



LILI(IT)H

REAPROPIACIÓN DEL CUERPO FEMENINO

UJI UNIVERSITAT
JAUME I

Autor/a: Alba Moreno García
DNI: 45914356P

Tutor/a: Shaila García Catalán

Grado en Comunicación Audiovisual
Trabajo fin de grado
Modalidad C
Junio, 2017

ÍNDICE

1. Introducción	5
1.1. Justificación e interés del tema	10
1.2. Objetivos	15
2. Marco teórico	16
2.1. La hostilidad histórica hacia las mujeres. "La feminidad" como estigma social	16
2.1.1. Filosofía y educación	19
2.1.2. El "miedo a las mujeres" como elemento legitimador de la violencia	22
2.2. La feminidad como constructo social.	22
2.2.1. Mecanismos para el control social de "la feminidad"	28
2.2.2. La relación de las mujeres con su cuerpo	28
2.2.3. La belleza en la era de la imagen	30
2.3. Fotografía como arte. Fotografía de moda, retrato y estilo creativo	30
2.3.1. El retrato creativo y el autorretrato	
• Richard Avedon	
• Cindy Sherman	
• Irving Penn	
• Annie Leibovitz	
2.4. La mujer como cuerpo maleable en los medios desde el nivel enunciativo.	44
2.4.1. La mirada masculina	44
2.4.2. "Síndrome de la novia muerta" en las revistas de moda	52
2.4.3. El ideal de belleza como propulsor de la coacción femenina	63
3. Preproducción	67
3.1. Evolución sobre las decisiones discursivas	68
3.2. Localizaciones	75
3.3. Casting	75
3.4. Fotógrafos referenciales	79
3.5. Plan y esquemas para la producción	83
4. Memoria de producción	83
4.1. Estructura de la producción. Organigrama y material técnico.	83
4.1.1. Sesiones previas	106
4.1.2. Sesiones retratos definitivos	106
4.2. Modelo de cesión de derechos	109
5. Postproducción	118
5.1. Retoque digital	118
5.2. Hilo argumental. Estructura y orden de las fotografías	118
6. Plan de explotación del producto	122
6.1. Análisis del mercado al que va dirigido el producción	
6.2. Plan de comunicación y marketing	
6.3. Presentación del proyecto: exposición	
7. Conclusiones	125
8. Bibliografía	128
9. Anexos	130
9.1. Apartados en inglés	
• Introduction	130
• Theoretical framework	142
• Conclusions	188
9.2. Curriculum Vitae	189

Resumen

Este trabajo analiza la discriminación histórica que sufren las mujeres por estar vinculadas con conceptos contruidos socialmente como la feminidad y la belleza. Mismos conceptos que sirven como elementos legitimadores de su control social y político. Este trabajo está compuesto por una investigación teórica y fotográfica previa, la reproducción, producción y posproducción de las fotografías realizadas.

El proyecto fotográfico es una crítica social que busca reflexionar sobre la opresión y coacción que sufren las mujeres hacia su elemento más primario, su cuerpo. Causando la alteración de sus comportamientos y decisiones en el espacio público. Este proyecto se compone de retratos sobre mujeres que en mayor o menor medida aceptan su cuerpo. Haciendo frente a las normas que dicta el sistema patriarcal sobre el culto a la imagen femenina. Una serie de retratos en blanco y negro, que sigue las características de la fotografía de moda. Se reivindica a la mujer como sujeto y no como objeto maleable.

Palabras clave

Fotografías, retrato, cuerpo, proyecto, moda, reapropiación.

Abstract

The following assignment analyzes the historical discrimination that the women suffer for being socially linked with the femininity and the beauty. Some concepts serve like elements that legitimize their social and politician control. The assignment is integrated by a theoretical and photographic approximation, the production, the shooting and the postproduction of the photographs produced.

The photography project is a social criticism which objective is to think about the oppression and coercion that suffer the women about their body. Causing the alteration of their behavior and decisions in the public space. This project is composed of portraits of women accepting their body at any level. They address norms that dictate the patriarchal society about the feminine image's cult. A portrait series that follow the characteristics of the fashion photography. It reclaims the women in itself and not like malleable object.

Key words:

Photographs, portrait, project, body, fashion, appropriation.

1. Introducción

Comencemos analizando una obra del fotógrafo francés Guy Bourdin. Bourdin, nacido en Francia en 1928, fue uno de los fotógrafos de moda y publicidad más cotizados y relevantes de la segunda mitad del siglo XX. En sus obras se percibe la influencia estética de Helmut Newton y ese componente polémico que perdura en un gran número de fotógrafos coetáneos. El fotógrafo francés es reconocido por ser uno de los propulsores en el cambio de la fotografía de moda, asentando las bases de un nuevo tipo de estética fotográfica. Entre algunas de las marcas y revistas de moda con las que colaboró se encuentran Versace, Ferré, Chanel o Vogue.



Charles Jourdan, G. Bourdin, 1979.

A continuación realizaremos un análisis a nivel compositivo y enunciativo de la imagen superior.

Muestra la parte inferior de un cuerpo femenino enmarcado entre dos líneas paralelas que dibujan el suelo y la pared. A primera vista podría percibirse como una imagen con gran estaticidad. Sin embargo hay elementos que la rompen como son la dirección de las sombras y de la pierna derecha, dotando a esta imagen de cierto dinamismo. Respecto a la iluminación cabría resaltar

que se trata de un espacio interior, por lo que podríamos decir que se trata de luz artificial. Las marcas de la iluminación se dibujan en forma de reflejo, dejando huellas en la parte superior de la imagen, y provocando sombras en la “habitación”.

Esta imagen podría aludir al género de bodegón por su carácter dispuesto a la contemplación. Asimismo nos remite a la obra de Robert Mapplethorpe, *White Longstem Flower* (1982). La similitud entre las dos obras recae en la tensión que ambas presentan por el contraste entre las diferentes tonalidades, el juego de las sombras que dota a la imagen de cierto dinamismo y el simbolismo erótico de ambas: “las flores, los penes, los retratos, todo era lo mismo para él a la hora de sacar fotos, porque las obras hablan de él mismo. Por eso en la muestra no se dividen los temas. El quería que sus obras se presentarán así, que el espectador se esforzara por la complejidad de la mezcla” (Anne Tucker, 2010).



White Longstem Flower, Mapplethorpe, 1982.

De igual modo, ambas hacen uso del espacio que les rodea para enmarcar y recalcar el motivo principal. Por otra parte vemos cómo el contraste en la imagen viene marcado por el contraste las diferentes temperaturas de color y

los colores clarososcuros (tonos cálidos como son el rojo y el amarillo, y los oscuros de la modelo). La posición en la que se encuentra la modelo dotaría de cierta tensión (una pierna en paralelo con la raya roja inferior y otra pierna en diagonal). El punto que destaca en esta fotografía sería la parte inferior derecha, donde se localiza la parte inferior del cuerpo femenino. Lo que más llama la atención es la distribución de los pesos, la modelo rompe el equilibrio de la composición. Puede verse cómo la composición de la imagen está meticulosamente medida. El alto contraste, la escala del plano y la posición de la modelo suponen marcas textuales que indican la presencia del enunciador tras la cámara en toda la puesta en escena. "With his unconventional sense of composition, Bourdin transforms a shoe advert onto a fetishistic, surreal scenario [...] He model's head and arms are hidden from view so her only identifying features are the dominatrix stiletto heels" ¹. Una puesta en escena al servicio de un simbolismo erótico y controvertido que se refleja en sus trabajos anteriores.

En relación con la cámara, se sitúa en un leve picado. La postura de la modelo se encuentra en un escorzo extraño, donde no se ve el rostro. La imagen presenta a una modelo-maniquí deshumanizada, ya que su rostro queda fuera de plano. Respecto a la pose de la modelo, no es una postura natural, sino impostada, por lo que parece estudiada por el fotógrafo, lo que podría remitir a un maniquí, por el tratamiento que hace Bourdin del cuerpo como objeto.

A modo de conclusión podríamos decir que la modelo o maniquí al no estar localizada en el centro de la imagen, se deshumaniza el cuerpo. Este mismo queda reducido a la condición de objeto inanimado percibiendo una clara visión y tendencia sexual-fetichista, que hace uso del cuerpo femenino como objeto sexual². Al igual que de una dudosa moral.

¹ Bourdin, S. Bernardo Delgado, F. Bourdin, G. Guerrin y M. Sante, L. (2001) *Exhibit A: Guy Bourdin*. Bulfinch Pr: Inglaterra.

² Los signos transmiten la ideología patriarcal que subyace en nuestras estructuras sociales y que moldea a las mujeres de formas muy específicas, formas que reflejan las necesidades y el subconsciente del patriarcado.

En la introducción de Exhibit A, Luc Sante afirma: "For Bourdin, beauty never appeared without its accomplices death, filth and laughter"³. El propio Bourdin afirmaba que: "los únicos retratos honestos son los de personas muertas o inconscientes"⁴.

Su estética fetichista y sádica, ha calado en la fotografía de moda convencional, hasta convertirse en todo un referente para fotógrafos igual de polémicos como son Terry Richardson o Nick Knight. Knight, por su parte, ha declarado su admiración por Bourdin "cuando a la edad de 12 años, voy por primera vez a ver su obra y amar esa sexual mentalidad voyeurística"⁵. Defiende la postura de Bourdin y la noción placentera de la "muerte como estética"⁶, que presenta en sus obras. "Fear is something that we, despite ourselves, want to experience. And I think the violence does add glamour in a kind of perverse way"⁷.

Tanto Terry Richardson como Bourdin tratan el cuerpo femenino de una manera muy similar con un gran contenido sexual explícito desde una mirada fetichista. Por su parte, Terry Richardson se ha convertido en uno de los más afamados y controvertidos fotógrafos de moda actuales, cuyas fotografías se caracterizan por escenificaciones simples y poses rebeldes. La controversia ha llegado a tal punto que ha sido acusado en varias ocasiones de explotar sexualmente a sus modelos⁸. Ambos han colaborado con marcas de zapatos, en esta campaña de Aldo, puede verse la referencia directa de Guy Bourdin en la fotografía de Terry Richardson.

³ Ibíd.

⁴ Grove, A. (2013) "Guy Bourdin, el genial fotógrafo que inyectó en la moda ansiedad, perturbación y locura". *20 minutos*. 4 de octubre. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/1935298/0/guy-bourdin/fotografia/exposicion/> [Consultado 25-04-2017].

⁵ Wood, G. (2003) "La muerte se convierte en ella". *The Guardian*. 13 de abril. Disponible en: <https://www.theguardian.com/theobserver/2003/apr/13/features.review27> [Consultado 25-04-2017].

⁶ Ibíd.

⁷ Ibíd.

⁸ La modelo británica Alice Ehrenfried abre una petición en Change.org para sancionar las supuestas actitudes del fotógrafo. En Change.org. A. *Big brands: Stop using alleged sex offender & pornographic Terry Richardson as your photographer*. Disponible en: <https://www.change.org/p/big-brands-stop-using-alleged-sex-offender-pornographic-terry-richardson-as-your-photographer> [Consultado 18-05-2017].



Charles Jourdan, G. Bourdin, 1979.



Aldo Fall Winter, T. Richardson, 2012.

Ambos sostienen la idea de comercializar con el cuerpo femenino, tratándolo como un mero objeto al servicio del consumidor. La idea que proyectan es la de una interpretación sexuada, alejando desde el punto de vista formal a un segundo plano el producto que “pretenden” vender.

Asimismo vemos cómo ambos refuerzan los estereotipos femeninos en sus fotografías, podemos ver cómo las modelos cumplen con todos los cánones normativos de la feminidad: jóvenes, blancas, delgadas, perfectas... incluso

podríamos afirmar que son atractivas a pesar de que el elemento que las personaliza y humaniza no se muestre.

A lo largo del proyecto visualizamos estas cuestiones que llevan al cuerpo femenino a un lugar despreciable, (tanto por la posición como por la perpetuación del estereotipo de la feminidad normativa⁹), pero agradable para algunos fotógrafos. "There is a part of fashion that promotes that glamour mixed with violence, the increasingly untouchable, the surreal" ¹⁰.

1.1. Justificación e interés del tema

Desde hace siglos las mujeres se han visto relegadas a un segundo plano por el simple hecho de "ser mujeres". Todo lo relacionado con la mujer siempre ha estado sujeto (desde una visión social y androcéntrica) a la fragilidad, la pasividad y al temor. Una visión presente incluso en las primeras civilizaciones. "El cuerpo femenino fue considerado apenas como un simple receptáculo y la mujer como un objeto a disposición del hombre para hacerle hijos varones" (Françoise Héritier, 2007)¹¹.

En los diccionarios el término 'femenino' siempre ha estado vinculado con lo 'débil y endeble'. Sin embargo el término 'masculino' se relaciona con 'varonil', 'enérgico' y 'fuerte'. Está tan integrado el sexismo en la sociedad que no nos percatamos de que a pesar de que los diccionarios tienen como principal regla el orden alfabético, la palabra masculina (acabada en -o) siempre precede a la femenina (-a).

Una de las ideas con más simpatizantes que apoyan la desigualdad sexual es la teoría del determinismo biológico. Es aquella que defiende que por

⁹ "En el siglo XX, el cuerpo de las mujeres se presenta como lo bello, el objeto del deseo, del goce de la mirada, es decir, se convierte en el espacio del placer, pero desde luego, del placer del otro. El cuerpo femenino empieza a adaptarse a las necesidades de lo imaginario, es la representación de un destino y el cuerpo deja de ser tal para extraviarse en la historia, pues siempre se le acompaña de un contexto imaginario que lo exenta de simbolismos y elementos tradicionalmente arraigados" (María del Carmen García, 2004).

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Corradini, L. (2007) "El predominio de los hombres no tiene ningún fundamento" *La Nación*. 9 de mayo. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/906916-el-predominio-de-los-hombres-no-tiene-ningun-fundamento> [Consultado 18-04-2017].

naturaleza, la mujer (incluyendo a todas, sin excepción) es un “ser inferior”, un ser débil, e irracional. “El mérito del varón consiste en ser fuerte” (Rousseau 1762). No obstante, este no es un argumento de suficiente peso como para afirmar la inferioridad del sexo femenino. “Los expertos son capaces de vencer al enemigo creando una percepción favorable en ellos, y así obtener la victoria sin necesidad de ejercer su fuerza”¹².

En pleno siglo XXI, este prejuicio sigue vigente y se ha acrecentado con la llegada del capitalismo¹³. Los medios de comunicación se utilizan como vía para perpetuar la imagen arcaica y sexista de la mujer como “alteridad”¹⁴. Fomentan unos estereotipos que no corresponden con la realidad y representan la violencia con cierto glamour.

Estudios recientes como el informe anual sobre feminicidios elaborado por la Asociación Civil La Casa del Encuentro (2012) o el informe anual del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de 2015¹⁵ hablan de un aumento de machismo entre los jóvenes.

Se ha detectado que los adolescentes y los jóvenes son hoy en día más machistas que sus padres pero no es que se hayan vuelto así por ellos mismos, es la sociedad la que ha construido este machismo a través de muchos factores. Al cine, música, publicidad, medios de comunicación (Rosa

¹² Véase Tzu, S. (2015) *El arte de la guerra*. Madrid: Tikal.

¹³ El capitalismo se caracteriza por la importancia que cobra la propiedad privada e iniciativa privada. Por tener un mercado como centro de la vida social cuyo principal objetivo es la ampliación de capital por la mercantilización de todo lo que se pueda.

¹⁴ En *El Segundo Sexo* (1949) Simone de Beauvoir relaciona el término alteridad con la condición de ser mujer. “El varón se construye como sujeto, relegando a la mujer al papel de ‘otra’. La mujer es aquel ser humano que no es varón, sino que tiene la condición de ser otro respecto a él. La posición inversa es imposible, no existe una simetría y reciprocidad entre las categorías hombre y mujer, ya que estas no realizan la operación simétrica de afirmarse como sujetos y se someten a un punto de vista ajeno [...] La humanidad es masculina y el hombre define a la mujer no por ella misma, sino en relación con él” (Simone de Beauvoir, 1949, Introducción).

¹⁵ Eusebio Megías (director técnico del centro y coordinador del estudio) destaca: “la cuestión empieza pensando que la identidad de chicos y chicas es radicalmente distinta” Es decir, según él, los estereotipos que perpetúan los roles e identidades de género tradicionales penetran tanto en la adolescencia, que quedan ligadas a los posteriores comportamientos y conductas machistas. “Mientras no haya una educación más igualitaria y no se rompan estos estereotipos, es mucho más difícil controlar estas situaciones de violencia, que son raíces muy ancladas en comportamientos individuales pero también en el clima social” comenta. En Rezzak, I. (2016) *Persistencia del machismo* Disponible en: <http://ccs.org.es/2016/06/17/persistencia-del-machismo/> [Consultado 13-4-2017].

Cursach, 2016)¹⁶.

No hemos sido educados para sostener una visión crítica de las imágenes, y la reiteración de éstas, ayuda a legitimar la construcción de roles y la relación de poder desigual. Esta relación desigual de poder causa que las mujeres pierdan el poder sobre su propio cuerpo.

El cuerpo es visto por su función de procreación como sublimación máxima de "la mujer" y a la que "deben" aspirar todas las mujeres. [...] Se le considera un espacio de placer, deseo, pasión y debilidad. Sin embargo, no son las mujeres las depositarias del deseo y del placer, sino sólo quienes pueden provocarlo. Así, en los dos niveles, el de la procreación y el del erotismo, el cuerpo de las mujeres es un cuerpo "para los otros" [...] las mujeres pierden su protagonismo como personas, quedando sujetas a los poderes encarnados por los hombres, por las instituciones y por los otros (García Aguilar, 2004).

Podemos ver cómo a lo largo de la historia, el hombre ha tomado las decisiones y se ha apropiado del cuerpo femenino. Se instruye a la mujer para sentir rechazo hacia él. Con la llegada del capitalismo, la sociedad se beneficia de la opresión que sufre la mujer.

Hay una violencia real hacia la mujer para que no acepten su cuerpo, y está promovida solamente por los intereses comerciales (...) No nos sentimos mal con nuestra condición social, sino con nuestro cuerpo. Llevo 30 años en el feminismo y sigo hablando de lo mismo. Hay comportamientos que ni siquiera son naturales, como la obsesión con cómo quedará el físico tras el parto o sentir el acto de comer como un sufrimiento (Susie Orbach, 2010).

El cuerpo de la mujer no es un objeto que se pueda moldear, sin embargo hoy en día las mujeres siguen sin tener un control total sobre su cuerpo. La presión

¹⁶Cursach, R. (2016) "Los jóvenes son hoy más machistas que sus padres, es muy preocupante" *El Mundo*. 28 de marzo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/baleares/2016/03/28/56f8ef71268e3e2f028b469b.html> [Consultado 13-4-2017].

social es tan fuerte, que en los anuncios de depilación femenina, las mujeres ya están depiladas antes de pasarse la maquinilla (cosa que no ocurre con los hombres)¹⁷. El engranaje del sistema patriarcal es tan antiguo y tan potente que ha logrado que “nosotras, las mujeres”¹⁸ aceptemos y legitimemos las leyes por las que se rige, estigmatizando y criticando a aquellas mujeres que se salen de la estética establecida. Si las mujeres no siguen estas normas son relegadas, tachadas de marimachos, de histéricas, de bastas, de hormonales... Es decir se patologiza todo aquello que cruce la línea de la “feminidad normativa”, castigando la reapropiación del cuerpo por parte del sujeto femenino. Es cierto que hay avances en cuanto a la igualdad de género se refiere, sin embargo en el ámbito social, los prejuicios frente a cuerpos “no normativos” siguen vigentes. Las mujeres al contrario que los hombres deben estar continuamente justificándose¹⁹.

La modelo Ashley Graham comentaba en una entrevista: “No hay medios de comunicación que publiquen fotos de chicas con talla 44 con las que pueden sentirse identificada, que digan: ‘yo tengo esa talla ¿y tú qué?’”. Las chicas hablan de la grasa dorsal que cuelga por encima del sujetador en la espalda ¿Y qué? ¡Eso pasa!”²⁰.



Your Body is a Battleground, B. Kruger, 1989.

¹⁷ Véase el último anuncio de Veet en Veet (2017). *Anuncio Veet For Men. Crema depilatoria para hombres*. [Video online] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=WokyaU5c6bs> [Consultado 10-03-2017]

¹⁸ Ana de Miguel (2015). *Neoliberalismo sexual*. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra.

¹⁹ Véase el poema de Berta Hache (2013). *No, no me depilo*. Disponible en:

<http://www.pikaramagazine.com/2013/03/no-no-me-depilo/> [Consultado 24-04-2017] y la criticada subida de peso de Rihanna en La chica del vestido rojo. (2017) “Critican aumento de peso de Rihanna”. *Los 40*. 1 de julio. Disponible en: http://los40.com.mx/los40/2017/06/01/moda/1496338589_611037.html [Consultado 04-06-2017]

²⁰ Vimercati. R. (2017). Entrevista Ashley Graham, *Mujerhoy*, 943, (65), pp. 42-45.

“La mayor parte de mujeres del mundo siguen-seguimos interpretando la coacción como libre elección, tanto en los taconazos de aguja o el culto al cuerpo” (Ana de Miguel, 2015). Es crucial que haya un paso del control del cuerpo femenino ‘por los hombres’ al ‘por las mujeres’: “El cuerpo controlado por otros no permite el goce y nadie puede llamarse a sí misma libre si no decide sobre su cuerpo” (García Aguilar, 2004).

Por tanto, el propósito de este proyecto fotográfico es reflexionar acerca de los estándares de belleza que promueve nuestra sociedad, y que limitan la aceptación y libertad de las mujeres a decidir sobre su propio cuerpo. Porque nosotras igual que ellos tenemos el derecho a decidir sobre nuestro cuerpo sin tener que sentirnos mal o justificarnos de cada movimiento. Somos activas, tenemos carácter y capacidad de decisión, tenemos metas, somos competitivas y luchadoras. Por tanto el interés de la idea discursiva de este proyecto fotográfico se fundamenta por una necesidad de reivindicar la posición y el trato que sufren las mujeres en un sistema como este.

Esta idea ha sido ejecutada mediante la fotografía porque es uno de los medios que más influencia tienen a la hora de perpetuar esta opresión (sobre todo, en las redes sociales donde a través de ella se crean enunciados discursivos muy potentes que logran su intención). Otra razón por la que ha escogido este medio es por su potencial artístico y expresivo. A través de su lenguaje semiótico te plantea cuestiones internas, lo que hace que te involucres más con la obra. Este proyecto titulado “LIL(†)H” consta de 15 retratos en blanco y negro que presentan a mujeres que se aceptan su cuerpo.

"La fotografía pura nos permite crear retratos que representan a los sujetos con total verdad [...] Si somos capaces de crear retratos de sujetos que son verdad, estaremos creando un espejo de nuestro tiempo" (August Sander, 1914).

El blanco y negro, el contraste y la estética que presentan estas fotografías intenta aludir a la fotografía de moda como contrapunto a la crítica que se hace

de los medios. Sin embargo, estas piezas presentan otra manera de representar a la mujer y la feminidad. Están retratadas en lugares donde se sienten cómodas y conocen, lo que ayuda a que el sujeto esté más relajado y la relación con la cámara sea más cordial, consiguiendo así mayor verdad. El rango de edad de las personas retratadas oscila entre los 12 y los 80 años. La presión social que sufre sobre su cuerpo castiga a todas las mujeres desde la adolescencia (cuando comienza el tabú de la menstruación).

Las obras de referencia principales en las que se asienta la idea discursiva son: *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección* de Ana de Miguel (2015) y *Simone de Beauvoir. El segundo sexo* de Susana López Pavón (2012). En cuanto a la búsqueda audiovisual, la investigación fotográfica a sido esencial para la realización de este proyecto. Los referentes fotográficos que destacan son: Irving Penn, Annie Leibovitz y Richard Avedon, entre otros mencionados posteriormente.

1.2. Objetivos

La idea del proyecto se ha visto alterada progresivamente, no obstante, el objetivo siempre ha sido el mismo: buscar la manera más óptima de presentar y reivindicar a las mujeres como sujetos autónomos. Los objetivos principales que persigue la idea discursiva de este proyecto son los siguientes:

- Crear un producto visual que ponga en entredicho las feminidades normativas visibilizando a diversas mujeres que aceptan su físico.
- Conseguir el interés del público por este proyecto fotográfico, y concienciar sobre la presión social a la que estamos sometidas las mujeres.
- Plasmar y emplear los conocimientos teóricos y prácticos aprendidos en las diferentes asignaturas cursadas a lo largo del grado.
- Conseguir crear retratos con una dimensión psicológica donde el sujeto sea el elemento principal.

- Visibilizar la belleza como un elemento relativo y personal.
- Conseguir desde el aspecto formal una estética que aluda a las características de los fotógrafos y obras referentes.
- Progresar como fotógrafa en los elementos formales.
- Crear una exposición en La Casa de la Cultura de Sagunto y promover el producto terminado con plataformas digitales que fomentan la igualdad.

2. Marco teórico

2.1. La hostilidad histórica hacia las mujeres. “La feminidad” como estigma social

Para aportar claridad a los apartados posteriores debemos realizar un análisis inicial que nos permita entender mejor el proyecto fotográfico. Por lo que, para saber cómo hemos llegado hasta aquí, primero debemos conocer de dónde venimos respecto a la desigualdad sexual. El despotismo masculino no es algo nuevo, Darwin en su teoría sobre la “evolución del hombre” (*El Origen del hombre*, 1871) excluye a la mujer. Esta idea de no incluir a la mujer en el concepto de ser humano se ha perpetuado hasta hace relativamente poco²¹.

