la mujer debe cumplir con ciertos parámetros de belleza física para cumplir con los ideales implantados, que cada día demandan más estructura y por tanto se hacen más difíciles de alcanzar. Las empresas dedicadas a la estética, en su afán de comercializar los productos y servicios que de esta se derivan, han llegado a los “deseos” de las mujeres, en donde a través de estos les hacen sentir inconformidad con su apariencia física., como lo cita Bauman en su libro Vida de consumo, *“El éxito de los salones de belleza surge en parte de preocupaciones existenciales, y el uso de productos de belleza no siempre es un lujo”*, ya que la mujer siente que lo necesita.

A esto se han sumado los medios de comunicación, los cuales emiten constantemente el ideal de belleza femenina, exponiendo el supuesto prototipo

ideal y permitiendo que la mujer sea un blanco para la industria, generando cada vez más inseguridades, temores y complejos.

En consecuencia a lo anteriormente mencionado la mujer, comienza a cuestionarse físicamente y al mismo tiempo a compararse con las imágenes idealizadas que llegan por medio de la publicidad, sintiendo una inseguridad que conlleva a priorizar el uso de diferentes elementos que aportan a “aumentar” su belleza, que según el escrito de Bauman *“Ochenta años después, Germaine Greer ya observaba que “incluso en las regiones más extremas del noroeste de China, las mujeres han abandonado los camisones por sostenes con relleno y seductoras faldas, rizan y tiñen su cabello lacio y ahorran para comprar cosméticos (...)”*, convirtiéndola en una clienta y consumidora de la industria.

El presente proyecto pretende a tomar y generar conciencia, utilizando como medio la fotografía documental, para visibilizar ante el espectador estos temas, pues se ha permitido que la industria bombardee publicitariamente a las mujeres presionándolas y casi exigiendo un prototipo de belleza calificado por la misma economía, hasta el punto en que la mujer cuestione su cuerpo.

2. OBJETIVO GENERAL

Visibilizar a través de la fotografía documental los diferentes complejos físicos que se relacionan con incumplir el ideal de belleza publicitario en algunas mujeres de la ciudad de Pamplona (Norte de Santander), para generar una reflexión hacia este problema social.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar el concepto de belleza y sus diferentes concepciones a través de la historia.
- Investigar desde la psicología la terminología asociada a la auto concepción del cuerpo
- Interpretar como la publicidad interfiere en las mujeres y los estándares de belleza.
- Determinar qué tipo de estereotipo de belleza prevalece actualmente.
- Ejecutar una encuesta a diferentes mujeres de la ciudad de Pamplona, para tener un acercamiento a las inconformidades que tienen con su apariencia física.
- Realizar una serie de fotografías con las mujeres encuestadas, basados en los resultados obtenidos en la encuesta.
- Elaborar un montaje fotográfico que evidencie los complejos físicos de la mujer para visibilizarlos ante el público..

3. JUSTIFICACIÓN

“La importancia del cuerpo en la construcción de quiénes somos o a qué podemos aspirar es evidente en nuestra sociedad, en la que encontramos una gran obsesión con la imagen que ofrecemos a los demás, considerada una prueba de nuestro valor personal”. (Noemi Martinez Diez, 2012)

La sociedad actual ha impuesto un estándar de belleza que cada día tiene más seguidores, de edades más cortas y a la amplitud de género. Desde cada entorno social, el fenómeno se da desde distintas perspectivas, siempre con el objetivo de alcanzar cuerpos delgados y tonificados, mostrando esto como el único sinónimo de belleza. Esto conlleva a que las personas se excedan en dietas, gimnasio, cirugías plásticas y otras instancias que ponen en riesgo la vida.

El reflejo de una sociedad obsesionada con los estereotipos físicos se refleja en los altos estándares que han alcanzado enfermedades como: depresión, baja autoestima, obsesiones e incluso, en ocasiones ha alcanzado el suicidio.

Aunque los complejos nacen de diversos factores, uno de los predominantes en la sociedad actual, son los estereotipos físicos y de belleza, la gran preocupación y exageración hacia estos termina siendo la presencia de trastorno de dismorfia corporal (TDC), que hace parte de los trastornos somatomorfos, que se define según el DSM IV como la preocupación por algún defecto imaginario o exagerado en el aspecto físico.

Aunque no existan cifras locales en cuanto a los complejos físicos en mujeres y trastornos de dismorfia corporal, existen datos que indican que *“estudios extranjeros ubican la prevalencia de este trastorno en alrededor de un 1% a 2% de la población en general”* (Vásquez & Huavil, 2010), *“ el estudio epidemiológico del Instituto Nacional de Salud Mental revela que en Lima Metropolitana la insatisfacción con el aspecto físico llega a 16,6% en adolescentes y 11,1% en adultos”* (Vásquez & Huavil, 2010).

Desde mi experiencia como fotógrafo de moda se ha podido evidenciar este problema desde un punto más cercano , pues he tenido la oportunidad de fotografiar a diversas mujeres en las que he observado como la mujer atiende a un canon de belleza como la prioridad en su vida, llegar a este y en todo momento tenerlo presente y exigirse para encajar en el ‘estándar estético’, ha llevado a este género principalmente a compararse de manera continua con lo proyectado por los medios, que en su afán industrial y de consumismo, generan en las mujeres del común total insatisfacción. Por otro lado también he podido evidenciar a través de intuitivas charlas, testimonios de vida en donde las mujeres indican sentirse señaladas, discriminadas y comparadas.

De allí nace el proyecto “Fragmentos de lo “no bello””, el cual busca desde el arte visibilizar el problema, que este indique no señalar y apuntar sino a entender que la verdadera belleza no solo atiende a un ideal propuesto por las industrias, y que la verdadera realidad es una mujer con “imperfecciones físicas”.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 ESTADO DEL ARTE

Para la construcción del estado del arte fue necesario abordar el tema desde ramas tales como lo son la psicología el arte y la publicidad permitiendo conocer diferentes posturas en cuanto al tema y así poder referenciarlas dentro del proyecto.

EL ESTANDAR DE BELLEZA FEMENINO DESDE LO PUBLICITARIO

“En el imaginario de la publicidad, la belleza física femenina nos habla de un proceso de autorrealización de la mujer a través de la consecución y mantenimiento del cuerpo esbelto, joven, de piel suave, sin arrugas. El cuerpo esbelto es parte indisoluble de la sensualidad de ser mujer”. (García., 2007)

Según el autor Umberto Eco en su libro “La historia de la belleza”, “(...) *sobre todo al acercarnos a la modernidad, dispondremos también de documentos que no tienen una finalidad artística, sino de mero entretenimiento, de promoción comercial o satisfacción de impulsos eróticos, como por ejemplo, las imágenes que proceden del cine comercial, de la televisión o de la publicidad.*”, Viendo así estereotipos de belleza abordados desde el año 1927 dentro de la publicidad, con modelos como los de Coco Chanel en la que se perciben cuerpos totalmente delgados, sin curvas pronunciadas, planas y altas, una empresa que fue “ *símbolo*

de una época y el ejemplo de una mujer que se atrevió a vivir con independencia”.

(carmen, 2012)



En 1950 el ideal de belleza publicitario se representa con un icono conocido mundialmente como lo fue Marilyn Monroe , se enfatiza en rostros ruborizados, los rostros pálidos dejan de ser prototipo, lo labios gruesos y rojizos son de mucha admiración al igual que caderas anchas , piernas largas y voluptuosas.



DESDE EL ARTE

“TRASTORNOS ALIMENTICIOS COMO CONSECUENCIA DEL RETO DE ALCANZAR LA BELLEZA”.

Desde el arte se referencia el cortometraje llamado Nervosa, el cual toca el tema de la bulimia.



Nombre: Nervosa - Cortometraje Sobre Bulimia En Adolescentes

Director y guionista - Sebastián Plasencia Gutiérrez

Director de fotografía - Gonzalo Valdez

Lima, Perú- 2017

Ilustración 1 Nervosa- Fotografía portada - 2017

“ Alina, una chica de 19 años, decide tomar clases de ballet para poder obtener la aprobación de su madre; sin embargo, al obsesionarse con la pérdida de peso, desarrolla bulimia”. (2017)

Nervosa es un claro ejemplo de que esta problemática no solo radica por parte de los medios de comunicación y su imposición de cuerpos perfectos, la culpa también radica en la sociedad que se encarga de traumar y de presionar a una persona que supuestamente no cumple con los estándares, generándole agresiones psicológicas que de una u otra forma trauman a la mujer tarde o

temprano y la hacen sentir como una "vaca" dando alusión a un animal de extremo peso.

Muchas veces esa presión se genera desde el mismo hogar y desde su entorno social, la familia tanto como los amigos pueden ser una causante de que una mujer no se sienta bonita, y que en todo momento reaccione con insatisfacción hacia su cuerpo.

Debido a comentarios que se le hacen a la mujer, esta crea una preocupación, un interés, un culto hacia su cuerpo que desafortunadamente más tarde desemboca en un problema más grave, como lo son los trastornos alimenticios (TCA).

La báscula de peso se convierte en un objeto que produce miedo y temor a no cumplir las expectativas, este es el que da el dictamen, si estas dejando de ser esa vaca o se está convirtiendo en una vaca mucho más gorda.

El gimnasio y las dietas no son suficientes para que ese cuerpo cambie en tan poco tiempo, la necesidad de comer está en todo momento, se necesita una solución al problema rápidamente, el cuerpo pide comida, ella no se puede negar a comer, pero sus ganas de comer no son superiores a sus deseos de no ser mas una vaca, y hasta que el problema supuestamente ha encontrado una solución, llamada científicamente como bulimia nerviosa que se define como la provocación del vomito después de haber ingerido alimentos, la expulsión de esos alimentos hará que se calmen las ganas de comer y al mismo tiempo seguirá cumpliendo con sus estrictas dietas.

Según Gulimberti y su diccionario de psicología se comprueba que la bulimia tiene una frecuente asociación con los estados depresivos o ansiosos, por lo que la comida se encarga de llenar un vacío o de aplacar una ansiedad.

Los famosos vacíos, a causa de falta de amor o de cariño en este caso, han llegado a que las mujeres traten de encajar en una sociedad en la cual ya está impuesto un canon y por el cual debe esforzarse por alcanzarlo.

La aceptación social juega un papel muy importante en este problema, aquí es más importante la opinión del otro a que la misma opinión de la persona, "se induce a responder en el sentido socialmente aprobado, independientemente de que tales respuestas proporcionen una adecuada descripción de sí mismos" (Galimberti, 2002).

Toda su vida gira en torno a una apariencia física y a su exactitud en masa corporal y en medidas, el éxito es sinónimo de belleza, ¿quién va a tener éxito si es fea y si no cumple con las medidas establecidas?,

Y en respuesta a ello la mujer, más y más se preocupan por ser aceptada, para no ser una fracasada, una inútil y una gorda.

Pero el problema no se resuelve con que los medios de comunicación dejen de hacer publicidad con cuerpos irreales, ni con la misma presión que hace la sociedad hacia la mujer, el problema se podría resolver con tener una aceptación propia y una autoestima alta que no genere preocupaciones hacia sí misma.

A través del cortometraje se pueden visualizar varios conceptos que más adelante se tratarán con más detenimiento en el capítulo de auto concepción de sí misma, desde el campo de la psicología.

Yossi Loloí

“El derecho de cualquier individuo a ser considerado bello sin encajar en los estándares de perfección”.

