

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Corpus Typos: Un fotolibro sobre la representación de cuerpos y corporalidades de mujeres reales a partir de sus vivencias con los estereotipos occidentales

Producto comunicativo

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A :

RAIN ALEJANDRA ORTIZ MANJARREZ

DIRECTORA: **DRA. CYNTHIA EUGENIA PECH SALVADOR**

CODIRECTORA: **MTRA. TANIA BARBERÁN SOLER**

Ciudad de México, octubre de 2023.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

Introducción.....	4
PRIMERA PARTE: Sustento teórico.....	13
Capítulo 1.....	13
1.1 Representación del cuerpo femenino y el canon de belleza.....	13
1.1.2 La construcción del cuerpo occidental.....	16
1.2 Estereotipo de belleza femenina.....	19
1.2.1 Definición de belleza.....	20
1.2.2 Definición de estereotipos.....	22
1.3 Roles y estereotipos femeninos en la construcción social del canon de belleza.....	25
1.3.1 Cánones y roles en la sociedad occidental.....	26
1.3.2 La importancia de visibilizar la diversidad corporal.....	27
Capítulo 2.....	30
2.1 Cuerpo y corporalidad: representación de cuerpos de mujeres reales.....	30
2.1.1 Dominación de los cuerpos.....	31
2.2 Imagen corporal.....	33
2.2.1 Representación de la imagen corporal.....	35
2.3 ¿Qué es el Body Positive?.....	36
2.4 Comunicación y cuerpo.....	38
2.5 Una manera de comunicar con el cuerpo.....	39
SEGUNDA PARTE: Capítulo medio fotográfico.....	41
Capítulo 3.....	41
3.1 Sobre el medio para la realización del producto.....	41
3.2 Justificación del medio y del género.....	41
3.3 Medio fotográfico.....	42
3.3.1 La fotografía.....	42
3.3.2 La fotografía de retrato.....	44
3.4 Un fotolibro como formato de salida.....	47
3.4.1 El fotolibro.....	47
3.5 Estado del arte del medio fotográfico.....	49
3.6 Abordaje visual/Carpeta de producción.....	61
3.6.1 Sinopsis.....	61
3.7 Propuesta estética.....	62
3.8 Propuesta editorial.....	63
3.8.1 Ficha técnica.....	63
3.8.2 Material técnico.....	64
3.8.3 Equipo humano.....	64
3.9 Bitácora del proceso de realización del producto comunicativo.....	64
3.9.1 Cronograma de actividades.....	64

3.10 Presupuestos:.....	68
3.11 Descripción y proceso de producto comunicativo.....	68
3.12 Procesos de edición.....	70
3.13 Presentación del producto comunicativo terminado.....	72
Consideraciones finales.....	73
Bibliografía.....	76
Anexos.....	79

Introducción

Esta investigación busca dar cuenta de la representación que tradicionalmente se ha hecho sobre el cuerpo de las mujeres, basada en estereotipos y roles femeninos.

Asu vez, sobre la manera de trasgredir dicha representación a partir de lo que el *body positive*, como movimiento feminista, está proponiendo en torno a otras formas de representar, visibilizando los cuerpos reales y rompiendo con patrones a seguir; así como con la mirada patriarcal que ha creado una representación basada en el ideal de belleza masculina y occidental. De lo anterior, se desprenden las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo viven las mujeres su corporalidad a partir de los estereotipos femeninos? y ¿De qué manera influyen en la percepción que de sí mismas tienen como mujeres reales?

El objetivo general del fotolibro es el de mostrar la imagen de mujeres reales a partir de representarlas fotográficamente de acuerdo al deseo de cómo quieren ser miradas y darse a la mirada. Para ello, de inicio, en el sustento teórico se plantea la perspectiva teórica y conceptual que guió la propuesta del fotolibro, en virtud de contextualizar los principales conceptos que atraviesan este trabajo: cuerpo, corporalidad, canon de belleza, belleza y estereotipos, tomando en cuenta que se desarrollan a partir de una cultura occidental.

Esta investigación es de carácter cualitativo, ya que se busca describir sucesos problemáticos en torno a la representación hegemónica del cuerpo de la mujer, a partir de recuperar las experiencias de cinco mujeres que viven en la Ciudad de México, la manera en que auto perciben su cuerpo y cómo viven su corporalidad. Las entrevistas aplicadas sirvieron para la realización del fotolibro y se citaron algunos de los testimonios de estas mujeres para comprender el trasfondo de cada una de ellas.

A través del fotolibro se busca concientizar sobre la existencia de una diversidad de cuerpos femeninos que rompe con cualquier ideal de belleza. El fotolibro tiene como título *TyposCorpus* y se plantea como una muestra de fotografías de mujeres reales que han pasado por distintas etapas y

transformaciones en sus cuerpos. Se buscó que en las fotografías que componen este proyecto, se registrara el detalle y lo íntimo de cada una de las cinco mujeres, respetando, sin duda, la corporalidad de cada una, dicho sea de paso, dejaron parte de su esencia en este trabajo.

El presente documento está dividido en dos partes; en la primera, se expone el sustento teórico y conceptual que guió la investigación en torno a la representación del cuerpo femenino y la perspectiva crítica que desde el feminismo se retomó para desarrollar el fotolibro como producto comunicativo. Dicha parte está conformada por dos capítulos, en los que se abordan la representación y el canon de belleza y el cuerpo y la corporalidad. En la segunda parte, se desarrolla lo respectivo al medio fotográfico y el estado del arte, así como también la propuesta editorial del fotolibro. Por último, se incluyen las consideraciones finales y la bibliografía. Se incluyen como anexos las entrevistas realizadas a las mujeres y las hojas de contacto de las fotografías tomadas para este proyecto.

Punto de partida: Esta investigación se origina de la reflexión en torno a cómo la imagen del cuerpo femenino ha sido representada en y desde la cultura occidental y de qué manera se ha impuesto en lo visual una cultura patriarcal que hasta hoy en día sigue obstinada en mostrar el cuerpo de la mujer como algo perfecto que debe cumplir con el canon de belleza femenino y por lo tanto, obvia los cuerpos reales de las mujeres reales. Hoy más que nunca es urgente romper con esa mirada hegemónica y dominante que no sólo ha jugado un papel preponderante en la representación de la mujer, sino que ha funcionado como marco pedagógico para las propias mujeres pues, como señala Mulvey (1975), las mujeres han aprendido a verse a partir de la mirada y el deseo masculino impreso en las representaciones que de ellas se ha hecho y, por tanto, lo hacen aceptando los estereotipos de belleza que funcionan como el ideal a alcanzar.

Contexto problemático: Se plantea problematizar la representación de los cuerpos de las mujeres, en particular, el lugar que se le ha dado a la imagen del cuerpo femenino basado en los estereotipos de belleza y no como representación de cuerpos de mujeres reales. Es decir, el cuerpo de la mujer ha sido concebido socialmente como un espacio que se da a la mirada masculina y que debe ser siempre visto con deseo no sólo masculino, sino de las propias mujeres que han aprendido a ser vistas desde una mirada que no es la suya. Dicho aprendizaje se da en los procesos de interacción social y de mediación comunicativa, por ejemplo, la televisión, la moda, y las revistas dirigidas al nicho mercantil de las mujeres.

Preguntas de investigación: ¿Cómo viven las mujeres su corporalidad a partir de los estereotipos femeninos? y ¿De qué manera influyen en la percepción que de sí mismas tienen como mujeres reales?

Problema comunicativo: El problema a comunicar es la reproducción y perpetuación de los estereotipos femeninos basados en el canon de belleza y de qué manera son interiorizados y naturalizados por las propias mujeres y vividos en/desde su corporalidad.

Público: Este trabajo está conformado por un sustento teórico (este texto) y un fotolibro titulado *CorpusTypos*, que conforman una unidad. Sin duda, como estudiante de la licenciatura en Comunicación y Cultura, este producto comunicativo va dirigido, en primer lugar, a las y los estudiantes de la misma carrera y de las otras carreras que son parte de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). En este sentido, me interesa que los/las estudiantes puedan reconocer de qué manera la representación del cuerpo femenino y sus estereotipos involucran la asunción de roles y expectativas en las propias mujeres que nada tienen que ver con su realidad; de tal manera que este fotolibro mostrará otra manera de representar el cuerpo femenino a partir del deseo de las mujeres reales que participan en él.

En segundo lugar, este fotolibro, de alguna manera, está destinado a todas las mujeres que, sin importar la edad y clase social, puedan tenerlo en sus manos y con ello, acercarse positivamente a la propuesta central del mismo: crear conciencia sobre la existencia de una diversidad de cuerpos reales que no se ajustan a los estereotipos de belleza ni a lo que la mirada masculina ha nombrado como “lo femenino” en términos de lo que dice Bourdieu a propósito de que,

el mundo social construye el cuerpo como realidad sexuada y como depositario de principios de visión y de división sexuales. El programa social de percepción incorporado se aplica a todas las cosas del mundo, y en primer lugar al cuerpo en sí, en su realidad biológica: es el que construye la diferencia entre los sexos biológicos de acuerdo con los principios de una visión mítica del mundo arraigada en la relación arbitraria de dominación de los hombres sobre las mujeres, inscrita a su vez, junto con la división del trabajo, en la realidad del orden social. (Bourdieu, 2000: 22)

En este sentido, me interesa dar cuenta de que la diversidad de cuerpos de mujeres reales -vividos en las corporalidades femeninas-, se asienta sobre un cuerpo deseante que es posible representarse de otras maneras fuera del canon establecido y la mirada dominante.

Por último, este fotolibro, en la medida de lo posible, será subido a una plataforma digital para que cualquier persona pueda consultarlo.

Objetivo general: Mostrar la imagen de mujeres reales a partir de representarlas fotográficamente de acuerdo al deseo de cómo quieren ser miradas y darse a la mirada.

Justificación: El estereotipo de belleza que existe en la actualidad conlleva una presión social, al formar una imagen de belleza física e imaginaria en las mujeres para ser y considerarse ellas mismas mujeres. Sin embargo, el canon occidental, que tiene un carácter universal y es asumido como mandato patriarcal, no se ajusta a los diversos cuerpos y corporalidades de las mujeres reales. Por mujeres reales me refiero a aquellas mujeres que viven un cuerpo biológico pero también social; es decir, todo cuerpo siempre está condicionado por lo histórico y social y por ello, asume el carácter de corporalidad (Pech, 2021). No hay que olvidar que los estereotipos femeninos han sido impuestos por el patriarcado que se manifiesta en la moda, el marketing, los medios de comunicación, y como señalé, se interiorizan, se reproducen y se perpetúan a partir de la interacción social, es decir, en todos los espacios de la vida social en donde se da “la dominación masculina” (Bourdieu, 2000).

Es importante especificar que el cuerpo de la mujer real ha sido invisibilizado por los estereotipos de belleza femenina. Se habla del estereotipo de belleza, porque es el que afecta directamente a las mujeres y su cuerpo, ya que “las teorías socioculturales establecen que el ideal estético corporal propuesto por la sociedad y masificado por los medios de comunicación, es internalizado por la mayoría de las mujeres de la cultura occidental debido a la elevada dependencia existente entre autoestima y atractivo físico.” (Behar, 2012: 320) Es así como el concepto de estereotipo de belleza se vuelve parte de las representaciones que se le ha dado a la imagen del cuerpo femenino en la cultura occidental.