2.1.1. Filosofía y educación

En pleno siglo XXI, podríamos pensar que vamos camino a una sociedad igualitaria y que ya no existen tantos impedimentos y desigualdades como antes, pero tristemente no es así. El sistema patriarcal ha penetrado toda la estructura social y cultural, esto hace que sea muy difícil contemplar esta brecha. Esto también le ocurrió a Simone de Beauvoir, una referente en términos de igualdad del SXX.

La propia autora afirmaba que para ella ser mujer “no había pesado nada”, que

²¹ La *Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano* de 1789 excluía a las mujeres del propio concepto de ser humano. A partir de este momento, las mujeres se agrupan y forman el primer movimiento social en defensa de sus intereses y derechos.

no había sido una carga. En ese comenzó a analizar detenidamente lo que había significado para ella ser mujer. Este análisis tuvo como resultado un referente feminista y éxito de ventas como es *El Segundo Sexo* (1949).

“Empecé a analizarlo y súbitamente se me reveló: este mundo era un mundo masculino, mi infancia había sido alentada con mitos forjados por los hombres. Y no había yo reaccionado de la misma manera que si hubiese sido un chico. La cuestión me interesó tanto que abandoné el proyecto inicial de elaborar una especie de relato personal y decidí ocuparme de la condición femenina en general”.

"Conocer la historia del pensamiento patriarcal y cómo los grandes pensadores y artistas han legitimado la superioridad de los hombres y la subordinación de las mujeres es un imperativo intelectual y moral, en terminología de Kant" (Ana de Miguel, 2015).

“Hay un principio bueno que ha creado el orden, la luz y el hombre, y un principio malo que ha creado el caos, las tinieblas y la mujer” (Aristóteles (582-507 aC). Fueron sus propios compañeros de raza, los hombres, los que forjaron este concepto deplorable sobre las mujeres. Que fueran subordinadas al deseo masculino no es una casualidad. Su sometimiento ha sido reforzado por especulaciones y teorías inconclusas procedentes de reconocidos psicoanalistas, filósofos, políticos, religiosos... Así como de la ayuda de mitos y leyendas, elaborados por los hombres. En este apartado vamos a centrarnos en las ideas patriarcales promulgadas por los pilares de la filosofía occidental (que defienden la superioridad del hombre por naturaleza), ya que no podemos obviar la gran influencia que han causado sus declaraciones en nuestra sociedad.

Rousseau, (uno de los más afamados filósofos en cuanto a misoginia se refiere), apunta en su libro *Emilio o de la educación* una apología a la violencia de género:

“El imperio no es de las mujeres por la voluntad de los hombres, sino porque la naturaleza así lo tiene ordenado y antes de que pareciese que les perteneciera ya era suyo (...) El uno debe ser activo y fuerte y el otro pasivo y débil. Es indispensable que el uno quiera y pueda y es suficiente con que el otro apenas oponga resistencia”.

Estos autores no ponían solo en cuestión la desigualdad por naturaleza sino también cuestionaban las aptitudes y habilidades de las mujeres. “No están hechas para las ciencias más elevadas”²² Por su parte, Platón en su obra *La República* defendía la debilidad natural de la mujer, sin embargo dictaminó que la educación no fuera diferente según el sexo, sino según el oficio (no se llevó a la práctica).

Por su parte, Aristóteles también defiende la supremacía masculina por naturaleza, centrándose en los diferentes genitales:

“La hembra, ya que es deficiente en calor natural, es incapaz de preparar su flujo menstrual al punto del refinamiento, en el cual se convierte en semen (es decir, semilla). Por lo tanto, su única contribución al embrión es su materia, un campo en el cual pueda crecer. Su incapacidad para producir semen es su deficiencia”²³.

Aristóteles apunta que la mujer es deficiente por no producir semen, sin embargo la menstruación glorifica a la mujer, regenerando la sangre de su cuerpo. Pero no es el único autor que ataca el ciclo menstrual de la mujer²⁴. Este ataque continuo a un acto natural como este, se convirtió y sigue siendo un tabú que tiene como consecuencia el temor y vergüenza de algunas

²² Franch, I. (2016) “De Platón a Kant: las frases más machistas de los pilares de la filosofía occidental” *El Diario.es*. 19 de octubre. Disponible en: http://www.eldiario.es/cultura/libros/frases-machistas-filosofos_0_567993873.html [Consultado 13-04-2017].

²³ Aristóteles (1988/2005) *De la Generación de los Animales* en “Obras Completas”, Madrid: Gredos.

²⁴ La menstruación podría haber sido sinónimo de ensalzamiento divino ya que le da la posibilidad a la mujer de crear vida, le ayuda en su organismo, y es la única sangre derramada que no está relacionada con la muerte sino con la vida. Sin embargo los hombres han atacado a las mujeres, despropiándolas de su cuerpo y convirtiéndolo en tabú. “Está revelando el miedo que le provoca la biología femenina, que sangra en el mismo sitio donde también goza en el encuentro sexual” (Isabel Menéndez, 2017). Véase Menéndez, I. (2017). “El machismo en 100 frases”, *Mujerhoy*, (66), pp. 52-53.

mujeres sobre su cuerpo.

Hay países en los que las mujeres dejan las escuelas, son mal miradas y las condiciones higiénicas casi inexistentes²⁵. Podríamos creer que en España ya no existe tal tabú, sin embargo, en los anuncios podemos ver que hay un recelo al color rojo de la sangre.

El discurso del miedo a la mujer está arraigado en nuestra sociedad y tiene cabida en gran parte de los mitos y leyendas que forman la cultura popular.

2.1.2. El “miedo a las mujeres” como elemento legitimador de la violencia

Algunas teorías psicológicas han contribuido a la discriminación social del cuerpo femenino. Pensemos sino, en Freud y su teoría acerca de la “envidia del pene”²⁶ La obra de Freud supone una legitimación laica y pseudocientífica de la subordinación de las mujeres. Su teoría se centra en el “falocentrismo”, que considera la sexualidad femenina a partir de la masculina:

“La característica fundamental del ser humano es el pene, por el que la mujer tendrá un futuro marcado por la envidia del pene, envidia que le condena a vagar por la vida tratando de hacerse con uno o bien mediante el matrimonio o bien a través del engendramiento de un hijo varón, momento crucial en el que comprende y asume su verdadero sentido de la existencia”²⁷.

Nietzsche además de tener estar de acuerdo con varias de las afirmaciones de Freud sobre la mujer²⁸, legitima la idea del mal en las mujeres, una idea que se reproduce y es habitual en la actualidad. En *Así habló Zaratustra*, Nietzsche se

²⁵ Véase Jha, R. (2014). “La menstruación: el tabú que excluye a las mujeres en India” *BBC*. 28 de octubre. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/10/141028_salud_menstruacion_india_tabu_mujeres_egn [Consultado 13-04-2017].

²⁶ Berbel, S. Pi-Sunyer, T. (2001) *El Cuerpo silenciado. Una aproximación a la identidad femenina*. Barcelona: Viena. pp.57.

²⁷ Cavana, M. (2000) *Feminismos y psicoanálisis*, en Celia Amorós (ed.), *Feminismo y Filosofía*. Madrid: Síntesis.

²⁸ Véase Parrondo, E. Nietzsche y Freud una subversión feminista. *Dialnet*. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1390194.pdf> [Consultado 04-05-2017]

plantea: ¿Qué es la mujer para el varón?

“Tema el varón a la mujer cuando ésta ama: entonces ella realiza todos los sacrificios y todo lo demás lo considera carente de valor. Tema el varón cuando ésta odia: pues en el fondo del alma el varón es tan solo malvado, pero la mujer es allí mala”²⁹.

Estas afirmaciones de Nietzsche, en las que no recae en ningún miedo específico, solo ayudan a legitimar la idea del mal en la mujer y por lo tanto del miedo que hay que tenerle. “Si vas con una mujer no olvides el látigo”³⁰. Nunca se concreta en un miedo real, más bien apela a la ceremonia de la confusión, actúa como elemento legitimador de la dominación masculina³¹.

Por su parte, mitos religiosos y culturales rescatan la idea de que las mujeres son seres peligrosos y retorcidos que hay que controlar. En este apartado explicaremos el caso de Eva y Lilith.

“De la costilla que Jehová, Dios tomó del hombre, hizo una mujer, y la trajo al hombre” (Génesis 2: 22). Este es el argumento religioso sobre la creación de la primera mujer, Eva. Este discurso se apoya en la superioridad del hombre frente a la mujer. Leyendo la Biblia podemos ver que en el capítulo uno del Génesis se dice: “Y creó Dios al hombre a su imagen, a imagen de Dios los creó; varón y hembra los creó” (Génesis 1:26-27). Por tanto, Eva no sería la primera mujer.

Los cabalistas intentaron muchas interpretaciones para explicar la contradicción entre las dos versiones. Una sugiere que Adán fue creado inicialmente como un andrógino que poseía un cuerpo femenino y uno masculino unidos por la espalda (...) Otra interpretación aparece en el Alfabeto de Ben Sirá, *Midrash* del siglo X. Basándose en dicho texto, el mitólogo Robert

²⁹ Nietzsche, F (1891) *Así Habló Zaratustra*, en Ana de Miguel (2015). *Neoliberalismo sexual*. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra, pp. 285- 287.

³⁰ *Ibid*, pp. 285-287

³¹ *Ibid*, pp. 285-287(2013).

Graves (...) relata: “Dios creó a Lilith, la primera mujer, como había creado a Adán, salvo que utilizó inmundicia y sedimento en lugar de polvo puro”³².

El nombre de Lilith si que aparece en la Biblia: «Los gatos salvajes se juntarán con hienas y un sátiro llamará al otro; también allí reposará Lilith y en él encontrará descanso». (Isaías 34:14). Sería la primera mujer, creada por igual junto a Adam. Según la leyenda, Lilith sería la primera mujer que cuestiona la sumisión. Abandonó a Adán porque deseaba la completa igualdad y no quería tener hijos³³. Cansada de que Dios no hiciera caso a sus réplicas, huyó del Paraíso. Lilith se convertiría en la primera mujer castigada por combatir el poder de actuación y decisión que le corresponde como ser humano. Es castigada por los escritores, convirtiéndola en un demonio que maldecía a los que acababan de nacer³⁴. Es el símbolo de la mujer que quiere ser libre y, por ello, es apartada y repudiada.



Representación de Lilith, J. Collier, 1892.

Es en este momento, aparcería Eva: "No es bueno que el hombre esté solo" (Yahvé, Génesis 2:18). Eva por su parte era el símbolo de la maternidad y vivía en armonía junto con Adán, hasta que se deja seducir por la serpiente, comiéndose el fruto prohibido de un árbol y arrastrando a Adán al pecado. En la versión de Eva, “el mal” de la mujer también es castigado, por su curiosidad y desobediencia. Dios la condenaría a la dominación del hombre castigándola a ella y dándole autoridad para gobernar a él. “En gran manera multiplicaré tu dolor en el parto, con dolor darás a luz los hijos; y con todo, tu deseo será para tu marido, y él tendrá dominio sobre ti”³⁵ (Génesis 3:16).

³² En el blog El Centinela (2014), *Lilith la primera mujer de adán – antes que eva, lilith*. Disponible en: <https://centinela66.com/2014/03/08/lilith-la-primera-mujer-de-adan-antes-que-eva-lilith/> [Consultado 10-06-2017]

³³ “Adán y Lilith nunca encontraron la paz juntos, pues cuando él quería acostarse con ella, Lilith se negaba, considerando que la postura recostada que él exigía era ofensiva para ella. ¿Por qué he de recostarme debajo de tí? – preguntaba – Yo también fui hecha de polvo y, por consiguiente, soy tu igual”. (Reubeni) en Torres, O. (2008) *Lilith La Primera Mujer Rebelde*. Disponible en: <https://books.google.es/books> [Consultado 30-06-2017] pp. 49.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ En Biblia Paralela. Disponible en: <http://bibliaparalela.com/genesis/3-16.htm> [Consultado 30-06-2017]

Todas estas teorías han implementado la ideología de que todo lo que provenga del cuerpo femenino es sinónimo de rechazo y juicio, convirtiéndolo en una patología. "Todo lo escrito sobre las mujeres por los hombres debe ser sometido a sospecha, ya que son a la vez juez y parte" dijo en el siglo XVII Poulain de la Barre³⁶.

2.2. La feminidad como constructo social.

Después de buscar una respuesta a la diferencia entre sexos a través de la pseudociencia y la filosofía se hizo en el ámbito de la ciencia, la cual afirma la teoría de que "la feminidad" es una construcción social y no existe distinción entre sexos³⁷.

"No hay pruebas de que, desde el punto de vista de su materia gris, materia blanca, conexiones neuronales o el grosor de la corteza cerebral, el cerebro de una mujer y de un hombre sean diferentes por el simple hecho de su sexo"³⁸.

2.2.1. Mecanismos para el control social de "la feminidad"

Tradicionalmente se ha asociado "la feminidad" con la pasividad, la sumisión y la fragilidad, sin embargo siempre se les ha forzado a seguirla. A las mujeres se les inculca que siempre debían agradar a los hombres y que la imagen corporal era una vía segura para alcanzar la felicidad³⁹. "Se deduce que la mujer está hecha especialmente para agradar al hombre" (Rousseau, 1732).

³⁶ Véase Poulain de la Barre (1673) *De L'égalité des deux sexes*. Paris: Chez Jean du Puis. Un discurso moral sobre la importancia de la eliminación de los prejuicios, en el que habla sobre desigualdad sexual como un constructo social resultado de la educación y la socialización diferenciada.

³⁷ Simone De Beauvoir, ya defiende la idea de la feminidad como construcción social: "No se nace mujer, se llega a serlo".

³⁸ Un grupo de investigadores israelíes, alemanes y suizos han comparado la anatomía de 1.400 cerebros de hombres y mujeres para concluir que, más que dos categorías, lo que hay es un mosaico cerebral. Criado, A. (2015) "No hay un cerebro masculino y otro femenino". *El País*. 1 de diciembre. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/11/30/ciencia/1448904392_009014.html [Consultado 20-04-2017]

³⁹ "Su deseo de ser amadas (su narcisismo) no se opone a amar, sino que sólo se expresa amando. Amar es desear ser amada; el amor es siempre narcisista" (Freud, 1914). En Copjec, J. (2006) *Imaginemos que la mujer no existe. Ética y sublimación*. Argentina: EFE, pp. 103.

Por su parte Beauvoir (1949) trata el concepto del “eterno femenino”⁴⁰: “características o comportamientos innaturales que son el resultado de un adiestramiento en sociedad desde la infancia y el aprendizaje”.

Todo el mundo reconoce el término “feminidad” y sus rasgos. Nos han inculcado que “lo femenino” es una delicada forma de ser y de comportarse, de seguir una estética corporal, de llevar tacones o maquillaje... “Lo femenino” es una construcción social cuyo principal objetivo es el controlar del cuerpo femenino. Nos han inculcado desde pequeñas el poder de seducción de la mujer (frente al poder a actuación del hombre), la importancia de las opiniones ajenas (y sobre todo la del hombre)⁴¹.

Este concepto de feminidad tiene como consecuencia que las mujeres no se sientan a gusto con su cuerpo a partir de la adolescencia (cuando comienza a ser objeto de miradas)⁴². “La pubertad tiene en ambos casos un significado totalmente distinto porque no les espera un mismo futuro” (Simone de Beauvoir, 1949).

Por su lado, los medios de comunicación trabajan sus contenidos visuales para promulgan y conseguir que las mujeres sigan estas normas⁴³. Crean un ideal de belleza hegemónico con el fin de que las mujeres estigmaticen su cuerpo y lo moldeen siguiendo las normas del patriarcado. Los cánones de belleza son su herramienta para lograrlo. “Lo que aprenden las niñas no es el deseo del

⁴⁰ López, S (2012). *Simone de Beauvoir. El segundo sexo. Lectura crítica de la introducción y conclusión*. Valencia: Diálogo.

⁴¹ En el artículo titulado Chica Top del nº 468 de la revista juvenil SuperPop: “Ellos te quieren ver fantástica, magnífica, estupenda, brillante, seductora, encantadora, simpática, y genial. ¿Imposible? ¡Qué va! Te contamos todos los trucos para que los chicos se te coman con los ojos” Lucas, M. y E. Lozano, C. (2014) “De Franco a la Superpop, enseñando a ser mujer por los siglos de los siglos”. *Pikara*. 5 de noviembre. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2014/11/de-franco-a-superpop-ensenando-a-ser-mujer-por-los-siglos-de-los-siglos/#sthash.TrG7wnBe.dpuf> [Consultado 06-04-2017].

⁴² “En pleno siglo XXI las adolescentes españolas continúan siendo educadas en el viejo sistema patriarcal de siempre. [...] inculca pautas de conducta incoherentes entre sí (sé natural pero perfecta, arréglate siempre pero no demasiado, sé dulce en todo momento pero defiende tus intereses y derechos, etc.); que se caracteriza por perpetuar lo peor de los estereotipos de género hombre–mujer (él sigue siendo el premio a conseguir, ella debe servirle para ser digna de su atención); y que tiene por objetivo supremo priorizar la satisfacción de las necesidades del hombre por encima de las de la mujer [...] Ha cambiado la forma, pero el injusto fondo sigue siendo el mismo” en *ibid*.

⁴³ “Sólo existen dos tipos de revistas femeninas: las que exhiben cuerpos irreales o las que descalifican a las mujeres con cuerpos reales” (Yolanda Domínguez, 2014) en Domínguez, Y. (2014) *Globos*. [online] Disponible en: http://www.yolandadominguez.com/avada_portfolio/globos-2014-2/ [Consultado 21-02-2017].

otro ser, sino el deseo de ser deseadas” (Naomi Wolf, 1991).

Como afirma Amorós (2008): “El cuerpo de las mujeres es el libro abierto en que inscriben las reglas de dichos pactos”⁴⁴. El fotógrafo Justin Alexander Bartles en su serie *IMPRESSION* refleja muy bien esta condición. Muestra los elementos de control al que se somete la mujer, y pone en entredicho la expresión popular: “para presumir hay que sufrir”. Esta obra critica las consecuencias de la dureza estética que sufre el cuerpo femenino. Las prendas femeninas que desde fuera se ven perfectas, pero por dentro ciñen tanto que dejan señales.



IMPRESSION, J.A. Bartles, 2010.

⁴⁴ Amorós, C. (2008). *Mujeres e imaginarios de la globalización* en Celia Amorós (ed.), *Feminismo y Filosofía*. Madrid: Síntesis.



IMPRESSION, J.A. Bartles, 2010.

Se trata de una serie fotográfica en blanco y negro, donde predominan las sombras y el contraste entre colores. Estos elementos juegan un papel importante en la lectura de la imagen, en tanto que dotan de expresión a los elementos fotografiados. En cuanto a la iluminación, el fotógrafo logra su intención resaltando las marcas en la piel mediante una clave baja. También podemos percibir una mirada integrada, la cámara se sitúa a la altura del elemento fotografiado sin empequeñecerlo, sino otorgando una relación de iguales.

“La ideología de la belleza femenina puede interpretarse como un último esfuerzo por parte de los hombres para conservar la dominación masculina [...] Esta sigue siendo uno de los mitos patriarcales sin desaparecer de la sociedad, está muy arraigado. [...] para “educar” a estas con el fin de que acepten dichas restricciones como “naturales” e inevitables, como algo “dado”⁴⁵.

⁴⁵ Kaplan, E. Ann (1983), “*Is the gaze male?*”, en *Women and Film*, Routledge [trad. “¿Es masculina la mirada?”, en *Las mujeres y el cine. A ambos lados de la cámara*. Madrid: Cátedra, [49-72.], pp. 53.

Con la llegada del capitalismo financiero (S.XX) esta coacción aumenta y con ella aparece la industria cosmética y los primeros anuncios sobre depilación femenina. El primer anuncio de este tipo fue en 1915 en la revista Harper's Bazaar⁴⁶: "la moda para el verano y el baile moderno se combinan para hacer necesaria la eliminación del molesto vello"⁴⁷ Esta estética se convirtió en un hábito por el auge de moda "pin-up" y la fotografía de la actriz Betty Grable, a la que miles de mujeres quisieron imitar⁴⁸.



Betty Grable como una pin-up, 1940.

Esto se produjo en buena parte por el tratamiento de la imagen y el glamour que transmite el contenido fotográfico. La pose de la actriz y la composición vertical de la imagen invitan a que nuestra mirada recorra el cuerpo de arriba a abajo. El gesto de la actriz (en un semi-escorzo), interactúa con su sombra

⁴⁶ La misma revista que Harper's Bazaar el pasado mes de febrero publicado un artículo en el que descalifica a las mujeres que deciden no pasarse la maquinilla. "No me convence y me pregunto: ¿Estará esta idea en más cabecitas de esa edad?" en Infante, M (2017) "Vello en las axilas: ¿feminismo o mala higiene?" *Harper's Bazaar*. 1 de febrero. Disponible en: <http://www.harpersbazaar.es/belleza/tendencias-belleza/freethepit-vello-axilas-famosas-mal-olor> [Consultado 1-06-2017]

⁴⁷ Véase López, A (2011) "¿Cuándo y por qué se decidió que las mujeres debían depilarse?". *20 minutos*. 7 de noviembre. Disponible en: <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/cuando-y-por-que-se-decidio-que-las-mujeres-debian-depilarse/> [Consultado 19-04-2017].

⁴⁸ Ibid.

dándole un carácter dinámico a la foto, lo que lleva nuestra mirada en diagonal, desde el hombro hasta donde limita la sombra. El cuerpo de la mujer, que arquea la espalda hacia atrás, ofrece la lectura de una postura con cierta naturalidad con la que es fácil que se identifiquen las mujeres de la época. Asimismo la iluminación crea sombras en las extremidades del cuerpo que definen las curvas de la actriz lo que otorgar “feminidad y elegancia”. Todo esto crea una imagen que ayuda a perpetuar los cánones tradicionales de feminidad.

La depilación se ha convertido en una obligación social, que la mayoría tienen interiorizado como una libre elección. Sin embargo, si la mujer no se depilase, tendría que soportar miradas de desprecio y justificarse. En cambio, como dice el refrán popular: “cuanto más pelo, más hermoso”. Por lo tanto se ve coaccionada, su decisión está influida por su educación. Lo mismo ocurre con todos los elementos del cuerpo femenino que plantan cara a las normas del patriarcado, como las “imperfecciones estéticas” o el peso.

Las modas que se imponen a las mujeres son más caras, más dolorosas e incómodas. Mientras que las mujeres se preocupan de perder peso, de su pelo, de la celulitis, de la depilación perfecta, del maquillaje, de las arrugas, y en definitiva de estar perfectas y alcanzar un canon de belleza irreal, el machismo se felicita ante el éxito de su plan de opresión.

2.2.2. La relación de las mujeres con su cuerpo

Según Naomi Wolf (1990) el peligro más grande del mito, radica en que daña su parte más sensible: la autoestima. Por lo que, las convierte en personas débiles e inseguras ya que las mujeres occidentales viven bajo la presión constante de ajustarse a un concepto idealizado de belleza creado por la sociedad moderna⁴⁹.

⁴⁹ Wolf, N (1990). *El Mito de la Belleza* en Mariposas Amarillas (2014) Disponible en: <http://unavidamariposasamarillas.blogspot.com.es/2014/09/el-mito-de-la-belleza.html> [Consultado 01-06-2017].

Según la visión de la psicóloga Isabel Menéndez:

“Las mujeres a veces tratamos a nuestro cuerpo como un extraño con el que no nos llevamos bien [...] cuando las exigencias son muy altas, más que cuidarlo lo maltratamos sometiendo a operaciones estética, dietas y tratamientos. Pero según los expertos, si esto se hace por un rechazo al cuerpo, el malestar puede aumentar después de la transformación física [...] Influye pues la distancia existente entre cómo somos y cómo nos gustaría ser. Si esta distancia es muy grande aparece el sufrimiento”⁵⁰ .

2.2.3. La belleza en la era de la imagen

El culto a la imagen y la belleza a la que nos han sometido (sobre todo a las mujeres) se ha visto reformada por la aparición de nuevas tecnologías. Estas han reinventado el género fotográfico publicitario: “Street Style”, convirtiéndolo en una tendencia en potencia con el que venden y comparten su imagen. Además de convertirse en uno de los medios para legitimar el culto a la imagen y a su estilo de vida.

“Hay cánones de belleza dictados por la sociedad que la mayoría de personas no poseen de manera natural, así que la única opción que existe para adaptarse a ellos es transformar su cuerpo, ya sea de forma permanente –con implantes, por ejemplo– o de forma temporal –con un corsé, un sujetador push-up, etcétera”⁵¹

Según la Academia Americana De Cirugía Plástica Facial y Reconstructiva, entre 2011 y 2015 se ha incrementado un 41% el uso de bótox en clientes entre 19 y 34 años⁵².

⁵⁰ Menéndez, I. (2017). “La relación con el cuerpo”. *Mujerhoy*. 27 de mayo. Disponible en: <http://www.mujerhoy.com/vivir/psicologia/201705/25/relacion-cuerpo-20170525100200-p.html> [Consultado 01-06-2017].