Yossi Loloí nació en 1976 en Milan-Italia, comienza su carrera como fotógrafo de moda de la cual no se siente del todo cómodo, así que intenta romper con los ideales de belleza e incursionar en otro tipo de fotografía, trabajando con modelos totalmente diferentes y que no responden a los estándares impuestos, y es así como crea uno de sus trabajos más reconocidos llamado “FULL BEAUTY” que traduce en el español “belleza completa”.



Ilustración 2 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017



Ilustración 3 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017

"En mi trabajo retrato lo que las mujeres grandes representan para mí. Me concentro en su plenitud y feminidad, como una forma de protesta en contra de la discriminación establecida por los medios de comunicación y la sociedad de hoy”.

El trabajo de Yossi nos lleva a una manera diferente de ver lo opuesto a la belleza y al mismo tiempo considerarlo admirable, sensual y bello, es decir que este trabajo se puede considerar como una forma distinta de demostrar y exaltar belleza sin la necesidad de cumplir con los patrones que se han impuesto.

Esta serie de fotos cuenta con tintes de fotografía de moda en cuanto a las poses, iluminación y calidad de la imagen, demuestra la naturalidad de estas mujeres es su máximo esplendor y al mismo tiempo reflejan un orgullo hacia sus propios cuerpos.

Yossi expresa que la belleza vive una dictadura en la que no hemos podido tener una libertad de escoger y decidir lo que de verdad significa belleza para cada individuo, es por ello que las mujeres obesas en este trabajo representan una protesta en contra de lo que se ha establecido e impuesto como belleza.



Ilustración 4 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017



Ilustración 5 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017

Desde la Psicología

Cuando hablamos de belleza, sus tantas formas de alcanzarla y el importante significado que tiene para la mujer acompañado de preocupaciones que esta genera, tenemos hablar de los trastornos de conducta alimenticia (TCA), ya que son una consecuencia del canon de belleza.

“La belleza incide mucho en el entorno social en el que vivimos, es parte universal de la experiencia humana y se ha comprobado que la percepción de la misma proporciona placer a los sentidos e incrementa la probabilidad de apareamiento”.
(Montaño, 2001)

Gilles Lipovetsky filósofo y sociólogo francés en su libro “la tercera mujer” señala tres períodos socio históricos en los que ubica lo que él llama la primera, segunda y tercera mujer . La primera mujer se desarrolló desde la antigüedad hasta el período del Renacimiento, donde la belleza femenina fue vista como sinónimo de tentación y maldad. La segunda mujer se desplegó desde el renacimiento hasta el siglo XIX, y la imagen femenina fue reconocida como el bello sexo: mujer ícono y personificación suprema de la beldad. La tercera mujer, la actual, se ha venido desarrollando desde el siglo XX en un intento de igualarse a los hombres, un género capaz de enfrentar con igual o mayor eficiencia que el hombre los dilemas económicos, culturales y sociales vigentes. Sin embargo, este despliegue de autonomía parece restringirse y limitarse cuando la estetic corporal está en juego.

La popularización de la belleza se inició a principios del siglo XX con la aparición de infinidad de revistas femeninas, el acceso a los medios audiovisuales y el

ciberespacio. Desde entonces, la mujer se ha sometido a una transformación inclemente del cuerpo, al despotismo de la esbeltez y a un consumismo ceñido a unas normas estéticas mutantes, mutiladoras y de reemplazo.

La tecnología ha tratado de ofrecer diferentes métodos y opciones para que la mujer alcance los modelos de belleza impuestos, vemos casos como el de Cindy Jackson con más de 29 cirugías estéticas para parecerse a la barbie, la artista francesa Orlan con 8 cirugías en su rostro, Jocelyne Wildenstein con 59 operaciones, transformándose en la leona humana.

Esto nos lleva a entender que la preocupación por alcanzar una perfección ha llegado a puntos increíbles en que los cuerpos gracias a la tecnología cambian de una manera sorprendente para satisfacer las necesidades de la mujer, de su entorno social y así cumpliendo el sueño de ser bella.

Pero en qué momentos podríamos clasificar estas preocupaciones estéticas en trastornos?,

Trastornos de conducta alimentaria: Anorexia nerviosa y bulimia nerviosa.

- **Anorexia nerviosa:** rechazo a los alimentos, negación a la hora de comer.
- **Bulimia nerviosa:** Provocación del vomito, para expulsar los alimentos al igual que con laxantes.

Es tan grande el impacto psicológico que causa un estereotipo de belleza en una mujer que cree no alcanzarlo o que a su vez no lo cumple, que cae en trastornos de imagen exagerando la imperfección de su cuerpo, llevándola a casos de sumo cuidado y colocando en riesgo su propia vida, todo esto se debe a un factor tan importante como la publicidad, quienes son los que se encargan de propagar y comercializar una imagen imposible de alcanzar.

Todo esto se refleja en un problema emocional que comienza con la no aceptación de su cuerpo y apariencia, para más adelante convertirse en una obsesión por que su apariencia física sea aceptada que cae en una psicopatología”.

Un importante aporte que hace este artículo es que desde la presencia de los diferentes trastornos de conducta alimentaria podríamos justificar el proyecto, y es que vivimos actualmente en una sociedad donde la apariencia física es más importante que cualquier cosa y es debido a la suma popularización que se le dio a la belleza y a sus estándares, tal vez el artículo no hable de las muertes que se presentan anualmente debido a estos trastornos, pero desde el momento que una mujer comience a padecer uno de estos, se convierte en un problema social generado desde industrias grandes que día tras día provocaran que se presenten mas y mas casos como de bulimia, anorexia o dismorfo corporal.

CUANDO COMER ES UN INFIERNO

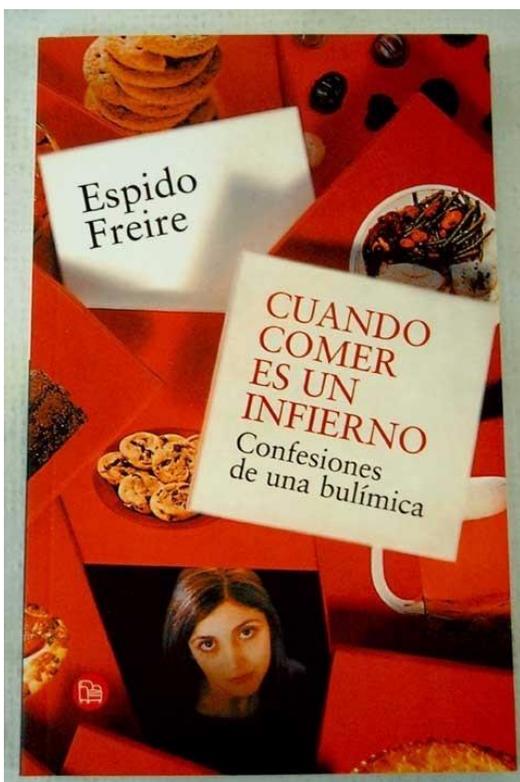


Ilustración 6 Cuando Comer Es un Infierno - Laura Espido

Título: Cuando comer es un infierno

2002, Laura Espido Freiré

Santularia Ediciones Generales, S.L.

De esta edición: marzo 2003, Suma de Letras, S.L.

“Cuando comer es un infierno”, es un libro escrito por la española Laura Espido, escritora y columnista.

Un relato de una bulímica, su padecimiento desde el nacimiento, donde se le negaba la comida por su apariencia de bebe pasada de kilos, mas adelante la enfermedad se torna un poco más complicada, una enfermedad que no solo gira en torno a una preocupación por la apariencia física sino que va mas allá, se puede visualizar problemas en cuanto al entorno familia, las amistades y estados de ánimo.

Este libro hace ver el problema de una forma más profunda, conociendo no solo el relato en primera persona de gloria sino de otras mujeres que han padecido de bulimia, tal vez la forma en que se expresan a través de sus relatos sin ninguna edición en sus historias nos hacen ver otra panorámica no tan científica sino mas bien social, problemas de alimentación que inclusive vienen desde el mismo nacimiento y que no solo obedecen a una preocupación por el aspecto físico, una enfermedad que no respeta edades, clases sociales, razas o sexo.

4.2 MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

Como elementos esenciales de la investigación se debió considerar conceptos importantes dentro de la construcción del proyecto, tales como estereotipo, belleza, publicidad, complejo, y todo un lenguaje psicológico en cuanto a los factores que encierra el tema de la impresión hacia el cuerpo propio.

4.2.1 ESTEREOTIPO

Según el diccionario de la real academia española (RAE) se entiende como estereotipo a la imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

Según Walter Lippman un conocido periodista estado unidense y que se dedicó en gran parte de su vida a estudiar el mecanismo que se usa dentro de los medios de comunicación, define a estereotipo como un cliché, como una imagen que se guarda dentro de la mente a partir de determinados elementos." El estereotipo se forma a través de imágenes mentales que se forman casi como un filtro social, el cual ayuda a las personas que usen estereotipos (todas, por lo general) a clasificarlas de acuerdo a su modo de hablar, vestir etc." (Sierra, 2012)

El concepto que nos ofrece Lippman sobre estereotipo va muy ligado a lo que se presenta en la actualidad, los medios de comunicación juegan el papel de difundir modelos de vivencia a través de imágenes, además de que estereotipo sea un cliché se convierte en un chip mental donde se le instala a los seres humanos

como si fueran robots atendiendo a una necesidad impuesta por las grandes industrias.

4.2.2 ESTEREOTIPO DE BELLEZA ACTUAL

El canon de belleza que predomina en la actualidad es el de una mujer que responde a características tales como una altura igual o superior al 1.70 cm, ser delgada, una de las mayores características con más importancia, piel radiante sin ningún tipo de imperfección en ella como manchas, granos, celulitis o estrías.

Umberto Eco en su libro “La Historia De La Belleza” Los medios de comunicación ya no presentan un modelo unificado, un ideal único de belleza” (Eco, 2004).

En Colombia podemos ver reflejado este tipo de características en las concursantes de los reinados nacionales de la belleza, en el anterior certamen que se llevo a cabo en la ciudad de Cartagena, la Señorita Colombia Gabriela Tafur, conto con medidas de 86-90-92 y 1,79 cm de altura, por otro lado la primera princesa María Vengoechea tuvo medidas de 84-64- 91 y estatura de 1.70 cm, la segunda princesa Zara Triana con medidas de 85-63-93 y estatura de 1.80 cm.

Ninguna de las tres mujeres son idénticas en cuanto a sus números, pero si cumplen con las características anteriormente nombradas.

4.2.3 LA BELLEZA A TRAVES DE LA HISTORIA

Para este capítulo se abordara el concepto de belleza y su evolución a través de las diferentes épocas de la historia, filósofos y artistas son los que se han encargado de definir la palabra belleza en la historia mediante obras y escritos que han sido referentes para entender la concepción de esta en periodos anteriores.

Umberto Eco fue un filosofo y escritor italiano, autor del libro "la historia de la belleza", libro que utiliza como herramienta importante el arte para describir la evolución del concepto y así permitir entender como el cuerpo femenino ha venido en constante cambio, desde mujeres totalmente obesas, hasta mujeres supremamente delgadas.

Dentro de esta compilación de obras e investigación del concepto encontramos a Venus que según la mitología romana era una diosa que se relacionaba con la fertilidad, la belleza y el amor, a través de ella y sus representaciones en el arte, Eco realiza una tabla comparativa para hacernos entender el cambio que ha tenido la apariencia física y las características que prevalecían para considerar un cuerpo bello.



Ilustración 7 La historia de la belleza-Umberto Eco -2004

A continuación se hará un recuento en cuanto a los cánones de belleza respecto a las más importantes épocas de la historia.

LA PREHISTORIA - VENUS DE WILLENDORF



Ilustración 8 Venus de Willendorf – Paleolítico-imagen extraída de google arts y cultura.