Pertinencia para la Comunicación y la Cultura: La comunicación y la cultura son la base de cualquier problemática cuando se estudia la carrera de Comunicación y Cultura; sin embargo, en términos del tema principal, el cuerpo y la corporalidad son fundamentales para la vida, ya que se vive y se comunica siempre desde un cuerpo, en tanto que,

La comunicación, como otras actividades que realizamos los seres humanos, conlleva una impronta subjetiva que es, en esencia, la impronta de la corporalidad. Desde ella, se puede admitir que comunicar es siempre, y sin remedio, comunicar con los cuerpos, pues en los cuerpos se origina la significación, y comunicar es siempre comunicar significados. (Romeu, 2021: 24)

Es así como el cuerpo es fundamental para la comunicación y por ello, también para la cultura. Es a través del cuerpo que los sujetos vivimos en el mundo de lo social, y a partir de donde vivimos los procesos de interacción social. En este sentido, la diferencia de género establece diferencias en torno a cómo el cuerpo de mujeres y hombres se percibe, se construye y se vive. De tal forma que las mujeres, a partir de nuestro cuerpo situado en el deber ser mujeres, hemos aprendido lo que la sociedad espera de nosotras no sólo en el plano de la vida social sino el peso que la sociedad da al canon de belleza en la configuración de “lo femenino”. En este sentido, y como parte de la cultura patriarcal, la sociedad ejerce una presión hacia la mujer para que esta cumpla los estereotipos de belleza si es que quiere ser reconocida como mujer. Por ello, las mujeres deben moldear no sólo sus cuerpos sino sus corporalidades en función de las expectativas sociales. Es decir,

en la sociedad occidental, las necesidades corporales de todo tipo han proliferado y se han convertido en objetivos fundamentales en la vida de muchas personas, y nuestra educación tiende a modelar nuestro cuerpo y a adecuarlo a las exigencias y normativas de la sociedad en que vivimos, teniendo el cuerpo una función muy relevante como mediador cultural. (Esteban, 2013: 67)

Como mediador cultural, el cuerpo es el territorio desde donde las mujeres no sólo interiorizamos la cultura sino también, desde donde podemos subvertir y resignificar la idea de una feminidad perfecta a partir de concientizar sobre la existencia de cuerpos y corporalidades de mujeres reales más allá de un ideal establecido.

Metodología: Para la investigación que fundamenta este producto comunicativo, se usó una metodología cualitativa; ello, con la finalidad de que exista una mayor comprensión de nuestras sujetas hacia el tema del producto comunicativo, además me parece, esta metodología permite un acercamiento más humano a las sujetas de estudio para que no se sientan incómodas ni utilizadas como un fenómeno de investigación. Es decir,

Los métodos cualitativos son humanistas. Los métodos mediante los cuales estudiamos a las personas necesariamente influyen sobre el modo en que las vemos. Cuando reducimos las palabras y actos de la gente a ecuaciones estadísticas, perdemos de vista el aspecto humano de la vida social. Si estudiamos a las personas cualitativamente, llegamos a conocerlas en lo personal y a experimentar lo que ellas sienten en sus luchas cotidianas en la sociedad. (Taylor y Bogdan, 1987: 21)

Es importante mencionar que un enfoque cualitativo, aunque ha sido planificado antes de iniciar una investigación, puede modificarse o reformularse en la medida en que el estudio avanza y los datos obtenidos no son completamente estandarizados, más bien, consiste en obtener puntos de vista y perspectivas de los participantes. Una de las herramientas fundamentales utilizadas en un estudio cualitativo es la entrevista semiestructurada. Por ello, en esta investigación se realizarán entrevistas semiestructuradas a las cinco mujeres que funcionan como mis informantes, en tanto que, este tipo de entrevistas

presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los

entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de ajustarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos. (Mata Solís, 2020)

En este tipo de entrevistas la entrevistadora puede saltarse algunas preguntas o adaptar otras que no estaban inicialmente en el guion, de tal manera que se presta a que sea un tipo de una conversación libre y amena. De igual manera, las entrevistas, se realizaron con el fin de complementar el producto comunicativo y darle voz a cada una de las mujeres.

Justificación de participantes entrevistadas: Las mujeres entrevistadas son jóvenes que se encuentran entre los 25 y los 30 años de edad. Considero que en este rango etario, las mujeres están en plena exploración de sus cuerpos y en la autopercepción de sus corporalidades, situación que les permite dar testimonio sobre sus experiencias en torno a los estereotipos de belleza, y de qué manera éstos las han acompañado en su infancia y adolescencia. Una cuestión no menor, es que las informantes son conocidas mías, es decir, no se partió de buscar mujeres fuera de mi ámbito de relaciones, ya que ello permite que predomine la confianza en tanto que el cuerpo y la corporalidad son temas que se consideran íntimos y cercanos si es que se habla con mujeres de la misma edad. En este sentido, confieso que comparto con ellas el rango etario.

Cabe señalar que las informantes viven en la Ciudad de México y se encuentran estudiando y/o trabajando, es decir, socializan fuera de su ámbito familiar y ello es fundamental para esta investigación pues hay que considerar que los procesos de interacción con otras mujeres -compañeras de estudio o trabajo, profesoras, etc.-, así como con sujetos del género opuesto, se dan en esos espacios y no sólo eso, sino que es ahí donde se exteriorizan y reproducen los estereotipos de belleza hegemónicos al mismo tiempo que se posibilita la crítica hacia ellos y su factible deconstrucción.

Guía de la entrevista semiestructurada: Las siguientes preguntas conforman la guía de las entrevistas semiestructuradas; aunque es importante mencionar que se quitaron o agregaron algunas según se fueron desarrollando las entrevistas con cada una de las informantes.

Las respuestas se utilizaron como testimonios para la realización del fotolibro, pues en él encontramos algunos de ellos, de esta manera las fotografías se complementan con las palabras de las mujeres que son parte de este proyecto.

- ¿Qué opinas sobre los estereotipos de belleza femeninos?
- ¿Crees que los estereotipos de belleza femenina han influido en tu cuerpo?
- ¿Crees que los estereotipos de belleza femenina han sido impuestos por el sistema patriarcal?
- ¿Cómo crees que el sistema patriarcal ha influido en la representación de tu propio cuerpo?
- ¿A partir de tus experiencias de vida, de qué manera vives tu corporalidad?
- ¿Crees que existe un ideal de belleza femenino perfecto?

PRIMERA PARTE: Sustento teórico

Capítulo 1.

1.1 Representación del cuerpo femenino y el canon de belleza

El cuerpo femenino ha sido construido a partir de diferentes disciplinas, desde la filosofía hasta la ciencia, además de la religión y la moda, transformándolo en un objeto con poco valor; dando como consecuencia un cuerpo vulnerable, manejable y dócil. Pero para poder seguir con este primer capítulo, es necesario definir el concepto de *cuerpo*, ya que es el principal punto para desarrollar este sustento teórico. Metafóricamente, podemos decir que el cuerpo es la llave para poder crear y vivir cada corporalidad, pero en palabras de especialistas en el tema: “el cuerpo resulta así la categoría prístina de la existencia humana, el derecho esencial a la existencia y la capacidad para decir, en una primera instancia, SOY. El cuerpo es único, personal, íntimo; resguarda a mi Yo y al mismo tiempo lo expone al entorno, a la relación con los Otros, con el Otro, con lo ajeno.” (Pech y Romeu, 2006)

Dicho lo anterior, debemos comprender el concepto de corporalidad, ya que cuerpo y corporalidad no es lo mismo. Los estudios realizados sobre la corporalidad han planteado la idea de cómo dirigir o dominar a éste, es decir el cuerpo se ha visto como un mandato social machista. La visión feminista ha tratado de luchar contra ese canon de belleza establecido para que la representación del cuerpo femenino sea una representación real, de mujeres reales que viven día con día su corporalidad de distintas maneras para dejar de mostrar un ideal que no existe en ninguna cultura y en ninguna sociedad.

La *corporalidad* es un concepto que se utiliza como una construcción social del cuerpo. Leída en términos de Bourdieu, la corporalidad puede ser comprendida como aquellas representaciones, esquemas, formas de conocimiento y capacidades adquiridas en los contextos sociales, que incorporan estructuras y prácticas sociales en los cuerpos, es decir,

El trabajo de construcción simbólico no se reduce a una operación estrictamente performativa de motivación que orienta y estructura las representaciones, comenzando por las representaciones del cuerpo (lo que no es poca cosa); se completa y se realiza en una transformación profunda y duradera de los cuerpos (y de los cerebros), o sea, en y a través de un trabajo de construcción práctico que impone una definición diferenciada de los usos legítimos del cuerpo, sexuales sobre todo, que tiende a excluir del universo de lo sensible y de lo factible todo lo que marca la pertenencia al otro sexo -y en particular todas las virtualidades biológicamente inscritas en el «perverso polimorfo» que es, de creer a Freud, cualquier niño-, para producir ese artefacto social llamado un hombre viril o una mujer femenina. (Bourdieu, 2000: 37)

Otro concepto central para entender de qué manera la corporalidad es aprendida por los cuerpos, es el término hábitus, se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir (Bourdieu, 1972: 178) Es decir, a partir del hábitus los sujetos producen sus prácticas. El habitus, es una interiorización de la organización a partir de las cuales un grupo social en el que han ido creciendo, crea sus pensamientos y sus prácticas, para formar distintas percepciones y dividir su mundo en categorías y distinciones, por ejemplo, de lo que es bello o feo, de lo que es correcto o incorrecto, de lo que es bueno o malo, a partir de esto se forman sus elecciones sobre los agentes sociales, Es así, que los sujetos no son libres de tomar elecciones, el habitus es el primero en no ser elegido de todas las elecciones, es también una disposición que se puede dar en un conjunto de relaciones.

Un concepto central para este trabajo es el de *canon de belleza*, pues ha sido ligado a los estereotipos femeninos en función de lo que se considera bello

o no. Sin duda, los ideales de belleza se configuran de diferente manera, dependiendo de la cultura. Sin embargo, el canon de belleza occidental, hegemónico y universal, alcanza hoy en día a la mayoría de las mujeres de todo el mundo, en la medida de que la globalización existe y ésta ha contribuido a homologar estándares o estereotipos en función del canon de belleza, el cual se asienta sobre tres elementos básicos: simetría, proporción y limpidez, es decir, pureza. Este canon es herencia de los griegos, y por ello, su recorrido en todos estos siglos ha ido desplazando a otros códigos culturales en donde quizá el concepto de belleza puede entenderse de otra manera que en el occidente.

Muestra de ello es que pese a que se diga que el ideal de belleza es diferente dependiendo de la cultura, hoy vemos coincidencias en torno a que este canon, y en todo caso sea diferente o no, oprime a las mujeres en función del mandato patriarcal de los estereotipos y las expectativas sociales que deben cumplir en torno, sobre todo; a lo fenotípico para ser aceptadas. Por ejemplo en la cultura asiática las mujeres deben ser extremadamente delgadas con una piel muy clara y sin ninguna imperfección, con las facciones del rostro más finas de lo normal; esto ha llevado a que la mayoría de las mujeres asiáticas se hayan sometido a por lo menos una cirugía estética de rostro. Cifras indican que una de cada cinco mujeres surcoreanas se ha sometido a algún procedimiento quirúrgico de este tipo en el último tiempo. Según indica la cadena de prensa estadounidense abcNEWS (2014). Cumplir con un cuerpo delgado también puede llevar a las mujeres a afectar gravemente su salud.



Fang Bingbing. Súper estrella china.

Vemos así que en Asia existe un canon de belleza que mandata a las mujeres y que nos muestra que no se diferencia del canon de belleza occidental. La delgadez del 90-60-90, así como las otras medidas equivalentes siempre en simetría y proporción, forman parte, junto con la blancura y la estatura, una ficción de belleza que incluso en México se comparte y se aspira a cumplir. Sabemos que el promedio de las mujeres mexicanas es de una estatura de 1,52 metros y en su mayoría no son esbeltas ni blancas. Pese a ello, el canon de belleza existe como una forma más de opresión de las mujeres.

1.1.2 La construcción del cuerpo occidental

El cuerpo en la sociedad forma parte de la identidad de cada persona, y que por supuesto, esta va cambiando dependiendo en qué etapa se encuentre cada individuo. En la cultura occidental, los cuerpos son producto de una construcción social, aunque cada persona pueda expresar diferentes significados con su cuerpo, es decir.