⁵¹ Julia Weems, directora de moda del IED Barcelona Escola Superior de Disseny en Tomás, A (2012). “Para lucir hay que sufrir” 28 de septiembre. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120928/54351265343/para-lucir-hay-que-sufrir.html> [Consultado 28-03-2017].

⁵² Elena de Los Rios (2007) “La belleza en los tiempos del selfie” *Mujerhoy*. 29 de mayo. Disponible en:

“Esta generación de jóvenes se vincula sobre todo a través de redes sociales [...] tú único valor viene dado por la foto. Tiene una dependencia brutal de la imagen: las chicas se comparan constantemente buscando todo el rato el refuerzo positivo y la aceptación que significan los likes [...] Las chicas persiguen modelos directamente estéticos que no transportan ningún otro valor que no sea el de la belleza”⁵³

Además los medios de comunicación, transmiten una idea de belleza irreal y homogéneo que marca el rumbo que deben seguir las mujeres. El pasado mes de abril, Gina Shkeda (Instagramer con más de 800 mil seguidores) subió una foto en la que parecía que acabase de despertarse.



Fuente: Gina Shkeda, Instagram.

Una usuaria comentó la belleza de la joven y lo feliz que sería ella si se levantara así cada mañana. Shkeda dio un vuelco de realidad: “Chica, llevo cejas pigmentadas, extensiones de pestañas y bótox en los labios. En realidad, yo no tengo esta pinta .Tú eres perfecta”⁵⁴.

Las mujeres quieren parecerse al ideal de belleza que hoy día lo marcan las hermanas Jenner y las Hadid: labios carnosos, pestañas voluminosas, pómulos

<http://www.mujerhoy.com/belleza/tratamientos/201705/26/belleza-tiempos-selfie-20170526125242-p.html> [Consultado 01-06-2017].

⁵³ Jordi Granados (psicólogo clínico y experto en patología dural) en *ibid.*

⁵⁴ *Íbid.*

marcados⁵⁵...



Fuente: Elle UK.



Fuente: Smoda.

Podemos ver cómo las estrellas de Instagram siguen en su mayoría este patrón de belleza y feminidad normativa siendo casi clónicas. Y aquellas que no entran en este juego son “desplazadas o acosadas”⁵⁶: “Aquellas formas de expresión de la masculinidad y desde luego de la feminidad que no cumplían con lo culturalmente establecido, serían reprimidas a partir de la estigmatización” (Montesinos y Carrillo, 2010, pp.9).

“Lo femenino”, como diría Mary Wollstonecraft ha resultado ser un fantasma , pero que cotiza en caja y vende mucho. La poderosa industria de lo femenino (Ana de Miguel, 2015).

2.3. Fotografía como arte. Fotografía de moda, retrato y estilo creativo

2.3.1. El retrato y el autorretrato

El retrato está considerado uno de los subgéneros con mayor dificultad dentro de la fotografía. Todos los retratistas anhelan reflejar en ella los sentimientos y emociones que sienten o que les transmiten los sujetos que retratan: “A través de mis fotografía puedo hablar de manera más intrincada y profunda que a través de las palabras” (Avedon).

Este aspecto psicológico del retrato es una aventura para la mirada del

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

fotógrafo, en la que la mirada del sujeto también influye. Durante décadas, fotógrafos han convertido sus obras en lienzos en los que plasmar sus intenciones y su visión del mundo desde la fotografía creando una imagen fija que perdura de por vida.

“Gaspar Félix Tournachon, llamado “Nadar” (Francia, 1820-1910), utilizaba la fotografía como un medio de significación [...] Buscaba la expresividad del rostro humano [...], buscaba ‘el parecido íntimo’. Por su parte Julia Margaret Cameron (Gran Bretaña, 1815-1879) perseguía recoger la grandeza del hombre interior, no solo la del exterior. Captar el alma de las personas era su objetivo y para ello no había nada como el primer plano que incorpora al retrato y que junto con el desenfoque, impuesto por la técnica, caracterizan su obra”⁵⁷.

La mejor forma de conseguir los objetivos del proyecto es mediante una hibridación entre el retrato formal y el informal. El fotógrafo debe tener conocimiento y control sobre su entorno sin embargo el retrato informal tiene el reto adicional de la espontaneidad. El fotógrafo busca representar la naturalidad de un momento determinado, un instante fugaz e irrepetible que proporciona la fotografía. Su capacidad de rápida reacción es determinante para obtener una buena fotografía, porque de lo contrario pierde un momento irrepetible. Los modelos no deben posar para la cámara. Debe ser un reflejo de la personalidad del sujeto fotografiado, y eso es lo que se busca en este proyecto. Capturar la naturalidad como herramienta para conseguir los objetivos marcados. Capturar la credibilidad de un gesto, aunque no es una tarea fácil. Debe ser un gesto habitual y natural que se repita a menudo en la vida de la persona retratada. Muchas veces, el retrato informal toma una gran cantidad de tiempo, esperando ese momento que merece ser captado, por ello cada fotógrafo tiene diferentes técnicas de trabajar para lograrlo. Este aspecto es lo que en parte ha visto afectado la reiteración de sesiones y cambios de

⁵⁷ Casajus, C (2009). *Evolución y tipología del retrato fotográfico*, pp. 242.

idea.

A continuación hablaremos sobre los retratistas que más han influido en el aspecto formal y psicológico de la obra.

Richard Avedon

Richard Avedon es considerado uno de los grandes fotógrafos de moda, y retratistas del siglo XX. Conoció a Alexey Brodovitch (director artístico de Harper's Bazaar), se apuntó a sus cursos en la New School for Social Research y lo introdujo en el mundo de la moda. En la revista de moda más importante de los Estados Unidos.

Años más tarde pasa a trabajar para Vogue, su primer encargo fue fotografiar la última creación de Dior en 1955. Entre estas fotos destaca *Dovima (with elephants)*, que se ha convertido en un referente cultural.



Dovima with elephants, Avedon, 1955.

La composición de esta fotografía se caracterizaba por la explosión de contrastes entre la delicadeza de la modelo y la masa de los animales, así como el contraste de colores blanco, negro (y gris) predominantes en toda su obra. Y de la que nos hemos valido para realizar las tonalidades que dibujan nuestro proyecto. Así como la atención e importancia que se le damos al sujeto “Es la forma en que Avedon quiere recalcar a la persona que retrata, no quiere que quien mira una fotografía suya se pierda en detalles innecesarios, sino que se fije tan sólo en el rostro, en el cuerpo, en la mirada del modelo retratado”⁵⁸.



Audrey Hepburn, Richard Avedon.

⁵⁸ Íbid.

Avedon, consiguió elevar la fotografía de moda al rango más artístico y acabó con el mito de que los modelos debían proyectar indiferencia o sumisión. En sus fotografías, los modelos se muestran libres, vivos y creativos⁵⁹. Sus retratos son aparentemente sencillo pero con un fuerte componente psicológico. Realizaba largas sesiones fotográficas que podían durar hasta 4 horas, consiguiendo que el retratado perdiera la tensión ante la cámara y acabaran mostrándose tal y como se sentían.



Marilyn Monroe, Richard Avedon, 1957.

Una de sus obras más célebres es la serie *The American West* (1979-1984) en la que fotografió a 125 norteamericanos para una exposición. “Los muros del museo se cubrieron con piezas enormes de gente sencilla, mineros recién salidos del agujero, amas de casa desdichadas, alcohólicos, vagabundos... conforman el universo de la exposición”⁶⁰.

⁵⁹ Véase “Irving Penn y Richard Avedon: retratistas de almas” 20 de febrero. *La Maleta Extraviada*. Disponible en: <http://lamaletaextraviada.com/2013/02/irving-penn-y-richard-avedon-retratistas-de-almas/> [Consultado 05-04-2017].

⁶⁰ Arias, J. (2002). *Richard Avedon enseña en 125 retratos su descarnada visión de la América profunda*. 31 de enero. Disponible en: http://elpais.com/diario/2002/01/31/cultura/1012431601_850215.html [Consultado 05-04-2017].



The American West, Richard Avedon (1979-1984).

Cindy Sherman

Cindy Sherman (1954), es una fotógrafa estadounidense que ha sido nombrada una de las 25 artistas más influyentes del siglo XX en parte, por la provocación y el componente crítico de sus obras.

Unas de sus obras principales es *Complete Untitled Film Stills* (1977-1980)". Una serie fotográfica en blanco y negro compuesta por autorretratos en los que escenifica situaciones y comportamientos procedentes de las mujeres del cine de la década de 1940 a 1950. Sherman subvierte la mirada masculina y muestra a través de estos autorretratos una crítica directa a los estereotipos femeninos con los que la mujer ha sido educada.



Untitled Film Still # 3, Cindy Sherman, 1977.

En cada pieza cambia el vestuario, el maquillaje, la estética y las vestimentas. Cada imagen cuenta una historia de un personaje creado por ella: una mujer en peligro, una ama de casa arquetípica, la ingenua, la actriz... reflexiona sobre cómo ha sido objetualizada la imagen de las mujeres⁶¹.



Untitled Film Still # 58, Cindy Sherman, 1977.

⁶¹ Rodríguez, L. (2011) "Género y creatividad a través del retrato fotográfico en el S.XX." Disponible en: http://eprints.ucm.es/13503/1/proyecto_final_de_master_Laura_Rodr%C3%ADguez.pdf [Consultado 18-06-2017].

La obra de Sherman, a través de la perspectiva feminista ha planteado difíciles e importantes preguntas sobre el papel y la representación de las mujeres en el mundo de la cultura, la sociedad y la mirada masculina (como herramienta de la creación del arte).



Untitled Film Still # 2, Cindy Sherman, 1977.

Irving Penn

Según Irving Penn una buena fotografía: "es aquella que comunica un hecho, que toca el corazón; deja al espectador como una persona distinta después de haberla visto. Es en una palabra, efectiva".

La obra de Irving Penn se caracteriza principalmente por:

- Una estética muy marcada.
- La simplicidad de la composición.
- Composiciones con grandes contrastes.
- Complejidad formal, fascinación por mostrar la elegancia estilizada de la modelo.
- Contraste de formas.



Lisa Fonssagrives, Irving Penn.

Junto con Avedon, Irving Penn es considerado uno de los fotógrafos de moda más influyentes de la última década, sobre todo por su acercamiento al pictorialismo. Ambos se identifican con la idea de “menos es más” y lo reflejan en su obra.



Lisa Fonssagrives, Irving Penn, 1950.



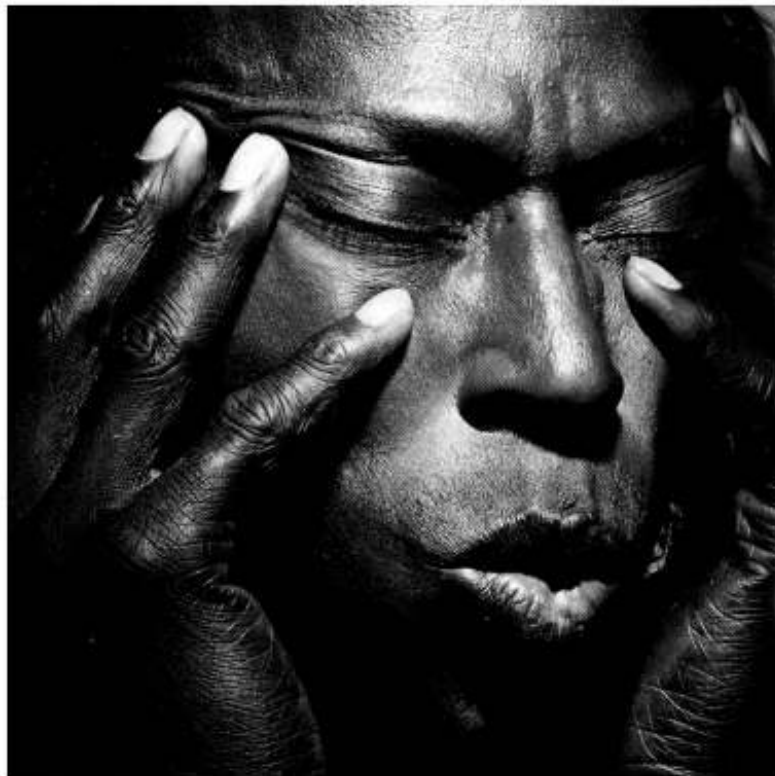
Nicole Kidman, Irving Penn, 2003



Audrey Hepburn, Irving Penn, 1951



Pablo Picasso, Irving Penn, 1957.



Miles Davis, Irving Penn, 1986.

Annie Leibovitz

"Para mí, la fotografía representa la vida misma. Es comunicación y permite el intercambio de experiencias. Nos permite mostrar a otros lo que vemos, las cosas que nos fascinan, las personas y los lugares que amamos y apreciamos" (Leibovitz, 2013).

Annie Leibovitz está considerada la fotógrafa mejor pagada del mundo, habiendo trabajado para multitud de importantes revistas a nivel mundial, como *Vogue*, *Vanity Fair*, o *Rolling Stone*. En 2016, se estrena la exposición "Woman: New Portraits" compuesta por retratos de mujeres de todo el mundo, entre las que destacan Amy Schumer, Susan Sarandon o Hilary Clinton.



Amy Schumer, Annie Leibovitz, 2016.

"No puedes observar todas esas imágenes sin ver la verdadera diversidad humana de las mujeres, sin estar caracterizadas por ninguna idea femenina ni papel de quiénes se supone que debemos ser [...] Nos ayuda a darnos cuenta de que el género es artificial (Steinem, 2016).



Misty Copeland, Annie Leibovitz, 2015.



Susan Sarandon, Annie Leibovitz, 1997.

Si algo tienen en común todos los fotógrafos que hemos mencionado es la reivindicación de sus obras por representar la fotografía como un arte. La fotografía siempre a tenido que reivindicar su componente artístico, y es esta cuestión también que se haya escogido la fotografía como medio para realizar este trabajo.

2.4. La mujer como cuerpo maleable en los medios de comunicación desde un nivel enunciativo de análisis.

2.4.1. La mirada masculina

La ideología patriarcal se puede ver de una manera sistemática a través del lenguaje semiótico que presentan los productos audiovisuales. Esta mirada se encarga de transmitir los mitos patriarcales y colocar a la mujer en una posición marginal y sumisa.

Cualquier fotografía, en la medida en que representa una selección de la realidad, un lugar desde donde se realiza la toma fotográfica, presupone la existencia de una mirada enunciativa. Esta observación, formulada por la semiótica estructural y la semiótica interpretativa hace bastantes años, puede arrojar mucha luz sobre el problema que nos ocupa, ya que toda enunciación encierra por definición una componente manipulativo, aunque nos hallemos ante un artefacto relativamente «nuevo» como la fotografía digital, que queda así desenmascarado⁶².

El análisis de esta cuestión tiene consecuencias muy notables para conocer la *ideología implícita* de la imagen, y la *visión de mundo* que transmite⁶³. Se trata de una gran construcción ideológica y cultural⁶⁴, por tanto procedente del sistema patriarcal, de la mirada es masculina, (en la mayoría de los casos) y se lleva a cabo tanto inconsciente como conscientemente por hombres y mujeres.

“Las mujeres en la pantalla están sexualizadas independientemente de lo que estén haciendo, [...] esta erotización de las mujeres se realiza a través de la forma en la que se estructura [...] en tres miradas explícitamente masculinas: por un lado está la mirada de la cámara en la

⁶² Marzal, J (2007). *Cómo se lee una fotografía (Interpretaciones de la Mirada)*. Madrid: Cátedra

⁶³ Véase Análisis Fotografía. Disponible : <http://www.analisisfotografia.uji.es/root2/meto4.html> [Consultado 10-05-2017].

⁶⁴ Vallés. E. “Joan Fontcuberta: ‘La fotografía es una gran construcción ideológica’ ” *La Opinión Coruña.es* Disponible en: <http://www.laopinioncoruna.es/cultura/2011/09/04/joan-fontcuberta-fotografia-gran-construccion-ideologica/529247.html> [Consultado 10-05-2017].

situación en la situación que se está filmando, aunque técnicamente es neutral, esta mirada [...] tiene un voyeurismo intrínseco y suele ser “masculina” [...] por otro está la mirada de los hombres dentro de la narración, que está estructurada para convertir a las mujeres en objetos de aquella, y por último, está la mirada del espectador masculino, que imita a las dos primeras”⁶⁵.

Esta mirada puede verse de una manera explícita en la composición de la representación de la figura femenina en los medios de comunicación⁶⁶. Con la llegada del capitalismo, el patriarcado comienza a manejar el cuerpo femenino en una doble vertiente: “El varón explota el cuerpo femenino por medio del comercio y la mirada”⁶⁷. Maneja y moldea el cuerpo femenino a su gusto, creando estereotipos, restringiendo, y sancionando todo aquello que provenga de las feminidades no normativas.

Respecto a la mirada masculina, vamos a centrarnos en su presencia en la fotografía publicitaria y de moda, donde la herramienta para vender un producto o servicio pasa a ser el cuerpo femenino,⁶⁸. Relegando la venta del producto real a un segundo plano.



Alexander Wang, 2012.

⁶⁵ Mulvey, L (1975). *Visual pleasure and narrative cinema*, pp.63.

⁶⁶ Véase Zanardo, L (2011). *Il corpo delle donne*. [Video online] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1teAJZE1ark> [Consultado 25-3-2017]

⁶⁷ Barbara Kruger en Pultz, J (2003). *La Fotografía y el Cuerpo*. Madrid: Akal.

⁶⁸ *El cuerpo de las mujeres ha estado presente en el debate político y social de forma constante, porque es el elemento central de la construcción de la “mujer” como grupo social subordinado (Naomi Wolf, 1991).*

Asimismo podemos ver que en los medios los roles de género están estudiados y encuadrados: la mujer seduce y el hombre conquista, la mujer consciente y el hombre domina. Si el cuerpo del hombre se muestra en parte desnudo o semidesnudo, musculado y potente es para alzar el poder del hombre mediante esta metáfora visual⁶⁹. Estas imágenes, afectan de una manera inconsciente a la sociedad influyendo en la construcción de los roles de género y en la construcción de la identidad femenina.

“Ese gran salto hacia la Modernidad, que no es otra cosa que la ruptura con los estereotipos de hombres y mujeres tradicionales. A partir de esto se esperaría que a mayor autonomía y mayor grado de individualidad femenina, las mujeres reaccionen y eviten los actos de violencia hacia ellas; sin embargo, las estadísticas aún muestran datos negativos al respecto, como veremos más adelante” (Montesinos, R y Carillo, 2010, pp. 5-14).



Duncan Quinn, 2008.

⁶⁹ González, A (2015). “El largo camino por mostrar en la fotografía el ‘alma desnuda’ y los roles de hombres y mujeres”. 14 de noviembre. *20 minutos*. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2601794/0/percepciones-exposicion/roles-hombres-mujeres/historia-fotografia/> [Consultado 07-03-2017].



Stephanie Seymour y Marlon Teixeira, Terry Richardson, 2012.



Dolce & Gabbana, S. Klein, 2007.



Dolce & Gabbana, 2013.



Vogue Spain, Mario Testino, 2012.



Calvin Klein, 2016.



Lana del Rey, GQ, 2013.



Tom Ford: Fragrance for men, Terry Richardson, 2007.



Good Girl, Carolina Herrera, 2016.

“La cámara fetichiza (de forma inconsciente) la forma femenina y la presenta como un falo con el fin de suavizar la amenaza de la mujer. Es decir, los hombres convierten ‘ la propia figura representada en un fetiche, de modo que se convierta en algo tranquilizador y no peligroso (de ahí la valoración excesiva, el culto a la estrella femenina) ’ ” (Mulvey, 1975, pp. 14).

La mirada masculina, y por ende la tradicional ideología arcaica del hombre como “ser superior”, se ven proyectados en las revistas de moda de una manera implícita y explícita. No obstante, el exceso de la difusión de estas imágenes es de una magnitud tan grande que se asientan en el imaginario colectivo, se normalizan y no despiertan una visión crítica en la mayoría de los casos. Con los peligros que esto conlleva.

La mayoría de estas imágenes incitan a la violencia hacia la mujer, y otras, la hipersexualizan. La hipersualización está comenzando a ocurrir de una manera reiterada y enfermiza con la representación de las niñas. Esto puede tener grandes consecuencias en el modo en el que las niñas perciben su cuerpo y su sexualidad, con el objetivo de instruirse en el camino del culto a la imagen y la industria cosmética⁷⁰.



Kristina Pimenova, Cadeaux, 2011.

⁷⁰ Rosa Cobo Bedia, indica que el contexto en el que se produce esta hipersexualización es un “mercado libre y sin límites que ha entendido que los cuerpos de las mujeres son una mercancía de la que se extraen plusvalías necesarias para la reproducción social de los patriarcados y el capitalismo neoliberal” en Sen, C. (2017) “La hipersexualización de la sociedad: niñas sexis, infancia frágil” *La Vanguardia*. 19 de febrero.
<http://www.lavanguardia.com/vida/20170219/42143989742/hipersexualizacion-ninas-infancia-autoestima.html>
[Consultado 18-03-2017].

2.4.2. “El síndrome de la novia muerta” en las editoriales de moda

“La representación del cuerpo de la mujer es uno de los ejes principales del conflicto de género. Desde las primeras imágenes de la historia del arte occidental (venus desnudas, desparramadas, dóciles, sumisas o vírgenes y santas) hasta las imágenes producidas hoy en serie por los mass media (cuerpos maleables, enfermizos, transformados por la cirugía estética) el cuerpo de la mujer es plasmado de una manera sesgada, distorsionada y con una única función: la de ser mirado y deseado por la mirada masculina” (Yolanda Domínguez, 2014).



Ophelia, Millais, 1852.

Las imágenes y los cuerpos asociados al sexo femenino, al ser representadas desde y para la mirada masculina, son representadas con poses desgarbadas, como cuerpos débiles, abatidos, maleables, pasivos y despreciados.

Composiciones fotográficas que ayudan a la perpetuación machista, que doblaga a la mujer al rol de “ser débil”. Existen varias clases de modelos de representación en las editoriales de moda que denigran a las mujeres, como son: la fragmentación (la aparición de una parte del cuerpo, deshumanizada y sexuada), la proliferación de imágenes de mujeres con apariencia de maltrato o las hipersexuadas o las posturas imposibles y absurdas a las que se somete a las modelos. En este apartado hablaremos de un modelo de representación que difunden frecuentemente las revistas de moda más influyentes del mundo (Vogue, Elle, Vanity Fair, Harper’s Bazaar...).

Se le conoce como “Síndrome de la novia muerta” y se puede ver reflejado en el óleo de Millais sobre Ofelia. Se caracteriza por representar a mujeres en situaciones de sumisión o pasividad total, como cuerpos maleables que en ocasiones parecen enfermos o muertos. Todo tratado desde una estética glamurosa que incita al espectador a olvidar del mensaje implícito.



Amy Adams, Interview Magazine, 2014.



Lana del Rey, Mario Vivanco para GQ, 2013.



Kling, 2017.



Edita Vilkeviciute, Porter Magazine, 2016.



Elle Fanning, Vogue US, 2013.



Vogue Turkey, Norman Jean Roy, 2016.



Lindsay Lohan, Tyler Shields, 2012.



Harper's Bazaar, 2016.



W Magazine, Mario Sorrenti, 2016.

A continuación analizaremos los códigos que remiten a este sistema patriarcal desde el nivel enunciativo en un par de imágenes procedentes de editoriales de moda. El objetivo es observar la importancia de la mirada enunciativa y la importancia que presenta en la estructura social. "La imagen es cada vez más relevante y tiene más fuerza en nuestras vidas que nunca" (Annie Leibovitz, 2013).



Chloë Moretz, Love Magazine, 2013.

La posición adoptada por el fotógrafo respecto al sujeto es un plano cenital muy próximo, que connota en cierto modo una “relación de poder”. Determina el punto de vista y transmite una sensación de intimidad en cuanto a la distancia focal. Frente a la situación del plano, se encuentra la actitud de la modelo, que revela desasosiego, malestar y agonía. Estos sentimientos se acentúan con la puesta en escena y el sumergimiento de la cara en una especie de bañera, que provoca sensación de hundimiento y ahogo. La mimetización con el fondo, y el contraste entre los tres puntos principales a los que se dirige la mirada en la imagen: ojos y labios, (así como la proximidad con el rostro) constituyen las marcas textuales en las que se aprecia la existencia de un enunciador que controla la representación. Asimismo la palidez del rostro aumenta esta sensación de muerte con la que el fotógrafo siente deleite.



Ai tominaga wears Prada, Izima Kaoru, 2003.

El fotógrafo capta esta fotografía desde una altura considerable, componiendo un plano picado (casi cenital) en el que recoge el contexto y a la modelo dentro del mismo encuadre. Implica una relación de poder clara, de dominación-sumisión por parte del enunciador y la modelo. La modelo se mantiene ajena a la presencia del fotógrafo, no hay contacto directo ni palpable con la cámara. Sin embargo existen indicios de pose. Por su parte, la postura de la modelo remite a la muerte misma, está inmóvil, paralizada... revela una sensación de soledad junto al encuadre tan dilatado y limpio que ha compuesto el enunciante. El contraste de tonalidades entre el amarillo y el gris del suelo, combinan con la vestimenta de la modelo, e indican la presencia del enunciador. Existe un trabajo de reproducción palpable. La posición y lugar en que se ha posicionado a la modelo y lo cuidado que está la dirección de movimiento del pelo son señales que presentan las marcas enunciativas. Además esta imagen podría remitir a una situación de fetichismo por parte del fotógrafo.