Ilustración 9 Venus de Willendorf – Paleolítico – imagen extraída de google arts y cultura.

Para comenzar hablar de belleza debemos regresar a la prehistoria y sus características de ideal, se encuentra a una mujer con aspecto físico de senos grandes, y caderas supremamente anchas, ya que todo esto se relacionaba con la fertilidad y una capacidad de parir y criar hijos sanos y fuertes.

Con este tipo de mujer se puede llegar a ver la belleza desde otro punto de vista, donde es relacionada con una utilidad que se basaba en tener un cuerpo totalmente grande para traer al mundo a seres humanos valientes y capaces de enfrentar cualquier adversidad de la vida.

Seguidamente en "la época del renacimiento se generó una curiosidad estética que concedía una particular atención a lo bello y las impresiones que provocaba". (JIMÉNEZ MARCE, 2008).

Dentro de este periodo, el ideal de belleza lo podemos ver representado en una de las pinturas más reconocidas en toda la historia del arte "el nacimiento de Venus" del pintor Sandro Boticelli.

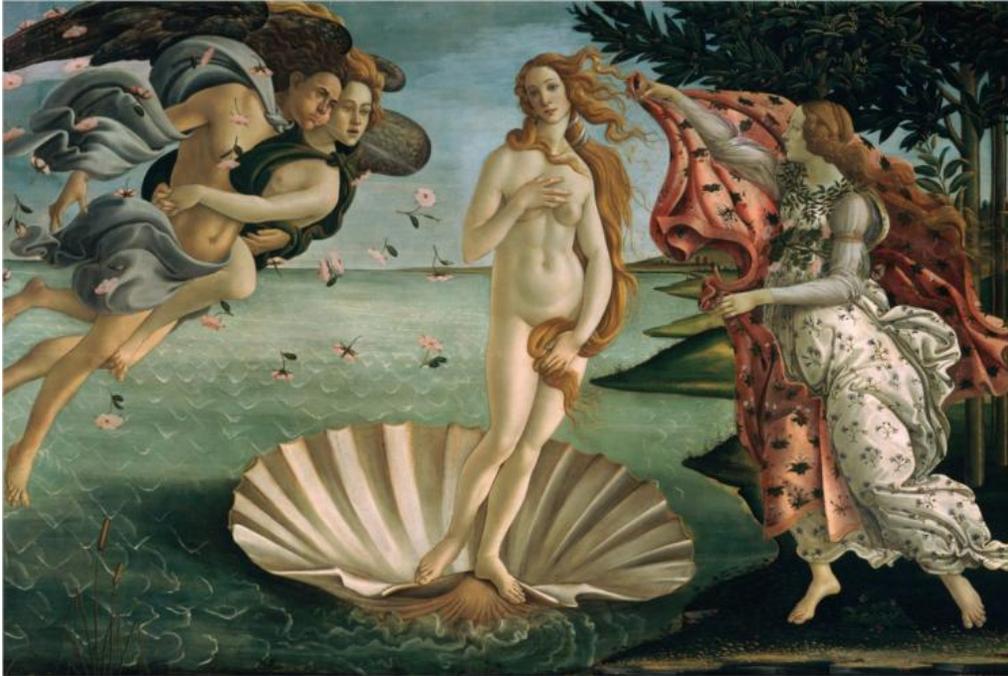


Ilustración 10 El nacimiento de la venus - Sandro Boticelli - 1483-1485

En la composición Venus es el elemento protagonista y a verlo como referencia de lo bello en esta época, nos fijamos que la mujer ideal representada en este cuadro como una diosa tenía características tales como un cuerpo proporcionado, una piel de color blanca, un cabello rubio, senos pequeños y un rostro con mejillas ruborizadas.

Más adelante a principios del siglo XVII en la que se da inicio a la época del barroco, dentro de la belleza " se produjeron una serie de cambios en la concepción de esta, los cuales provocaron que perdiera su irradiación enigmática." (JIMÉNEZ MARCE, 2008).

Al hablar del ideal que prevalecía en este período podemos citar la obra del artista Pedro Rubens llamada las tres gracias, una pintura hecha al oleo sobre tabla de madera de roble .Vemos a tres mujeres en un acción de bailar y conectar entre ellas que son Aglaya, Talía y Eufrosine, las hijas de Zeus, se observa un cuerpo totalmente diferente a los de la época anterior, cuerpos obesos con caderas achas que sería la principal característica del ideal que se daba en el barroco.



Ilustración 11 Las tres gracias - Pedro Rubens - 1636-1639- Imagen extraída de arthistoria.com

“ La cintura y las caderas adquirieron presencia, pero el cambio más importante fue el desplazamiento del “paralelo astro biológico”, con lo que el cuerpo se naturalizó” (JIMÉNEZ MARCE, 2008).

En conclusión a esto, el arte fue una rama muy importante en la investigación del canon que prevalecía en cada etapa, gracias a distintos artistas entre ellos pintores y escultores se puede apreciar la belleza y sus representaciones, cabe resaltar que las fases anteriormente expuestas fueron la más considerables y significativas para hablar del término.

Por otra parte encontramos la filosofía, ciencia que también se encargó de describir características importantes que daban alusión al concepto de belleza, para esto mencionamos a importantes filósofos y sus aportes al termino.

Gilles Lipovetsky filósofo y sociólogo francés en su libro "la tercera mujer" señala tres períodos socio históricos en los que ubica lo que él llama la primera, segunda y tercera mujer." La primera mujer se desarrolló desde la antigüedad hasta el período del Renacimiento, donde la belleza femenina fue vista como sinónimo de tentación y maldad. La segunda mujer se desplegó desde el renacimiento hasta el siglo XIX, y la imagen femenina fue reconocida como el bello sexo: mujer ícono y personificación suprema de la beldad. La tercera mujer, la actual, se ha venido desarrollando desde el siglo XX en un intento de igualarse a los hombres, un género capaz de enfrentar con igual o mayor eficiencia que el hombre los dilemas económicos, culturales y sociales vigentes. Sin embargo, este despliegue de autonomía parece restringirse y limitarse cuando la estética corporal está en juego". (Lipovetsky, 1997)

Lipovetsky aporta una mirada diferente de belleza al proyecto, el autor no se basa solo en la corporalidad sino también en el comportamiento de la mujer frente a la sociedad, es curioso que en las dos primeras etapas se mire a la mujer como un deseo e incluso como un objeto de tentación de maldad y de sexo, pero ya en la tercera mujer, se presenta un tipo de revolución por parte de esta, comienza con reclamar sus derechos a tal punto de igualarse al hombre, al mismo tiempo la belleza cumple con una misión importante dentro de la comunidad hasta convertirse en un requisito para obtener puestos de trabajo.

" La popularización de la belleza se inició a principios del siglo XX con la aparición de infinidad de revistas femeninas, el acceso a los medios audiovisuales y el ciberespacio. Desde entonces, la mujer se ha sometido a una transformación

inclemente del cuerpo, al despotismo de la esbeltez y a un consumismo ceñido a unas normas estéticas mutantes, mutiladoras y de reemplazo” (Lipovetsky, 1997).

Para concluir y darle paso a otros autores, en la actualidad la estética femenina en muchos casos está por encima de la inteligencia, quien cumpla con los requisitos y encajar en el ideal de belleza es sinónimo de éxito para sus vidas.

En el artículo “La belleza y la filosofía”, escrito por Alberto Monar estudiante de filosofía y pedagogía de la UPS de Quito- Ecuador, expone al filósofo alemán Georg Wilhelm Friedrich Hegel, con una de sus frases en relación al arte “ es el medio gracias al cual el hombre exterioriza lo que es”; es decir, la idea se plasma en la realidad, por ello el arte es la mejor forma de expresar lo que nuestras ideas tratan de atribuir a la realidad”, (Monar, 2009) esto nos hace pensar que no solo hablaremos de belleza y filosofía sino que el arte tendrá su protagonismo y relación a la definición. Posteriormente cita Aristóteles “la finalidad del arte es dar cuerpo a la esencia secreta de las cosas”; es decir, es buscar la cosa en sí misma, exteriorizarla y hacerle apetecible a nuestros sentidos; sentir como somático la esencia desde nuestra corporalidad, sensibilidad e inteligencia”. (Monar, 2009)

A continuación se hará un breve recorrido histórico en cuanto a interesantes concepciones de belleza por parte de los filósofos más importantes de la historia, comenzando por la cultura helénica, los griegos la definían como el orden que posee dentro de sí un objeto, pero también algo que genera orden al exterior de sí mismo.

Más adelante Platón afirmaría que la belleza está por encima del mundo sensible, se relaciona únicamente con la realidad eidética y suprasensible (bien y belleza); es decir, reside en la idea y sólo desde esta se puede entender, no se le puede llamar bello a algo que solo genera placer a los sentidos, la belleza va más allá de solo el gusto y placer y se relaciona también con la virtud, el bien y la verdad y al mismo tiempo es lo que causa aprobación o admiración, en conclusión

Seguidamente Aristóteles calificará la belleza como algo que está dentro de la esencia de las cosas pero cuya manifestación es lo sensible: “Es bello lo que es valioso por sí mismo y lo que a la vez nos agrada”.

El realismo aristotélico permitirá tomar en cuenta el mundo sensible y considerarlo como expresión de la esencia; a partir de él, la belleza será una forma de manifestación corpórea. Por lo tanto, esta manifestación se realiza en todo ente, considerándose a la belleza como un elemento trascendental de este, que es captada por nuestra sensibilidad y llevada a nuestro intelecto.

Siguiendo con el desarrollo histórico del pensamiento filosófico, Descartes mirará la belleza como producto del orden y exactitud de la razón completamente alejada de lo sensible...todo se fundamentará en la razón.

Seguiría Kant y su posición kantiana, la belleza tiene que ser agradable a la razón y apetecible a los sentidos. Lo agradable es aquello que place a los sentidos en la sensación: “Todo lo que place justamente en lo que place es agradable”.

Lo bello es aquello que place sin interés alguno. El desinterés es la condición de posibilidad de la experiencia estética. La belleza sería una de las categorías de la Estética vista como trascendental (creación del sujeto desde la razón).

La belleza parte de la conexión del momento entre el espectador y el objeto que contempla, sin importar su utilidad y existencia.

La razón como construcción de cada sujeto hará imposible establecer normas universales para la belleza, pues depende de cada hombre y su razón.

Hegel definirá a la belleza como la manifestación del espíritu. El espíritu es toda la creación del pensamiento lógico que se impone a la realidad. La belleza artística es superior cuantitativamente a la belleza natural, por ser obra del espíritu (pensamiento lógico).

Conocer los diferentes conceptos que han existido para poder definir la belleza, desde los griegos, pasando por pensadores muy importantes de las épocas como lo son Platón, Aristóteles, Descartes y Kant hará que el proyecto tenga antecedentes claros en cuanto a la concepción de belleza, inclusive para contrastarlos con la idea actual que nos han querido implantar los medios de comunicación, para ello cito nuevamente a Kant con una de sus frases utilizadas para el concepto de belleza "la razón como construcción de cada sujeto hará imposible establecer normas universales para la belleza, pues depende de cada hombre y su razón". Esto nos da a entender que no debe existir un patrón que nos exija o nos diga que es belleza, sino más bien depende de cada uno de nosotros, desde nuestra razón dar nuestro propio juicio sobre ella".

Kant se convierte en un referente muy importante del proyecto, ya que desde él se puede contrastar o ir en contra de todo ideal de belleza que se trate de imponer, y si bien el proyecto habla del impacto psicológico que causa un estereotipo de belleza, se debe ir a la raíz del problema y de una u otra forma ir en contra de

este, y en Kant se encuentra como sustentar la idea de que belleza no es lo que los demás nos dicen o nos imponen.