En la sociedad occidental las actividades corporales de todo tipo han proliferado y se han convertido en objetos fundamentales en la vida de muchas personas, y nuestra educación tiende a moldear nuestro cuerpo y a adecuarlo a las exigencias y normativas de la sociedad en

que vivimos, teniendo el cuerpo una función muy relevante como mediador cultural. (Esteban, 2013: 71)

La construcción del cuerpo va ligado al concepto de representación de la corporalidad, aunque como ya lo dijimos anteriormente, no es lo mismo, pero ambos términos no podían existir uno sin el otro. Este concepto se utiliza para comprender la manera cómo cada mujer se representa a sí misma con su cuerpo. Citando al Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores: “La representación social de la corporalidad de la mujer surge de un contexto sociocultural que establece un modelo de cuerpo femenino” (Botella, L; et al, 2008), caracterizado por la belleza y la juventud, y que “rechaza aquellas corporalidades que no se enmarcan en esos valores, como el de las mujeres mayores, las personas con algún tipo de discapacidad, los cuerpos racializados y/o con obesidad, etcétera.” (INPAM, 2022) A partir de esta definición podemos decir que las mujeres se ven presionadas no sólo en el ámbito de la cultura occidental sino en otras culturas donde los estereotipos femeninos se fundamentan en un canon de belleza.

Es muy común encontrarnos a mujeres hermosas y esbeltas en las revistas, en las películas, en la televisión y en las redes sociales incitando a otras mujeres a compartir este ideal de belleza femenino, viéndose sometidas a llevar dietas estrictas, a consumir productos “milagro” y comprar cosméticos que prometen la juventud eterna, pero ¿quién está detrás de todos estos eventos provocativos? Sin duda, la cultura patriarcal que está implícita en los contenidos mediáticos y de entretenimiento, los cuales contribuyen a reproducir, naturalizar y perpetuar estos estereotipos femeninos.

En este sentido resulta interesante que los dueños de las dos televisoras más importantes de México sean hombres y que compartan una visión patriarcal en torno a los contenidos mediáticos y de entretenimiento que van dirigidos al consumo femenino. Emilio Azcárraga Milmo, dueño de Televisa y Ricardo Salinas Pliego, dueño de TvAzteca, comparten la visión en torno a la representación

femenina desde el canon de belleza. Esa que Arthur Baldwin Turnure imprimió en 1892, cuando fundó *Vogue*, la revista de moda que en la actualidad es la más famosa del mundo y la más vendida, según el portal de internet EOB especializados en moda y lujo. También se sigue reproduciendo en programas clásicos como *La rosa de Guadalupe*, *Lo que llamamos las mujeres*, o cualquier telenovela que esté en la cima del rating en la televisión abierta, todos ellos, productos culturales que son producidos o dirigidos por hombres. Un dato nada curioso.

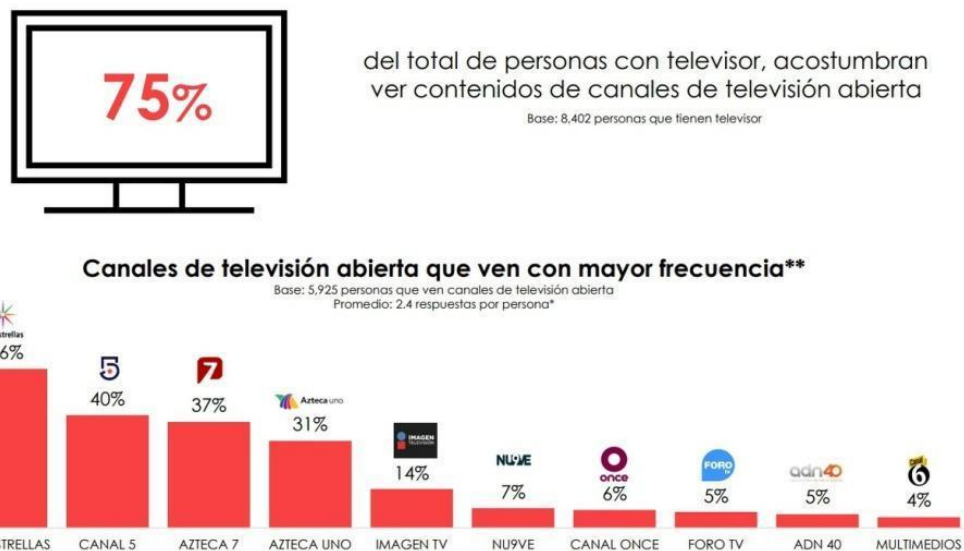


Imagen recuperada de: <https://www.xataka.com.mx/> (2021)

Todo esto para incitar a las mujeres a buscar una perfección de belleza femenina, pero ¿hasta dónde puede llegar la idea de ser parte de algo artificial? De ahí se deriva la construcción que la sociedad occidental le ha dado a la representación del cuerpo femenino.

La representación del cuerpo femenino responde a un modelo cultural que debe seguirse y que distorsiona sensiblemente la realidad, lo cual puede provocar, en este caso, hasta daños físicos y psíquicos. El más crudo ejemplo de extremismo de esta búsqueda de la perfección lo tenemos en los cuerpos enfermizos de las jóvenes que sufren anorexia y bulimia debido al prototipo de

mujer delgada promovido por la industria de la belleza, pero ¿hasta qué punto es el ideal de la realidad de las mujeres?

En los estudios que realizó Mari Luz Esteban, en su libro *Antropología del cuerpo*, ella percibe que “las personas pueden compartir el ideal social estandarizado sobre el cuerpo y la belleza, pero una cosa es el ideal y otra la experiencia real. Además de que se definen espacios y momentos diferentes donde este ideal puede perder fuerza” (2013: 89), es decir, las mujeres perciben y viven su corporalidad desde un cuerpo en contexto y siempre en constante tensión entre el ideal y lo real.

La historia nos dice o nos ha hecho creer que estas representaciones han ido cambiando con el tiempo, y que se han adaptado a cada época según las necesidades y los contextos culturales; sin embargo, esto no es del todo cierto ya que la sociedad occidental se encuentra todavía proceso para lograr un cambio verdadero respecto de la representación del cuerpo femenino en función de tomar en cuenta que la diversidad existe y que lo homogéneo no es nunca real.

1.2 Estereotipo de belleza femenina

Como anteriormente se mencionó, cada cultura ha creado sus propios estereotipos de belleza, pero también debemos mencionar que los medios de comunicación masiva y la publicidad han sido de mayor influencia para promover estos estereotipos, que han creado un fuerte impacto en la construcción del cuerpo femenino en función de que,

El estereotipo de belleza que existe hoy en día, es una presión social en las personas con el objetivo de formar una imagen de belleza física, que en su mayoría no es natural en nuestros estándares, necesidades e inclinaciones humanas. Es un universo creado por la moda, cosméticos y las industrias cinematográficas y musicales, es el más común denominador utilizado para atontar y distraer a todos de los reales y profundos problemas humanos que es necesario enfrentar. (Good, 2006)

Cabe señalar que los estereotipos femeninos siempre tratan sobre lo que puede ser bello o no en una mujer y a su vez si es aceptado o no por el público hegemónico. Así, las mujeres se ven encarceladas por querer ser como otras mujeres, aspirar a ser delgadas, rubias, etc. y no ser, frente a la sociedad, como realmente son, pues de entrada, no entran dentro del canon y es que,

este estereotipo de belleza puede crear un clima de miedo y hasta odio hacia uno mismo dejando vulnerable la autoestima, dado que modifica la percepción visual que cada persona tiene de sí misma incrementando los defectos que posee o que considera que tiene. Omitiendo que estos modelos de perfección son metas difíciles de alcanzar para el estándar de las personas. (Good, 2006)

En los contextos en que se desarrollan muchas mujeres en la sociedad occidental, el concepto de estereotipo de belleza es de vital importancia ya sea para ser aceptadas en la sociedad, tener una pareja o poder sentirse cómodas con ellas mismas y encajar: "eso implica que nos reconocemos como seres vivos, con una estructura que tiene partes que conviene que aceptemos en su totalidad, pues de ello depende en muchos aspectos, que nos encontremos a gusto con nosotros mismos" (Bonet, 1990: IV). Pero en la búsqueda de este ideal de belleza impuesto es notable que ellas pierden confianza en su cuerpo, debido a que no siempre se cumplen los estándares imaginados que han sido impuestos en los medios, en la sociedad patriarcal, en la pareja, la familia o los amigos.

1.2.1 Definición de belleza

Para comprender el tema de los estereotipos de belleza debemos entender que la belleza, en términos de la perspectiva que atraviesa esta investigación, no es un concepto inocente, sino que:

Para millones de mujeres, a lo largo de la historia, ha sido una condena, una suerte de meta inalcanzable. Los tiempos cambian, y con ellos, los parámetros, pero siempre pareciera que hay que ajustarse, someterse. Este ideal, variable, no lo es en su imposición, muchas veces racional,

otras, inconsciente, pero ahí está, marcando alguna falta, algún defecto.
¿Se pueden derribar los estereotipos? (Iglesias, 2020)

En este sentido, la belleza según la Real Academia Española (RAE) es:

1. f. Cualidad de bello.
2. f. Persona o cosa notable por su hermosura.

Belleza ideal:

1. f. *Fil.* En la filosofía platónica, prototipo o ejemplar de belleza, a la que tienden ciertas formas de la realidad en continua búsqueda de la belleza en sí.

En palabras de Umberto Eco y en una forma más explícita, la belleza es:

«Bello» -al igual que «gracioso», «bonito», o bien «sublime», «maravilloso», «soberbio» y expresiones similares- es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta. En este sentido, parece que ser bello equivale a ser bueno y, de hecho, en distintas épocas históricas se ha establecido un estrecho vínculo entre lo Bello y lo Bueno. Pero si juzgamos a partir de nuestra experiencia cotidiana, tendemos a considerar bueno aquello que no solo nos gusta, sino que además querríamos poseer. Son infinitas las cosas que nos parecen buenas -un amor correspondido, una fortuna honradamente adquirida, un manjar refinado y en todos estos casos desearíamos poseer ese bien. Es un bien aquello que estimula nuestro deseo. Asimismo, cuando juzgamos buena una acción virtuosa, nos gustaría que fuera obra nuestra, o esperamos llegar a realizar una acción de mérito semejante, espoleados por el ejemplo de lo que consideramos que está bien. (Eco,2002: 8)

Para Umberto Eco, entonces, "lo que funda la belleza es la mirada", nunca el objeto que se observa. "Utilizamos el adjetivo bello para designar cosas que no tienen nada que ver entre sí, como una bella comida, una bella noche de amor, una mujer bella, un bello cuadro... Son experiencias radicalmente distintas."

En la sociedad occidental, la belleza es algo arbitrario, lo que es bello para algunas personas, para otras no lo es, pues desde la cultura en la que venimos desafortunadamente nos han inculcado sobre lo que debemos ver bello o no, incluso hasta tener una opinión sobre lo que vemos, ya sea algo bello o desagradable a nuestra vista.

El siguiente subtema habla sobre otro concepto importante para esta investigación.

1.2.2 Definición de estereotipos

En la sociedad cada cultura ha generado diferentes creencias y modelos de lo que se considera adecuado o correcto, o en este caso, bello, es decir escuchamos diferentes pensamientos de lo que para cierta cultura es lo que se quiere o debe seguir para ser perteneciente a cierto grupo social.

La palabra estereotipo proviene del griego *stereós*=sólido como estéreo y *typos*=impresión, molde, como en tipo y tipiadora.

Los estereotipos son creencias respecto a un objeto psíquico que las personas mantienen considerando lo que la influencia de la sociedad le indica. Son formas particulares de percepción y categorización de los aspectos concernientes a la realidad, una conceptualización donde se incluyen elementos que poseen ciertas características o atributos. La clasificación de estas características tiene la función de administrar y así facilitar la percepción de la realidad. Son sistemas conceptuales relativamente rígidos que pueden ser positivos o negativos. (Salazar, 1979).