Esta no es la única imagen del fotógrafo que remite a la muerte de la figura femenina sino que todas sus obras tienen este mismo componente. “¿Por qué no puede ser un cadáver hermoso?”⁷¹ (Kaoru, 2000).



La cuestión es porque solo las mujeres son representadas así. El fotógrafo japonés redefine la elegancia, representando la muerte del cuerpo femenino con una composición y estética refinada y llamativa, lo cual causa una situación de contradicción con la obra, frente al que mira.

⁷¹ Artículo sobre la moda y la muerte en la obra de Izima Kaoru en *Moda y muerte*. Disponible en: <https://modaymuerte.wordpress.com/izima-kaoru/> [Consultado 18-03-2017].

Las situaciones masoquista inmovilizan a la mujer espectadora. Se le niega el placer de la identidad imaginaria [...] Los hombres masculinos idealizados devuelven al varón el espectador su imagen reflejada y perfeccionada junto a una sensación de dominio y control. En cambio, a la mujer no se le ofrecen más que figuras desamparadas y convertidas en víctimas⁷².



Fuente: stopfemaledeathinadvertising.com

Según el artículo 3 de la Ley 34/88 General de Publicidad: “se declara ilícita la publicidad que presente a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la

⁷² Véase Mary Ann Doane “The woman’s film; possession and address”, ponencia presentada en la conferencia sobre Historia del Cine, Asimolar, Monterey, mayo de 1981, pp. 3-8, de próxima publicación en Mulvey. L. (1975) *Visual pleasure and narrative cinema*, New York: Oxford UP, pp. 59.

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género”⁷³. Sin embargo estas imágenes se siguen repitiendo sin ninguna sanción e impedimento. Rara vez provocan reacción.

Yolanda Domínguez (artista audiovisual, experta en comunicación y género) en su obra Niños vs Moda expone la problemática de la violencia con la que se representa a las mujeres en las editoriales de moda. En este trabajo a modo de video se puede ver cómo los niños visualizan la problemática de estas representaciones mejor que los adultos.



Los elementos culturales han sido cruciales para en el origen y desarrollo del sometimiento de las mujeres. Han sido excluidas del poder de actuación y pasan de la subordinación al consentimiento⁷⁴. Hay maneras mucho más originales e interesantes de retratar a las mujeres. “La cultura ha construido la feminidad como tal, que se transmite a través de generaciones mediante una socialización desigual de niños y niñas. Por tanto, la modificación de la

⁷³ Instituto de la mujer y para la igualdad de oportunidades. Disponible en: <http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observimg/home.htm> [Consultado 24-02-2017].

⁷⁴ “Toda su educación conspira para cerrarle los caminos de la rebeldía y de la aventura (...) La mujer acepta alegremente estas mentiras porque la invitan a seguir la pendiente de la facilidad; desde su infancia y a lo largo de toda su vida la miman, la corrompen, designándole como su vocación esta dimisión que tienta a todo existente angustiado su libertad” (Simone de Beauvoir, 1949).

situación dependerá de la transformación de los elementos culturales”⁷⁵. Existe una demanda real de mujeres fuertes y con poder de decisión con las que identificarnos.

2.4.3. El ideal de belleza como propulsor de la coacción de las mujeres

Los medios de comunicación, sobre todo las revistas de moda, son piezas clave en la subsistencia de el culto al narcisismo femenino, el culto al “nacida para gustar”⁷⁶. La fotografía de moda, siempre incide en la misma cuestión: la perfección del cuerpo, sin cuestionarse el daño que puede causar.

“Los medios de comunicación, la industria de la moda y la de la cosmética han creado un problema "artificial" [...] No solo tiene que ver con las modelos: hoy en día ninguna mujer tiene el cuerpo "adecuado" más de una o dos temporadas. La moda se puede aplicar en todos los niveles económicos. No importan los detalles del cambio de los cánones belleza (si se llevan las curvas, los huesos, las altas o las rubias), el hecho es que siempre habrá alguien que los defina y es la mujer la que se tiene que adaptar a ellos” (Mary Evans Young, 2014)⁷⁷.

La feminidad y los cuerpos femeninos han sido concebidos de formas muy diversas a lo largo de la historia. Lo que no ha variado, es la normalización y estandarización de las mujeres (sus comportamientos y sus cuerpos) en función de los intereses económico-políticos imperantes en cada época⁷⁸. “Una portada o un desfile tienen un gran impacto. Al tomar estas decisiones pueden cambiar las cosas y siempre puedes elegir no perpetuar una convención o una representación incorrecta”⁷⁹.

⁷⁵ López, S. (2012) *Simone de Beauvoir. El segundo sexo. Lectura crítica de la introducción y conclusión*. Valencia: Diálogo.

⁷⁶ Ana de Miguel (2015) *Neoliberalismo sexual*. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra, pp. 85.

⁷⁷ Véase Mair, A. (2014) “¿Cómo afecta la industria de la moda a la autoestima de las mujeres?” *I-D Vice*. 26 de diciembre. Disponible en: https://i-d.vice.com/es_es/article/cmo-afecta-la-industria-de-la-moda-a-la-autoestima-de-las-mujeres [Consultado 10-06-2017].

⁷⁸ Elena G M (2017). “Norma-lización del cuerpo femenino”. 15 de abril. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2017/04/norma-lizacion-del-cuerpo-femenino/> [Consultado 10-06-2017].

⁷⁹ Véase entrevista a la modelo Adwoa Aboah en Eugenia de la Torre (2017). Entrevista Adwoa Aboah. *Vogue*. 349,

La influencia que estos estereotipos canónicos generan en la sociedad rechazo y discriminación. Los medios solo presentan (en su mayoría) mujeres guapas, delgadas, jóvenes y blancas, todo lo demás está fuera. “La falta de diversidad racial, es pura vagancia. No entiendo q quien todavía se comporta así. No quiero volver a oír que la ropa no le queda bien a las modelos negras o que las rubias venden más”⁸⁰.



Victoria's Secret, 2014.

“No se trata de un contragolpe planificado ni de una conspiración, sino de una tendencia impulsada por los medios masivos de comunicación, la sociología y psicología populares, la industria de la moda y cosmética y una amplia gama de industrias culturales que producen imágenes para una economía de consumo en la que las propias mujeres son consumidoras y bienes de consumo que se juzgan a sí mismas según parámetros inalcanzables, que merman sus vidas porque sienten “una obsesión con el físico, un terror de envejecer y un horror a la pérdida de control” sobre sí mismas” (Naomi Wolf, 1991).

(274), pp. 182.

⁸⁰ Véase entrevista a la modelo Adwoa Aboah en Eugenia de la Torre (2017). Entrevista Adwoa Aboah. *Vogue*. 349, (274), pp. 182.

Todo lo que comporte la decisión personal de mujeres que se alejan de la feminidad dictada como normativa o el canon de belleza a seguir, se castiga y estigmatiza⁸¹.

A comienzos de este mes, aparecía en la prensa el caso de una alumna expulsada en un instituto por no llevar sujetador: “Expulsan a una alumna por ir sin sujetador a clase ya que podría «distraer a los profesores varones»⁸²”. Según informa el medio, una madre de un compañero denunció que el acto pudiera distraer a los profesores. Se atribuye al hombre unos sentimientos de violencia hacia la mujer “naturales” y la reprimenda para ella.

“Decidir y actuar es lo que define al ser humano por ello es sobretodo libertad. El ser humano es también “mitsein”, “ser-con-otros”, existencia compartida y los demás pueden contribuir al desarrollo de la libertad propia o pueden obstaculizarla”⁸³.

No sería justo decir que no ha habido mejoras en cuanto a la emancipación de las mujeres, sin embargo sigue habiendo reticencias en algo tan básico como la reapropiación del cuerpo femenino y la aceptación de otras feminidades normativas. Esta ideología se difunde a través de la imposición de normas de comportamiento diferentes según el sexo y presenta la forma de una coacción porque difunde poderosas imágenes en torno a cuál es la identidad correcta, no desviada de una chica y la de un chico⁸⁴.

“Fui a un internado para chicas y siempre tuve envidia de las chicas de mi clase que no tenían celulitis y que tenían lo que a mí me parecía un cuerpo perfecto. Cuando hojeaba las revistas, las modelos y las famosas que aparecían en ellas tampoco tenían celulitis; y, si la tenían, en los tabloides eran

⁸¹ Esta pérdida de libertad y control de las mujeres sobre nuestro propio cuerpo tiene múltiples y graves consecuencias [...] Si no se asumen estos mandatos de género, se activarán los mecanismos de sanción social por transgredir la norma (Ana de Miguel, 2015).

⁸² Véase E. C. (2017) “Expulsan a una alumna por ir sin sujetador a clase ya que podría «distraer a los profesores varones»” 2 de junio. *El Comercio*. Disponible en: <http://www.elcomercio.es/sociedad/201706/02/expulsan-alumna-sujetador-clase-20170602222116.html> [Consultado 3-06-2017].

⁸³ López, S.(2012) *Simone de Beauvoir. El segundo sexo. Lectura crítica de la introducción y conclusión*. Valencia: Diálogo, pp. 31.

⁸⁴ Ana de Miguel (2015). *Neoliberalismo sexual*. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra, pp. 36.

objeto de mofas por ello o eran destronadas por periodistas que posiblemente también tuvieran celulitis”⁸⁵.

En 1949 Simone de Beauvoir ya hablaba de la presión social la que estaba sometido el cuerpo femenino: “La mujer es un producto más elaborado por la civilización[...] en tanto que no haya producido las consecuencias morales, sociales, culturales etc... que anuncia y que exige, la mujer nueva podrá aparecer” (Simone de Beauvoir, 1949, pp. 41).

Hasta que la mujer no se afronte a la realidad y haga frente a los mandatos del patriarcado no conseguirá su libertad. Durante décadas, la publicidad y las tradiciones sociales han educado a la mujer bajo el pretexto que su vello corporal es inapropiado, antiestético e incluso se ha llegado a calificar de innatural y asqueroso. Otro mito patriarcal vigente todavía es el hecho de que las mujeres que no se depilan son poco higiénicas, o se califican de “axila masculina”, sin embargo los hombres que tienen vello además de ser limpios son atractivos. El sistema patriarcal ha logrado formar un sistema de control tan potente que las mujeres miden sus comportamientos y actos sobre todo en el espacio público⁸⁶.

Siguiendo este punto, el fotógrafo británico Ben Hopper recoge en su serie fotográfica *Natural Beauty* la belleza del vello femenino. “No quiero decir que quiero que las mujeres comiencen a dejarse crecer el pelo en sus axilas. Solo digo que es una posibilidad y la gente no debería desperdiciarla. Me gustaría que las personas cuestionen (los estándares de belleza), la cosa entera”.

⁸⁵ La modelo Charli Howard habla sobre el tabú de la celulitis en Moss. R (2017). “La foto de una modelo que demuestra que la celulitis es natural” 13 de abril. *Huffington Post*. Disponible en: http://www.huffingtonpost.es/2017/04/13/la-foto-de-una-modelo-que-demuestra-que-la-celulitis-es-natural_a_22036589/ [Consultado 30-05-2017].

⁸⁶ Kim Kardashian pierde más de 100.000 seguidores tras publicar unas fotos en las que se veía su celulitis, finalmente lejos de ser honesta y sentido la necesidad de justificar que se trabaja de un retoque fotográfico y la falta de ejercicio en Pérez. M. (2017) “Kim Kardashian tiene algo que decir sobre las famosas fotos de su celulitis, pero no es lo que esperábamos”. 21 de junio. *Vogue*. Disponible en: <http://www.vogue.es/celebrities/articulos/kim-kardashian-polemica-celulitis-photoshop/30044> [Consultado 21-06-2017].



Natural Beauty, Ben Hopper, 2007.

“Esta no es una meta ya alcanzada, el camino para su consideración y expresión está abierta y toca a cada una contribuir, con la apropiación y valoración de su propio cuerpo, a alcanzar la tan anhelada autonomía y por extensión su liberación del placer "el placer depende del cuerpo y sólo se alcanza si nosotras decidimos sobre nuestro cuerpo; nuestro deber moral básico es apropiarnos de nuestro cuerpo; el cuerpo controlado por otros no permite el goce y nadie puede llamarse a sí misma libre si no decide sobre su cuerpo” (García Aguilar, 2004).

3. Preproducción

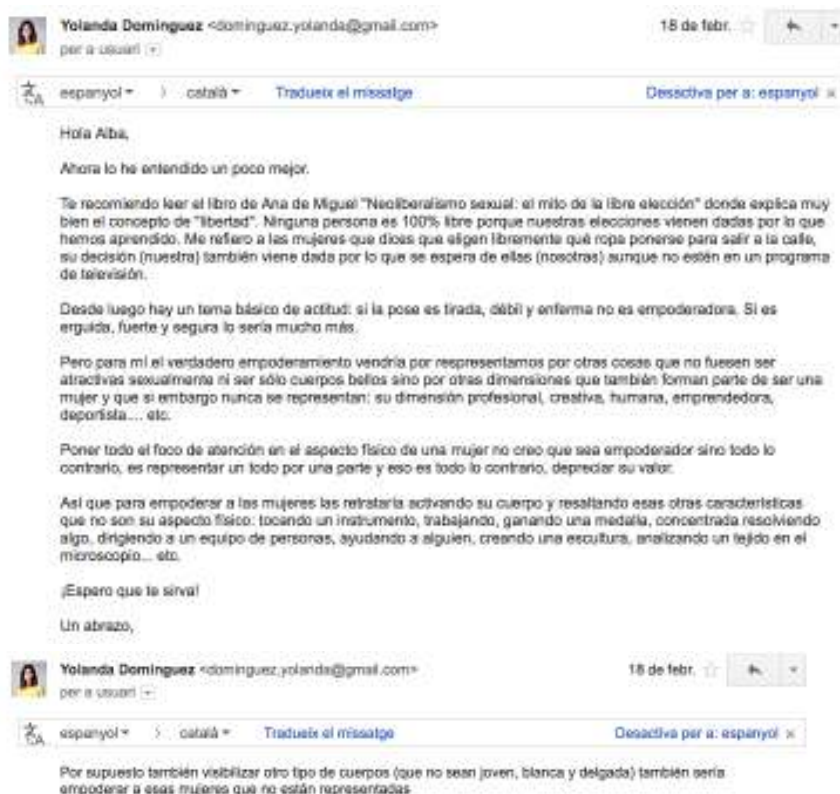
Todo proyecto fotográfico y audiovisual cuenta con un trabajo previo de planificación e investigación. En este apartado se recogen las decisiones formales. A parte de las pruebas de iluminación, búsqueda de modelos, localizaciones y decisiones de atrezzo o vestuario. Asimismo la investigación teórica previa, y las obras fotográficas y autores de referencia⁸⁷, han sido decisivos en la elaboración de la preproducción.

⁸⁷ Véase pág. 32.

3.1. Evolución sobre las decisiones discursivas

La idea discursiva del proyecto fotográfico ha sufrido variaciones en su evolución, y se han visto fundamentadas por la investigación teórica y la inspiración de algunos fotógrafos o series fotográficas. En un primer momento la decisión discursiva del proyecto fotográfico era la de trabajar la representación de la mujer en el mundo de la moda. El interés suscitado por esta idea principal se debe a una predilección personal por el mundo de la moda. Una vez comenzó la investigación, la dirección del proyecto cambio al percibir el modo en el que de una manera constante se comercializa con el cuerpo femenino.

Por lo que en un primer momento y teniendo en cuenta esto, la idea se basaba en mostrar a mujeres alejadas de los estereotipos reproducidos en estas revistas, representando a mujeres en otros aspectos⁸⁸. En este momento nos pusimos en contacto con la activista visual Yolanda Domínguez para conocer su opinión sobre algunas dudas que surgieron:



⁸⁸ Véase Sesiones Previas. Sesión 2.

Sin embargo la necesidad de crítica hacia estas representaciones era tal que surgió la idea de hacer visible estas representaciones a través de un cambio de rol. La idea era posicionar a hombres en las mismas posturas que se le adjudican a las mujeres, emular el nivel formal de las fotografías y los elementos de atrezzo y vestuario. Esta idea surgió por la reacción social que ocasiona que un hombre se coloque en dichas posturas o situaciones. En este caso, se visualizará la violencia porque esta representación no está normalizada. Por lo que de las más de 100 fotografías recopiladas de revistas como GQ, Vogue o campañas de Chanel, Calvin Klein⁸⁹... Se realizó una selección de 9 imágenes que fueron las que se llevaron a cabo.



Una vez seleccionadas, se realizó una sesión en el plató de fotografía para poder evaluar los resultados⁹⁰. La idea tenía potencial y lograba su objetivo, sin embargo relegaba un tema tan relevante y amplio como este en un plano muy superficial. En este punto, se decidió dar un giro hacia la representación de lo femenino en hombres y mujeres. Se llegó a esta conclusión tras percibir que la discriminación sexual vienen de un estigma hacia lo femenino. El objetivo era realizar las fotografías en ambientes naturales. En el aspecto formal, se

⁸⁹ Véase apartado 2.4. La mujer como cuerpo maleable en los medios de comunicación desde un nivel enunciativo de análisis.

⁹⁰ Véase apartado Producción, Sesión 3. Prueba cambio de rol y feminidad.

buscaban espacios abiertos, exteriores, concretos y habitables (con el contexto que aparecía dentro del encuadre). Que los sujetos se mimetizaran con el entorno y la luz fuese natural. Nir Arieli y Annie Leibovitz eran los principales fotógrafos de referencia, por el trabajo de mimetización que hacían del hombre en relación con la naturaleza. Arieli apunta que en esta serie de fotografías intenta mostrar el lado femenino de los hombres según su punto de vista está reprimido por ellos y olvidado por los demás: “gentleness, uncensored emotion, vulnerability — all of these became, under the influence of the social evolution, unnatural characteristics when manifested by men (Nir Arieli 2014).



MADBOOTS DANCE CO, Nir Arieli, , 2014.



Leonardo DiCaprio, Annie Leibovitz, 1997.

En este momento del trabajo conseguimos ponernos en contacto con Nir Arieli para que nos aconsejara y nos diera su punto de vista sobre cómo se puede potenciar esa parte femenina asociada a las mujeres en los hombres:

26 DE ABRIL DE 2017 23:03



Hey Alba! Thanks for writing. It is hard to give exact tips but I'd say that from my experience, to reveal "feminine" traces, you should imply on your own qualities that society considers feminine. Just be gentle with your subjects, explain to them what you are trying to achieve, show them some references, direct them softly and give them positive feedback when they are getting into something you like (a position, expression, way of holding the body...) you can also use soft light, and include symbolic things that are going to contribute, like certain colors or textures (or bed sheets or curtains etc.). Much luck with thi project! Nir

El objetivo de esta idea narrativa era revalorizar un término que históricamente se ha visto vinculado con la debilidad. Antes de comenzar las sesión en las que trabaja los sujetos compartían que era para ella/os lo femenino. Lo curioso es que ellas mismas reconocían que su pensamiento estaba estereotipado, de una de las modelos surgió la idea de que la feminidad "normativa" es una imposición, una pose.



Fue en este momento cuando tras releer *El Segundo sexo* de Simone De Beauvoir, cuando hallamos la idea definitiva. El pilar en el que se sustentaba era el mismo, reivindicar el papel del sujeto femenino y la necesidad de revalorizar la feminidad normativa, pero no desde “lo femenino” (ya que es un constructo social) sino desde la reapropiación del cuerpo femenino.

A pesar de tener decidida la idea discursiva, el nivel formal en el que se apoyaba la serie no era definitivo. En un primer momento, apostamos por realizar primeros planos a los elementos que rompen con la mirada masculina, es decir, el vello corporal femenino, la celulitis, las “imperfecciones”, estrías... La serie fotográfica *Flush* era la principal vía de inspiración en ese momento:



Flush, Prue Stent, Clare Longley y Honey Long, 2016.

Respecto a los elementos formales, en este momento se apostaba por la simplicidad (dando importancia al elemento principal, en un primer plano, y lo demás en un segundo plano, en fuera de foco), la textura era un elemento de gran importancia ya que se iban a fotografiar pieles y se buscaba resaltar determinadas sensaciones en quien lo contemplase. La iluminación debía ser en clave alta y precisa por los aspecto comentados.



Este cambio de dirección formal (al definitivo) se produjo por dos motivos: el primero, porque no se acababan de lograr los elementos formales, sobre todo por la iluminación y la falta de textura de las fotografías. Y en segundo lugar, porque a pesar de haber retirado la idea de los retratos, se despertó un interés interno por el mundo de los retratos y el nivel de expresividad que pueden llevar a transmitir.

Por todo esto, el principal objetivo era realizar retratos con una dimensión psicológica, de mujeres que aceptan sus condiciones y su cuerpo. La idea creativa era la realización de unos retratos con un aspecto formal que evoque

la fotografía de moda de los retratistas comentados con anterioridad, pero sobre todo transmitir a través de los retratos.

El elemento primordial que busca este proyecto a nivel formal (y con ello lograr los objetivos señalados) es posicionar al sujeto en el centro de la imagen, dándole el punto importante donde se dirige la mirada del espectador. Por tanto, respecto a la decisión formal se apuesta por seguir los siguientes elementos: una combinación (según cual sea el elemento a resaltar) de primeros planos y/o planos medios, para favorecer la identificación del lector. La posición del sujeto debe estar en el centro de la imagen, y el contexto en el que se encuentra fuera de foco, para dar al sujeto la importancia que se busca. La simplicidad es un aspecto clave, así como el formato en blanco y negro (por su fuerte componente expresivo). Así como el contraste entre colores, precedente de las características de los fotógrafos mencionados como Irving Penn o Richard Avedon. Todas las imágenes deben tener una iluminación en clave alta que proporciona mayor visibilidad y detalle del rostro fotografiado. La textura es un elemento primordial, ayuda a la identificación y a que parezca tangible. Respecto a la composición, el peso de los elementos retratado debe ser equivalente, por ello se coloca a los sujetos en el centro de la imagen. Este elemento junto con la actitud y la pose, ayuda a captar la personalidad del sujeto. Otro aspecto importante es la toma de la imagen, en este caso se busca que sea desde la altura del elemento retratado para que no exista una relación de poder disonante.

Asimismo como se ha comentado en el apartado de fotógrafos de referencia en el marco teórico, el proyecto se fundamenta en tres colores clave presentes en las obras de estos fotógrafos: blanco, gris y negro. Esta elección, (junto con el uso de un buen focal) de máxima importancia ya que sirve para recalcar a la persona retratada y que poder controlar el recorrido visual del espectador, sin que se distraiga con otros elementos.

3.2. Localizaciones

Las 11 localizaciones escogidas forman parte de la vida diaria de los sujetos retratados. Se busca una complicidad y tranquilidad del retratado frente a la cámara, y el contexto es decisivo. Todas las fotografías se han realizado en el Puerto de Sagunto excepto tres, donde el equipo técnico se ha trasladado al lugar de procedencia del sujeto: Canet, Valencia y Port-Saplaya.

3.3. Casting

Este proyecto trata de visualizar la aceptación del cuerpo por parte de las mujeres. Por lo tanto, todas las mujeres fueron elegidas bajo esta premisa.

Las mujeres seleccionadas son mujeres que aceptan su cuerpo, y es por eso mismo que hemos contactado con ellas. Este elemento ha ayudado a la elaboración de los retratos. Mujeres de un rango de edad muy amplio, desde la adolescencia hasta la vejez, mostrando que la opresión acusa a todas por igual. Un objetivo primordial, era que se alejasen de la pose, se busca un elemento psicológico más allá de la estética. Por tanto, este proceso requiere un acercamiento con la modelo, hay que entablar conversación, que se relajen frente a la cámara y así poder captar parte de su personalidad con un gesto, una mirada, el carisma...

3.4. Plan y esquemas para la producción

En este apartado solamente aparecen los esquemas de iluminación de las fotografías que se laboraron con una idea previa, no todas las sesiones han contado con una minuciosa planificación previa, sino que han surgido de la improvisación y del contacto con la modelo ya que uno de los objetivos es eliminar cualquier indicio de pose.

FOTO MAQUILLAJE
(Mario Testino: Towel Series)



→ Escote.

→ Toallas y albornó.

- Altura de los ojos
- PM. Frontal

FOTO CERVICIS (repetir) → 50mm (+difusor)



→ Escote.

- PP de la cervical y PM del sujeto en el reflejo del espejo.