4.2.4 LA PUBLICIDAD COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE MUJER PERFECTA

Según el diccionario de la real academia, publicidad se define como “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios etc. ”

La publicidad es la forma más fácil y concreta de fomentar una imagen estética, la mujer se convierte en el eje principal de este negocio para ser incitada a la compra de diversos productos que ofrece la industria con el fin de mejorar su apariencia física, juega un papel determinante e importante dentro de este problema social, crea una imagen manipulada para terminar en una composición fotográfica hiper retocada, irreal, difícil de alcanzar para más adelante ser difundida en medios de comunicación tales como revistas de entretenimiento, moda y vallas publicitarias.

“Con medios tan expresivos como son el dibujo estilizado, el humorístico y, sobre todo, la fotografía, se comprende que la mujer, por sí misma, haya bastado para ser la cúspide del anuncio” (Montero, 2011).

“Prat afirmaba con convicción que si la mujer dejase de ver o leer anuncios, la publicidad perdería nueve décimas partes de su eficacia”. (Montero, 2011)

En la publicidad, la mujer es vista como un objeto de satisfacción y su vez una generadora de inseguridades para otras mujeres, su apariencia física debe reflejar y crear una necesidad en la mujer del común a tal punto de que esta se convierta en una fiel consumidora.

No hay que sorprenderse cuando la mayor parte de la publicidad vaya encaminada hacia el género femenino, ya que cifras demuestran que las mujeres son las mayores consumidoras en el mundo con un 80% y el hombre con un 20%.

“ Para el 2015, Fenalco Bogotá realizó un sondeo sobre las preferencias de consumo de las mujeres bogotanas. En este se evidenció que las mujeres consumían todo tipo de productos y servicios, y que el mercado femenino se enfocaba especialmente en sectores como la belleza, la salud y el turismo”.

(Portafolio, 2018)

4.2.3.1 FOTOGRAFÍA Y MUJER

“El cine, la fotografía, los reportajes sobre métodos de adelgazamiento contribuyen a determinar el estado de opinión y evaluación corporal” (Behar, 2010).

La fotografía es una herramienta empleada en la publicidad como uno de sus principales recursos, esta es una de las principales formas de proyectar los estereotipos sociales de los cuales hemos venido hablando, según Ignacio Urquiza en su libro el ABC De La Fotografía Digital esta se define como “una acción de generar una imagen de otra imagen que existe, que vemos, que creamos o que imaginamos y que después de ser creada tiene su propia carga energética, semántica, onírica y muchas veces antojable”. (Urquiza)

El concepto que nos ofrece Urquiza cuando define la fotografía como una creación y un antojo, va en relación al tipo de imágenes idealizadas que estamos acostumbrados a observar actualmente, en donde, primero se crea una imagen perfecta a partir de una mujer imperfecta para que luego esta produzca un “deseo” común en la sociedad femenina con anhelos de alcanzar la imagen publicitaria.

Respecto a esto, podemos decir que gran parte de las mujeres que reciben estas imágenes, desconocen del uso de programas que retocan las imágenes, lo que indican que son irreales y no representan la belleza natural de una mujer. Pues bien se conoce que el objetivo de este proceso digital es eliminar todo tipo de imperfecciones que la modelo tenga en su cuerpo para simular o hacer ver a una mujer que está muy bien físicamente y así contribuir al llamado ‘ideal de belleza’.

Cabe resaltar que este tipo de procesos no son propios de la fotografía publicitaria o de moda, pues ya se encuentra disponible para que cualquier persona acceda a ella, mediante aplicaciones que ofrece un tipo de procesos similares para mejorar el aspecto de la mujer en la fotografía.

En el año 2014 Kelsey Hegley artista Estadounidense expone "Manipulated" (Manipulado) un video de 126 fotografías manipuladas en Photoshop, con la intención de "ilustrar los efectos que los medios y la opinión pública tienen en la forma en que nos vemos nosotros mismos". (toro, 2015)

Manipulado es un ejemplo de la sociedad contemporánea, cada fotografía representa los intereses de las personas y los patrones impuestos que desean ser reflejados en el cuerpo de cada mujer, cada fotograma representa distintas transformaciones, siempre intentado satisfacer las necesidades de aquel que señala, apunta y critica quien es y no es un ideal de belleza.

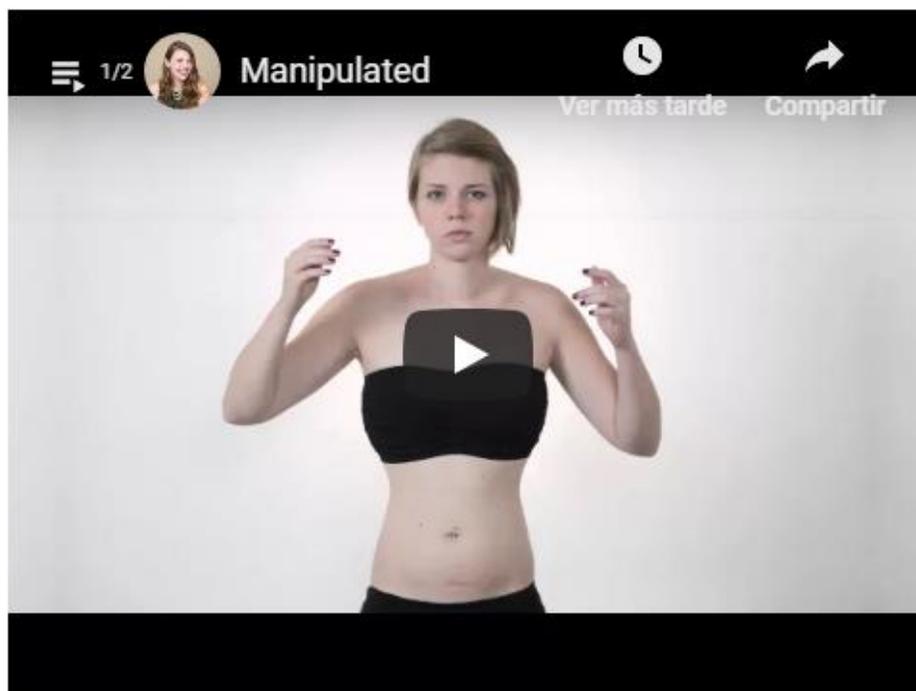


Ilustración 12 Manipulated –Kelsey Hegley -2014

4.2.5 EL COMPLEJO COMO TRASTORNO

Según el diccionario de la real academia (RAE) Complejo se define como un conjunto de ideas, emociones y tendencias generalmente reprimidas y asociadas a experiencias del sujeto, que perturban su comportamiento en este caso a las del físico.

Cuando la mujer experimenta una exageración hacia algún defecto corporal, este pasa a denominarse como "Dismorfia Corporal" que hace parte de los Trastornos Somatomorfos.

4.2.4.1 TRASTORNOS SOMOTOMORFOS

"La característica común de los trastornos somatomorfos es la presencia de síntomas físicos que sugieren una enfermedad médica (de ahí el término somatomorfo) y que no pueden explicarse completamente por la presencia de una enfermedad, por los efectos directos de una sustancia o por otro trastorno mental".
(Psiquiatría, 1952)

Dentro de este grupo podemos encontrar el trastorno de Dismorfia Corporal que es el que hace relación al aspecto físico

4.2.4.2. TRASTORNO DISMORFICO CORPORAL

Muchas mujeres han sentido la necesidad de mejorar su apariencia física, hasta tal punto en que se levanta por las mañanas, se miran al espejo y la única palabra para describirse es “fealdad”, no se siente a gusto con alguna parte de su cuerpo que la está haciendo sentir fatal, cuando esto se presenta día tras día, puede que la mujer esté cayendo en una obsesión que la ciencia lo denomina “Trastorno Dismorfo Corporal” que según el manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-IV) lo define como “la preocupación por algún defecto imaginario o exagerado en el aspecto físico” (Psiquiatría, 1952)

Este trastorno va acompañado de un deterioro en el entorno social o del trabajo, factores de predisposición como la no aceptación de sí misma que se define como el rechazo hacia su cuerpo y la baja autoestima que sería el negativismo de sí misma, son consecuencias que se presentan a través de este trastorno, ya que colocan su aspecto físico como una de las cosas que más predominan en su vida.

La dismorfia corporal es la evolución de un simple complejo físico, cuando su importancia se vuelve exagerada, la persona tiende a sentir que esa imperfección es más grande de lo que de verdad es.

4.3 MARCO DE REFERENCIA ARTISTICA

4.3.1 OLIVIERO TOSCANI



Ilustración 13 Oliviero Toscani

EL publicista que a veces no se hace llamar fotógrafo de publicidad sino más bien un fotógrafo del arte, considera que la buena publicidad también puede ser llamada arte.

Para ello recuerda los pintores del renacimiento, quienes usaban el arte como un medio de publicidad para las iglesias.

Si quisiéramos establecer un concepto para el arte podríamos decir que el arte es comunicación, pero la publicidad ha llegado a un nivel tan bajo del arte que se difiere a establecer ganancias para diferentes industrias y que a su vez, en lugar de comunicar lo que terminan haciendo es imponer patrones, una industria en la cual el que reina son las grandes empresas y los responsables del marketing.

Toscani cuestiona la forma como actualmente se hace publicidad, vemos mentes creativas que no tienen plena libertad en sus obras porque son limitadas o son obedecidas a un interés comercial, el cual dichos intereses son representados en la palabra "dinero", la creatividad jamás debe ser contralada, no tiene que tener un control ni un límite, el arte consiste en la expresión del ser mediante una obra.

Pero las industrias, y en este caso la industria de la belleza se ha valido de una necesidad del ser humano de encajar en la sociedad que ha conseguido en la publicidad su mejor aliado para lograr su objetivo, que es convertir a las personas en individuos inseguros con su físico para que más adelante se conviertan en consumidores de esta industria y que a su vez genere intereses económicos.

Toscani propone una publicidad que invitar a pensar, invita al espectador a reflexionar antes de convertirse en un consumidor.

Benetton es la marca que le dio plena libertad a este fotógrafo, y así a su vez se convierte en uno de los pocos anunciantes que sin miedo se arriesga a equivocarse.

“toscani es un fotógrafo que hace de la publicidad un sin límite de oportunidades para expresar en su arte sus pensamientos, críticas y reflexiones basándose en los muchos problemas sociales que acogen a este mundo,

La etiqueta de fotógrafo publicista la reniega, siente que la industria publicitaria en su conjunto es una industria de idiotas hecha por idiotas.

’La publicidad puede ser un medio tan importante como cualquier otro medio que trabaje un artista, contrastar la idea de publicidad con la que actualmente se trabaja, sería un medio de persuasión para el espectador y que a su vez se convertiría en un momento de reflexión sobre el problema social que se trabaja como la belleza y sus consecuencias por alcanzarla”.

Sería ir en contra de las formas en que actualmente es usado ese medio para convencer al espectador y así convertirse en un consumidor, diríamos que en este caso el objetivo claro no sería convertir al espectador en un consumidor sino mas bien en una persona que reflexione y que en otros casos se vea identificada con la obra,

Toscani nos hace entender que a través del sin límite de creatividad podemos conseguir publicidad, pero no obedeciendo patrones, sino más bien una publicidad que nos lleve a reflexionar, a razonar y a tal vez a entender por qué este mundo esta tan jodido, y hasta ilusionándonos con conseguir soluciones a través de ella”.