A continuación, se muestran diferentes definiciones de autores sobre el término *estereotipo*, ya que creo conveniente tener distintos puntos de vista respecto a los estereotipos de belleza. El proceso para la formación de estereotipos supone tres aspectos de acuerdo a Secord, P. F. y Backman (1964):

- 1. La elaboración de una categoría.
- 2. La asignación de un conjunto de rasgos o características a la categoría, donde solo se toman en cuenta aquellos que se consideran más importantes o distintivos.
- 3. Proceso de selección.

Los estereotipos se pueden dividir en dos y pueden ser representaciones o generalizaciones válidas respecto a la realidad. En ellos se pueden identificar una serie de aspectos:

- Contenido o cualidad: características y atributos asignados a la categoría.
- Uniformidad: variación y coincidencia en el uso consistente de la asignación de elementos a la categoría.
- Intensidad: valor de la reacción, magnitud o internalización del juicio.
- Dirección: positiva o negativa, favorable o desfavorable.

Éstos dependen del grado de familiaridad con los miembros de la categoría, la familiaridad reduce o elimina el estereotipo, o por el contrario puede incrementarlo pues los sujetos aumentan la intensidad y discriminación de las reacciones.

Ashmore y Del Boca (1981), mencionan que los estereotipos son constructos cognitivos que se refieren a los atributos de un grupo social.

Respecto a las investigaciones se encuentra que hay tres principios para analizar los estereotipos: 1) como creencias compartidas sobre un grupo, donde se clasifican las características de las personas conforme a lo que comparten con su entorno; 2) como una ayuda para explicar la realidad social, ya que es más sencillo estudiarla dentro de una clasificación que hacerlo por cada uno de los rasgos que pueden existir en las personas; 3) como un mecanismo de ahorro de energía, tomando en

cuenta que mentalmente el tener clasificada a un tipo de persona ahorra el tener que crear ideas particulares sobre ella.

Además los estereotipos se pueden estudiar desde dos dimensiones (Morales, 1999):

1. Dimensión erróneo-normal: aquí se considera o no al estereotipo de una forma errónea ya sea:

- Porque no coinciden con la realidad.
- Obedecen a una motivación defensiva.
- Por tener un carácter de generalización.
- Porque son rígidos o están vinculados a la sobrevaloración del grupo.

2. Dimensión individual-social: se incluye que la sociedad influye en los individuos, las creencias, valores, etc.

Es importante resaltar que los estereotipos son una representación de cómo cada persona individualmente cree que debe o debería ser cada cosa o persona, (hablando en términos de lo corporal o de la belleza). La mayor inseguridad que puede tener una mujer es no cumplir con los estereotipos de belleza que se encuentran en la sociedad, orillándola a crecer y a desarrollar un pensamiento y estilo de vida solo para tratar de cumplir con lo que la sociedad impone como lo bello o lo estético. Normalmente las mujeres que tienen estos pensamientos, lo han hecho porque los estereotipos que quieren seguir los han construido a partir de la influencia de la mirada hegemónica con la que conviven.

Dicho lo anterior, podemos decir que los estereotipos de belleza se conforman por características que forman parte de algo o alguien y a los que la sociedad somete y persigue, según su criterio, gusto y/o razonamiento para encajar en la sociedad.

1.3 Roles y estereotipos femeninos en la construcción social del canon de belleza

Cuando se habla de los roles de la mujer en la sociedad actual, se habla de que son madre, esposa o pareja, trabajadora, estudiante y trabajadora del hogar, pero a la sociedad, sobre todo a la masculina se le olvida que el primer rol de la mujer en la construcción social es justamente ser mujer, es decir, olvidan que tienen corporalidad, identidad y femineidad sin olvidar que no se les permiten adoptar características masculinas para ser aceptadas en el mundo. A pesar de que en la actualidad nuestro país ha avanzado en muchas ramas, seguimos viendo desigualdades, discriminaciones y racismo en las mujeres que no son vistas dentro del canon de belleza.

Todos los días nos encontramos con representaciones de género ancladas en preconceptos y prejuicios. Estas representaciones operan en el plano interno de las personas pero también se configuran como condicionantes externos del accionar individual, asignando expectativas, mandatos y roles sociales. El proceso, además, ocurre en un contexto de subordinación de las representaciones asociadas con lo “femenino”. (Molyneux, 2007, como se citó en Díaz y Biondi, 2008)

Existe una sobrevaloración del físico que convierte en imposición los cánones de belleza son normas irrompibles si es que una mujer quiere sentirse incluida. Ser alta, pero no tanto, delgada pero con algunas curvas, tener los labios gruesos pero que no se vean exagerados, la cara suave, clara y sin acné, y no tener ningún rastro de pelo visible en el cuerpo a menos que sea el de una voluminosa cabellera. Así estos criterios pasan a ser una prioridad para las mujeres, involuntariamente, que en muchas ocasiones no nos damos cuenta que la sociedad está presionando desde que somos pequeñas y que si no eres así, los hombres no te van a ver. Es algo muy fuerte, pero que existe.

La vida es más fácil para las personas que cumplen con los cánones de belleza. Así lo afirma Catherine Hakim en su libro *Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*. La socióloga británica sostiene que, por

lo general, la gente con "buena apariencia" cobra más, tiene más oportunidades laborales y más habilidades sociales que quienes no cumplen con las cualidades normativas. (Martínez, 2022)

Así como a unas personas se les da más oportunidades por su "apariciencia", también existen personas y sobre todo las mujeres que se ven afectadas en mayor o menor medida. Ahora bien, las mujeres han tenido que adaptarse a estos ideales inalcanzables que, las pueden llevar a problemas de autoestima, como ya lo habíamos mencionado, incluso a problemas de salud. Tanto hombres como mujeres pueden ser afectados por estos cánones de belleza implementados, pero en la sociedad occidental las mujeres son las más orilladas a cumplirlos, sin darse cuenta que pueden caer en esta insatisfacción no solo corporal, sino psicológica y social, temas que dan pie al siguiente subtema.

1.3.1 Cánones y roles en la sociedad occidental

En la sociedad occidental, desde que las mujeres son pequeñas se les han mostrado ciertos estereotipos con los que han crecido como algo normal. Cuando alcanzan la adolescencia ya los tienen tan interiorizados que se ven envueltas y preocupadas por estar dentro de los cánones de belleza, ya sea en el hogar o en un grupo de la escuela. Lo más preocupante es que, cuando creen no cumplir con esto, ellas mismas se invisibilizan ante la sociedad sintiéndose mal con ellas mismas llegando incluso a la depresión.

La socialización de género y la internalización de los estereotipos ocurren con más intensidad en las etapas tempranas de la vida. Se trata del proceso por el cual se adoptan y luego representan las normas asignadas socialmente a cada género, y tiene lugar a partir de la interacción con agentes clave como la familia y el grupo de pares (UNICEF, 2017). Así, las visiones y conductas estereotipadas en torno al "ser hombre" y "ser mujer" son resultado de procesos de socialización y

aprendizaje que encuentran un punto de inflexión particular en la niñez y la adolescencia.(Díaz y Biondi, 2008)

Aunque no es el tema central de este sustento teórico, es importante mencionar que no solo la belleza es un factor para que la sociedad occidental acepte a las mujeres, también influyen el lugar de procedencia, la orientación sexual o la etnia.

1.3.2 La importancia de visibilizar la diversidad corporal

Actualmente existe una gran preocupación por tener un cuerpo “gordo” y es que como mujer, estar gorda es sinónimo de sedentarismo o mala alimentación. Hablamos de este tema, porque un cuerpo gordo sufre de mayor violencia en la sociedad, tanto en la escuela, como en el trabajo e incluso en el transporte público.

La sociedad se espanta al ver un cuerpo diferente, pues la realidad ha sido transformada por los medios de comunicación al presentar cuerpos que no son reales y sobrevalorar la delgadez acostumbrando a la sociedad, invisibilizando o burlándose de -las mujeres que son gordas, robustas o grandes y no cumplir con las tallas “perfectas”.

Si imaginamos un mundo en el que todas las personas comiéramos la misma comida, realizáramos la misma actividad física o viviéramos en el mismo lugar... ¿Todas las personas seríamos iguales? La respuesta es no, pues todas las personas seguiríamos siendo nosotros mismos, diferentes. Los cuerpos son diferentes, existen de distintos tipos, tamaños y colores. “Nuestro cuerpo es como cualquier otra característica que nos hace personas únicas.” (Mondragón, 2019)

Tener el cuerpo “perfecto” parece que es la clave para transmitir a la sociedad que tienes buena salud, confianza y éxito. Es decir, que cumplir con las medidas de los cuerpos que salen en los medios de comunicación es la clave para tener una buena vida.

En el medio cinematográfico, encontramos a mujeres delgadas, altas y rubias en las películas, realizando el papel de protagonistas, en cambio existen actores de todo tipo altos, bajos, flacos, gordos que hacen papeles importantes. A una mujer gorda o de cuerpo mediano jamás la veremos protagonizando una película o novela, en caso de que aparezca es para comparar un antes y un después o para realizar justamente el papel de “gorda”. Otro ejemplo, lo podemos ver en las campañas inclusivas, solo en las inclusivas solo en ellas es donde salen mujeres con cuerpos diversos. De esta manera también se violentan estos cuerpos “diferentes”.

Por todas estas razones es necesario visibilizar cuerpos diferentes y sobre todo reales, para que las nuevas generaciones de niñas y, sobre todo, adolescentes vayan creciendo con mejores ideales y libertad con respecto a su cuerpo y la aceptación de su corporalidad, que sepan que existen millones de formas de cuerpos y que no hay que generar odio hacia su mismo cuerpo.

Para concluir con este capítulo, la sociedad está tan acostumbrada a ver un solo tipo de cuerpo, esbelto, de piel blanca, con rasgos eurocéntricos, que nos hacen pensar que es algo digno de ver, de ser mostrado, que la representación que vemos es signo de felicidad y que para ser parte de esta felicidad debemos de vernos igual a lo que nos muestran.

El mensaje que nos dan, tanto el sistema, como los medios de comunicación es hacer algo para poder ser visibilizada y mostrada, es decir, nos venden productos que prometen aclararnos la piel o que nos hacen bajar de peso, pero no solo entra el tema de belleza, sino también el económico, ya que, naturalmente no podemos llegar a lograr esos cambios, debemos consumir para sentirnos felices y satisfechas con nuestro propio cuerpo, a eso se le llama violencia estética, en palabras de Esther Pineda, la violencia estética es muy específica porque se refiere explícitamente a las narrativas, representaciones y prácticas que presionan a las mujeres a cumplir con el canon de belleza impuesto; hace referencia a las formas de discriminación y exclusión contra aquellas que no satisfacen ese estereotipo de belleza; al mismo tiempo que

incluye las consecuencias físicas, psicológicas y sociales que se derivan de este tipo de mandato y discriminación. (Pineda, 2022)

Entonces, las mujeres queremos pertenecer al grupo que creemos que existe, porque así nos lo han hecho saber, de las mujeres perfectas y nos pasamos la vida alcanzando algo inalcanzable, el sistema nos ha hecho sentir insatisfechas con nuestro cuerpo, no solo para ganar dinero, como ya lo vimos, sino también para tenernos entretenidas en ideales imaginarios.

Capítulo 2.

2.1 Cuerpo y corporalidad: representación de cuerpos de mujeres reales

Tal parece que el único cambio que acepta la sociedad en un cuerpo femenino es el de una mujer embarazada, ya que por obvias razones en ese caso la mujer tiene que subir de peso, pero en cuanto ven a una mujer con una panza grande se horrorizan y generalmente es rechazada, Incluso una mujer embarazada, después de dar a luz, se piensa que tiene que regresar a su figura de antes, porque si se queda con “unos kilos de más” es juzgada.