- Anillos
- Camiseta blanca y bragas de color claro.
- BANDO O DORMITIDOR

Iluminación:



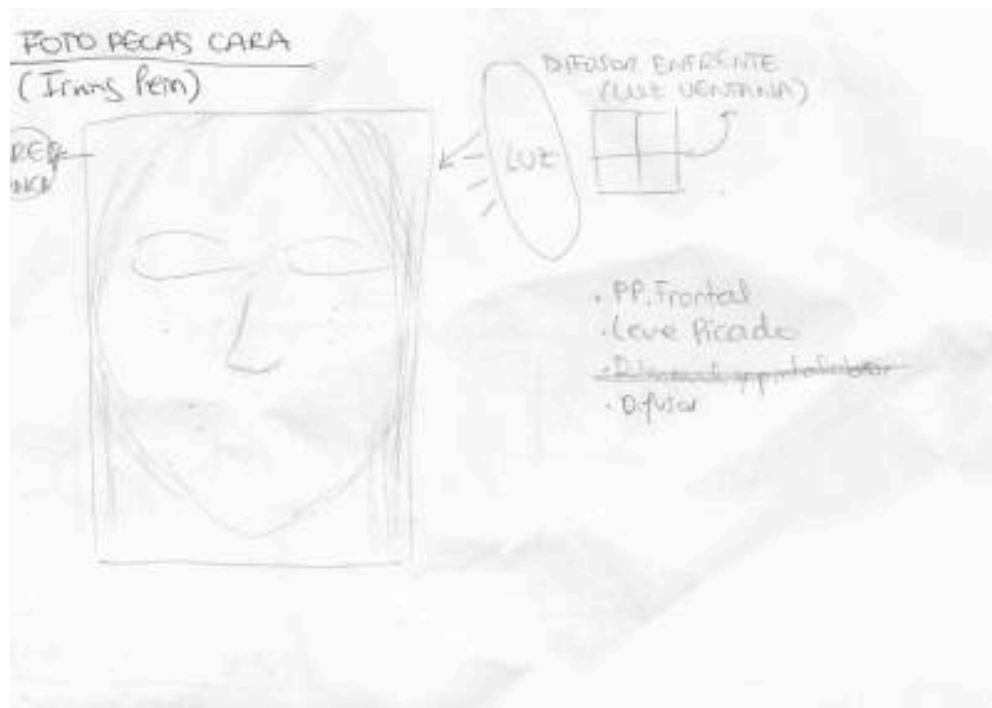
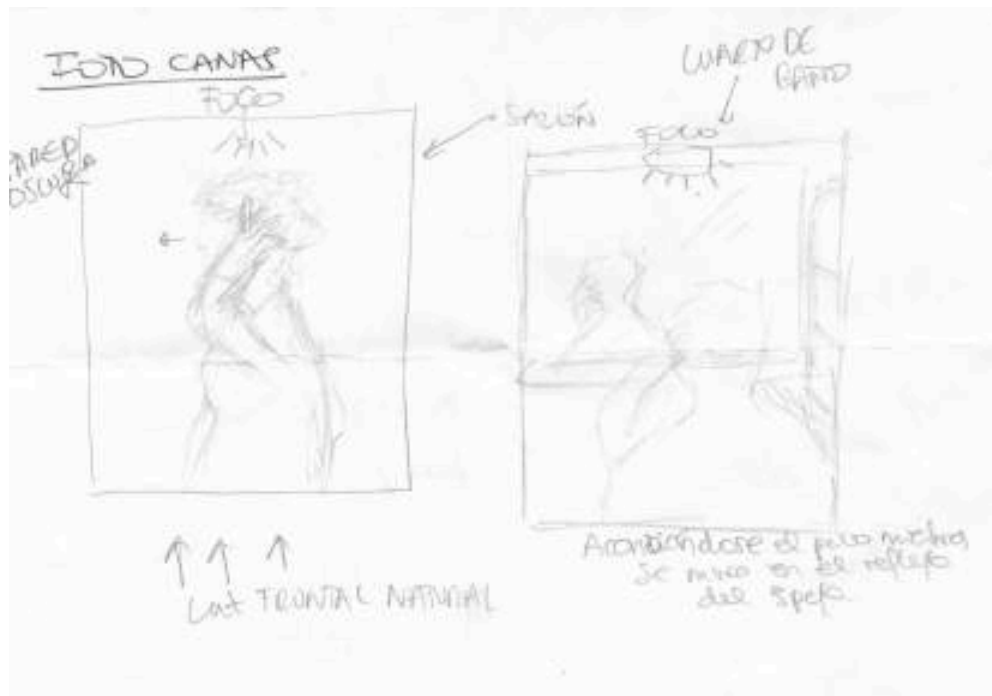


FOTO. PERO EN LA AXILA

5
GPP
K



Iluminación:

- Camiseta negra de tirante
- PML
- Fondo negro
- Difusor
- Sömm



FOTO. TIEMPO

(Pirelli, Peter Lindbergh)



- P.M. Apoyada en el muro y mirando por la izquierda
- Difusor



3.2. Fotógrafos referenciales

La principal inspiración fotográfica de este proyecto es el espíritu monocromático, la tensión tonal y psicológica de sus retratos y la composición de los planos de las obras de los fotógrafos de moda mencionados con anterioridad⁹¹.



Natural Beauty, Ben Hopper, 2007.

⁹¹ Véase apartado "Fotografía como arte. Fotografía de moda, retrato y estilo creativo" y página 69.



Irving Penn.



Peter Lindbergh ha sido el encargado de realizar el Calendario Pirelli de este año. Crea unas imágenes que representan el paso del tiempo y donde se reivindica la autenticidad y naturalidad. Además de mostrar a actrices sin maquillaje todos en todos los retratos de esta serie las manos toman una posición fundamental que ayuda al fotógrafo y a la modelo a que el mensaje sea más potente y veraz. Consigue el componente psicológico que busca. De este fotógrafo es de donde se ha salido la idea de los tonos grisáceos.



Julianne Moore, Peter Lindbergh, 2017.

Se toma como referencia también, *Towel Series* de Mario Testino, una serie donde todas las modelos visten un albornoz y una toalla en la cabeza. Este vestuario sirve como componente simbólico de la naturalidad y autenticidad que busco en este retrato, pero a diferencia de la imagen de Testino.



Towel Series, Mario Testino, 2014.



4. Producción

4.1. Estructura de la producción. Organigrama y material técnico

El material técnico empleado ha ido cambiando por las circunstancias, disponibilidad y días de las sesiones. Las cámaras empleadas son: Canon Mark IV, Canon 1300 y Canon 40D. Los objetivos empleados en las sesiones finales del proyecto son el 105mm y el 50mm por la distancia focal que permiten. Respecto a la eliminación se ha utilizado en ocasiones un difusor para poder obtener más luz controlando la luz dura natural.

4.1.1. Sesiones previas

Sesión 1. Aproximación al cambio de rol en la presentación.

Interior //Fecha:19/02/2017 Horario: 11:00 a 14:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Imitación de la foto: Campaña de Chanel (2013) Leve picado	Mobiliario	Luz natural	Pantalón y camiseta	Entrada casa	Simón
Foto 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Imitación de la foto: Guy Bourdin Contrapicado	Cuadro	Luz natural	Pantalón y camiseta	Entrada casa	Simón



Chanel, 2013.



Guy Bourdin



Sesión 2. Otra representación del las mujeres.

Interior //Fecha:21/02/2017 Horario: 16:00 a 20:00h							
	Material técnico	Descripción		Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Mujeres leyendo libros y mirando fotografías sentadas en el suelo	Libro y laminas de fotografías	2 focos	2 vestidos morados	Plató de fotografía	Laura y Yanina
Foto 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Mujer realizando una foto	Cuadro	2 focos	Poncho	Plató de fotografía	Laura



Esta cuestión fue descartada, a parte de por la cuestión comentada anteriormente, porque si se quería seguir esta línea, debía ser con mayor conocimiento y con un estudio previo de preproducción y casting donde las personas elegidas fueran seleccionadas por sus actividades. Así pecaba de incrédulo.

Sesión 3. Prueba cambio de rol y feminidad.

Interior //Fecha:21/02/2017 Horario: 16:00 a 20:00h							
	Material técnico	Descripción		Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo

Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm 24 mm y 50 mm	Imitación imagen: <i>Kendall Jenner</i> . GQ Magazine, 2015.	Sábana	3 focos	Camiseta y pantalón	Plató de fotografía	Cristian
Foto 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Imitación imagen: <i>Paco León</i> . Paraíso Magazine, 2015.		3 focos	Vestido, camiseta, pantalón y chaleco	Plató de fotografía	Marta y Samuel
Foto 3	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Imitación imagen: <i>Candice Swanepoel</i> . Mario Sorrenti, 2014.		2 focos	Camisa y pantalón	Plató de fotografía	Cristian
Foto 4	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Imitación imagen: <i>Kate Moss Y Mark Wahlberg</i> , Calvin Klein, 1992.		3 focos	Top y pantalones	Plató de fotografía	Cristian y Marta
Foto 5	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Imitación imagen: <i>Tom Ford & Raquel Zimmermann</i> , Craig McDean.		3 focos	Camisa y chaqueta	Plató de fotografía	Marta y Samuel
Foto 6	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Imitación imagen: Interview Magazine, 2014.		2 focos	Camisa y pantalón	Plató de fotografía	Samuel
Foto 7	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Hombre con sombrero de perfil y con los labios pintados		1 foco	Camiseta y sombrero	Plató de fotografía	Cristian

	Canon Mark IV, Objetivo 105mm, 24mm y 50 mm	Hombre con labios pintados.		1 foco	Camiseta y sombrero	Plató de fotografía	Cristian
--	---	-----------------------------	--	--------	---------------------	---------------------	----------



Kendall Jenner, GQ Magazine, 2015.



Paco León, Paraiso Magazine, 2015.





Candice Swanepoel. Mario Sorrenti, 2014.



Kate Moss Y Mark Wahlberg, Calvin Klein, 1992.





Tom Ford & Raquel Zimmermann, Craig McDean.



Interview Magazine, 2014.

Aunque se percibía una mejora en los aspectos técnicos y sobre todo en la dirección de los modelos, esta idea además de que no profundiza en el tema, era bastante ardua. Buscar un vestuario, localizaciones, y lograr una aproximación en los aspectos finales no era un trabajo fácil, aunque realmente que la principal razón de rechazo fue la superficialidad de la idea, a pesar de en la realización de las pruebas funcionase. Incluso los modelos vieron en sus carnes lo ridículos y dolorosas que son algunas posturas.



Sesión 4, 5 y 6. Feminidad.

Sesión 4.

Interior //4/04/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm 24 mm y 50 mm	Primer plano del rostro.	Sábana	Luz natural	Camiseta	Parking	Laura

Foto 2		Mujer sentada en una acera, plano general		Luz natural	Camiseta y falda	Parking	Laura
--------	--	---	--	-------------	------------------	---------	-------



Interior //16/04/2017 Horario: 16:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm 24 mm y 50 mm	Retrato de perfil		Luz natural	Camisa, sombrero, gafas de sol y pantalón	Albufera	He
Foto 2				Luz natural	Camisa y pantalón	Albufera	He



Sesión 5.

Interior //19/04/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon 40D, objetivo 55-85mm			Luz natural	Camiseta y pantalón	Bosque	Vicky y Laura
Foto 2	Canon 40D, objetivo 55-85mm	Sentada en una roca y apoyada en su mano mirando hacia la izquierda.		Luz natural	Camiseta de tirantes	Bosque	Laura
Foto 3	Canon 40D, objetivo 55-85mm			Luz natural	Camiseta y pantalón	Bosque	Vicky y Laura



Sesión 6.

Interior //22/04/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon 40D, objetivo 55-85mm	Hombre con flores en la oreja	Flores	Luz natural	Camiseta	Parque	Pascual



En cuanto a este planteamiento se rechazó por dos razones. En primer lugar las localizaciones no permitían que el sujeto fuera el único punto al que se dirige la mirada. El contexto dentro del encuadre dificultara la dirección de mirada. En segundo lugar por una cuestión personal y de investigación, ya que si la feminidad es un constructo social y lo que quiero acabar es con la feminidad normativa no puedo alimentar estos estereotipos.

Sesiones. Reapropiación del cuerpo femenino. P1.

Sesión 7.

Interior //24/04/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon 40D, objetivo 55-85mm	Estrias		2 focos		Salón	Laura

Sesión 8.

Interior //26/04/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon 40D, objetivo 55-85mm	Varices		1 foco y luz natural		Salón	Vicky



Respecto a esta idea se realizaron más de 5 sesiones, pero como hemos comentado antes fue rechazada porque no cumplía con los requisitos formales planteados ni ayudaba a cumplir los objetivos. A pesar de que ayudase a la identificación se podía personalizar más, a través del retrato.

2.1.2. Sesiones retratos definitivos

Reapropiación del cuerpo femenino. Retratos finales.

Sesión 10.

Interior //26/04/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato frontal	Toallas	Luz natural	Albornóz y toalla	Balcón	Marta
Foto 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Leve escorzo			Camiseta	Balcón	Marta
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Mujer acariciándose el pelo			Camiseta	Salón	Mari

Sesión 11.

Interior //26/05/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato de perfil con los brazos levantados y apoyados en la cabeza		Luz natural y un difusor	Camiseta de tirantes	Balcón	Ainara
Foto 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato de perfil con los brazos levantados y apoyados en la cabeza		Luz natural y un difusor	Camiseta de tirantes	Balcón	Ainara
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato de perfil con los brazos levantados y apoyados en la cabeza		Luz natural y un difusor	Camiseta de tirantes	Balcón	Ainara
Exterior. Fecha:26/05/2017 Horario: 12:00 a 14:00h							

	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato de perfil con los brazos levantados y apoyados en la cabeza		Luz natural y un difusor	Camiseta de tirantes	Balcón	Ainara
Foto 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato de perfil con los brazos levantados y apoyados en la cabeza		Luz natural y un difusor	Camiseta de tirantes	Balcón	Ainara
Interior. Horario: 16:00 a 20:00h							
Foto 1	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato frontal		Luz natural y un difusor	Camiseta	Patio de luces	Lucía
Interior. Horario: 20:00h a 21:00h							
Foto 1 y 2	Canon Mark IV, Objetivo 105mm y 50 mm	Retrato frontal con la cara apoyada en el brazo		1 foco y un difusor	Camiseta	Salón	Sonia

Sesión 12.

Interior //06/06/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1	Canon 40D, Objetivo 50 mm	Escorzo		Luz natural	Camiseta palabra de honor	Calle	He

Sesión 13.

Interior //11/06/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1 y 2	Canon 40D, Objetivo 50 mm	Retrato frontal y vertical con camiseta de tirantes y sin sujetador	Macetas balcón	Luz natural	Camiseta de tirantes	Salón	Olga

Sesión 14.

Interior //20/06/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1 y 2	Canon 1300, Objetivo 105 mm	Retrato frontal y de perfil acariciándose el pelo con las manos		Luz natural	Camiseta	Calle	Noemi
Foto 1 y 2	Canon 1300, Objetivo 105 mm	Escorzo		Luz natural	Camiseta	Calle	Noemi

Sesión 15.

Interior //26/06/2017 Horario: 17:00 a 19:00h							
	Material técnico	Descripción	Atrezzo	Iluminación	Vestuario	Localización	Modelo
Foto 1 y 2	Canon 1300, Objetivo 105 mm		Toalla y albornóz	Luz natural	Camiseta	Calle	Marta
Foto 3 y 4	Canon 1300, Objetivo 105 mm			Luz natural	Camiseta	Calle	Isabel

Foto 5 y 6					Camiseta	Calle	Laura
---------------	--	--	--	--	----------	-------	-------

2.2. Modelo de cesión de derechos

En la era de la comunicación, con la cantidad de imágenes que se generan y se comparten en las redes no se tiene en cuenta la importancia de la autoría en los contenidos audiovisuales. Los derechos de imagen son muy importantes por lo que en este caso hemos usado una plantilla donde esta plasmado el consentimiento por parte de todas las personas que han participado y aparecido en las fotos, tanto en las sesiones previas como las definitivas.

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Quinto de Seno a 24 de Mayo de 2017.

Yo / ella, ANA LAURA OVEJA mayor de edad, titular del DNI: 8.447.494-C por este documento autorizo expresamente a ANITA ESPINOZA GARCIA el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo limitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estas condiciones con el citado acuerdo.

Firma:	Firma de producción:
Fdo:	Fdo:

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Valencia, a 6 de Junio de 2017.

Don / doña He. Xia
mayor de edad, titular del DNI. : 8-6257991-Z por este
documento autorizo expresamente a
Mba Moreno Gascón el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma. 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Puerto de Sagunto, a de junio de 2017.

Don / doña. Anselma Morera Vivas
mayor de edad, titular del DNI : 19.101.989.Y por este
documento autorizo expresamente a
Alba Morera Garcia el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes de mi hija Lidia Morera Garcia en el día de
la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la
actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y
por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo.	Firma de producción:  Fdo.
---	---

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Pto. Sagunto, a 23 de Junio de 2017

Don / doña. Rosa María Izquierdo Nájera
mayor de edad, titular del DNI. : 54557469-C por este
documento autorizo expresamente a
Asíto Nájera el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma, 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Pto Sagunto, a 27 de Junio de 2017.

Don / doña: Viktoriya Maryamovna Bakanova
mayor de edad, titular del DNI. : 85122550-1 por este
documento autorizo expresamente a
Alba Moreno Garcia el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma: 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En SANTIAGO a 17 de junio de 2017

Don / doña: ANARA CORRAL LUGRENO
mayor de edad, titular del DNI. : 654355093 por este
documento autorizo expresamente a
el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, a parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma: 	Firma de producción: 
Fdo.:	Fdo.:



DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En PORT-SAPLAYA, a 7 de JUNIO de 2017.

Don / doña. OLGA MARTÍNEZ MARTÍAL
mayor de edad, titular del DNI. : 33318868-L por este
documento autorizo expresamente a
ALBA MORENO LARCIA el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma. 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En PUERTO DE SALUTE, a 16 de Febrero de 2011.

Don / doña: SIMÓN GARCÍA LUPEZ
mayor de edad, titular del DNI. : 45603964 -G por este documento autorizo expresamente a ALBA HERNANDEZ GARCIA el uso, la difusión y la explotación sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.  Fdo. <u>SIMÓN GARCÍA LUPEZ</u>	Firma de producción:  Fdo. _____
---	---

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Castellón, a 26 de Abril de 2017.

Don / doña. Pascual Sánchez Chinchilla
mayor de edad, titular del DNI. : 53740289-M por este
documento autorizo expresamente a
el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma, 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Castellón, a 8 de Junio de 2017.

Don / doña. Marta González Molina
mayor de edad, titular del DNI. : 2807926-M por este
documento autorizo expresamente a
Alba Moreno García el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma:	Firma de producción:
	
Fdo.:	Fdo.:

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En CASTELLÓN, a 8 de Junio de 20 19.

Don / doña. Samuel Benítez López
mayor de edad, titular del DNI.: 22911862-3 por este
documento autoriza expresamente a
Alba Moreno Becerra el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma. 	Firma de producción: 
Fdo. <u>SAMUEL BENÍTEZ LÓPEZ</u>	Fdo. <u>ALBA MORENO BECERRA</u>

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Puerto Sagunto a 29 de Mayo de 2016.

Don / doña. M^{te} Antonia Rivera Garcia
mayor de edad, titular del DNI. : 10.655569 R por este
documento autorizo expresamente a
M^{ra} Morena Garcia el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.	Firma de producción:
Fdo.	Fdo.



DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En PTD SAGUNTO, a 5 de Junio de 2017.

Don / doña: SONIA GARCIA CENTELLES
mayor de edad, titular del DNI: 33.410.526-J por este
documento autorizo expresamente a
ALBA MORENO GARCIA el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma: 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En PUERTO SAGUNTO a 5 de JUNIO de 2017

Don / doña. MARTA MORENO GARCÍA
mayor de edad, titular del DNI. : 46278344K por este
documento autorizo expresamente a
ALBA MORENO GARCÍA el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma: 	Firma de producción: 
Fdo. <u>MARTA MORENO GARCÍA</u>	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Castellón, a 2 de junio de 2017.

Don / doña. Cristina Andrea Costa Costa
mayor de edad, titular del DNI. : 85760962E por este
documento autorizo expresamente a
Alba Herrera el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma. 	Firma de producción: 
Fdo. <u>Cristina Andrea Costa Costa</u>	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En Puerto de Sagunto, a 5 de Junio de 2017.

Don / doña. Laura Suárez González
mayor de edad, titular del DNI. : 45914561-Y por este
documento autorizo expresamente a
Alba Moreno García el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes y declaraciones grabadas en el día de la fecha, o parte de
las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la actualidad y los que
pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma. 	Firma de producción: 
Fdo. _____	Fdo. _____

DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En PUERTO RICO a 29 de JUNIO de 2017.

Don / doña. LABEL CUEVAS GALLUR
mayor de edad, titular del DNI. : 46075236 X por este
documento autorizo expresamente a
ALBA MORENO GARCIA el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes de mi hija _____ en el día de
la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la
actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y
por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma. 	Firma de producción: _____
Fdo. _____	Fdo. _____


DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS

En PUERTO SAGUNTO a 29 de JUNIO de 2017.

Don / doña. Luisa Moreno García
mayor de edad, titular del DNI. : 44900590V por este
documento autorizo expresamente a
ALBA MORENO GARCIA el uso, la difusión y la explotación
sobre las imágenes de mi hija _____ en el día de
la fecha, o parte de las mismas, en los medios audiovisuales conocidos en la
actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, sin límite geográfico y
por tiempo ilimitado.

Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o
aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos
en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor,
la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Por todo ello, acepto estar conforme con el citado acuerdo.

Firma.	Firma de producción:
	
Fdo. _____	Fdo. _____

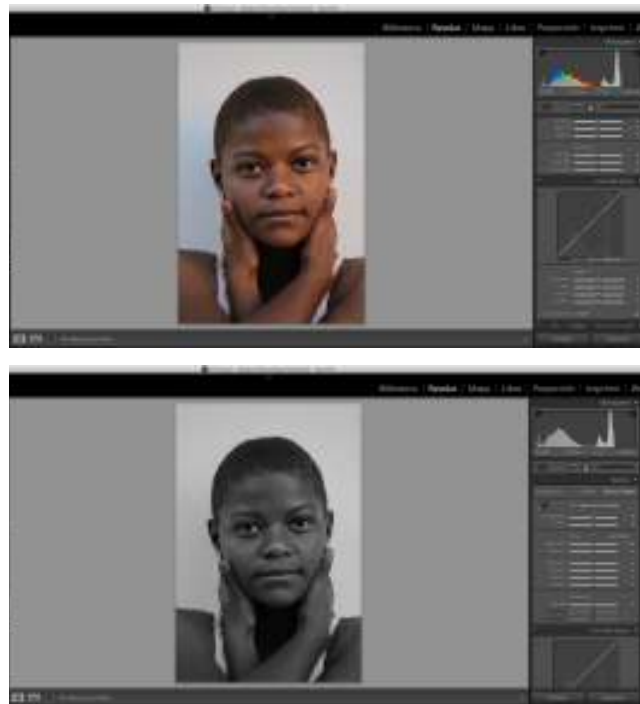
5. Postproducción

5.1. Retoque digital

Respecto a la postproducción, se ha trabajado más en la elección de las fotografías que el propio retoque. Las fotografías de este proyecto no cuentan con grandes dosis de retoques, ya que iría en contra de los objetivos señalados. A continuación explicaremos mediante una imagen, el retoque que se ha seguido, ya que en todas se ha seguido el mismo procedimiento.

El programa utilizado para el retoque digital ha sido Lightroom y Photoshop. Photoshop se ha utilizado para cambiar el modelo de color RGB a CMYK (para que no hubiese ningún error en la hora de la impresión).

Una vez en Lightroom, lo primero que hacemos es convertir la imagen en blanco y negro.



Una vez la tenemos, aumentamos las altas luces y los blancos para que resalten más, y marcamos un tratamiento negro en la imagen. En este caso

aumento un poco más los blancos para que el contraste sea más grande y disminuido las sombras.



Finalmente exportamos la imagen y en Photoshop convertimos el modelo de color y ya está lista.

5.2. Hilo argumental. Estructura y formatos

Respecto al montaje en sala y la posición de las piezas se dividirán las tonalidades (blanco, negro y gris) por secciones. Puede haber un mínimo de control en el recorrido que es el que justifica e incentiva al espectador a seguir la posición de las imágenes.

Todos los retratos están trabajados en blanco y negro: 16 verticales y 1 horizontal. En la pared localizada enfrente de la puerta, se pondrá el retrato principal a modo de presentación de lo que será la exposición. Realizando un contrapunto con la adolescencia e inocencia y con la preocupación que comienza a aparecer después con el cuerpo.



El recorrido sigue por la izquierda (perpendicular a ésta) donde se localizan las piezas que conforman la fase de la piel. Todas ellas están unidas por reapropiaciones sobre su piel. En esta pared se localizan los retratos con un fondo blanco. El blanco transmite pureza, por ello las mujeres de menos edad son retratadas bajo sobre este fondo, y por eso predominan este color en estas piezas. Situadas en la pared izquierda se caracterizan por el contexto en el que se han realizado, asimismo, a pesar de que está sesiones tuvieran un trabajo de preproducción detrás (en mayor o menor medida respecto a la pose o la mirada del retratado) las imágenes seleccionadas no fueron planteadas y ganó la espontaneidad. Asimismo representan a una nueva generación que puede cambiar las reglas y reinventar la estética de la belleza como la conocemos, todas ellas tienen una potente seguridad en su cuerpo.



Por otra parte está la pared principal que es la que más visitantes tienen ya que está pegada con la entrada al teatro. Aquí se encuentran las piezas que conforman la fase de pelo vello corporal. Posicionadas de una manera ascendente según la edad. La posición de estas imágenes reflexiona acerca del grado de reapropiación según la edad y la contradicción que se le pide a las mujeres de tener un cabello perfecto y abundante en la cabeza y rasurado por completo en el resto del cuerpo.



Finalmente tenemos la pared paralela a esta en la que se pondrán 2 imágenes donde predominan más los tonos grises, en las que se intenta que el espectador sienta en algún grado complicidad con lo toda la obra, y reflexione acerca de lo que le han inculcado para rechazar partes de su cuerpo.



La idea de una exposición dividida por tonalidades (a demás de por lo nombrado) viene de una investigación fotográfica en la que nos llamó la atención dos exposiciones la del fotógrafo español Javier Biosca y la de Avedon.