4.3.2 DIANE ARBUS

Diane Arbus nació el 14 de marzo de 1923 en los Estados Unidos, fue una artista dedicada a la fotografía documental, una de las más emblemáticas y conocida en el siglo XX, su fascinación por los retratos y la personas poco común, la llevaron a desarrollar todo su talento y expandirlo a tal punto de que su trabajo fuera reconocido y admirado por muchas personas del mundo.

“Las fotos de Diane eran cautivadoras para la mente, no para los ojos, y ésta es una de las razones por las cuales abrió nuevos horizontes para los fotógrafos. Diane exploraba lo psicológico”. (Noemi Martinez Diez, 2012).

Comenzó su carrera como artista dibujando y pintando, mas adelante al lado de su marido comenzó su carrea como fotógrafa de moda y publicidad, pero sus propósitos iban más allá de esto, sus intereses se volcaron hacia seres humanos con defectos físicos, capturarlos, retratarlos y exponerlos en salas de arte de todo el mundo, los llamado freaks (fenómenos), la atrajeron tanto que se llego a convertir en una de las más importantes cronista de este tipo de personas.

Su trabajo fue influenciado por la película del director de cine Tod Browning, en la cual se cuenta la historia de seres humanos deformes dentro de un circo, “ La película cautivó a Diane, porque los monstruos no eran imaginarios, sino reales, y esos seres –enanos, idiotas, contrahechos- siempre habían sido para ella motivo de atracción, de reto y de terror, porque constituían un desafío a muchas convenciones”. (Noemi Martinez Diez, 2012).

Las fotografías de Diane sin duda alguna captan la atención del espectador, reflejan la admiración y curiosidad con la que ella los llegó a retratar, “Diane los miraba con más atención, y desarrolló una profunda simpatía por toda rareza humana. Esas criaturas extrañas habían tenido madres normales, pero habían salido del útero alterados por una misteriosa fuerza que no llegaba a comprender”. (Noemi Martínez Díez, 2012).



Ilustración 15 Gigante judío en casa con sus padres en el Bronx, Nueva York, 1970.

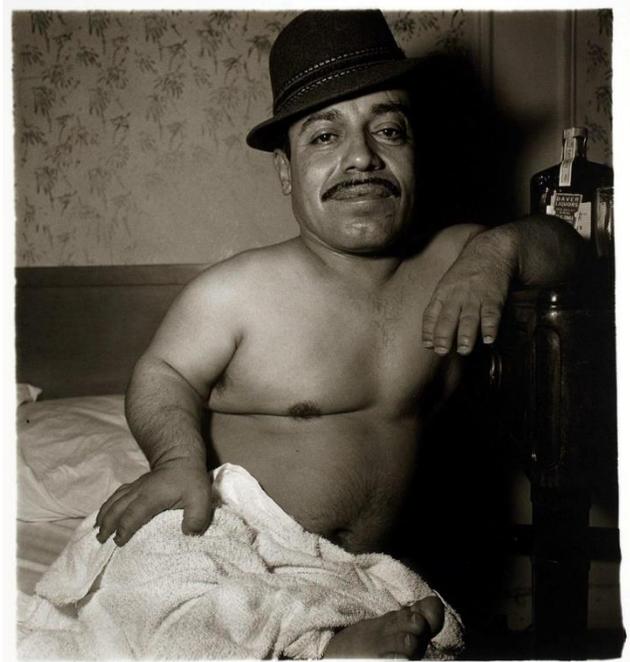


Ilustración 14 Enano mexicano en su habitación de hotel, Nueva York, 1970.

La obra de Diane se relaciona con en el proyecto “Lo señalo y lo escondo” en cuanto al acercamiento a personas que son excluidas de la belleza, aunque la mirada de Arbus estaba en personas llamadas monstruos con defectos físicos muy notables se conectan en cuanto a ese señalamiento que hace la sociedad hacia la persona y también como ella misma se señala y denota sus defectos,

la fotografía documental se convierte en una mirada realista y al mismo tiempo en una mirada con tintes de reflexión y crítica, aunque Diane no solo se dedicara a fotografiar personas anormales, siempre buscaba una mirada hacia lo incognito, hacia lo que la población discrimina, “ Diane comenzó a dar vueltas por la ciudad por las noches y a buscar conversación con los personajes que se encontraba: mendigos, marginados, prostitutas, chulos..., tratando de convencerles para que se dejaran tomar una fotografía, con sus palabras”. (Noemi Martinez Diez, 2012)

La fotografía es la muestra final de todo una búsqueda por lo raro, de experiencias y temores por las que pasaba para conseguir sus más impactantes imágenes, en esta se encierra todo un discurso, tal cual como se presenta en las fotografías que hacen parte del proyecto, detrás de cada imagen existe un testimonio por parte de cada mujer hacia su complejo físico.

“ Diane estaba fascinada con esos seres raros, y no sólo por su condición de raros, sino por su compromiso con lo raro. Diane parecía embrujarlos de modo que se mostraran tal cual eran en realidad y tal como aparecían ante los ojos de todo el mundo. Era una doble imagen mágica la que ella captaba”. (Noemi Martinez Diez, 2012).

Vivimos en un mundo en que la mujer busca una perfección física, pero en la que no nos hemos detenido a admirar la realidad y sus imperfecciones.

4.3.3 RICAR AVEDON

Fotógrafo Estadounidense nacido en Nueva York en 1923, comenzó su carrera como fotógrafo de moda en Harpers Bazaar , revista muy reconocida para la época en este país, mas adelante hace colaboraciones para Vogue, Look y Life que también son fuertes medios de la moda en este periodo.

Además de ser un fotógrafo de moda, Avedon tuvo el placer de explorar la fotografía documental inquietado por los problemas sociales que existían en ese tiempo, fue reconocido por hacer reportajes para el New York Times sobre las víctimas de la guerra de Vietnam, para 1979 comienza con uno de sus mejores trabajos titulado, "In The American West".

In The American West

In The American West fue un proyecto fotográfico que revela la otra cara del oeste de los Estados Unidos, es una serie de retratos de todo tipo de personas que han sido ocultadas y no mostradas en lo que popularmente conocemos y que nos han mostrado por medio del cine como el gran oeste.

Avedon sintió gran curiosidad por los habitantes que hacían parte de este lugar, un trabajo arduo que duro cinco años en los que pudo fotografiar a 752 sujetos, entre ellos prostitutas, mineros, alcohólicos, amas de casa, entre otros.

El resultado fueron retratos sin alegría, sin expresión, reflejan amargura y hasta en unos casos reflejan las ganas de ya no vivir.

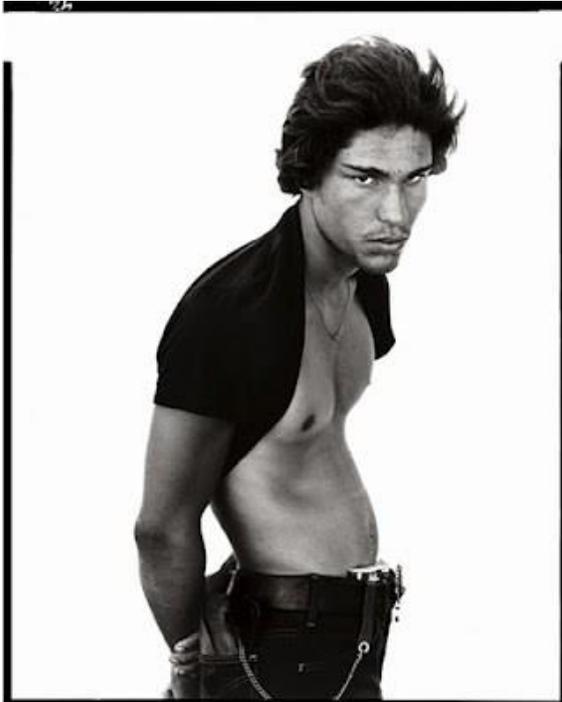


Ilustración 17 Richard Avedon - In the American West - 1979

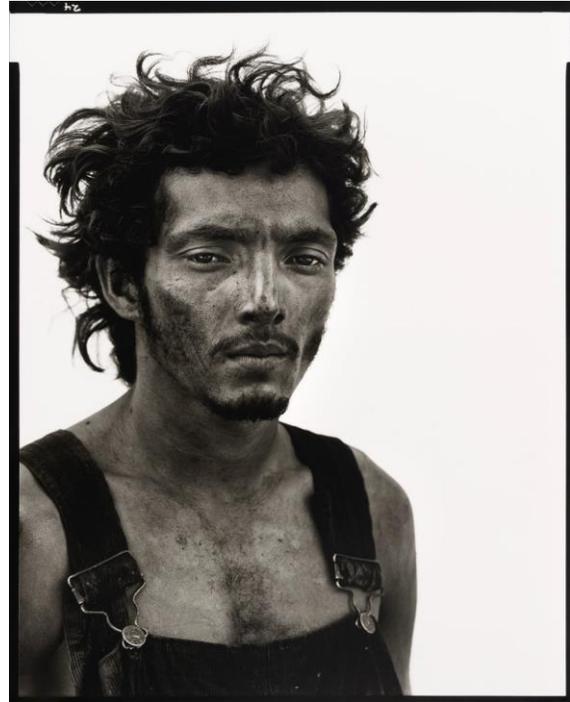


Ilustración 16 Richard Avedon - In the American West - 1979

Las imágenes que hacen parte de este proyecto hace que se relacionen con el trabajo de Diane Arbus que también se encargó de buscar y retratar personas olvidadas y no expuestas debido a los defectos físicos, tal vez Avedon no solo se interesó por un físico sino que también se encargó de retratar su interior y hasta sus ganas de vivir de cada uno de ellos.

Lo que llama la atención de todo este trabajo, fue su forma de llevar a cabo cada imagen, me atrevería a decir que utilizó medios y técnicas de la fotografía de

moda para aplicarlas en la fotografía documental, la iluminación, el fondo permiten que la persona tome todo el protagonismo dentro de la composición.

“En 1985 el Amon Carter Museum presentó la exposición In the American West: Photographs by Richard Avedon. El evento causó, en todos los sentidos, furor. Aquellas inmensas impresiones convirtieron a vagabundos, mineros, meseras y obreros en gigantes.

De las 752 fotografías, Avedon realizó una selección junto con el Curador Senior John Rohrbach para conformar una serie definitiva con 124 imágenes”. (colorado, 2016)

5. PLANTEAMIENTO DE LA PRÁCTICA ARTISTICA

5.1 PROCESOS

El proceso que se realizó dentro del proyecto se crearon diferentes prácticas artísticas en relación al tema de belleza y su problemática social, a continuación se hará un recuento de todo el material recopilado en el presente proyecto, estas son la representación del proceso que me llevó a obtener varias obras que sirvieron como medio de exploración y experimentación para culminar con la exposición titulada “Fragmentos de lo “No bello”.