Es importante que la sociedad y sobre todo los hombres comprendan que hay cambios normales y que los cuerpos no van a ser peores ni mejores si son gordos o flacos.

Desde el feminismo existe la posibilidad de hablar de una mirada desde la mujer, una mirada que se tiene que construir a partir de un “nosotras mismas” y no a partir del orden dominante de los varones desde el que se nos ha enseñado a mirar. (Pech, 2009: 23)

Este orden dominante afecta a la mayoría de las mujeres, pues se han visto representadas por los otros para verse como quieren que se vean, para transmitir cosas que no existen y sobre todo para invisibilizar los cuerpos reales. Casi nunca vemos representaciones de mujeres como ellas quieren ser miradas o representadas.

En general la(s) crítica(s) feminista(s) de la cultura ha(n) centrado su análisis en la distancia que existe entre las mujeres “reales” y las representaciones que de ellas se hace en los discursos y ello tiene que ver, principalmente, con la forma en cómo se construye la mirada, es decir, el modo de ver. (Ibid: 27)

Incluso podemos darnos cuenta de cómo la industria de la moda es la primera en ocultar los cuerpos grandes, gordos y también medianos, pues es normal entrar a una tienda de ropa donde todas las tallas son muy pequeñas y que si existe algo que te guste no podrás comprarlo porque no te quedará, así, puede llegar el

sentimiento de culpa contigo misma y sentirte mal, primero, porque te hacen sentir que no perteneces a los cuerpos “perfectos” y segundo por no poder encajar entre las demás mujeres. Como dice Berger lo visible no existe en ninguna parte ya que no es más que un conjunto de imágenes que el ojo crea al mirar. De esta manera, “la realidad se hace visible al ser percibida.” (Berger, 2000: 7) Las representaciones de los cuerpos femeninos siempre muestran un cuerpo como “natural” y “eterno”, aunque sabemos que no es así.

2.1.1 Dominación de los cuerpos

Es central aclarar que el concepto de *dominación* puede aplicarse para citar a la autoridad o el mando que tiene una persona sobre una región o una entidad. La dominación suele estar específicamente a la imposición de una postura o un orden, y no al consenso o a las reglas democráticas. Existe un grupo social masculino que desde la posición hegemónica ha sido capaz de crear y darle sentido a la dominación como una manera de imposición sobre la representación y la relación imaginaria que se da a los cuerpos femeninos.

Así, las clasificaciones sociales de género se han naturalizado en la sociedad como una forma de división entre lo masculino y lo femenino, es decir:

La diferencia biológica entre los sexos, es decir, entre los cuerpos masculino y femenino, y, muy especialmente, la diferencia anatómica entre los órganos sexuales, puede aparecer de ese modo como la justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división sexual del trabajo. (Bourdieu, 2000: 24)

A partir de esto podemos decir que se hace una diferenciación basada en el género, comienza la dominación hegemónica hacia los cuerpos femeninos pues

gracias a que el principio de visión social construye la diferencia anatómica y que esta diferencia social construida se convierte en el fundamento y en el garante de la apariencia natural de la visión social que la apoya, se establece una relación de causalidad circular que encierra el pensamiento en la evidencia de las relaciones de

dominación, inscritas tanto en la objetividad, bajo la forma de divisiones objetivas, como en la subjetividad, bajo la forma de esquemas cognitivos que, organizados de acuerdo con sus divisiones, organizan la percepción de sus divisiones objetivas. (Ibid)

Así, el cuerpo femenino a partir de las condiciones sociales, se comienza a ver como un *cuerpo creado para el otro*. Berger señala que este proceso ha sido interiorizado por las propias mujeres, quienes consideran que la examinadora y la examinada (vidente-visible) que hay en ellas son dos elementos constituyentes, pero siempre distintos, de su identidad como mujer.

Tiene que supervisar todo lo que es y todo lo que hace porque el modo en que aparezca ante los demás, y en último término ante los hombres, es de importancia crucial para lo que normalmente se considera para ella éxito en la vida. Su propio sentido de ser ella misma es suplantado por el sentido de ser apreciada como tal por otro. (Berger, 2000: 54)

Las mujeres son siempre pensadas y representadas de una manera distinta a los hombres. Siguiendo esta línea de dominación, la mirada hegemónica es la que ha dominado la representación de los cuerpos reales de las mujeres.

La representación de la vagina como falo invertido, que Marie-Christine Pouchelle descubrió en los textos de un cirujano de la Edad Media, obedece a las mismas oposiciones fundamentales entre lo positivo y lo negativo, el derecho y el revés, que se imponen desde que el principio masculino aparece como la medida de todo. Sabiendo, por tanto, que el hombre y la mujer son vistos como dos variantes, superior e inferior, de la misma fisiología, se entiende que hasta el Renacimiento no se disponga de un término anatómico para describir detalladamente el sexo de la mujer, que se representa como compuesto por los mismos órganos que el del hombre, pero organizados de otra manera. (Bourdieu, 2000: 28)

El cuerpo es pues, como un texto donde se inscriben las relaciones sociales de producción y dominación. “Tendría entonces: un carácter históricamente determinado, podría decirse: la historia del cuerpo humano, es la historia de su dominación.” (Gómez, 2008). Esto ha implicado que las mujeres sean definidas y

se definan así mismas a través de las categorías dominantes de género generando subordinación y violencia simbólica.

2.2 Imagen corporal

Todos tenemos una imagen corporal, todos tenemos sentimientos respecto a nuestra propia apariencia, pero también tenemos pensamientos y sentimientos sobre lo que las otras personas piensan sobre nosotros. La imagen corporal es la representación del cuerpo que cada persona construye en su mente, es decir cómo me percibo y en consecuencia cómo actúo en relación con mi cuerpo. Como mujeres, la representación que tenemos de nuestro cuerpo es algo que no concuerda con lo que vemos en la sociedad, por tanto es difícil tener una idea sobre nosotros, porque los cánones de belleza nos dicen que no correspondemos a ese “ideal” y nos muestran lo que no somos en realidad.

En palabras de expertos ¿qué entendemos por imagen del cuerpo humano?

-“Por imagen del cuerpo humano entendemos aquella representación que nos formamos mentalmente de nuestro propio cuerpo, es decir, la forma en que éste se nos aparece. [...] El esquema corporal es la imagen-tridimensional que todo el mundo tiene de sí mismo. Y podemos llamar esta imagen, “imagen corporal”. El término nos indica que el objeto de nuestro estudio no es una mera sensación o imaginación, sino una apariencia propia del cuerpo. Indica también que, aunque proviene de los sentidos, no es una mera percepción. Hay en ella, sí, cuadros y representaciones mentales, pero tampoco es una simple representación.”- (Schilder, 1983:15)

La imagen corporal también se da a partir de cada cultura, es decir, podemos tener percepciones de nosotros mismos a partir de las problemáticas que hemos sufrido durante nuestra vida, así como del racismo, la violencia de género, la delgadez, el sobrepeso, la belleza e incluso la fertilidad. La valoración que

tenemos sobre nuestra imagen corporal se da a través de la interacción que tenemos con nosotros mismos y los demás.

Por tanto, la imagen corporal no está necesariamente correlacionada con la apariencia física real, siendo claves las actitudes y valoraciones que el individuo hace de su propio cuerpo. Aquellos sujetos que, al evaluar sus dimensiones corporales, manifiestan juicios valorativos que no coinciden con las dimensiones reales presentan una alteración de la imagen corporal. (Sepúlveda, 2004)

En la imagen corporal existen distintos tipos de problemas como:

- Timidez y vergüenza en situaciones sociales, incomodidad, angustia, cuando la apariencia es percibida por otras personas.
- Excesiva importancia de la apariencia en la autoevaluación.
- Autovaloración negativa debido a la apariencia y evitación de actividades por vergüenza de la apariencia física.

La imagen corporal es un constructo complejo, integrado por percepciones, creencias, pensamientos o actitudes hacia el cuerpo, pero también por las experiencias y sentimientos que el cuerpo produce y las conductas relacionadas. Se intenta la conceptualización de la llamada imagen corporal utilizando medidas apropiadas en contextos específicos. El constructo de la imagen corporal es multidimensional con varios componentes mensurables y con aspectos cognitivos, afectivos, emocionales, conductuales, de satisfacción subjetiva, perceptuales o de actitud hacia el cuerpo. La propia percepción del cuerpo y la estimación del tamaño refleja factores cognitivos y de actitud. (Serna de Pedro. 2004)

En la actualidad la sociedad se preocupa demasiado con la apariencia física, pues las mujeres gordas son juzgadas como físicamente menos atractivas, carentes de voluntad y conducta, esto lleva a que muchas de ellas con sobrepeso desarrollen una imagen corporal negativa ante la sociedad.

2.2.1 Representación de la imagen corporal

La representación de la imagen del cuerpo femenino ha traído en la sociedad una desconexión con la realidad, pues todo lo que vemos sobre el cuerpo de una mujer es para darle gusto a una mirada hegemónica y a quien se le ha dado el derecho de opinar sobre los cuerpos femeninos y a decidir si es aceptable o no. Las mujeres han sido representadas bajo un ideal de belleza al que todas tienen que llegar o cumplir. “En los últimos años la imagen corporal ha tomado un inmenso auge en las sociedades modernas, muchas de las cuales han creado toda una subcultura basada en la percepción y la importancia de la imagen ideal” (Banfield y McCabe, 2002). En una sociedad que glorifica la belleza, la juventud y la salud no es extraño que aumente la preocupación por la apariencia física. Según Calaf, León, Hilerio y Rodríguez (2005). “Los medios de comunicación y la presión social son algunos de los muchos factores que han influenciado a las personas a seguir una imagen ideal que en muchas ocasiones es difícil de alcanzar.” (Nieves, 2009: 1)

Esto ha llevado a que exista una presión interna sobre y entre las mujeres para mantener una autoimagen que cumpla y al mismo tiempo ante esta presión externa las mujeres tienden a ajustar su imagen hacia la percepción de los demás y a cómo desean ser percibidas.

Los ideales de belleza constituyen patrones relacionados con la apariencia física que suponen una construcción social del concepto de imagen corporal. Son establecidos por las distintas sociedades y constituyen un factor importante que establece ciertos patrones físicos y de imagen corporal. Suponen una alta presión sobre todos los miembros de la población. Quienes poseen las características del modelo de belleza tienen razones para valorarse positivamente, mientras que los que se apartan de él, suelen tener baja autoestima.

(Nieves, 2009: 2)

A medida que va pasando el tiempo, ciertas partes de la sociedad han tratado de cambiar los pensamientos que se han construido sobre el tema del cuerpo

femenino o lo que muestran los medios de comunicación. Pero sabemos que no es suficiente, pues nos seguimos encontrando con comentarios violentos, denigrantes y gordofóbicos en las redes sociales de la gente en su mayoría hombres, ofendiendo a una mujer por sus fotos en traje de baño porque se ve muy delgada o muy gorda. La mayoría de las veces lo hacen con las mujeres que son de tallas grandes, porque precisamente, quieren ver lo que siempre están acostumbrados a ver, cuerpos que cumplan con el 90-60-90.

“No conocemos mejor nuestro propio cuerpo, por cierto, que los cuerpos de los demás. De otra manera, no usaríamos el espejo con tanto afán. El interés que nos despiertan los espejos es la expresión de la labilidad de nuestro modelo postural del cuerpo, del carácter incompleto de los datos inmediatos y de la necesidad de elaborar la imagen de nuestro cuerpo mediante un constante esfuerzo constructivo.” (Schilder, 1983: 234)

2.3 ¿Qué es el *Body Positive*?

A pesar de que los estereotipos de belleza femeninos han llevado a que las mujeres tengan una lucha constante con su propio cuerpo por tratar de mantener un ideal de belleza que no existe, la corriente feminista ha luchado permanentemente contra estos paradigmas sociales para crear formas de incluir en la sociedad todo tipo de cuerpo. Es así como nace el movimiento *Body Positive*.