Exposición Déléfica de Javier Biosca, 2017.



Museum of Modern Art de Dinamarca, 2005.

6. Plan de explotación del producto

6.1. Análisis del mercado al que va dirigido el producto

En el caso de esta serie fotográfica, al tratarse de un proyecto arriesgado, tiene desde un primer momento la posibilidad de contar con que un porcentaje del mercado global puede rechazarlo antes de tiempo. Sin embargo, por el contexto social actual también puede contar con un público en crecimiento. A la hora de tomar esta decisión será clave para valorar cada uno de los segmentos fijándose en dos factores clave: tamaño y crecimiento del mercado, y los propios objetivos y recursos de la empresa.

En este caso, podríamos hablar de dos tipos de mercado objetivo. Por un lado, hablamos de un público objetivo más específico, que tenga intereses afines con la fotografía o el mundo audiovisual, y/o con una mirada entrenada con la perspectiva de género. Por otro lado, teniendo en cuenta los objetivos del proyecto, es necesario dirigirnos a un mayor número de personas ya que se trata de un trabajo reflexivo. Sin embargo, dentro de éste si que podríamos hablar de un mercado más potencial, ya que es posible que las mujeres reciban mejor la obra que los hombres, por la identificación con la obra. En ambos casos se trataría de un perfil que no se vería especialmente delimitado por su edad (ya que el proyecto intenta abarcar un rango de edad considerable), aunque podríamos hablar de una franja de edad que oscila desde los 15 hasta los 40 años. Respecto a la clase social y cultural, tendría que ver más con los intereses nombrados anteriormente que con una limitación

de la población. Por esta razón, al tratarse de dos públicos objetivos de tanta amplitud, se llevarán a cabo dos estrategias comunicativas distintas que convergen en la presentación oficial del proyecto mediante una exposición. Asimismo, ambas estrategias están dirigidas a los medios online y a futuros concursos y cooperaciones con grupos que se encuentran dentro del público profesional.

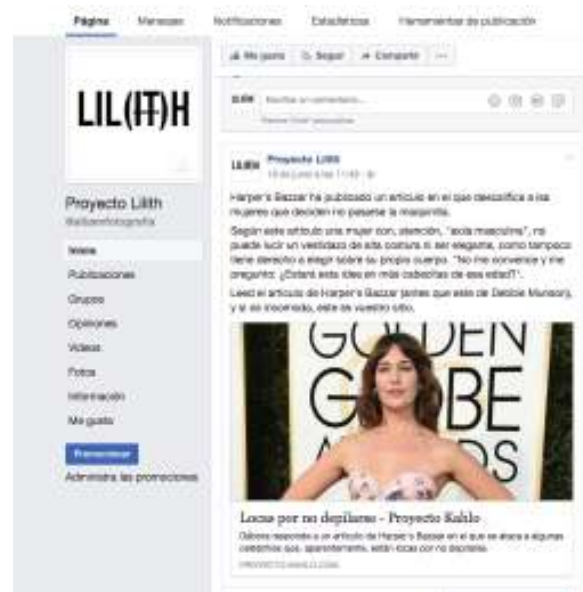
6.3. Plan de comunicación y marketing

Toda estrategia de comunicación debe tener un objetivo de campaña claro, saber a quién queremos llegar, por lo tanto sabiendo cual es nuestro público objetivo. Lo primero será realizar una matriz DAFO para conocer la situación del proyecto, y poder realizar una estrategia de comunicación acorde con él.

Oportunidades	Amenazas
- Mercado potencial. Tendencia creciente a los estudios de género	- La demanda de fotografías ha recaído en un menor reconocido artístico y personal.
- Cambio en las necesidades y gustos de los clientes	- Competidores asentados en la industria y los medios
- Eliminación de las barreras comerciales (Internet)	
Fortalezas	Debilidades
- Visión novedosa y diferente	- Clientela muy específica (en primer término)
- Alto nivel de investigación sobre el tema	- Falta de experiencia en otros proyectos fotográficos y exposiciones
	- Posibilidad de mejora en iluminación

A continuación conviene realizar la implementación de la estrategia en los medios, en este caso llevaremos a cabo dos estrategias diferentes en cada medio. Como la representación es el lugar de encuentro del público masivo, la mayoría de retratos definitivos del proyecto se exhibirán como contenido exclusivo en la exposición.

Hemos elegido Facebook e Instagram por las ventajas que ofrecen respecto a la difusión de imágenes y el nivel de respuesta de los usuarios. En la página de Facebook se lleva a cabo un marketing mix concentrado, apuesta por dirigirse a las mujeres (y sobre todo personas que estén familiarizadas con la visión de género) ya que sabe que puede ser un público que se identifique más rápido. Difusión de noticias, imágenes del proyecto y desarrollo del mismo.



En Instagram se sigue una estrategia de marketing mix indiferenciado, es decir, utilizar el medio para subir imágenes del proceso del proyecto para que sin delimitar el público sea un medio más artístico al que se puede acercar más gente.



6.1. Presentación de la obra: exposición fotográfica

La decisión de presentar la obra mediante una exposición no es baladí, su elección viene por los objetivos del propio proyecto:

- Conseguir el interés del público por este proyecto fotográfico y concienciar sobre la presión social a la que estamos sometidas las mujeres.
- Conseguir transmitir parte de mi percepción del mundo a través de los retratos.
- Visibilizar la belleza como un elemento relativo y personal, elementos que en un principio pudiesen ser banales o desagradables (socialmente hablando) pueden representarse como bellos siguiendo como referencia la estética de las revistas de moda.

Por lo tanto, la mejor opción para estos objetivos es una exposición, que como hemos comentado, pretenderá ser el punto de encuentro de los dos grupos objetivos a los que va dirigido. Antes de realizar una exposición fotográfica es necesario definir el lugar, la temática, los objetivos y la composición de esta.

El objetivo es realizar la exposición en la Casa de la Cultura del Puerto de Sagunto. Es un lugar cultural que pertenece al ayuntamiento y permite a los artistas sin mucha experiencia exhibir sus piezas. Además garantiza un mínimo de público que se interesa por la oferta cultural. Para poder conseguir una exposición se deben realizar unos pasos previos. Primero, hay que contactar

con el departamento de cultura del ayuntamiento de Sagunto, y presentar un dossier en el que se explique la temática del proyecto y adjuntar varias fotografías de este. Una vez hayan recibido esta información, se comunicará la decisión y el momento en el que se puede exponer (esto varía según la demanda del espacio solicitado).

Si conseguimos el permiso para exponer nuestras piezas, hay que tomar decisiones acerca de la elección de las imágenes, el montaje del soporte y el montaje en sala. En este caso, se compondrá la exposición se compondrá de 16 retratos en blanco y negro.

A esta propuesta de producción sobre la exposición se le añaden algunas posibilidades como pedir la reproducción de una pieza de música que acompañe y refuerce el significado de la exposición o la realización de folletos que presenten la obra.

En cuanto a los parámetros técnicos, la impresión será de considerables dimensiones. Las condiciones de recepción por parte del espectador cambian de forma notable según el formato que tenga que visualizar, por eso la decisión puede ser crucial. Este proyecto se componen de diferentes formatos, los de mayor dimensión con son los que se expondrán y los de las imágenes difundidas en las redes sociales. El contraste de formato se hará también para ayudar a conseguir los objetivos, que el espectador se adentro más en la imagen y no pierda detalle de su lectura. Las piezas se harán en cartón pluma y se sujetarán con la técnica de raíles que tiene el local. Respecto al presupuesto de la impresión se ha contrastado en tres copisterías para dar con el precio más económico de formato 60x40 montado en cartón pluma 5mm (de los retratos en vertical) y el formato 50x70 de la horizontal. El potal sería aproximadamente de unos 218'5 euros (14 euros cada impresión en formato vertical y 8'5 euros el formato horizontal).

7. Conclusiones

Comenzar un proyecto fotográfico como este suponía un reto personal enorme, ya que es la primera vez que nos enfrentábamos a un proyecto fotográfico de estas características. Durante el desarrollo del Grado, únicamente habíamos realizado un proyecto fotográfico en la asignatura *Teoría y Técnica de la Fotografía*, sin embargo, no resultó ser un proyecto de tales dimensiones.

Respecto a la técnica, los retos y problemáticas más complejos con los que nos hemos encontrado han sido referentes a la iluminación. Por otra parte, otro reto durante el desarrollo del trabajo ha sido enfrentarnos a retratar. El retrato resulta un género de gran complejidad, al que, además, se le añade dificultad si buscas un componente simbólico y psicológico en las imágenes.

Así, además de intentar evocar la estética característica de la fotografía de moda y de las y los retratistas mencionados, durante el proceso de trabajo, nos hemos dado cuenta de que sólo queríamos retratar a conocidas/os (más allá del tema), en vista de que el retrato ha supuesto un acercamiento único con el sujeto, un momento íntimo que en ocasiones ha resultado casi como una terapia en la que las personas retratadas se han sentido incluso más seguras de sí mismas y de su cuerpo. Por este motivo los retratos seleccionados sólo se muestran como contenido exclusivo en el momento de la exposición.

En relación con el tema del trabajo, cabe resaltar un aspecto que nos ha llamado especialmente la atención: el miedo por el vello corporal. La mayoría de personas retratadas (exceptuando la persona elegida por el vello en la axila), a pesar de conocer la idea y finalidad del proyecto, remarcaban la existencia del vello corporal, por si se veía en la imagen. Lo destacable es que estas preocupaciones sucedían con mujeres pero también con algún hombre.

En general, con todo lo comentado y los cambios que ha sufrido la idea narrativa, creemos que hemos hecho frente a los retos y objetivos propuestos. En conclusión con el trabajo realizado, estamos satisfechas y contentas con el

resultado obtenido, sobre todo debido al cumplimiento de los objetivos referentes a la dimensión psicológica de los retratos, e igualmente por la estética de la fotografía de moda en las imágenes del vello corporal (que fueron planificadas para ello). Asimismo, este proyecto ha supuesto un crecimiento profesional así como un enriquecimiento personal destacable. Con la realización de este trabajo no se espera que suponga el fin de la desigualdad sexual vigente, no obstante, sí que se concibe, al menos, como herramienta para la reflexión sobre el control al que la mujer se ve expuesta aún en nuestros días.

8. Bibliografía:

Amorós, C. (2008). Mujeres e imaginarios de la globalización. Madrid: Síntesis.

Amorós, C. (2008) Feminismo y Filosofía. Madrid: Síntesis.

Ana de Miguel (2015). Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra.

Análisis Fotografía. Disponible : <http://www.analisisfotografia.uji.es/root2/meto4.html> [Consultado 10-05-2017].

Arias, J. (2002). *Richard Avedon enseña en 125 retratos su descarnada visión de la América profunda*. 31 de enero. Disponible en: http://elpais.com/diario/2002/01/31/cultura/1012431601_850215.html [Consultado 05-04-2017].

Aristóteles (1988/2005) De la Generación de los Animales en "Obras Completas", Madrid: Gredos.

Barbara Kruger en Pultz, J (2003). La Fotografía y el Cuerpo. Madrid: Akal.

Berbel, S. Pi-Sunyer, T. (2001) El Cuerpo silenciado. Una aproximación a la identidad femenina. Barcelona: Viena.

Berta Hache (2013). No, no me depilo. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2013/03/no-no-me-depilo/> [Consultado 24-04-2017] .

Biblia Paralela. Disponible en: <http://bibliaparalela.com/genesis/3-16.htm> [Consultado 30-06-2017].

Big brands: Stop using alleged sex offender & pornographic Terry Richardson as your photographer. Disponible en: <https://www.change.org/p/big-brands-stop-using-alleged-sex-offender-pornographic-terry-richardson-as-your-photographer> [Consultado 18-05-2017].

Casajus, C (2009). Evolución y tipología del retrato fotográfico.

Cavana, M. (2000) Feminismos y psicoanálisis, en Celia Amorós (ed.), Feminismo y Filosofía. Madrid: Síntesis.

Criado, A. (2015). No hay un cerebro masculino y otro femenino. El País. 1 de diciembre. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/11/30/ciencia/1448904392_009014.html [Consultado 18-05-2017].

Copjec, J. (2006) Imaginemos que la mujer no existe. Ética y sublimación. Argentina: EFE.

Corradini, L. (2007) "El predominio de los hombres no tiene ningún fundamento" La Nación. 9 de mayo. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/906916-el-predominio-de-los-hombres-no-tiene-ningun-fundamento> [Consultado 25-04-2017].

Crespo, G (2017). "El clasicismo transgresor de un maestro: Irving Penn " 28 de abril. El País. Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2017/04/27/babelia/1493281941_127065.html

[Consultado 15-04-2017].

Cursach, R. (2016) "Los jóvenes son hoy más machistas que sus padres, es muy preocupante" El Mundo. 28 de marzo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/baleares/2016/03/28/56f8ef71268e3e2f028b469b.html> [Consultado 13-4-2017]

De L'égalité des deux sexes. Paris: Chez Jean du Puis, 1673.
El Centinela (2014), Lilith la primera mujer de adán – antes que eva, lilith. Disponible en: <https://centinela66.com/2014/03/08/lilith-la-primera-mujer-de-adan-antes-que-eva-lilith/> [Consultado 10-06-2017]

E. C. (2017). "Expulsan a una alumna por ir sin sujetador a clase ya que podría «distraer a los profesores varones»" 2 de junio. El Comercio. Disponible en: <http://www.elcomercio.es/sociedad/201706/02/expulsan-alumna-sujetador-clase-20170602222116.html> [Consultado 3-06-2017].

Elena de Los Rios (2007) " La belleza en los tiempos del selfie" Mujerhoy. 29 de mayo. Disponible en: <http://www.mujerhoy.com/belleza/tratamientos/201705/26/belleza-tiempos-selfie-20170526125242-p.html> [Consultado 01-06-2017].

Elena G M (2017). "Norma-lización del cuerpo femenino". 15 de abril. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2017/04/norma-lizacion-del-cuerpo-femenino/> [Consultado 10-06-2017].

Eugenia de la Torre (2017). Entrevista Adwoa Aboah. Vogue. 349, (274).
Franch, I. (2016). "De Platón a Kant: las frases más machistas de los pilares de la filosofía occidental" El Diario.es. 19 de octubre. Disponible en: http://www.eldiario.es/cultura/libros/frases-machistas-filosofos_0_567993873.html [Consultado 13-04-2017].

González, A (2015). El largo camino por mostrar en la fotografía el 'alma desnuda' y los roles de hombres y mujeres. 14 de noviembre. 20 minutos. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2601794/0/percepciones-exposicion/roles-hombres-mujeres/historia-fotografia/> [Consultado 07-03-2017].

Infante, M (2017). "Vello en las axilas: ¿feminismo o mala higiene?" Harper's Bazaar. 1 de febrero. Disponible en: <http://www.harpersbazaar.es/belleza/tendencias-belleza/freethepit-vello-axilas-famosas-mal-olor> [Consultado 1-06-2017].

Instituto de la mujer y para la igualdad de oportunidades. Disponible en: <http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observimg/home.htm> [Consultado 24-02-2017].

"Irving Penn y Richard Avedon: retratistas de almas" 20 de febrero. La Maleta Extraviada. Disponible en: <http://lamaletaextraviada.com/2013/02/irving-penn-y-richard-avedon-retratistas-de-almas/> [Consultado 05-04-2017].

Jha, R. (2014). "La menstruación: el tabú que excluye a las mujeres en India" BBC. 28 de octubre. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/10/141028_salud_menstruacion_india_tabu_mujeres

_egn [Consultado 13-04-2017].

Julia Weems, directora de moda del IED Barcelona Escola Superior de Disseny en Tomás, A (2012). "Para lucir hay que sufrir" 28 de septiembre. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120928/54351265343/para-lucir-hay-que-sufrir.html> [Consultado 28-03-2017].

Kaplan, E. Ann (1983), "Is the gaze male?", en Women and Film, Routledge [trad. ¿Es masculina la mirada?", en Las mujeres y el cine. A ambos lados de la cámara, 1998. Madrid: Cátedra.

La chica del vestido rojo. (2017) Critican aumento de peso de Rihanna. Los 40. 1 de julio. Disponible en: http://los40.com.mx/los40/2017/06/01/moda/1496338589_611037.html [Consultado 04-06-2017].

López, A (2011). ¿Cuándo y por qué se decidió que las mujeres debían depilarse?. 20 minutos. 7 de noviembre. Disponible en: <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/cuando-y-por-que-se-decidio-que-las-mujeres-debian-depilarse/> [Consultado 19-04-2017].

López, S.(2012). Simone de Beauvoir. El segundo sexo. Lectura crítica de la introducción y conclusión. Valencia: Diálogo.

Lucas, M. y E. Lozano, C (2014). "De Franco a la Superpop, enseñando a ser mujer por los siglos de los siglos". Píkara. 5 de noviembre. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2014/11/de-franco-a-superpop-ensenando-a-ser-mujer-por-los-siglos-de-los-siglos/#sthash.TrG7wnBe.dpuf> [Consultado 06-04-2017].

Mair, A (2014). "¿Cómo afecta la industria de la moda a la autoestima de las mujeres?" 26 de diciembre. Disponible en: https://i-d.vice.com/es_es/article/cmo-afecta-la-industria-de-la-moda-a-la-autoestima-de-las-mujeres [Consultado 10-06-2017].

Mary Ann Doane "The woman's film; possession and address", ponencia presentada en la conferencia sobre Historia del Cine, Asimolar, Monterey, mayo de 1981, pp. 3-8, de próxima publicación en Mulvey. L. (1975) "Visual pleasure and narrative cinema".

Marzal, J (2007). Cómo se lee una fotografía (Interpretaciones de la Mirada). Madrid: Cátedra

Menéndez, I. (2017). "El machismo en 100 frases", Mujerhoy, (66).

Menéndez, I. (2017). "La relación con el cuerpo". Mujerhoy. 27 de mayo. Disponible en: <http://www.mujerhoy.com/vivir/psicologia/201705/25/relacion-cuerpo-20170525100200-p.html> [Consultado 01-06-2017].

Moda y muerte. Disponible en: <https://modaymuerte.wordpress.com/izima-kaoru/> [Consultado 18-03-2017].

Moss. R (2017). "La foto de una modelo que demuestra que la celulitis es natural" 13 de abril. Huffington Post. Disponible en: http://www.huffingtonpost.es/2017/04/13/la-foto-de-una-modelo-que-demuestra-que-la-celulitis-es-natural_a_22036589/ [Consultado 30-05-2017].

Mulvey. L. (1975) "Visual pleasure and narrative cinema".

Nietzsche, F (1891) Así Habló Zaratustra, en Ana de Miguel (2015). Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra.

O. (2008) Lilita La Primera Mujer Rebelde. Disponible en: <https://books.google.es/books> [Consultado 30-06-2017] pp. 49.
[Consultado 20-04-2017].

Parrondo, E. Nietzsche y Freud una subversión feminista. Dialnet. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1390194.pdf> [Consultado 04-05-2017]

Pérez. M (2017). "Kim Kardashian tiene algo que decir sobre las famosas fotos de su celulitis, pero no es lo que esperábamos". 21 de junio. Vogue. Disponible en: <http://www.vogue.es/celebrities/articulos/kim-kardashian-polemica-celulitis-photoshop/30044> [Consultado 21-06-2017].

Rodríguez, L. (2011) "Género y creatividad a través del retrato fotográfico en el S.XX." Disponible en: http://eprints.ucm.es/13503/1/proyecto_final_de_master.Laura_Rodr%C3%ADguez.pdf [Consultado 18-06-2017].

Sen, C (2017). "La hipersexualización de la sociedad: niñas sexis, infancia frágil" La Vanguardia. 19 de febrero. <http://www.lavanguardia.com/vida/20170219/42143989742/hipersexualizacion-ninas-infancia-autoestima.html> [Consultado 18-03-2017].

Tzu, S. (2015) El arte de la guerra. Madrid: Tikal. Así lo recoge en su quinto capítulo el tratado más famoso y reconocido a nivel mundial sobre estrategia militar.

Yolanda Domínguez (2014). Globos. [online] Disponible en: http://www.yolandadominguez.com/avada_portfolio/globos-2014-2/ [Consultado 21-02-2017].

Vallés, E. "Joan Fontcuberta: 'La fotografía es una gran construcción ideológica'" La Opinión Coruña.es Disponible en: <http://www.laopinioncoruna.es/cultura/2011/09/04/joan-fontcuberta-fotografia-gran-construccion-ideologica/529247.html> [Consultado 10-05-2017].

Vimercati. R. (2017). Entrevista Ashley Graham, *Mujerhoy*, 943, (65).

Wolf, N (1990). El Mito de la Belleza en Mariposas Amarillas (2014) Disponible en: <http://unavidamariposasamarillas.blogspot.com.es/2014/09/el-mito-de-la-belleza.html> [Consultado 01-06-2017].

Wood, G. (2003, 13 de abril). "La muerte se convierte en ella". *The Guardian*. [en línea]. Disponible en: <https://www.theguardian.com/theobserver/2003/apr/13/features.review27> [Fecha de consulta: 25 de mayo del 2017].

Zanardo, L. (2011). Il corpo delle donne. [Video online] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1teAJZE1ark> [Consultado 25-3-2017].

7- Anexos

7.1. Apartados en inglés

Introduction

We will start by analyzing a work by French photographer Guy Bourdin. Bourdin, born in France in 1928, was one of the most sought-after fashion and advertising photographers of the second half of the twentieth century. In Bourdin's works, you can see the aesthetic influence of Helmut Newton and the controversy that characterises both of them and lingers on contemporary photographers. The French photographer is known for being one of the propellers in the change of fashion photography, who laid the foundations of a new type of photographs and aesthetics. Some of the brands and fashion magazines he collaborated with include Versace, Ferré, Chanel or Vogue.



Charles Jourdan, G. Bourdin, 1979.

The picture shows the lower part of a woman's body framed between the parallel lines that draw the floor and the wall. Regarding lighting, it should be highlighted that it is an indoor space, therefore, we could say that it is artificial light that is perceived from the front, leaving traces on the top of the picture and creating shadows in the "room". At first sight it could be perceived as a picture

with great stiffness; however, there are elements that break it, such as, the direction of the shadows and the right leg, giving this picture certain dynamism. This picture could allude to the genre of still life in addition to its character willing to contemplate. It also refers to the work by Robert Mapplethorpe, *White Longstem Flower* (1982). The similarity between the two works rests on the tension that both present by the contrast between the different shades, the play of the shadows that gives the picture of a certain dynamism and the erotic symbolism of both: "Flowers, penises, portraits; everything was the same for him when taking photos, because the works speak about himself. That is why the topics are not divided. He wanted his works to be presented this way so that the viewer would strive for the complexity of the mix." (Anne Tucker).



White Longstem Flower, Mapplethorpe, 1982.

Likewise, both make use of the space that surrounds them to frame and emphasize the main motif. On the other hand we see how the contrast in the picture is marked by the contrast of chiaroscuro colors (warm tones such as red and yellow, and the dark ones of the model) and by the color temperature.

This gives us both a tension by the colors that frame the picture and those of the model, and also the position in which the model is located would provide a certain tension (one leg in parallel with the lower red stripe and another leg in diagonal). The point that stands out in this photograph would be the bottom right, where the lower part of a female body is located. What is most striking is the distribution of weights, the model breaks the balance of the composition. It can be seen how the composition of the picture is meticulously measured. The high contrast, the scale of the level and the position of the model are textual marks that indicate the presence of the author behind the camera throughout the staging. "With his unconventional sense of composition, Bourdin transforms a shoe advert into a fetishistic, surreal scenario [...] He model's head and arms are hidden from view so her only identifying features are the dominatrix stiletto heels".⁹² A staging at the service of an erotic and controversial symbolism that is reflected in his previous works.

The camera is placed in a slight incline, and the legs are in foreshortening denaturalizing the position of the model (which helps not to see the face). The picture presents the mannequin-model dehumanized, since her face is out of map. Regarding the pose of the model, it is not a daily or casual posture, but imposed, so it seems studied by the photographer, which could refer to a manikin, because of Bourdin's treatment of the body as an object.

As a conclusion, we could say that the model or manikin as she is not located in the centre of the picture, being such a static picture in which the body is dehumanized, this one is reduced to the condition of inanimate object perceiving a clear vision and sexual-fetish tendency, which makes use of the female body as a sexual object⁹³. Like a questionable moral. In the introduction to Exhibit A, Luc Sante states: "For Bourdin, beauty never appeared without its accomplices death, filth and laughter."⁹⁴ Bourdin himself pointed out that: "the

⁹² Bourdin, S. Bernardo Delgado, F. Bourdin, G. Guerrin y M. Sante, L. (2001). *Exhibit A: Guy Bourdin*. Bulfinch Pr: England.

⁹³ "Signs convey the patriarchal ideology that underlies our social structures and shapes women in very specific ways, the forms that reflect the needs and subconscious of patriarchy"

⁹⁴ Ibid.

only honest portraits are those of dead or unconscious people."

His fetishistic and sadistic aesthetic and unconventional morality has permeated fashion photography to the point of becoming a benchmark for equally controversial photographers such as Terry Richardson or Nick Knight. Knight has declared his admiration for Bourdin when at the age of 12, I go for the first time to see his work and love it "sexual voyeuristic mentality"⁹⁵. It defends the position of Bourdin and the pleasant notion of the "death as aesthetic"⁹⁶ that its works present; "Fear is something that we, even ourselves, want to experience. And I think the violence does add glamor in a kind of perverse way"⁹⁷. " Both Terry Richardson and Bourdin treat the female body in a very similar way with a high sexual content, where there is always a fetishistic component. For his part, Terry Richardson has become one of the most famous and controversial fashion photographers whose photographs are characterized by simple staging and rebellious poses. The controversy has reached the point where he has been accused on several occasions of sexually abusing models⁹⁸.