Fase 1

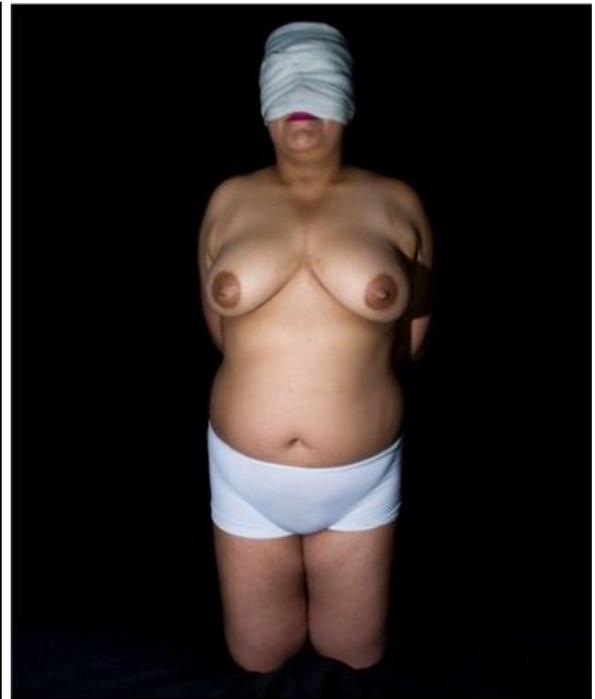
Para el cumplimiento de esta fase propongo un objetivo general, el cual consiste en representar la belleza sin cumplir con el estándar estético; para ello hice uso de la práctica artística, en donde elaboré fotografías de una mujer obesa, encontrando a través de poses, luz, composición y el cuerpo mismo, la admiración y gusto por parte del espectador y de la modelo misma.

La muestra constó del uso de 3 imágenes, en donde el elemento central fue la mujer obesa, los elementos secundarios fueron la luz y la venda, este

último fue utilizada solamente para esconder la identidad de la persona, como referente artístico tome al pintor italiano Caravaggio perteneciente a la época del Barroco, experimenté su técnica del claro oscuro en las fotografías, usando tintes amarillos o temperaturas cálidas.



*Ilustración 19*Fotografía 1 - 2017



*Ilustración 18*Fotografía 2- 2017



*Ilustración 20*Fotografía 3 - 2017

Fase 2

Para el desarrollo de la Fase 2, experimenté con el tipo de fotografía documental, teniendo en cuenta teorías como la de Ignacio Urquiza, quien en su libro el ABC de la fotografía, indica que esta se describe como “una muestra de evidencias de la realidad”, de este modo se creó una serie de imágenes a blanco y negro en las cuales se busqué retratar a una modelo que responde con el ideal de belleza en su estado natural, el trabajo consta de 43 fotografías, captadas en un día cotidiano dentro de la casa de la modelo.

‘Más allá del espejo’, como se titula la serie, tuvo como objetivo captar a Karen (nombre de la modelo) sin que esta se sienta presionada ante la cámara, se quiso obtener imágenes naturales, sin que ella pose, sin maquillaje, en posturas que respondieran totalmente al día a día.

El ejercicio comenzó en la mañana hasta horas de la tarde, trabajando solo con luz natural y con lentes tales como 50 mm 1.8 para detalles y un 18-55 para planos más generales. Dentro de las más de 100 fotografías realizadas, se eligieron 43, con ellas se diseñó un contenido estilo revista.

La revista cuenta con una estructura propia de revista de moda, en donde la portada contiene una fotografía publicitaria y textos que fueron basados en la revista Vogue como referente, seguido a ello realizó la contraportada de esta mujer en una pose semidesnuda como significado de naturalidad.

El blanco y negro se captó directamente desde la cámara, se optó por este tipo de colores dado que la sombra e iluminación construyen una imagen más interesante y artística, y además permite al espectador fijarse más en la acción de la modelo que en su alrededor.



Ilustración 22 Revista - Portada - 2018



Ilustración 21 Revista- Contraportada -2018



Ilustración 24 Revista-Contenido-2018



Ilustración 23 Revista - Contenido-2018

Fase 3

Para el enriquecimiento de la Fase 3, se implementó el concepto de belleza a través de la historia propuesto en obras recreadas con fotografías, por medio de este ejercicio se buscó conocer las características que debía tener un mujer para ser considerada bella en épocas anteriores.

La serie constó de 5 fotografías que fueron referenciadas por importantes obras de arte y que al mismo tiempo sirvieron para hablar del canon que predominaba en cada periodo social.

Fotografías como La Venus del espejo del pintor Diego Velásquez perteneciente al Barroco fue la primera obra a recrear, para realizar la fotografía se contó con dos modelos, una mujer y un niño, la mujer representa a Venus, diosa del amor y la belleza y el niño representa a Cupido, en la escena fue necesario conseguir tres tipos de telas donde el color rojo y negro predominaron. En cuanto a las características físicas de la mujer, prevalecen las caderas anchas con una cintura pequeña y piel blanca.



Ilustración 25 La Venus Del Espejo -Diego Velásquez- Oleo Sobre Lienzo-1647.1651



Ilustración 27 Proceso 1 Venus Del Espejo - 2017



Ilustración 26 Ilustración 25 Proceso 2 Venus Del Espejo - 2017



Ilustración 29 Ilustración 25 Proceso 3 Venus Del Espejo - 2017



Ilustración 28 Ilustración 25 Proceso 4 Venus Del Espejo - 2017



Ilustración 30 Final Venus Del Espejo - 2017

Continuando con Andy Warhol en su obra "Iconos" de la cual hace parte Marilyn Monroe, fue un retrato que se uso para trabajarlo en fotografía, en el proceso se debió llevar a cabo la búsqueda de una rubia con las facciones de Monroe y que a su vez tenga el lunar en el rostro que tanto la hizo especial.



Ilustración 31 Andy Warhol- Iconos-Pop Art

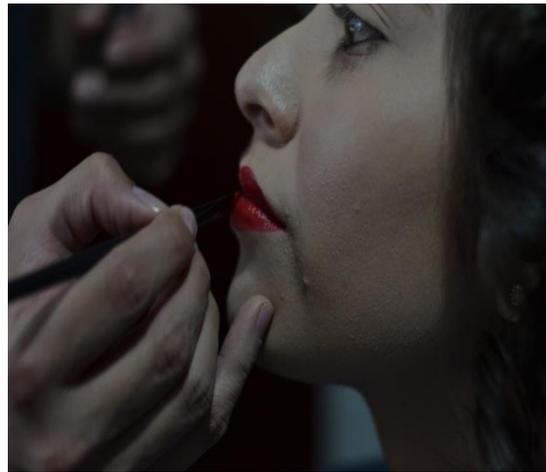


Ilustración 32 Proceso 1- Andy Warhol



Ilustración 34 Fotografía Final - Marilyn Monroe



Ilustración 33 Fotografía Final - Iconos

Fase 4

Para esta nueva fase el estilo surrealista sería la base de las nuevas fotografías, la composición de estas nace de testimonios, relatos y entrevistas a nivel regional, nacional e internacional, cada frase clave que se encontrara y que a su vez expresara mucho sobre el problema social sería interpretada en una composición que iría más allá de la realidad física.

Fueron 5 fotografías obtenidas que fueron impresas y montadas en un restaurante como lugar de relación con la comida y predisposición ante esta, cabe resaltar que este ejercicio fotográfico fue enfocado a testimonios de mujeres que sufren o sufrieron de anorexia y bulimia, enfermedades que son consecuencias del ideal de belleza publicitario.



Ilustración 35 Fotografía 1: "Dentro de mi hay otra mujer triste, avergonzada y desesperada" – Testimonio Mujer – Pamplona -2018



Ilustración 36 Fotografía 2: "En todo momento me vigilan para que coma, siempre hay un ojo encima mío" – Testimonio Mujer – Documental, Anorexia y Bulimia, cuerpos que gritan - 2018



Ilustración 37 Fotografía 3: La televisión en todo momento me hace sentir gorda” – Testimonio Mujer- Documental Anorexia y Bulimia cuerpos que gritan - 2018

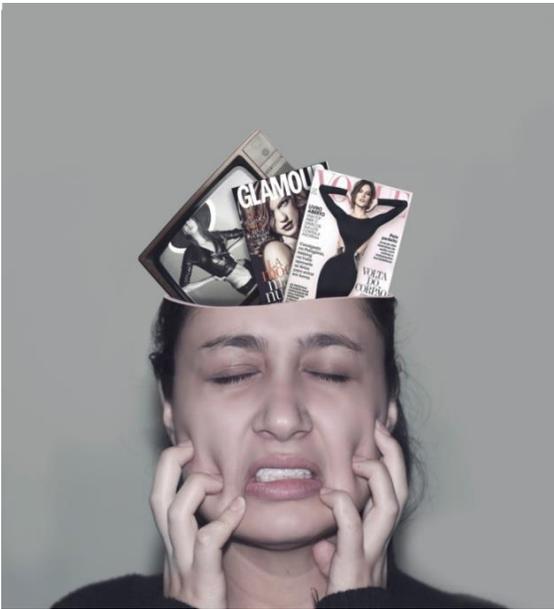


Ilustración 38 Fotografía 4: Quiero ser como las modelos de televisión, son muy lindas y a ellas si las quieren. Documental Anorexia y Bulimia Cuerpos que gritan - 2018

5.2 PROPUESTA FINAL

La propuesta final llamada “Fragmentos de lo no bello ” se desarrolla en una exposición fotográfica que da respuesta a la pregunta problemática que se propone al principio de este documento, los complejos físicos como consecuencia del ideal de belleza establecido por los medios de comunicación, es por esto que la propuesta nace a partir de una mirada hacia la realidad en cuanto a la mujer y su inconformismo hacia su apariencia física.

Por lo tanto” Fragmentos de lo no bello ” se dividió en fases tales como trabajo de campo, acercamiento fotográfico y la muestra final.

TRABAJO DE CAMPO - FASE 1

El trabajo de campo consistió en buscar y conocer el objeto de estudio a trabajar, primero se estableció una edad entre mujeres de 18 a 26 años que cuestionaban su cuerpo y sentían que no encajaban dentro de los patrones de belleza por alguna diferencia en su corporalidad.

Para cumplir con este objetivo se utilizó la red social Instagram, como medio de comunicación y convocatoria a toda una comunidad femenina que quiso hacer parte del proyecto. Una de las herramientas fue implementar una acción propia de Instagram, a través de Stories se realizó una pregunta, dicha herramienta sirve para aplicar encuestas, pues se emite el interrogante y casi de forma inmediata,

las personas contestan a esta. La forma es que se planteó fue la siguiente: “Hola, estoy realizando un proyecto fotográfico con la temática de los complejos físicos, así que quisiera conocer si tienen alguno, Pdta: Total confidencialidad”.



Ilustración 39 Capture de la encuesta

La pregunta fue contestada por 33 mujeres, que manifestaban complejos llamados coloquialmente como “gorditos, rollitos, la papada, dedos defectuosos, delgadez, pecas, labio leporino, estrías, celulitis, lunares, cicatrices, entre otros.



Ilustración 41 Capture-Respuestas



Ilustración 40 Capture-Respuestas

Después de una conversación por medio del chat con cada una de ellas, 12 accedieron a ser fotografiadas en total confidencialidad para así mismo ser parte del proyecto.

Fase 2 – Acercamiento Fotográfico

El acercamiento fotográfico comprendió 2 ciclos distintos desarrollados en el mismo espacio, el primero se podría denominar ‘acercamiento verbal’, conocer a la mujer, explicar el fin de las fotografías a trabajar, escuchar sus testimonios acerca, hablar de sus complejos y entender la magnitud de sus palabras, todo de una forma personal y directa.

Entre los testimonios captados a través de conversaciones con intensidad y análisis, me permito citar dos, de las cuales considero están entre las más impresionantes o causaron mayor impacto.