El Movimiento *Body Positive* o de positividad corporal es un movimiento psicosocial y cultural que surge como respuesta a las negativas consecuencias provocadas por los inalcanzables estándares de belleza establecidos por la sociedad como institución.

Estar gorda o extremadamente delgada, tener acné o pecas en el rostro, dejar tu piel al natural, mostrarte en bikini o casi desnuda en tus redes sociales cuando no tienes 90-60-90, entre otras prácticas, son

consideradas pecados capitales para la gran mayoría. (Blog *BodyPositive*)

Este movimiento fue impulsado por las feministas Connie Sobczak y Elizabeth Scot y comenzó a cobrar fuerza con el nacimiento de la revista *Belleza XL* (2007).

¿De qué manera se manifiesta el body positive en la sociedad? En el mundo de la moda, dónde el discurso siempre había estado a favor de la delgadez como sinónimo de perfección, la imagen se va transformando paulatinamente. Muchas son las marcas que comienzan a apostar por la diversidad en toda su amplitud para representar su sello en los desfiles de moda, pasarelas y otros eventos.

Sin embargo, las redes sociales son otro mundo completamente diferente. El body shaming o vergüenza corporal, la gordofobia y, en general, el ejercicio del poder sobre el cuerpo ajeno está presente en la mayoría de las cuentas o perfiles de redes sociales. A pesar de que se empezó este movimiento para transformar los ideales de la sociedad hegemónica, machista, gordofóbica y conservadora, las feministas que se encuentran en esta lucha saben que todavía les queda un largo camino por recorrer en ese sentido. Ya que consideran que los estereotipos todavía son de gran importancia en la sociedad occidental.

En Latinoamérica es un movimiento que ha cobrado muchísima fuerza, especialmente en México. Arhe Molina y Dana Carrillo fueron las creadoras de la primera campaña curvy por la cual se interesaron numerosas marcas y medios de comunicación. Lamentablemente, en redes sociales seguiremos viendo las críticas más cruentas contra los cuerpos diversos. (Blog *Bodypositive*)

Son muchos los beneficios que el movimiento del Body Positive y otros similares ha logrado en las mujeres. Ejemplo de ello es el resultado que refleja uno de los últimos estudios de la Asociación Americana de Psicología. Al parecer, las

mujeres aceptan hoy su cuerpo un 3,3% mejor que hace 30 años atrás. El blog promueve algunos beneficios específicos del Body Positive:

- Una cifra que puede parecer irrisoria, pero que estadísticamente constituye un gran avance.
- Al otorgarle un espacio propio en la sociedad actual contribuimos a la diversidad, mostrando referentes con apariencias distintas que se acercan más a la realidad.
- Una talla, una prótesis, un rostro con acné, una cicatriz, un color de piel concreto no define quien eres. Tus características físicas sólo son una minúscula parte del conjunto.

Cómo ves, el Body Positive es un movimiento de amor y respeto hacia nuestro cuerpo, en primer lugar, así como al resto de cuerpos diversos que nos rodean. (*Blog BodyPositive*)

2.4 Comunicación y cuerpo

Para concluir con el sustento teórico del trabajo comunicativo es importante tomar en cuenta que la comunicación con el cuerpo es un factor fundamental para transmitir o compartir información para con la sociedad.

El término *comunicación* proviene de la voz latina *communicare*, que significa intercambiar, compartir, poner en común. [...] Esta aceptación se relaciona, sin duda con la interacción, que por su origen etimológico, se refiere al intercambio de hechos, actividades y movimientos. (Rizo, 2008: 13)

En el campo de la comunicación existe un concepto que se llama Comunicación interpersonal, que se aleja de la comunicación mediática.

“La comunicación interpersonal se define como el encuentro cara a cara entre dos personas que sostienen una relación de interdependencia a través de un intercambio de mensajes que

proceden de señales tanto verbales como no verbales. [...] La comunicación interpersonal comprende interacciones en la que los individuos ejercen influencia recíproca sobre sus respectivos comportamientos, siempre en una situación de presencia física simultánea.” (ibid)

Dicho lo anterior, el cuerpo es la llave de conocimientos en las relaciones sociales y sirve para comunicar. “Cuando nos comunicamos expresamos no solo por medio de palabras, sino también por medio de nuestro cuerpo, cuyo potencial expresivo no viene dado únicamente por su capacidad de comunicar conocimientos o ideas, sino también por sus inagotables posibilidades de comunicar estados afectivos y emocionales.” (Rizo, 2021: 35)

Las personas viven y experimentan el mundo a través de sus cuerpos y todas esas experiencias y conocimientos se dan por las impresiones, emociones y sensaciones que se sienten y se viven en los cuerpos.

2.5 Una manera de comunicar con el cuerpo

La comunicación es un mecanismo complejo donde participan de manera consciente e inconsciente diversas manifestaciones. No sólo nos comunicamos por medio de la lengua que hablamos y escribimos, sino también por el silencio, el tono de voz y los gestos de nuestro cuerpo. (Vestfrit, 2013) De esta manera, puede que la percepción sea siempre corporal y subjetiva. Señala Husserl, al respecto que el cuerpo ya está en el mundo, de manera que el mundo mismo se revela como corporal. (Husserl, 1980: 128 como se citó en Romeu 2021: 17)

Todas las vivencias interiores de cada persona pueden ser creadas y manifestadas a través del cuerpo sea consciente o inconscientemente; en este sentido,

El cuerpo habla, aunque no nos demos cuenta. El cuerpo miente, dice la verdad, seduce, agrade y expresa muchas cosas más. En tal sentido, es de suma importancia desarrollar la capacidad y habilidad para interpretar y decodificar las señales corporales y el mensaje que estas

envían. Cada individuo debe aprender a interpretar los mensajes que se transmiten a través del lenguaje corporal y con ello conseguir una adecuada comunicación personal, profesional y pública. (Vestfrit, 2013: 18)

Las experiencias que tiene cada individuo son una interacción de éste con el entorno, de esta manera podemos decir, que es un conjunto de significados del cual nace la corporalidad.

El cuerpo fotografiado también comunica mensajes, en las cuales se ve la esencia de la persona, la manera de cómo se siente, incluso en la fotografía estamos comunicando señales o información desde la forma en que está el cuerpo, la vestimenta y todos los elementos que componen una fotografía, en este caso, la de retrato, que es la que trabajamos en el producto comunicativo.

Concluyendo con esta parte, para poder resistir ante esta situación, es importante concientizar y reflexionar sobre quién es el verdadero enemigo que a las mujeres nos ha orillado a ser invisibilizadas ante la humanidad. Crear ambientes seguros para las mujeres, compartir y crear representaciones de cuerpos de mujeres reales, mostrar la diversidad de cuerpos para que otras mujeres se sientan verdaderamente representadas.

SEGUNDA PARTE: Capítulo medio fotográfico

Capítulo 3.

3.1 Sobre el medio para la realización del producto

En esta segunda parte se justifica el medio y el género del producto comunicativo y el por qué fueron elegidos. A continuación, mencionaré a algunas fotógrafas que aunque no son reconocidas mundialmente sus técnicas de retrato han sido de gran inspiración y ayuda para tomar las fotografías para mi producto comunicativo. Ellas son: Alba Duque, Melody Melamed y Carlota Guerrero. Posteriormente se presenta la realización del estado del arte de proyectos fotográficos y fotolibros que me entusiasmaron para la realización de mi fotolibro; las fotógrafas que se menciona son: Carol Espíndola, Patricia Aridjis, Valeria Radrigán y Tania Orellana, Paula Lopez Droguett y Massimo Leardini, para concluir, explico el abordaje visual y la propuesta estética de mi proyecto.

3.2 Justificación del medio y del género

Para este producto comunicativo se ha elegido la vía de la fotografía, ya que es el mejor medio para representar el cuerpo de las mujeres reales. Como género se eligió el retrato, este último trata de captar la personalidad de la persona que es retratada; de igual manera se utilizan fotografías a detalle, que tratan de captar las texturas y colores que existen en la piel. De esta manera, se decidió que la realización de un fotolibro es la mejor salida para plasmar estos retratos.

3.3 Medio fotográfico

3.3.1 La fotografía

Técnicamente la fotografía debe incluir: luz, composición, profundidad y color, entre muchos otros aspectos y como resultado se obtiene una imagen, pero además de estas técnicas, es importante concebir el lenguaje, transmitir ideas y comprender la información que se está transmitiendo. “Al principio, la fotografía surgió como una herramienta de la ciencia. De hecho, el 19 de agosto de 1839, Daguerre presentó su invento ante la Academia de Ciencias.” (Rodríguez, 2021)

La fotografía busca reinterpretar la realidad para convertirla en imágenes. E incluso puede nacer de esta una gran obra de arte. Un fotógrafo es capaz de compartir mensajes por medio de las fotografías, estos mensajes pueden ser desde contextos en los que se encuentran las personas, hasta expresar solo sus emociones. Como dice Susan Sontag, la fotografía tiene la capacidad peculiar de transformar todos sus temas en obras de arte (2006, p.210). Así mismo la fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir cualquier origen, idioma o cultura, es una forma de expresarse con otros, la fotografía va más allá de capturar un momento de manera profesional o de manera aficionada. Por lo que podríamos decir, el resultado final de la fotografía es llegar a perdurar en los espectadores y ser memorable.

Entonces, la imagen es la representación visual de la apariencia de un objeto real o imaginario. Como ya se mencionó la fotografía es la técnica que nos permite obtener imágenes fijas de la realidad, aunque estas en ocasiones pueden ser distorsionadas, sabemos que existe o existió algo semejante a lo que está en la imagen.

Como punto de partida de esta investigación se ha tomado la representación del propio cuerpo a través de la fotografía, pues el ser humano se concibe en la mayoría de situaciones como protagonista para interpretar su existencia. La imagen del cuerpo siempre es asumida de diversas maneras por la sociedad, una de ellas y la más manipulada es la que comparten los medios de comunicación, creando en la sociedad un estado obsesivo por alcanzar un ideal de belleza.

Por otro lado se encuentra la relación con el retrato desde lo sexual y el género, es decir existen fotografías eróticas las cuales se centran en mujeres realizando poses eróticas y normalmente están desnudas, estas imágenes tienen un logro muy significativo en la evolución de la historia de la fotografía y el arte. La idea de estas fotografías es evidente, representar una fuerza de la presencia de la cosa misma, representada en una verdadera existencia, que estimulaba el deseo y la curiosidad de los artistas en aplicar esa existencia en todos los temas visuales de interés para el hombre.

En la actualidad, la imagen del cuerpo de la mujer se ha transformado a partir de los estereotipos de belleza de tal manera que se ha formado una “nueva imagen” mostrando la corporeidad, la sensualidad y el exhibicionismo existencial, a su vez, esta nueva imagen tiende a complacer a cierta sociedad hegemónica. Así los cuerpos que se ven con poca ropa son vistos como herramientas de deseo. Por lo tanto, lo que se pretende hacer en las fotografías de este proyecto es romper con esa mirada, porque a pesar de que los cuerpos que se encuentran en este fotolibro no tienen mucha ropa, la finalidad no es crear un deseo hacia los cuerpos. Como dice el fotógrafo Rafael Navarro en el fotolibro *El cuerpo como objeto* (2017) “la desnudez es un elemento añadido, pero no estamos hablando de la ausencia de ropa, sino de la pura definición del cuerpo, objeto como sus límites propios que deambula por la historia del arte sin más atributos que su piel, sus formas, las líneas y el color que lo componen”.

3.3.2 La fotografía de retrato

Una manera de abordar el cuerpo humano en la fotografía es el retrato, pues se busca una imagen real y no estetizada, así mismo en este fotolibro se encuentran fotografías a detalle con la finalidad de desvanecer el erotismo estereotipado, hay que tener en cuenta que las mujeres retratadas transmiten un erotismo en el mejor de los sentidos, sin caer en lo estereotipado, como lo mencionamos anteriormente, pues lo más importante de este proyecto es que estas mismas mujeres se sintieron en paz con sus cuerpos y mostraron su confianza ante la cámara, otra característica de las fotografías a detalle lograr ver lo abstracto y bello que puede llegar a ser el cuerpo.