Both have collaborated with shoe brands, and in this campaign of Aldo, it can be seen the vision and aesthetics of Guy Bourdin referenced.



Aldo Fall Winter, T. Richardson, 2012.

⁹⁵ Wood, G. (2003, 13 de abril). "Dead Becomes Her". The Guardian. [en línea]. Aviable: <https://www.theguardian.com/theobserver/2003/apr/13/features.review27> [Fecha de consulta: 25 de mayo del 2017].

⁹⁶ Ibid

⁹⁷ Ibid

⁹⁸ A. *Big brands: Stop using alleged sex offender & pornographic Terry Richardson as your photographer*. Disponible en: <https://www.change.org/p/big-brands-stop-using-alleged-sex-offender-pornographic-terry-richardson-as-your-photographer> [Consulted 18-05-2017].

Both hold the idea of marketing with the female body, treating it as a mere object at the service of the consumer, since the idea it projects is that of a sexual interpretation far from the product they "intend" to sell.

We also see how both reinforce female stereotypes in their photographs, we can see how the models comply with all the normative canons of femininity: young, white, thin, perfect, etc. We could even state that they are attractive even though the element that personalizes and humanizes them is not shown. Throughout the project we see these issues that lead to the female body in particular, a despicable place (both for the position and for the perpetuation of the stereotype of normative femininity), but pleasant for fashion photographers. "There is a part of fashion that promotes that glamor mixed with violence, the increasingly untouchable, the surreal⁹⁹."

Justification and opportunity of the project.

For centuries the women have met relegated to a background for the simple fact of "being women". Everything related to the woman always has been fastened (from a social vision and androcéntrica) to the fragility, the passiveness and to the dread. A present vision enclosed in the first civilizations. "The feminine body was considered to be scarcely a simple receptacle and the woman as an object at the disposal of the man made him children males" (Françoise Héritier, 2007)¹⁰⁰.

In the dictionaries the 'feminine' term always has been linked with 'weakly and weak'. Nevertheless the 'masculine' term relates with 'manly', 'energetically' and 'strongly'. The sexism is so integrated to the company that we do not notice of that in spite of that fact.

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Corradini, L. (2007) "El predominio de los hombres no tiene ningún fundamento" *La Nación*. 9 de mayo. Aviable: <http://www.lanacion.com.ar/906916-el-predominio-de-los-hombres-no-tiene-ningun-fundamento> [Consulted 18-05-2017].

In the term 'feminine' it has always been linked to the 'weak and weak'. However, the term 'male' is related to 'manly', 'energetic' and 'strong'. It is so integrated sexism in society that we do not realize that despite the fact that dictionaries have as main rule the alphabetical order, the male word (finished in -o) always precedes the feminine (-a). One of the most sympathetic ideas supporting sexual inequality is the theory of biological determinism. It is the one that defends that by nature, woman (including all, without exception) is an "inferior being," a weak, and irrational being. "The merit of the male is to be strong" (Rousseau 1762).

However, this is not a strong argument to assert the inferiority of the female sex. "The experts are able to defeat the enemy by creating a favorable perception in them, and thus to obtain the victory without necessity of exerting its force". In the 21st century, this prejudice continues to prevail and has grown with the advent of capitalism. The media are used to perpetuate the archaic and sexist image of women as "otherness." They promote stereotypes that do not correspond to reality and represent violence with a certain glamor.

Recent studies like the annual report on feminicidios elaborated by the Civil Association The House of the Meeting (2012) or the annual report of the Center of Sociological Investigations (CIS) of 2015¹⁰¹ speak about an increase of machism between the young persons.

There has been detected that the teenagers and the young persons are nowadays more machists than his parents but it is not that they have turned this way for them same, is the company the one that has constructed this machismo across many factors. To the cinema, music, advertising, mass media (Rosa Cursach, 2016).

¹⁰¹ En la noticia sobre el estudio del CIS (2015) que apareció en la plataforma digital Efe Salud, Eusebio Megías (director técnico del centro y coordinador del estudio, realizado a 2.514 *chic@s* escolarizados) destaca que: "La cuestión empieza pensando que la identidad de chicos y chicas es radicalmente distinta" Es decir, que según él, los estereotipos que perpetúan los roles e identidad de género tradicionales penetran tanto en la adolescencia, que quedan ligadas a los posteriores comportamientos y conductas machistas. "Mientras no haya una educación más igualitaria y no se rompan estos estereotipos de inequidad, es mucho más difícil controlar estas situaciones de violencia, que son raíces muy ancladas en comportamientos individuales pero también en el clima social".

We have not been educated to support a critical vision of the images, and the iteration of these, it helps to legitimize the construction of roles and the relation of unequal power. This unequal relation of power causes that the women lose the power.

The body has been seen by his function of procreation as maximum sublimation of " the woman " and to that all the women "must" aspire. [...] she is considered to be a space of pleasure, desire, passion and weakness. Nevertheless, they are not the women the depositaries of the desire and of the pleasure, but only those who can provoke it. This way, in both levels, that of the procreation and that of the eroticism, the body of the women is a body " for others " [...] the women lose his protagonism as persons, remaining subject to the power personified by the men, by the institutions and for others (García Aguilar, 2004).

We can see how along the history, the man has taken the decisions and has appropriated of the feminine body. One instructs the woman to feel rejection towards him.

There is a royal violence towards the woman in order that they do not accept his body, and is promoted only by the commercial interests (...) We do not feel bad with our social condition, but with our body. I go 30 years in the feminism and continue speaking about the same thing. There are behaviors that are not even natural, as the obsession with how it will be able only the physicist after the childbirth or to feel the act of eating as a suffering (Susie Orbach, 2010).

The body of the woman is not an object that could be molded, nevertheless nowadays the women continue without having a total control on his body. The social pressure is so strong, that in the announcements of feminine depilation, the women already are depilated before passing the small machine (thing that does not happen with the men)¹⁰². The gear of the patriarchal system. The gear

¹⁰² Véase el último anuncio de Veet en Veet (2017). *Anuncio Veet For Men. Crema depilatoria para hombres*. [Video online] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=WokyaU5c6bs> [Consultado 10-03-2017]

of the patriarchal system is so ancient and so powerful that it has achieved that "we, the women"¹⁰³ agree and we legitimize the laws by which it is ruled, stigmatizing and criticizing those women who leave of the established aesthetics. If the women do not follow these procedure they are relegated, corrected of mannish women, of hysterical, of coarse sewings, of hormonal... There is to say patologiza all that that should cross the line of the "normative femininity", punishing the reappropriation of the body on the part of the feminine subject. It is true that there are advances as for the equality of kind refers, nevertheless in the social area, the prejudices opposite to "not normative" bodies are still in force. The women unlike the men must be constant justifying her moves¹⁰⁴.

The model Ashley Graham was commenting in an interview: " there are no mass media that publish girls' photos with height 44 with those who can feel identified, that say: ' ' I have this height and you what? ' '. The chicas they speak about the dorsal fat that hangs over the clasper in the back and what? It happens! "¹⁰⁵.



Your Body is a Battleground, B. Kruger, 1989.

¹⁰³ Ana de Miguel (2015). *Neoliberalismo sexual*. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra.

¹⁰⁴ Véase el poema de Berta Hache (2013). *No, no me depilo*. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2013/03/no-no-me-depilo/> [Consultado 24-04-2017] y la criticada subida de peso de Rihanna en La chica del vestido rojo. (2017) "Critican aumento de peso de Rihanna". *Los 40*. 1 de julio. Disponible en: http://los40.com.mx/los40/2017/06/01/moda/1496338589_611037.html [Consultado 04-06-2017]

¹⁰⁵ Vimercati. R. (2017). Entrevista Ashley Graham, *Mujerhoy*, 943, (65), pp. 42-45.

" Most of women of the world continues we continue interpreting the constraint as a free choice, so much in the taconazos of needle or the worship to the body " (Ana de Michael, 2015). It is crucial that there is a step of the control of the feminine body ' for the men ' to ' for the women ': " The body controlled by others does not allow the possession and nobody can call to yes same free if it does not decide on his body " (García Aguilar, 2004).

Therefore, the intention of this photographic project is to think brings over of the standards of beauty that promotes our company, and that limit the acceptance and freedom of the women to deciding on his own body. Because we like they we have the right to decide on our body without having to feel bad or to justify ourselves of every movement. We are active, have character and capacity of decision, have goals, are competitive and luchadoras. Therefore the interest of the discursive idea of this photographic project is based by a need to claim the position and the treatment that the women suffer in a system as this one.

This idea has been executed by means of the photography because it is one of the means that more it influences they have at the moment of perpetuating this oppression (especially, in the social networks where across her they believe discursive very powerful terms of reference that achieve his intention). Another reason for the one that has chosen this way is for his artistic and expressive potential. Across his language semiótico it you raises internal questions, which does that you interfere more with the work. This project consists of 15 portraits in bank and black that they present to women who accept his body.

" The pure photography allows us to create portraits that they represent to the subjects with total truth [...] If we are capable of creating portraits of subjects that are true, we will be creating a mirror of our time " (August Sander, 1914).

The white and black, the contrast and the aesthetics that these photographs present try to allude to the fashionable photography as dispute to the critique that is done of the means. Nevertheless, these pieces present another way of

representing to the woman and the femininity. They are portrayed in places where they feel comfortable and know, which helps to that the subject is more relaxed and the relation with the chamber is more cordial, obtaining major truth like that. The range of age of the portrayed persons ranges between the 12 and 80 years. The social pressure that suffers on his body punishes all the women from the adolescence (when it begins the taboo of the menstruation).

The principal works of reference in which one agrees the discursive idea are: sexual Neoliberalism. The myth of the free choice of Ana de Michael (2015) and Simone de Beauvoir. The second sex of Susana Lopez Pavón (2012). As for the audio-visual search, the photographic investigation to been essential for the accomplishment of this project. The photographic modals that stand out are: Irving Penn, Annie Leibovitz and Richard Avedon, between others mentioned later.

Objectives

Although the idea of the project has been progressively altered, the aim has always been the same: to seek the most optimal way to present and claim women as free and emancipatory subjects, without being subjugated to the social pressure dictated by the patriarchy. The main objectives of the discursive idea of this project are the following:

- To create a visual product that challenges normative feminities by making visible the diversity of female bodies away from stereotypes.
- To obtain public interest in this photographic project and raise awareness of the social pressure to which women are subjected.
- To reflect and use the theoretical and practical knowledge learned in the different courses taken throughout the degree.
- To create portraits that evoke the aesthetics of fashion photography and convey sensations and feelings.
- To progress as a photographer in the formal elements.

- To create an exhibition at the Casa de la Cultura in Sagunto and promote the final product through digital platforms that promote equality

Theoretical framework

The historic hostility toward women. "Femininity" as a stigma

To bring clarity to the later sections must perform an initial analysis that allows us better understand the photographic project. So, for how we got here, we must first know where we come about sexual inequality. Male despotism is not new, Darwin in his theory of the "evolution of man" (*The Descent of Man*, 1871) excludes women. This idea not include women in the concept of being human has been continued until relatively recently.

Philosophy and Education

in the XXI century, we might think that way to an egalitarian society and that there no longer many impediments and inequalities as before but sadly is not. The patriarchal system has penetrated all social and cultural structure, this makes it very difficult to contemplate this gap. This also happened to Simone de Beauvoir a benchmark in terms of equality of SXX.

The author herself said that for her being a woman "was not heavy at all" he had not been a burden. Then he began to carefully analyze what had meant to her being a woman. This analysis resulted in a feminist referent and sales success as *The Second Sex* (1949).

"I started to analyze and suddenly revealed me this world was a manworld, my childhood had been encouraged with myths forged by men. And there was reacted in the same manner as if it had been a boy. The question interested me so much that left the initial project to develop a kind of personal story and decided to take care of the female condition in general. "

"Knowing the history of patriarchal thinking and how the great thinkers and artists have legitimized the superiority of men and the subordination of women is an intellectual and

moral imperative, interminology of Kant" (Ana de Miguel, 2015).

"Therea good principle which created order, light and man, and a bad principle which has created chaos, darkness and woman" (Aristotle (582-507 BC).was his own fellow race, the men who forged this deplorable concept about women. they were subordinate to male desire is not a coincidence. His submission has been reinforced by speculation and inconclusive theories from renowned psychoanalysts, philosophers, politicians, religious ... as well as the help of myths and legends, made by men. this section will focus on patriarchal ideas promulgated by the pillars of Western philosophy (who defend the superiority of man by nature), since we can not ignore the great influence they have his statements caused in our society.

Rousseau, (one of the most famous philosophers about misogyny is concerned), says in his book Emile or education an apology to the vi olencia gender:

"The empire is not women by the will of man, but because nature they have ordered and before it appear that belongedthem was already his (...) The one must be active and strong and other passive and weak.is essential that one wants and can and is sufficient that the other just resisting. "

These authors did not put in question the inequality only by nature but also questioned the skills and abilities of women. "They are not made for the higher sciences" Meanwhile, Plato in his work The Republic defended the natural weakness of women, however ruled that education was not different according to sex, but accordingthe office (not carried the practice).

Meanwhile, Aristotle also defends male supremacy in nature, focusing on the different genitals:

"The female, as it is deficient in natural heat is unable to prepare their menstrual flow topoint of refinement, which becomes sperm (i.e., seed). Therefore, his only contribution toembryo is its matter, a field in which to grow. Her inability to produce semen is her deficiency. "

Aristotle notes that women are deficient for failingproduce semen, however menstruation glorifies women, regenerating the blood from his body. But it is not the

only author who attacks the menstrual cycle of women. This continuous attack on a natural act like this, became and remains a taboo which results fear and shame some women on his body.

There are countries where women leave school, they are stigmatized and hygienic conditions almost nonexistent. We could believe that in Spain there no longer such taboo, however, in ads we can see that there a suspicion red color of blood.

The discourse of fear of women is rooted in our society and has place in much of the myths and legends that make the popular culture.

The "fear of women" as legitimating element of violence

Some psychological theories have contributed to the social discrimination of the female body. But think in Freud and his theory about the "penis envy" Freud's work is a secular legitimation and pseudoscientific of the subordination of women. His theory focuses on the "phallocentrism", which sees female sexuality from male:

"The fundamental characteristic of human beings is the penis, which women will have a future marked by penis envy, envy you condemned to wander through life trying to get one either through marriage or through the begetting of a son, crucial moment that understands and assumes its true meaning of life ".

Nietzsche also have agree with several of Freud's statements on women, legitimizes the idea of evil in women, an idea that is played and is common today. In Thus Spoke Zarathustra, Nietzsche arises: What is the woman for the man?

"man fear woman when she loves: then she makes all the sacrifices and everything else considered worthless. man when she hates: for deep soul the man is only evil, but she is there bad ".

These statements of Nietzsche, which does not rely on any specific fear, only help to legitimize the idea of evil in women and therefore fear that we must have him. "If you go with a woman not forget the whip". It never materializes in a real fear, rather appeals to the ceremony of confusion, acts as a legitimating element of male domination.

For its part, religious and cultural myths rescue the idea that women are dangerous and twisted to be controlled beings. This section presents the case of Eve and Lilith.

"And the rib which Lord God had taken from man, made he a woman, and brought her unto the man" (Genesis 2: 22). This is the religious argument about the creation of the first woman, Eve. This speech is based on the superiority of men against women. Reading the Bible we can see that in chapter one of Genesis says: "God created man in his image, the image of God he created; male and female created" (Genesis 1: Therefore, Eve would not be the first woman

26-27)...Kabbalists tried many interpretations to explain the contradiction between the two versions. One suggests that Adam was originally created as an androgynous, had a female body and a male united by the back (...) Another interpretation appears in the Alphabet of Ben Sirá, the tenth century Midrash basis of that text, the mythologist Robert Graves (...) relates: "God created Lilith, first wife, as he had created Adam, except that used filth and sediment instead of pure dust Bible."

"The name Lilith does appear in the the wild cats will join with hyenas and a satyr call the other; also there Lilith will rest and find rest." (Isaiah 34:14). It would be the first woman created equally with Adam. According to legend, Lilith would be the first woman to



Representación de Lilith, J. Collier, 1892.

question the submission. he left Adam because he wanted the Full equality and did not want children. Tired that God would listen to his replies, he fled from Paradise. Lilith became the first woman punished for fighting the power of action and decision for him as human being. It is punished by writers, making it a demon who cursed those who had just been born. It is the symbol of the woman who wants to be free and therefore is secluded and rejected.

He is currently sharecropping Eve. "It is not good that the man be alone" (Yahweh, Genesis 2:18) Eve for his part was the symbol of motherhood and lived in harmony with Adam until seduced by the serpent eating the forbidden fruit from a tree and dragged Adam into sin. in the version of Eva, "evil" of women is also punished for their curiosity and disobedience. God condemn the domination of man punishing her and giving authority to rule him "greatly multiply thy pain in childbirth, in pain shalt bring forth children; and yet your desire shall be for your husband, and he shall rule over you." (Genesis 3 . 16).

all these theories have implemented the ideology that everything that comes the female body is synonymous with rejection and judgment, making it a disease "everything written about women by men must be subjected to suspicion since they are both judge and party "said in the seventeenth century Poulain de la Barre.

Femininity as social construct.

After searching for an answer to the difference between sexes through pseudoscience and philosophy it became in the field of science, the theory which states that "femininity" is a social construction and there is no distinction between sexes.

"There is no evidence that, from the point of view of its gray matter, white matter,

neuronal connections or the thickness of the cerebral cortex, the brain of a woman and a man are different simply because of their sex."

Mechanisms for social control "femininity"

has traditionally been associated "femininity" with passivity, submissiveness and fragility, however always been forced to follow them. Women are taught that they should always pleasing men and body image was a sure way to achieve happiness. "It follows that woman is specially made to please man" (Rousseau, 1732).

Meanwhile Beauvoir (1949) discusses the concept of "eternal feminine", "unnatural characteristics or behaviors that are the result of a training company since childhood and learning."

Everyone recognizes the term "femininity" and its features. We have been taught that "feminine" is a delicate way of being and behaving, to follow a body aesthetics, wear heels or makeup ... "feminine" is a social construct whose main objective is to control the female body. We have instilled from small power of seduction of women (compared to power performance man), the importance of the opinions others (and especially man).

This concept of femininity has meant that women do not feel comfortable with your body from adolescence (when begins to be subject looks). "Puberty has in both cases a completely different meaning because not the same future awaits them" (Simone de Beauvoir, 1949).

On the hand, the media work their visual content to enact and get women follow these rules. Create a hegemonic ideal of beauty so that women stigmatize his body and molded according the rules of patriarchy. The canons of beauty are your tool to achieve. "What they learn girls is not the desire of another being, but the desire to be desired" (Naomi Wolf, 1991).

As Amoros (2008) states: "The body of women is the book open in enrolling the rules of such agreements". Photographer Justin Alexander Bartles in his IMPRESSION series reflects very well this condition. Displays control elements to which the woman undergoes, and calls into question the popular expression "to boast must suffer". This work critical consequences of aesthetic hardness suffering the female body. Feminine clothes that look perfect from outside, but inside both left girl signals.



IMPRESSION, J.A. Bartles, 2010.



IMPRESSION, J.A. Bartles, 2010.

This is a series of photographs in black and white, where the shadows and the contrast between colors predominate. These elements play an important role in reading the image, while that give expression to those photographed elements. As for the lighting, the photographer achieves its intention highlighting marks on the skin by a low key. We can also perceive an integrated look, the camera is at the height of the photographed not belittle, but giving a relationship of equals element.

"The ideology of female beauty can be seen as a last ditch effort by men to preserve male dominance [...]"

This is still one of the myths without disappearing patriarchal society, it is deeply rooted. [...] to "educate" these in order to accept such restrictions as "natural" and inevitable, as something "given".

With the advent of financial capitalism (S.XX) this constraint increases and with it the cosmetics industry and the first ads on epilator appears. The first

announcement of this kind was in 1915 in Harper's Bazaar "fashion for the summer and modern dance combine to necessitate the removal of annoying hair" This aesthetic became a habit by booming fashion "pin -up "and photograph of actress Betty Grable, which thousands of women wantedemulate.



Betty Grable as a pin-up, 1940.

This camelargely by the image processing and glamor that transmits the photographic content. The pose of the actress and the vertical image composition invite our gaze traverse the body from top to bottom. The gesture of the actress (in a semi-foreshortening), interacts with its shadow giving a dynamic character to the photo, which leads our gaze diagonally from shoulder to whereborders the shade. The womanbody, arching your back backwards, offers reading posture with some ease with whichis easy for women of the time are identified. Also lighting creates shadows in the bodyextremities defining curves which give the actress' femininity and elegance ". All this creates an image that helps perpetuate the traditional canons of femininity.

Hair removal has become a social obligation, most have internalized as a free choice. However, if the woman does not depilate, she would have to endure dirty looks and justified. "The more hair, more beautiful": instead, as the popular saying goes. So it is coerced, their decision is influenced by education. The same goes for all elements of the female body to stand up to the standards of patriarchy, such as "aesthetic flaws" or weight.

Fashions imposed on women are more expensive, more painful and uncomfortable. While women worry about losing weight, her hair, cellulite, perfect hair removal, makeup, wrinkles, and ultimately be perfect and reach a canon of unreal beauty, machismo welcomed to the success of his plan of oppression.

Women's relationship with her body

According to Naomi Wolf (1990), the myth greatest danger is that damages your most sensitive part: self-esteem. So that makes them weak and insecure people because Western women live under constant pressure to conform to an idealized concept of beauty created by modern society.

In the view of the psychologist Isabel Menéndez:

"Women sometimes treat our body as a stranger with whom we do not get along [...] when the demands are very high, more than care him mistreat undergoing cosmetic operations, allowances and treatments. But according to experts, if this is done by a rejection the body, can increase discomfort after physical transformation [...] influences as the distance between what we are and how we want to be. If this distance is very great suffering appears. "

Beauty in the era of image

Worship image and beauty to which they have subjected us (mostly women) has been amended by the emergence of new technologies. These have reinvented the advertising photographic genre: "Street Style", making it a potential trend with which sell and share their image. addition to becoming one of the means to legitimize the cult of image and lifestyle.

"There are standards of beauty dictated by society that most people do not possess naturally, so the only option that exists to suit them is transform your body, either permanently with implants, for example or temporarily with a corset, a push-up bra, etc.

"According the American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery, between 2011 and 2015 increased by 41% the use of Botox in customers between 19 and 34 years.

"This generation of young people is linked mainly through social networks [...] your only value is given by the photo. It has a brutal dependence of image: the girls are constantly compared looking all the while positive reinforcement and acceptance mean the likes [...] The girls pursue directly aesthetic models that do not carry any other value than that of beauty "

Addition to media, convey a sense of unreal and homogeneous sets course women should follow beauty. Last April, Gina Shkeda (Instagramer with more than 800,000 followers) rose a photo that looked like it had just waking up.



Source: Gina Shkeda, Instagram.

One user commented the beauty of the young and how happy she would be if and lift every morning. Shkeda thudded reality: "Girl, I've pigmented eyebrows, eyelash extensions and Botox on the lips. Actually, I have not painted .your you're perfect. "

Women want look like the ideal of beauty that mark the Jenner and sisters Hadid today: full lips, voluminous lashes, cheekbones ...



Fuente: Elle UK.



Fuente: Smoda.

We can see how stars Instagram mostly follow this pattern of beauty and femininity being almost clonic regulations. And those who do not come into this game are "displaced or harassed": "Those forms of expression of masculinity and certainly of femininity that did not meet the culturally established, would be suppressed from stigmatization" (Montesinos and Carrillo, 2010, pp.9).

"Feminine", as would Mary Wollstonecraft has proved be a ghost, but traded in cash and sells. The powerful feminine industry (Ana de Miguel, 2015).

Photography as art. Fashion photography, portrait and creative style

Portrait and selfportrait

portrait is considered one of the subgenres more difficult in photography. All portraitists crave reflect her feelings and emotions they feel or transmit them portray subjects: "Through my photography can talk about more intricate and profound way than through the words" (Avedon).

This psychological aspect of the portrait is an adventure for the photographer's gaze in the gaze of the subject also influences. For decades, photographers have turned their works on canvas in which translate their intentions and their worldview from photography create a still image that lasts for life.

"Gaspar Félix Tournachon, called" Nadar "(France, 1820-1910), using photography as a means of significance [...] sought the expressiveness of the human face [...] sought 'the intimate resemblance.' Meanwhile Julia Margaret Cameron (Britain, 1815-1879) pursued collect the greatness of the inner man, not just the outside. Capturing the soul of the people was their goal and this was nothing like the foreground incorporating the portrait and together with blur, imposed by the technique characterize his work.

"the best way to achieve the project objectives is through hybridization between

formal portrait and informal. the photographer must have knowledge and control over their environment yet informal portrait has the additional challenge of spontaneity. photographer seeks to represent the naturalness of a certain moment, a fleeting moment and unrepeatable providing photography. His rapid reaction capability is Determinant to get a good picture, because otherwise lost an unrepeatable moment. Models should not pose for the camera. It should be a reflection of the personality of the photographed subject, and that is what is sought in this project. Capture the naturalness as a tool to achieve the objectives. Capture the credibility of a gesture, although it is not an easy task. It should be a regular and natural gesture to be repeated often in the life of the person portrayed. Often, informal portrait takes a lot of time waiting that moment that deserves to be captured, so each photographer has different techniques work for it. This aspect is what has partly affected the reiteration session and changes mind.