- *“ Siempre he sufrido por mis gorditos y estrías en mi cuerpo, mi mama en su juventud fue delgada y tan hermosa, que termino comparándome con ella, creo que mi baja autoestima se la debo a mi círculo social, entre el mi mama, muchas veces me llama en las mañanas, no me pregunta como estoy, ni cómo voy en la universidad sino que me pregunta, si ya fui al gimnasio, me exige tener un cuerpo más delgado y a no engordar”.* – ***Testimonio –Mujer con complejo por su obesidad y estrías que se presentan en su cuerpo–Año 2018***

- *Actualmente eh podido superar un poco mi gran preocupación hacia los lunares que tengo en el cuerpo, pero de niña sufrí mucho, no quería asistir al colegio por todo el bullying que me hacía, me sentía diferente a los demás, pero ya con el tiempo he podido asimilarlo y entenderlo, aunque existan aun personas que se acercan y me pregunten, me miren y hagan caras como si yo fuera un bicho raro.” –**Testimonio – Mujer con complejo hacia sus lunares en el cuerpo – Nevus- 2018***

Una vez se hicieron visibles los testimonios, se dio continuidad al trabajo artístico, fotografiarlas en entornos y espacios cotidianos y en espacios completamente diferentes a la cotidianidad de ellas. La idea de este trabajo fue que las poses ante la cámara fueran lo más naturales posibles, mostrando en cada una sus distinciones físicas sin ninguna presión y lo más importante sin ningún tipo de vergüenza.

El resultado se dio en más de 80 fotografías obtenidas en blanco y negro directamente de la cámara, esta decisión se tomó con el fin de no generar distracciones del espectador en cuanto a los colores y los espacios que podrían ser llamativos, así que la sombra y la iluminación permiten que los observadores se fijen en el elemento principal de la composición que fue el cuerpo de la mujer y con toda su composición anatómica.

Otra imagen a realizar consistió en la edición de un collage con la totalidad de las fotos obtenidas. De esta forma, los espectadores entregaran diversas apreciaciones del trabajo viéndolo a distancia, de lejos se observara el rostro de lo

que se llama como 'mujer ideal' y de cerca apreciaron los complejos físicos causados por el estereotipo de belleza, La finalidad fue dar a entender que detrás de imágenes idealizadas, perfectas y retocadas, existen un sin número de mujeres intentando alcanzar esta imagen física cuestionándose y acomplejándose por su corporalidad.

En cuanto a la parte técnica, en algunas fotografías se utilizo luz natural y luz artificial generadas desde lámparas y flashes con fondos negros y grises, se recurrió a un lente fijo como el 50mm 1.8 para hacer tomas de detalle y así poder conseguir profundidades de campo interesantes, para tomas un poco más generales y donde el espacio era un poco más limitado se implemento el lente 18-55mm de Nikon.

FRAGMENTOS DE LO “NO BELLO”

La serie fotográfica ‘Fragmentos de lo no bello’ ,se minimiza en 8 fotografías expuestas en una sala de exposición, manejando en cada una de ellas posturas totalmente naturales, son bañadas por el claro oscuro, interpretándose en este contraste de luces como el descubrir de un cuerpo que ha sido escondido y que por medio del arte ha sido expuesto y sacado a la luz, cada fragmento representa la presión que ejerce la sociedad hacia la mujer por no cumplir con el estándar de belleza, llevándola a la insatisfacción con alguna parte de su cuerpo, además de esto el fragmento permite a que el espectador imagine la imagen con su espacio y termine por construirla.

El cuerpo es captado por la cámara, indagado y explorado con el fin de visualizar lo residente de sus pieles y los complejos físicos que en ella habitan día a día y con lo que debe lidiar tratando de aceptarlos o sino de cuestionarlos.

Es una historia oculta contada en fotografías, sumergida en la intimidad de cada una de ellas, atrevida por el solo hecho de tener el objetivo de exponer sus inconformidades, pero con el buen fin de visualizar esta problemática social.

Fase 3 - Montaje y exposición

Para el montaje se escogieron 8 fotografías, las cuales serán impresas en tamaño de 100cm de ancho x 70 cm de alto, cada una con una base de mdf, la fotografía collage será impresa en 1 metro de ancho x 2 metros de alto

La exposición se llevara a cabo en casa Águeda en la primera sala llamada Enrique Hernández Pérez el día 14 de marzo.

A continuación alguna de las fotografías a exponer.



Ilustración 42 Ilustración 44 Fragmentos de lo no bello - Complejo Nevus



Ilustración 43 Ilustración 43 Fragmentos de lo no bello Delgadez



Ilustración 44 " Fragmentos de lo no bello " - Complejo -



Ilustración 45 " Fragmentos de lo no bello ' - Complejo-Vello



Ilustración 46 " Fragmentos de lo no bello "-Complejo-Celulitis



Ilustración 48 Fotografía-Mujer ideal



Ilustración 47 Fotografía-Collage-" Fragmentos de lo no bello "

LUGAR DE EXPOSICIÓN DE LA OBRA Y MAQUETA



Ilustración 50 Sala de exposición

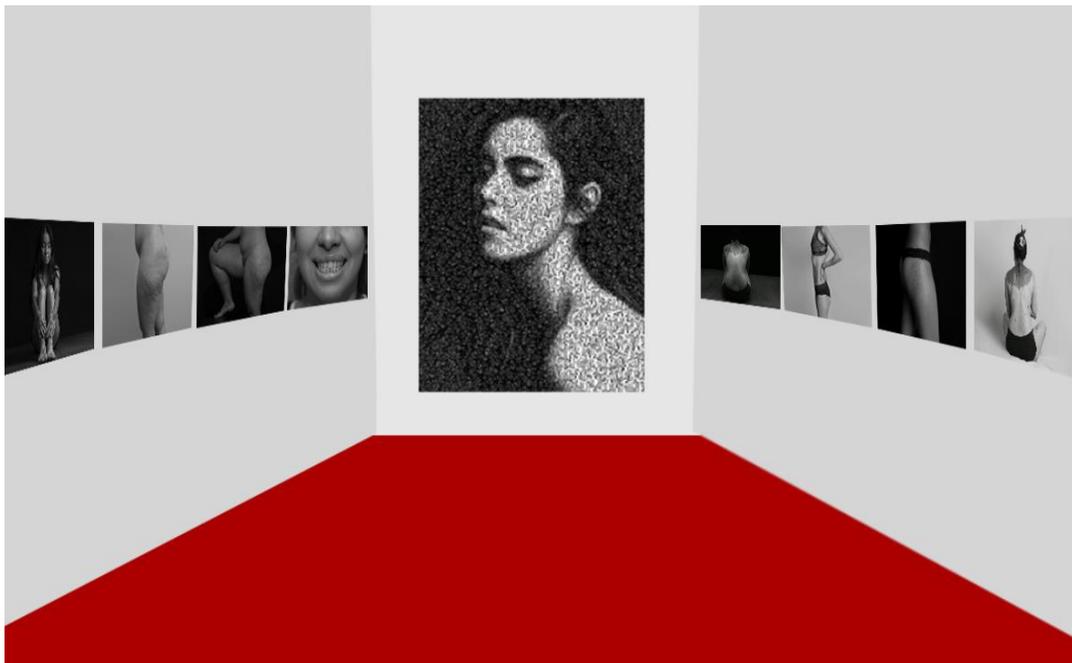


Ilustración 49 Ilustración 53 Maqueta exposicion Fragmentos de lo no bello

CONCLUSIONES

De la experiencia relacionada con el proyecto titulado “Fragmentos de lo “no bello””, puedo concluir:

A partir del estudio del concepto de “belleza” a través de la historia, se puede decir que este es una construcción cultural, económica y social que se difunde estratégicamente por los medios de comunicación.

Desde el acercamiento a distintas mujeres de la ciudad de Pamplona, se evidenció que debido al estereotipo regente de belleza, se desarrollaron ciertos complejos físicos que desembocan en una baja autoestima y la no aceptación de sí mismas, que más adelante pueden llegar a evolucionar y transformarse en los denominados trastornos de dismofia corporal

La fotografía publicitaria es una herramienta que presenta a una mujer irreal, con características muy difíciles -si no casi imposibles de alcanzar- debido a que se utilizan medios como lo son la edición de la imagen, o la cirugía plástica que corrompen la imagen de la mujer real.

Actualmente el estereotipo de belleza que prevalece es el de una mujer alta y delgada, como características principales.

Siendo un fotógrafo de modas, y que se encuentra en el medio de la publicitario, al realizar este tipo de fotografías, llegué a una reflexión personal en la que surge el interrogante de: “¿Qué es la verdadera belleza?”, y “¿Sí mi trabajo como fotógrafo de modas logra evidenciarla, o lo hace mi trabajo como artista?”. Abriendo paso esto a futuras investigaciones.

<i>Ilustración 1 Nervosa- Fotografía portada - 2017.....</i>	15
<i>Ilustración 2 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017.....</i>	19
<i>Ilustración 3 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017.....</i>	19
<i>Ilustración 4 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017.....</i>	20
<i>Ilustración 5 FULL BEAUTY - YOSSI LOLOI-2017.....</i>	20
<i>Ilustración 6 Cuando Comer Es un Infierno - Laura Espido.....</i>	24
<i>Ilustración 7 La historia de la belleza-Umberto Eco -2004.....</i>	29
<i>Ilustración 8 Venus de Willendorf – Paleolítico-imagen extraída de google arts y cultura. .</i>	29
<i>Ilustración 9 Venus de Willendorf – Paleolítico – imagen extraída de google arts y cultura.</i>	29
<i>Ilustración 10 El nacimiento de la venus - Sandro Boticelli -1483-1485.....</i>	31
<i>Ilustración 11 Las tres gracias - Pedro Rubens -1636-1639- Imagen extraída de arthistoria.com.....</i>	32
<i>Ilustración 12 Manipulated –Kelsey Hegley -2014.....</i>	41
<i>Ilustración 13 Oliviero Toscani.....</i>	44
<i>Ilustración 14 Enano mexicano en su habitación de hotel, Nueva York, 1970.....</i>	48
<i>Ilustración 15 Gigante judío en casa con sus padres en el Bronx, Nueva York, 1970.</i>	48
<i>Ilustración 16 Richard Avedon - In the American West - 1979.....</i>	51
<i>Ilustración 17 Richard Avedon - In the American West - 1979.....</i>	51
<i>Ilustración 18 Fotografía 2- 2017.....</i>	54
<i>Ilustración 19 Fotografía 1 - 2017.....</i>	54
<i>Ilustración 20 Fotografía 3 - 2017.....</i>	54
<i>Ilustración 21 Revista- Contraportada -2018.....</i>	56
<i>Ilustración 22 Revista - Portada - 2018.....</i>	56
<i>Ilustración 23 Revista - Contenido-2018.....</i>	56
<i>Ilustración 24 Revista-Contenido-2018.....</i>	56
<i>Ilustración 25 La Venus Del Espejo -Diego Velásquez- Oleo Sobre Lienzo-1647.1651</i>	57
<i>Ilustración 26 Ilustración 25 Proceso 2 Venus Del Espejo - 2017.....</i>	58
<i>Ilustración 27 Proceso 1 Venus Del Espejo - 2017.....</i>	58
<i>Ilustración 28 Ilustración 25 Proceso 4 Venus Del Espejo - 2017.....</i>	58
<i>Ilustración 29 Ilustración 25 Proceso 3 Venus Del Espejo - 2017.....</i>	58
<i>Ilustración 30 Final Venus Del Espejo - 2017.....</i>	58
<i>Ilustración 31 Andy Warhol- Iconos-Pop Art.....</i>	59
<i>Ilustración 32 Proceso 1- Andy Warhol.....</i>	59
<i>Ilustración 33 Fotografía Final - Iconos.....</i>	59
<i>Ilustración 34 Fotografía Final - Marilyn Monroe.....</i>	59
<i>Ilustración 35 Fotografía 1: "Dentro de mi hay otra mujer triste, avergonzada y desesperada" – Testimonio Mujer – Pamplona -2018.....</i>	60
<i>Ilustración 36 Fotografía 2: "En todo momento me vigilan para que coma, siempre hay un ojo encima mío" –Testimonio Mujer – Documental, Anorexia y Bulimia, cuerpos que gritan - 2018.....</i>	60