En este caso, no me interesa el desnudo en sí, sino los elementos que conforman el cuerpo como las texturas que puede tener una piel, las marcas, la piel lisa y los diferentes colores que pueden existir en un solo cuerpo eso es lo que conforman una fotografía a detalle para representar el cuerpo femenino.

El retrato es un género fotográfico que consiste en capturar las características de una persona, ya sea individuo o en grupo, utilizando: luz, un fondo neutro y plano, poses y la composición. Para la fotografía de retrato, es importante dar un mensaje, contar una historia o compartir una emoción.

“En la retórica normal del retrato fotográfico, enfrentar la cámara significa solemnidad, sinceridad, la revelación de la esencia del sujeto.” (Sontag, 2006, p.63)

Resulta ser la mejor técnica para representar la fisonomía del cuerpo humano. Busca revelar el carácter, las emociones o el ánimo de las personas que posan frente a la cámara para que sean el centro de interés. Ya sea que el retrato esté en un plano detalle, sigue teniendo una función artística expresiva. Como dice el fotógrafo Richard Avedon en la revista *El retrato* (2013) “un retrato fotográfico es una foto de alguien que sabe que está siendo fotografiado, y lo que hace con este conocimiento forma parte de la foto tanto como lo que lleva puesto o la manera en que se ve. Está involucrado en lo que está pasando, y tiene un cierto poder real sobre el resultado”.

En el retrato vemos a la persona misma, podemos ver cómo le gusta vestirse, si es alegre, tímida o seria, también pueden llenar toda la fotografía sin fondo y mostrar todo el rostro o solo el cuerpo, lo que más hace a un retrato es la representación de lo real. A continuación se muestran dos ejemplos de retratos de cuerpos.

Jonh Rivers Coplans (1920-2003) nacido en Londres, fue un artista, escritor de arte, curador y director de museo británico. Conocido por su serie de autorretratos en blanco y negro del cuerpo desnudo y envejecido. Fotografió su cuerpo desde la base de su pie hasta las uñas de sus manos. Como nunca fotografió su rostro, sus imágenes no están enfocadas a un hombre o identidad en específico.

Decidió fotografiar partes de su cuerpo arrugado, velludo, con la flacidez y el deterioro propio de la edad, se retorció sin pudor frente a la cámara, en un ejercicio de completa honestidad frente a su audiencia. Coplans entraba con fuerza en el mundo del arte derrumbando los pactos de las estéticas a través de una obra que podía resultar un disparate, divertida o provocadora, pero nunca complaciente.



Lying Figure, Holdin, leg Four Panels 1990 (Figura Acostada, Tocando Pierna, Cuatro Paneles, 1990)

Imogen Cunningham (1883-1976) nacida en Portland, Estados Unidos, fue una fotógrafa estadounidense cuyo trabajo se orienta hacia la naturaleza y el retrato. La fotógrafa descubre la voluptuosidad en el cuerpo humano, pasando a la historia como la primera mujer en firmar retratos de hombres desnudos, rompiendo las barreras entre mujeres y hombres, escandalizó a la sociedad de principios del siglo pasado, llegando a ser tachada por algún periódico como mujer inmoral.



Imogen Cunningham, Espalda en espiral, 1929

4.4 Un fotolibro como formato de salida

4.4.1 El fotolibro

El primer fotolibro, *Fotografías de algas británicas: impresiones de cianotipo* (1843-1853), es una creación de Anna Atkins inspirada en el interés de ayudar a los científicos a identificar especímenes marinos. Las fotografías están impresas con el proceso de cianotipo, haciendo impresiones de muestras reales en contacto con el papel sensible a la luz. (Sancari, 2020)



Atkins A., "Fotografías de algas británicas: impresiones de cianotipo".

Cuando hablamos de fotolibro, nos referimos a una publicación donde el tema principal se realiza a través de una secuencia de imágenes fotográficas, la narrativa está realizada de imágenes, puede tener textos, pero la narración principal son las fotografías. El fotolibro tiene distintas finalidades, entre ellas se encuentran la poética, la informativa y la narrativa.

En algunos fotolibros, no en muchos, existe una narración no lineal que es mucho más compleja para el público, ya que se tiene que comprender mucho más de lo que las fotografías quieren decir de forma evidente, estos se pueden complementar con distintos elementos que forman parte de "pistas" para poder entender el tema del fotolibro.

Los libros se miran y se leen. Los fotolibros, además, poseen una particular característica definitoria: en ellos las imágenes son el texto, un texto que hay que leer. El sentido de la lectura se produce cada vez que se pasa de página, avivando así la llama de una narración que puede ser tan descriptiva o metafórica como cualquier otra que brinda sólo palabras. (Horacio Fernández, *Nueva York en fotolibros*, 2016)

Tomando en cuenta todo lo anterior, el fotolibro es una forma de comunicación entre el artista y el público, de manera que el receptor pueda codificar un mensaje dentro de lo que está representado. Joan Fontcuberta,

artista especializado en la fotografía, en su artículo “El hechizo del fotolibro”, publicado en *El País*, el 17 de diciembre de 2011, manifiesta que, la fotografía cobra más sentido en un libro que en una exposición, a diferencia del álbum o del catálogo, el libro ya no se entiende como simple soporte, sino que es una obra en sí misma. Una obra coral en la que interviene el diseño, el grafismo y la tipografía, la secuencia de las imágenes, la maqueta, el texto, es decir, una conjunción de cualidades de concepto y de objeto.

La realización de un fotolibro es para poder mostrarle a la gente una parte de lo que trata un proyecto de investigación, donde no solo lees información, sino que puedes ver más allá de solo letras, un ejemplo, es este proyecto, muestro al público a las mujeres que han pasado por alguna discriminación por su cuerpo o que tienen una historia con su cuerpo y no se queda en solo mostrar la entrevista transcrita que se le hicieron a las mujeres que participaron en el fotolibro, sino mostrarlas a ellas en forma de resiliencia. Es así como puedes enseñar a la gente una parte de lo que tú quieres contar, y también es una forma particular de acercarnos siempre a una cultura visual de nuestra época, tiene una parte de ser algo íntimo, al contrario cuando salimos a la calle y vemos imágenes que nos impactan, pero de una forma no tan grata, hoy en día encuentras fotolibros con mayor difusión en festivales, ferias y con el internet.

A continuación se muestra el ejemplo de un fotolibro titulado: *Cuántos cuerpos entran en un cuerpo* (2020) de Roma Vaquero Díaz (1982), nacida en Argentina, es una artista multidisciplinaria e investigadora, especializada en la performance. La idea de este fotolibro es el punto de contacto de dos cuerpos, los cuales conforman un territorio natural. Un dúo de personas puede conformar un territorio, como dice Díaz, cuando una de ellas enferma o transita una situación vital difícil, la otra se sostiene y se modifica. Cuando acercamos nuestra mirada a la piel advertimos que somos parte de una totalidad.



Roma Vaquero Díaz, Imágenes que se encuentran en el fotolibro *Cuantos cuerpos entran en un cuerpo* 2020.

3.5 Estado del arte del medio fotográfico

Al realizar la búsqueda de materiales para mi estado de arte, encontré algunos proyectos fotográficos que inspiraron al mío, aunque no todos están tan directamente relacionados a mi tema en específico, me parecieron relevantes en la manera de cómo se relacionan estos temas y fotografías con el cuerpo de la mujer.

A continuación presento a tres fotografías que me ayudaron a guiarme en mis fotografías y a cuatro fotografías entre ellas un fotógrafo de los cuales sus fotolibros se relaciona con el mío y han inspirado mi producto comunicativo:

- *Alba Duque*: Fotógrafa principal que me ha inspirado para mis fotografías, ya que su trabajo es muy importante para mí, pues en su último libro *Sinécdoque* Duque explora el tema de la belleza a través de una diversidad

de cuerpos femeninos y la poca visibilidad de los cuerpos rechazados y silenciados en la cultura patriarcal.

- *Melody Melamed*: Aunque esta fotógrafa no se centra en el cuerpo femenino, sus fotografías son profundizadas en la textura de la piel de las y los modelos, con luz y sombras. En su proyecto *The Book of Skin: Shangri-la* que significa un lugar remoto y hermoso donde la vida se acerca a la perfección, realiza una comparación de las pieles de las personas con las texturas de la naturaleza.
- *Carlota Guerrero*: Las fotografías de esta artista retratan el espíritu de la época y su visión de la mujer como diosa. Una diosa muy especial: pagana, amiga de sus hermanas, que no atiende a los cánones de delgadez de la industria y con un punto entre lo clásico, lo inocente y lo irreverente. Con su obra: *Tengo un dragón dentro del corazón*, Guerrero explora ideas de feminidad y género, naturaleza y conexiones humanas, el cuerpo femenino, patrones y la proporción áurea.

Alba Duque, nacida en España, fotógrafa y directora de arte de Barcelona. Ha colaborado con marcas como Calvin Klein, TCN, Oysho y publicado en medios nacionales e internacionales. Su trabajo denota especial interés por las causas sociales, en especial temas relacionados con sostenibilidad y feminismo, sobre lo que recientemente ha publicado un libro de retratos de mujeres diversas que muestran sus cuerpos ajenos a los cánones de belleza.

En el año 2021 publicó su libro *Sinédoque*, de la editorial Sonámbulos Ediciones, forma parte de una colección compuesta por otros cuatro libros de fotógrafos que exploran temas en torno a la belleza física desde una perspectiva crítica. El libro de Alba retrata temas importantes que las mujeres viven día con día respecto a temas de su cuerpo, Duque retrata la obstinación que existe por un cuerpo perfecto y la poca aceptación de los cuerpos que han sido rechazados y callados por la cultura patriarcal.



Modelo posando para Alba Duque en su regla para *Sinédoque*

¹En la fotografía anterior se encuentra una mujer joven con los ojos cerrados, sentada en un banco semidesnuda y se puede apreciar por su ropa interior que se encuentra en su periodo. Los puntos de vista que se encuentran son a nivel y su perspectiva es plana, pues el fondo es neutro, el tipo de composición es limpia, centrada y equilibrada ya que no hay más elementos que llamen nuestra atención, más que la mujer que se encuentra ahí. La foto la conecto y me hace pensar que habla sobre una mujer joven sentada naturalmente, sin ninguna pose, sin ningún arreglo y sin ningún estereotipo que representar, es ella misma y por último, me transmite tranquilidad ver que es una joven que está en su periodo y que es algo normal por lo que todas las mujeres pasan y pero que en la cultura occidental ver una imagen así no es aceptado siempre por las personas.

Se muestran otras cuatro fotografías del libro *Sinédoque* de la fotógrafa Alba Duque para conocer un poco más sobre su trabajo:

¹ Página de internet:

<https://www.domestika.org/es/blog/6974-los-cuerpos-silenciados-la-fotografa-que-retrata-la-belleza-femenina-real>



Melody Melamed, originaria de Los Ángeles, en algún lugar entre el mundo de la fotografía de retratos y el arte contemporáneo. “Durante toda mi juventud, me dediqué a mi creatividad en todas las formas que eran accesibles para mí” (Melamed, 2021). El trabajo que hace Melamed en sus fotografías es destacar la composición, la iluminación natural y sobre todo las historias que cuenta a través de sus fotografías.

Con su proyecto *Shangrila* publicado en el año 2021 Melamed muestra en sus fotografías la piel y la naturaleza en la que se encuentra rodeada, utilizando retratos para “imitar la relación entre el cuerpo, la piel, la forma humana y la tierra que nos rodea” (Melamed, 2021) Esta artista nos muestra la visión que tiene para poder relacionar la piel humana con las texturas, colores y formas de la naturaleza misma, considero que su mirada es muy especial, ya que además de proyectar esta similitud, enfoca justo en los detalles de la piel y de la naturaleza, de tal forma que las fotografías se unen unas a las otras. El estilo que Melamed

tiene al representar el cuerpo femenino es una manera de romper con los estereotipos de belleza, pues no le interesa la “perfección” sino la estructura real y natural del cuerpo, así como lo es la naturaleza.