Then'll talk about portraitists who have most influenced the formal and psychological aspect of the work.

Richard Avedon

Richard Avedon is considered one of the greatest fashion photographers and portraitists of the twentieth century. He met Alexey Brodovitch (artistic director of Harper's Bazaar), said his courses at the New School for Social Research and entered the world of fashion. In the most important fashion magazine in the United States.

Years later goes to work for Vogue, her first assignment was to photograph the latest creation by Dior in 1955. Among these pictures stands Dovima (with elephants), which has become a cultural reference.



Dovima with elephants, Avedon, 1955.

The composition of this photograph was characterized by the explosion of contrast between the delicacy of the model and the mass of animals as well as the predominant contrast, black (and gray) white colors in all its work. And that we have used for the colors that draw our project. As well as the attention and importance which we give the subject "is the way Avedon wishes emphasize the person who portrays not want that whoever looks at a photograph him is lost in unnecessary details, but set only on the face in the body, in the eyes of portrayed model. "



Audrey Hepburn, Richard Avedon,

Avedon, managed to raise fashion photography to a more artistic range and ended the myth that models should project indifference or submission. In his photographs, models are shown free, vivid and creative. His portraits are apparently simple

but with a strong psychological component. He is conducting long photo sessions that could last up to 4 hours, getting lost in the tension portrayed on camera and showing it just as they felt.



Marilyn Monroe, Richard Avedon, 1957

One of his most famous works is the *The American West* (1979-1984) series in which 125 Americans were photographed for an exhibition. "The museum walls were covered with huge pieces of simple people, fresh out of the hole miners, housewives unhappy home, alcoholics, vagrants ... make the universe of the exhibition".



The American West, Richard Avedon (1979-1984).

Cindy Sherman

Cindy Sherman (1954) is an American photographer who has been named one of the 25 most influential artists of the twentieth century in part, by the provocative and critical component of their works.

One of his major works is *Complete Untitled Film Stills (1977-1980)* ". A photographic series in black and white made up selfportraits in which dramatizes situations and behaviors from women film of 1940 to 1950. Sherman subverts the male gaze and shows through these selfportraits a direct criticism of female stereotypes with which women have been educated.



Untitled Film Still # 3, Cindy Sherman, 1977.

In each piece changes costumes, makeup, aesthetics and clothes. Every picture tells a story of a character created for her: a woman in danger, a housewife of archetypical house, naive, actress ... reflects on how the image has been objectified women.



Untitled Film Still # 2, Cindy Sherman, 1977.

Sherman's work, through the Feminist perspective has raised difficult and important questions about the role and representation of women in the world of culture, society and the male gaze (astool for the creation of art).



Untitled Film Still # 58, Cindy Sherman, 1977.

Irving Penn

According to Irving Penn, a good photograph, "it is one that communicates a fact, touches the heart, leaves the viewer like a different person after seeing it's in a word. effective".

Irving Penn's work is mainly characterized by:

- A very strong aesthetic.
- The simplicity of the composition.
- Compositions with great contrasts.
- formal complexity, fascination with the stylized elegance of the model.
- Contrast ways.



Lisa Fonssagrives, Irving Penn, 19



Lisa Fonssagrives, Irving Penn, 1950.

Along with Avedon, Irving Penn is considered one of the most influential fashion photographers of the last decade, especially its approach to pictorialism. Both are identified with the idea of "less is more" and reflected in his work.



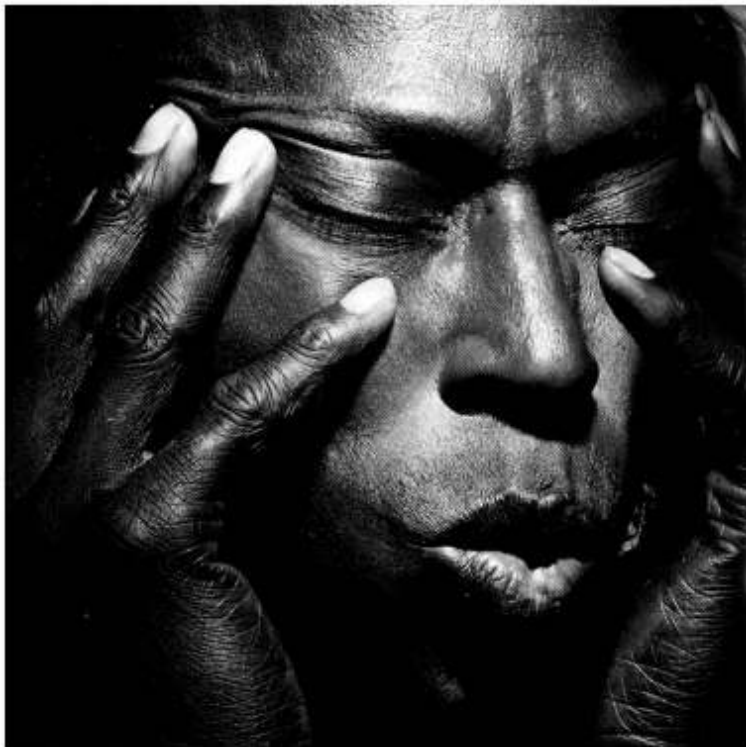
Nicole Kidman, Irving Penn, 2003.



Audrey Hepburn, Irving Penn, 1951.



Pablo Picasso, Irving Penn, 1957.



Miles Davis, 1986.

Annie Leibovitz

"For me, photography represents life itself. It allows communication and exchange of experience. allows us show others what we see, things that fascinate us, people and places we love and cherish "(Leibovitz, 2013).

Annie Leibovitz is considered the highestpaid photographerthe world, having worked for many major magazines worldwide, including Vogue, Vanity Fair or Rolling Stone. Composed of portraits of women from around the world, among which Amy Schumer, Susan sarandon or Hilary Clinton: In 2016, the exhibition "Portraits New Woman" premieres.



Amy Schumer, Annie Leibovitz, 2016.

"You can not observe all those images without seeing the true human diversity of women without being characterized by any thought or female role who is supposed to be [...] It helps us realize that gender is artificial (Steinem, 2016).



Misty Copeland, Annie Leibovitz, 2015.



Susan Sarandon, Annie Leibovitz, 1997.

If something commonall photographers who have mentioned is the claim of his works to represent photography as an art. Photography always had to claim their artistic component, andis this question also has been chosen photography asmeans to do this work.

Women as malleable in the media from an analysis limited level body.

The male gaze

Patriarchal ideology can be seen in a systematic way through the semiotic language presenting audiovisual products. This look is responsible for transmitting the patriarchal myths and put women in a submissive position and marginal.

Any photograph, insofar it represents a selection of reality, a place where the photo shoot is done, presupposes the existence of a declarative look. This observation, made by the structural semiotic and interpretive semiotics many years, can shed much light on the problem at hand, since every utterance contains by definition a manipulative component, although we find ourselves before a relatively "new" device as digital photography, which is thus unmasked.

The analysis of this issue has very significant implications for knowing the implicit ideology of the image, and the worldview it conveys. This is a great ideological and cultural construction, both from the patriarchal system of male gaze is (in most cases) and is carried out both unconscious and conscious men and women.

"Women on the screen are sexualized regardless of what they are doing, [...] this erotización of women is done through the way that is structured [...] three explicitly masculine looks: one is the look camera on the situation in the situation being filmed, although technically neutral, is looking [...] has an intrinsic voyeurism and typically "male" [...] other is the

gaze of men within the narrative, which it is structured to turn women into objects of that, and finally, is the gaze of the male spectator, who imitates the first two ".

This look can be seen explicitly in the media. With the advent of capitalism, patriarchy began managing the female body in two ways: "the man exploits the female body through trade and look." Manages and shapes the female body to your liking, creating stereotypes restricting and punishing anything that comes from the female body and femininities not normative.

Regarding the male gaze, let's focus on its presence in fashion photography and advertising where the tool to sell a product or service becomes the female body, (becoming product-object) relegating the actual product into the background .



Alexander Wang, 2012.

We can also see that in the media gender roles are studied and framed: the woman seduces and conquers man. If the human body shown in bare or naked hand, muscular and powerful is to boost the power of man by this visual metaphor.



Dolce & Gabbana, S. Klein, 2007.



Dolce and Gabbana, 2013.



Vogue Spain, Mario Testino, 2012.



Calvin Klein, 2016.



Lana del Rey, GQ, 2013.



Good Girl, Carolina Herrera, 2016.

"The fetishized camera (unconsciously) the female form and presents as a phallus in order to soften the threat of women. words, men become 'the figure itself represented a fetish so that it becomes something reassuring and not dangerous (hence overvaluation, the cult of the female star) "(Mulvey, 1975, pp. 14).

The male gaze and thus the traditional archaic man "supremacy" are projected in magazines implicitly or explicitly fashion, yet we abuse of these images is such that are standardized and do not arouse a critical view in most the cases . The dangers this presents. Most of these images inciting violence against women and other the hipersexualizan, which is beginning to occur in a repeated and sickly with girls, (and can have major impact on the way girls perceive their body) in order to instruct the way the cult of the image and the cosmetics industry.



Kristina Pimenova, Cadeaux, 2011.

"Syndrome Dead Bride" in fashion editorials

"The representation of the female body is one of the main axes of gender conflict. Since the first images of the history of Western art (naked venus, scattered, docile, submissive or virgins and holy) to the images produced today churned by the media (malleable bodies, diseased, transformed by cosmetic surgery) body woman is reflected in a biased, distorted and with a single function: to be looked and desired by the male gaze" (Yolanda Dominguez, 2014).



Ofelia, Millais, 1852.

As represented and for the male gaze in fashion editorials are represented with ungainly poses, as weak bodies, meek, pliant, liabilities and despised. Photographic compositions that help perpetuate sexist, women who subdues the role of being "weak", of "otherness". There are several kinds of models of representation in fashion editorials that denigrate women such as fragmentation (the appearance of a body part, dehumanized and sexed), the proliferation of images of women with appearance of abuse or hipersexualized or impossible

positions to which the models are subjected. This section discusses a model of representation that often exerts the models in fashion magazines most influential and sold (Vogue, Elle, Vanity Fair, Harper's Bazaar ...) and legitimizes the patriarchal ideology of women as "weak" sex and "malleable", referring sometimes to death and violence against.

It is known as "dead girlfriend Syndrome" and can be seen reflected in the oil by Millais on Ophelia. It is characterized by representing women in situations of submission or total passivity, as malleable bodies sometimes seem sick or dead. Far from a glamorous aesthetic that encourages the viewer to forget the implicit message that it issues of women.



Amy Adams, Interview Magazine, 2014.



Lana del Rey, Mario Vivanco para GQ, 2013.



Kling, 2017.



Edita Vilkeviciute, Porter Magazine, 2016.



Elle Fanning, Vogue US, 2013.



Vogue Turkey, Norman Jean Roy, 2016.



Harper's Bazaar, 2016



W Magazine, Mario Sorrenti, 2016



Lindsay Lohan, Tyler Shields, 2012.

We will discuss the limited level from a pair of images from fashion editorials and observe the importance of enunciation look and the influence of the media (as one of the main agents of socialization). "The image is increasingly relevant and has more force in our lives than ever" (Annie Leibovitz, 2013).



Chloë Moretz, Love Magazine, 2013.

The position taken by photographer regarding the subject is very near overhead shot, connotes a certain way of "power relationship" that determines the point of view and conveys a sense of intimacy in terms of focal distance. Faced with the situation of the plane is the attitude of the model he reveals unease, discomfort and agony. These feelings are accentuated with the staging and the submergence of the face in a kind of bath which causes sinking feeling and breathlessness. Camouflaging with the background, and the contrast between the three main point to which gaze is directed in the image: eyes and lips, as

well as proximity to the face are the textual marks where the existence of a enunciador seen controlling the representation. Also face the pallor of death increases this feeling with which the photographer feels delight.

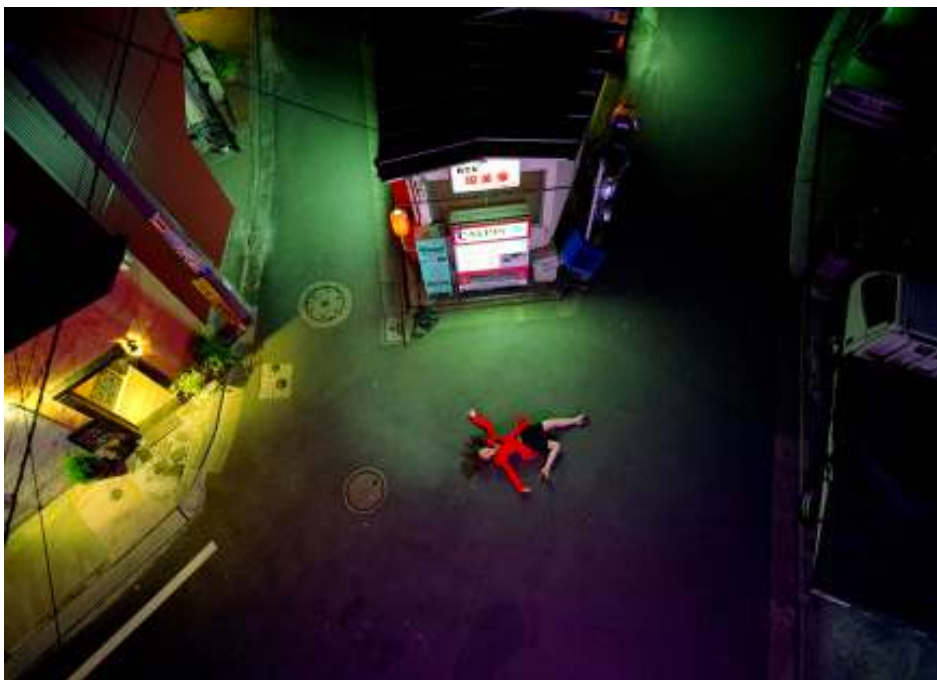


Ai tominaga wears Prada, Izima Kaoru, 2003.

Photographer captures this photograph from a considerable height composing a chopped-almost overhead shot which collects in the context of the place and the model within the frame. Connotes a relationship of clear power of domination-submission by the utterer and model. The model remains oblivious to the photographer, no direct or palpable contact with the camera however thereindications pose. For its part, the position of the model refers to death itself, this motionless, paralyzed ... reveals a sense of loneliness next to suchlong and clean framework that has made the agent. The contrast of colors between yellow and gray soil combined with the dress of the model indicate the

presence of the sender as well as the position and place has positioned the model and care that is the direction of movement hair. This image could refer to a situation of fetishism by photographer.

This is not the only image photographer referring to the death of the female figure but all his works have the same component.



"Why you can not be a beautiful corpse?" (Kaoru, 2000). The issue is that only women should be represented as well. Kaoru redefines elegance representing the death of the female body with a composition and refined and attractive aesthetic, which causes a situation of conflict with the work, versus the beholder. The masochistic situations immobilize the female spectator. Is denied the pleasure of the imaginary identity [...] idealized masculine men returned to male viewer and perfected her reflection with a sense of mastery and control. Instead, the woman can not offer more than figures helpless and turned into victims.

Article 3 of Law 34/88 General Advertising declares unlawful advertising that "present women so vexatious, particularly and directly using your body or parts of it as mere object unrelated the product intended promote either your associated with stereotyped behaviors that violate the fundamentals of our system helping to generate violence that the Organic Law 1/2004 of 28 December Integrated Protection Measures against Gender violence refers to. "image (Title II, Article 3, paragraph a). No clutch these images are repeated without hindrance.

Cultural elements have been crucial to the origin and development of the subjugation of women. They have been excluded from power to act and pass from subordination to consent. There much more original and interesting ways portray women. "The culture has constructed femininity as such, which is transmitted through generations by an unequal socialization of children. Therefore, the change in the situation depend on the transformation of cultural elements. " There are real demand for strong women and decisionmakers, active subjects with which identify.

The ideal of beauty as propellant coercion of women

This universally rooted prejudice and widespread on women is enhanced with the arrival of capitalism. The image of women has been denigrated and subordinated to men because they do not enjoy the same rights conditions. The media, especially fashion magazines are key elements in the survival of the cult of feminine narcissism, the cultthe "born to like." Fashion photography, always strikes the same issue: the perfection of the body, without question cause damage.

The media, the fashion industry and cosmetics have created an "artificial" [...] problem not only has to do with the models: today no woman has the "right" body more than one or two seasons. Fashion can be applied across all economic levels. No matter the details of the change of the canons beauty (if the curves are carried, bones, high or blondes), the fact is that there will always be someone who defines and is the woman who has to adapt to them (Mary Evans Young, 2014).

Femininity and womenbodies are designed in many different ways throughout history. What has not changed is the normalization and standardization of women (their behavior and their bodies) depending on the prevailing economicpolitical interests in every age. "A cover or a parade have a big impact. In making these decisions you can change things and you can always choose notperpetuate a convention or misrepresentation".

The influence that these canonical stereotypes generated in society are enormous, help the rejection and discrimination of those who do not follow stereotypes. These stereotypes make the media only presented mostly beautiful, thin, young, white women, everything else is out. "The lack of racial diversity, is pure laziness. Not extend q who still behaves well. I do not want to hear that clothing does not fit the black models or blondes outsell " ¹⁰⁶.

¹⁰⁶ Eugenia de la Torre (2017). Interview to Adwoa Aboah. *Vogue*. 349, (274), pp. 182.



Victoria's Secret, 2014.

It's not a planned counterattack or a conspiracy, but a trend driven by the mass media, sociology and popular psychology, fashion industry and cosmetics and a wide range of cultural industries produce images for a consumer economy in which women themselves are consumers and consumer goods that are judged themselves as unattainable parameters that reduce their lives because they feel "an obsession with physical, terror of aging and horror loss of control "on themselves (Naomi Wolf, 1991).

Everything that entails the personal choice of women away from femininity issued as regulations or canon of beauty to follow, is punished and stigmatized. What benefits you can get advertising a necessity seated in the speech of lies and fiction more idealized, with the almost exclusive use of the photographic image language?

Earlier this month, appeared in the press the case of an expelled student at a school for not wearing a bra, "Expel a student to go to class braless because it could" distract male teachers' ". As reported the media, a mother of a colleague complained that the act could distract teachers. Man is attributed to feelings of violence toward "natural" woman and a reprimand for women.

"Deciding and acting is what defines the human being it is above all freedom. man is also "mitsen", "being-with-others" shared existence and others can contribute to development of own freedom or may hinder"¹⁰⁷. It would not be fair to say that there have been improvements in the emancipation of women, though still reticence in something as basic as the reappropriation of the female body and acceptance of other regulations femininities. This ideology diffuses through the imposition of standards different behavior by sex and has the form of a constraint that diffuses powerful images around which is the correct identities, undeflected of a girl and a boy¹⁰⁸.

"I went to a boarding for girls and always I was envious of the girls in my class who had cellulite and had what seemed to me a perfect body. When he is leafing through magazines, models and celebrities who appear in them they had cellulite; and, if they did, in the tabloids were subject of taunts for it or were dethroned by journalists who possibly had cellulite"¹⁰⁹.

"In 1949 Simone de Beauvoir and talked about the social pressure he was under the female body: "Woman is a product by civilization [...] while has not produced the moral, social, cultural etc ... announcing consequences and demands, the new woman may appear "(Simone de Beauvoir, 1949, pp. 41).

Until she confronts not reality and face the mandates of patriarchy and get your freedom may not enjoy the opportunities that you have unfairly been stolen. For decades, advertising and social traditions have educated women under the pretext that her body hair is inappropriate, unsightly and even has come to describe as unnatural and disgusting. Another force is still patriarchal myth that women are not pluck unhygienic, or call "male armpit", however men who have hair besides being clean are attractive. The patriarchal system has

¹⁰⁷ López, S. (2012). *Simone de Beauvoir. El segundo sexo. Lectura crítica de la introducción y conclusión*. Valencia: Diálogo, pp. 31.

¹⁰⁸ Ana de Miguel (2015). *Neoliberalismo sexual*. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra, pp. 36

¹⁰⁹ Moss, R. (2017). "La foto de una modelo que demuestra que la celulitis es natural" 13 de abril. *Huffington Post*. Disponible en: http://www.huffingtonpost.es/2017/04/13/la-foto-de-una-modelo-que-demuestra-que-la-celulitis-es-natural_a_22036589/ [Consultado 30-05-2017].

managed form a control system so powerful that women measure their behavior and acts especially in the public space¹¹⁰.

British photographer Ben Hopper collects in his photographic series *Natural Beauty* questioned this practice "aesthetic" to show the beauty of women hair. "I do not mean that women begin to grow their hair in their armpits. I'm just saying it's a possibility and people should not waste. I'd like people question (beauty standards), the whole thing".



Natural Beauty, Ben Hopper, 2007.

This is no longer achieved goal, the way for consideration and expression is open and touch each contribute to the appropriation and assessment of their own body, to achieve the much desired autonomy and extension release of pleasure "the pleasure depends the body and only achieved if we decide on our bodies, our basic moral duty is

¹¹⁰ "Kim Kardashian tiene algo que decir sobre las famosas fotos de su celulitis, pero no es lo que esperábamos". 21 de junio. *Vogue*. Available: <http://www.vogue.es/celebrities/articulos/kim-kardashian-polemica-celulitis-photoshop/30044> [Consulted 21-06-2017].

appropriating our body, the body controlled by others does not allow the enjoyment and no one can call herself free if He does not decide on his body. (García Aguilar, 2004).

Conclusions

To begin a photographic project as this one supposed a personal enormous challenge, since it is the first time that we were facing a photographic project of these characteristics. During the development of the Degree, only we had realized a photographic project in the subject *Teoría y Técnica de la Fotografía* (Theory and Technology of the Photography), nevertheless, did not turn out to be a project of such dimensions.

With regard to the technology, the challenges and problematic more complexes which we have met have been relating to the lighting. On the other hand, another challenge during the development of the work has been to face to portraying. The portrait turns out to be a kind of great complexity, to which, in addition, difficulty is added if you look for a symbolic and psychological component in the images.

Therefore, beside trying to evoke the aesthetics typical of the fashionable photography and of them and the mentioned portrayers, during the process of work, we have realized that only we wanted to portray to known (beyond the topic), in view of that the portrait has supposed the only approximation with the subject, an intimate moment that in occasions has resulted almost as a therapy in the one that the portrayed persons have felt even surer of yes same and of his body. As a consequence, the portraits selected only appear as exclusive content in the moment of the exhibition.

In relation with the topic of the work, it is necessary to highlight an aspect that has been called us specially attention: the fear for body hair. Most people portrayed (exempting the person chosen by the down in the asilla), in spite of

knowing the idea and purpose of the project, were noticing the existence of body hair, in order to don't saw it in the image. The prominent thing is that these worries were happening with women but also with some man.

In general, with everything commented and the changes that the narrative idea has suffered, we think that we have faced to the challenges and proposed aims. In conclusion with the realized work, we are satisfied and happy with the obtained result, especially due to the fulfillment of the aims relating to the psychological dimension of the portraits, and equally for the aesthetics of the fashionable photography in the images of the corporal down (that were planned for it). Likewise, this project has supposed a professional growth as well as a personal prominent enrichment. With the accomplishment of this work it does not hope that there supposes the end of the sexual in force inequality, nevertheless, yes that is conceived, at least, as tool for the reflection on the control to which the woman meets exposed still nowadays.

9.2. Curriculum Vitae

Alba Moreno García

DNI: 45914356-P

Correo: al285632@uji.es

Fecha de nacimiento: 28/09/1995

Localidad: Puerto de Sagunto (Valencia)



FORMACIÓN

2007-2013

Título de Bachillerato. Modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales. IES. María Moliner (Sagunto)

2013-ACTUALIDAD

Grado en Comunicación audiovisual en la Universidad Jaume I de Castellón.

EXPERIENCIA

2014

Vídeo recital de danza del Estudio de Danza Cristina Lozano

2015

Publicación reportaje 'El cine más allá de las palomitas' en el periódico Levante.

2015

'La última partida' seleccionada para el II Certamen de Cortos "60EnNegro" del festival VLC NEGRA.

2017

Premio a mejor guión original del Festival Audiovisual Oculus UJI por el corto 'La Tortuga de Claudia'.

Premio a mejor dirección del Festival Audiovisual Oculus UJI por el corto 'La Tortuga de Claudia'.

2017

Ayudante de producción y postproducción en Taranná Films.

CURSOS

2015

Taller de guión cinematográfico impartido por Abdelatif Hwidar en Castelló Negre.

Taller de interpretación impartido por Thaïs Blume, María Guinea y Pau Durá en Castelló Negre.

Taller de dirección cinematográfica impartido por Jorge Dorado en Castelló Negre.

APTITUDES

Idiomas:

- Castellano. Lengua propia.
- Valenciano. Nivel medio.
- Inglés. Nivel medio.
- Francés. Nivel elemental.

Competencias informáticas

Microsoft Word. Nivel avanzado.

Final Cut Pro X. Nivel medio-avanzado.

Adobe Premiere cs6. Nivel medio.

Adobe Photoshop. Nivel medio.

Adobe Lightroom. Nivel avanzado.

Logic Pro. Nivel básico.