<i>Ilustración 37 Fotografía 3: La televisión en todo momento me hace sentir gorda” – Testimonio Mujer- Documental Anorexia y Bulimia cuerpos que gritan - 2018.....</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 38 Fotografía 4: Quiero ser como las modelos de televisión, son muy lindas y a ellas si las quieren. Documental Anorexia y Bulimia Cuerpos que gritan - 2018.....</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 39 Capture de la encuesta</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 40 Capture-Respuestas</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 41 Capture-Respuestas</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 42 Ilustración 44 Fragmentos de lo no bello - Complejo Nevus</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 43 Ilustración 43 Fragmentos de lo no bello Delgadez.....</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 44 " Fragmentos de lo no bello " - Complejo - Estrías.....</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 45 " Fragmentos de lo no bello '- Complejo-Vello.....</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 46 " Fragmentos de lo no bello "-Complejo- Celulitis</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 47 Fotografía-Collague-" Fragmentos de lo no bello "</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 48 Fotografía-Mujer ideal</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 49 Ilustración 53 Maqueta exposicion Fragmentos de lo no bello</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 50 Sala de exposición</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 51 Prueba 2 -2018</i>	<i>77</i>
<i>Ilustración 52 Prueba 1- 2018</i>	<i>77</i>
<i>Ilustración 53 prueba 4- Collague.....</i>	<i>77</i>
<i>Ilustración 54 Prueba 3 -Collague.....</i>	<i>77</i>

REFERENCIAS

- (2017). *filmaffinity* .
- colorado, o. (2016). IN THE AMERICAN WEST DE RICHARD AVEDON: LA SERIE COMPLETA COMENTADA. *Oscar en fotos* .
- Eco, U. (2004). *Historia de la Belleza*.
- Galimberti. (2002). *Diccionario de psicología* . Mexico .
- JIMÉNEZ MARCE, R. (2008). Reseña de "Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta. *redalyc* , 8.
- Lipovetsky, G. (1997). *La Tercera Mujer*.
- Monar, A. (2009). Belleza y Filosofía. *Redalyc* .
- Montaña, I. L. (2001). Mujer, Belleza y Psicopatología. *redalyc* .
- Montero, M. (2011). Mujer, publicidad y consumo en España.
- Noemi Martínez Díez, M. L. (2012). *Mujeres y arteterapia*. madrid.
- Portafolio. (2018). en que gastan el dinero las mujeres? *Portafolio* .
- Psiquiatría, A. E. (1952). *DSM IV*.
- toro, d. (2015). joven manipula su cuerpo con 126 fotografías editadas en photoshop. *24 horas* .
- Urquiza, I. *El abc de la fotografía digital*.
- Vásquez, É., & Huavil, J. (2010). Trastorno dismórfico corporal con desenlace fatal: reporte de un caso. *Anales de la Facultad de Medicina* , 4.

ANEXOS

Anexo 1.

En todo este proceso se obtuvieron diferentes entrevistas, entre ellas una mujer que sufrió de anorexia, una modelo y una mujer con complejo de lunares, se le hicieron preguntas como, ¿qué es belleza para ellas?, y como relacionan el ideal de belleza con cada una de sus vidas.

Primera mujer – Anorexia – año 2018

- **¿Qué es belleza?**

Belleza para mi es todo lo que me parece bonito, lo puedo tocar, sentir, que puede ser complejo o simple pero que me agrada.

- **¿Cómo se relaciona el ideal de belleza con su vida?**

Hace dos años quería relacionarme de la manera más similar a un estereotipo de belleza de mujer delgada, y ocasione fue llegar a un anorexia, yo pesaba sino estoy mal 60 kilos, no era del todo obesa pero sí creo que estaba pasada de peso, empecé hacer ejercicio y a comer menos, pero vi que se notaba mas el cambio cuando dejaba de comer mucho menos de lo que me aconsejaban, me baje a 36 a kilos, mi mama se llevo a dar cuenta del problema cuando pese 46 kilos,

Segunda Mujer – Lunares – Año 2018

- **¿Qué es belleza?**

Para mí la belleza es como esa chispa que puede tener una persona que la hace ver atractivo o atractiva.

- **-¿Cómo se relaciona el ideal de belleza con su vida?**

En mi caso he sentido que me miran como una persona rara y diferente, me han comparado con mujeres bonitas y me siento cuestionada por mi nevus, incluso me han hecho bullying por eso, por tal vez no tener un cuerpo como ellos quieren verme.

Tercera Mujer - Modelo – Año 2018

- **¿Qué es belleza?**

Pues belleza es todo lo que agrada al ojo, pero pues realmente es subjetiva, lo que a mí me puede parecer muy bonito a otra no, entonces eso va en cada persona.

- **-¿Cómo se relaciona el ideal de belleza con su vida?**

Pues mira yo estudio actuación para cine, teatro y televisión y pues además soy modelo, he trabajado en producciones de Tro y Rcn, y pues realmente el estereotipo de belleza en este medio tiene mucho que ver claro está, pues porque todo entra por el ojo como ya lo dijimos y uno tiene que vender la imagen para agradar al que lo

escoja a uno para un proyecto, entonces uno si se mete mucho en ese cuento de la delgadez, la cara bonita.

Anexo 2.

Para la obra final, se hicieron pruebas de impresión en diferentes tamaños y lugares logrando obtener diferentes tipos de calidad y papel para la imagen.



Ilustración 52 Prueba 1- 2018



Ilustración 51 Prueba 2 -2018



Ilustración 54 Prueba 3 -Collague



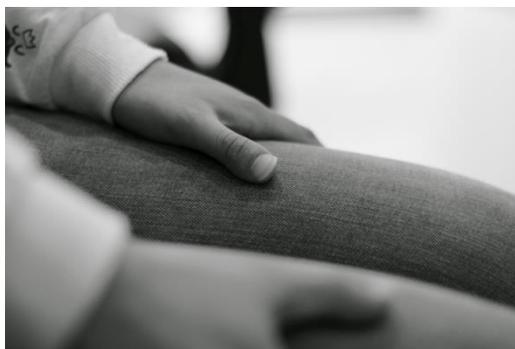
*Ilustración 53 prueba 4-
Collague*

Anexo 3.

Con cada una de las mujeres se trabajo en dos espacios diferentes, el primero en cada lugar donde la mujer vive, y el segundo en un espacio a fondo negro, anexo fotografías que se hicieron con cada una de ellas, acompañadas con fragmentos textuales en cuanto a su complejo físico.

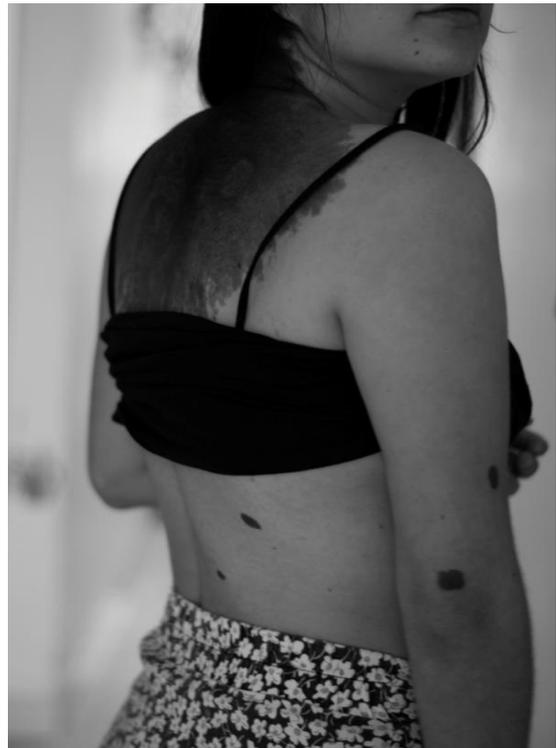
Complejo: Braquidactilia

“Se siente incomodo tener este tipo de dedos puesto que en mi niñez los compañeros que tenia me hacían bullying, siempre intento esconderlos para no someterme los comentarios y preguntas de las personas que pues muchas veces me ofenden y me hacen sentir insegura de mi misma”.



Complejo: Nevus

“Ha habido ocasiones en que mi nevus ha sido razón para llegar a cuestionarme en cuanto a mi belleza, en la adolescencia me siento muy incómoda, me pregunto por qué yo lo tengo y otras personas no?, ya que de mil nacidos uno lo tiene.”.



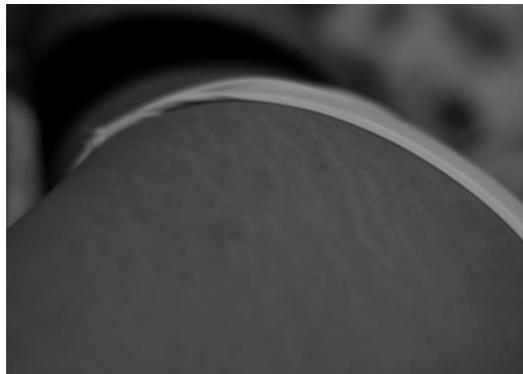
Complejo: Cicatriz

“En un momento de mi vida quise suicidarme y lo intente con tomar límpido, me llevaron al hospital me hicieron un lavado y pues cirugías y cirugías de las cuales quedo una enorme cicatriz que me hace sentir menos que otras mujeres”.



Complejo: Estrías

“ Siempre he sufrido por mis gorditos y estrías en mi cuerpo, mi mama en su juventud fue delgada y tan hermosa, que termino comparándome con ella, creo que mi baja autoestima se la debo a mi circulo social, entre el mi mama, muchas veces me llama en las mañanas, no me pregunta como estoy, ni cómo voy en la universidad sino que me pregunta, si ya fui al gimnasio, me exige tener un cuerpo más delgado y a no engordar”.



REGISTRO DE LA OBRA





FRAGMENTOS DE LO “NO BELLO”

¿Qué es la belleza?, es el interrogante inicial que surge al observar la obra del fotógrafo Cristhian Rivera. Resulta correcto afirmar que, desde el inicio de la civilización como tal, han ido surgiendo y cambiando con el paso del tiempo los llamados estereotipos de belleza, normas estéticas que nos dan las pautas para que podamos, o no, admirar algo y sentir agrado.

Rivera nos presenta una postura ante la construcción social del atractivo físico, en la que a través de la deconstrucción de la imagen *“cada fragmento representa la inconformidad causada por la sociedad en la mujer”* (Rivera, C. 2019), reflexionando la forma en que los medios de comunicación masiva como lo son la televisión y las revistas, difunden un ideal de “mujer perfecta” que se debe alcanzar, afectando esto a la concepción y aceptación que tienen estas de sí mismas y su cuerpo.

Por medio de la fotografía, utilizando un bellissimo claro oscuro *“interpretándose este contraste de luces como el descubrir de un cuerpo que ha sido escondido y que por medio del arte ha sido expuesto, y sacado a la luz”* (Rivera, C. 2019), muestra al espectador los complejos físicos de varias mujeres como parte de ellas mismas, como un fragmento hermoso de la mujer real, de la mujer sin ediciones y sin poses forzadas; para invitarlo así a la reflexión, y a la contemplación de lo “no bello”.

Así que ¿Qué es lo bello?, esta obra es una invitación a considerarlo, ¿la belleza real es la que se nos muestra en estos catálogos influenciados por cánones, o es lo que somos y como nos vemos en nuestro diario vivir?, en mi opinión, *“La belleza reside en el corazón de quien la contempla”* (Albert Einstein).

Angie Mora