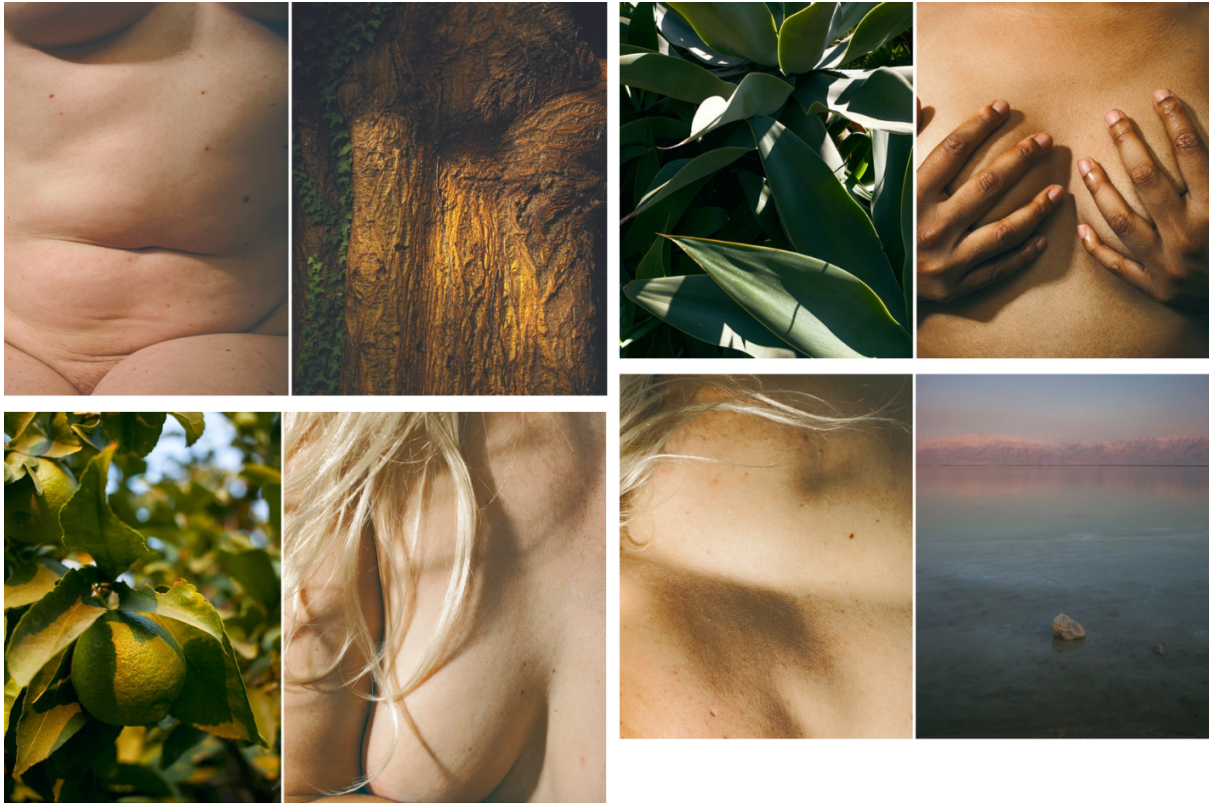
Fotografía de Melody Melamed en *Shangrila*

En la fotografía anterior se encuentra una mujer joven de la parte de la cintura hacia arriba desnuda y haciendo una pose de manera que tapa sus pechos, tiene un aspecto serio pero a la vez despreocupado, su mirada está hacia el otro lado de la cámara. El punto de vista es a nivel, la perspectiva es plana, ya que el fondo es neutro. El tipo de composición es desequilibrada y con algunas sombras.

Esta fotografía la conecto con mi proyecto porque es una forma de mostrar el cuerpo al natural, sin ninguna pose que la haga “verse mejor”, siento, por la forma del rostro de la mujer, que trata de mostrarse tal como es ella, que se siente en un estado de tranquilidad.

Se muestran otras cuatro fotografías del proyecto *Shangrila* de la fotógrafa Melody Melamed para conocer un poco más de su trabajo:

² Página de internet: <https://www.melodymelamed.com/shangrila>



Carlota Guerrero, es una artista y fotógrafa española. Nacida en Barcelona en 1989, comenzó a hacer fotografías siendo una adolescente. En el arte encontró alivio a algunas de sus ansiedades. Pese a que su trabajo se centra en la fotografía, ella prefiere definirse como artista. “La fotografía es mi medio porque me resulta práctica, pero yo pongo mucho más amor en el desarrollo del concepto sobre el que se sustenta una imagen que en la técnica en sí. No es ahí donde reside mi interés. Si me tuviese que describir, diría que soy artista”, dijo esto en una entrevista que le hizo la revista *Vogue España*.

En 2021 retomó su proyecto y publicó el libro *Tengo un dragón dentro del corazón* (Prestel), un recorrido no lineal por su obra que incluía desde retratos editoriales de personalidades como Emilia Clarke o Rosalía, hasta encargos publicitarios y proyectos personales autofinanciados.



Portada del libro *Tengo un dragón dentro del corazón* por Carlota Guerrero

En la fotografía anterior hay 10 mujeres desnudas formando un círculo con sus cuerpos una encima de la otra de piel blanca y una mujer negra en el centro desnuda solo de la parte de arriba con una zapatillas puestas. El punto de vista es en cenital, es decir, que está tomada desde arriba, su perspectiva es plana y el tipo de composición se encuentra centrada y equilibrada.

Podemos ver esta diversidad de cuerpos y sobre todo de los tonos de piel. La manera de cómo la fotógrafa retrata a las mujeres blancas y a la mujer negra en el centro de ellas es una manera de representar el racismo que viven las personas negras. Pienso que no solo es el cuerpo de las mujeres por las cuales a veces se sienten invisibilizadas por no seguir un estereotipo femenino, sino también por el color de piel.

³ Página de internet: <https://carlotaguerrero.com/about/>

Se muestran otras cuatro fotografías del proyecto *Tengo un dragón dentro del corazón* de la fotógrafa Carlota Guerrero para conocer un poco más de su trabajo:



Carol Espíndola (1982) Nacida en Puebla, Espíndola es una fotógrafa, educadora y ensayista mexicana. En su obra representa el cuerpo femenino desnudo como símbolo de empoderamiento retomando obras icónicas del arte universal.

El origen de la mujer es un proyecto apoyado por el Programa Sistema Nacional de Creadores de Arte del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) 2018-2021. El proyecto busca generar una reflexión sobre la carga sexual atribuida al cuerpo femenino desnudo, que es utilizado de manera generalizada en las representaciones de la belleza (en Venus y Afrodita, por ejemplo), pero no así en las representaciones que provienen de la ciencia, donde es censurado.

Este proyecto me parece muy importante para mi producto comunicativo, ya que la fotógrafa Espíndola trata de romper con este paradigma de que el hombre es el origen de la vida y sobre todo de cómo se muestra, tan real, y eso es lo que quiero expresar en mi fotolibro.

A continuación se muestran dos fotografías del proyecto *El origen de la mujer* de Carol Espíndola:



Patricia Aridjis (1960) Nacida en Michoacán, Aridjis es artista visual, especializada en fotografía, en las ramas de fotoperiodismo y fotografía documental. Tiene una amplia trayectoria de más de veinte años. Sus imágenes tienen una visión de género, los afectos y la vida cotidiana de hombres y mujeres en contextos de olvido y marginalidad, sus series fotográficas adquieren relevancia para contar y visibilizar otras realidades sociales del México contemporáneo.

Con la exposición *Mujeres de peso* presentada en el *Centro de la Imagen* del 18 de junio al 21 de agosto del año 2022. El Centro de la Imagen nos comparte lo siguiente sobre la exposición: presenta una selección de retratos de mujeres que muestran cuerpos reales, desde dos aproximaciones. Por un lado Aridjis

⁴ Página de internet: <https://carolespindola.com/photography/el-origen-de-la-mujer/>

retrata a mujeres desconocidas, que encuentra en la calle, y quienes a través de su vestimenta dejan intuir la relación que tienen con su cuerpo: ocultarlo entre ropas holgadas u oscuras o mostrarlo sin vergüenza con ropa ajustada. Por otro, mujeres que en el acto de mostrar sus cuerpos desnudos confrontan la mirada gordofóbica que las discrimina y rechaza por sus redondeces y pliegues.

Respecto a este proyecto lo que más se identifica con el mío es la manera de cómo mis sujetas de investigación quieren mostrarse frente a la cámara a partir de sus experiencias de vida y confrontando esta mirada hegemónica.

A continuación se muestran dos imágenes de la exposición *Mujeres de peso* de Patricia Aridjis:



Valeria Radrigán y Tania Orellana La primera fotógrafa es doctora en Filosofía con mención en Estética y Teoría del Arte por la U. de Chile y Tania Orellana, quien es geógrafa y candidata a doctora en Filosofía con mención Estética y Teoría del Arte por la U. de Chile. Radrigán, cuentan sobre su trabajo: “socialmente observamos y sancionamos nuestra propia materialidad y con ello hacemos de modo espejo una observación, una sanción y muchas veces un diagnóstico con respecto a los cuerpos de las otras personas; los volúmenes corporales extremos son estigmatizados constantemente a través de una serie de poderes y medialidades y nosotras descubrimos que se yuxtaponen principalmente a discursos que provienen del campo de la salud, de la moda y del espectáculo”. (Publicado por Zanetti, 2022)

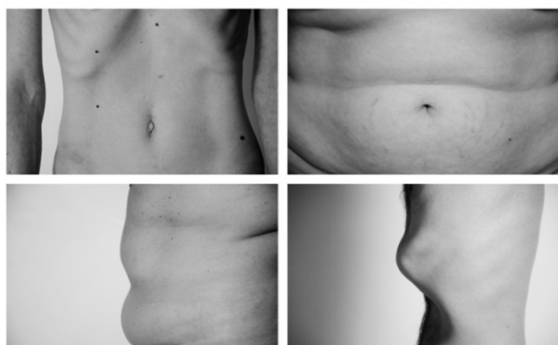
⁵ Página de internet:

<https://www.proceso.com.mx/cultura/2022/7/31/mujeres-de-peso-de-patricia-aridjis-290632.html>

Las investigadoras Radrigán y Orellana desarrollaron el proyecto ganador de la línea nuevos medios modalidad investigación Fondart 2016, *Extremos del volumen: obesidad y anorexia en los nuevos medios*, cuyo resultado final es la publicación del libro *Extremos del volumen poderes y medialidades en torno a la obesidad y la anorexia*.

Considero que la anorexia ha sido parte de los estereotipos y lo que mi fotolibro pretende es romper con esos cánones de belleza femeninos que ninguna mujer debería cumplir para poder ser parte de la sociedad.

A continuación se muestra una de las fotografías de *Extremos del volumen poderes y medialidades en torno a la obesidad y la anorexia* de Valeria Radrigán y Tania Orellana.



Paula Lopez Droguett (19887) Nacida en Santiago de Chile, Droguett es una artista visual y docente. Su obra se desarrolla principalmente en la fotografía de carácter autobiográfico, para reflexionar sobre la maternidad, el deseo, la naturaleza, el cuerpo y los roles de género.

Las fotografías del fotolibro, *Este cuerpo no es mío* (2015) de Paula López Droguett, fueron halladas en un ex centro de estética en la ciudad de Buenos Aires. Pertenecen a imágenes de cuerpos desnudos y femeninos, fotografiados por el médico cirujano antes y después de su proceso operatorio. Al observar las fotografías, imaginamos la contingencia de la expectación frente al paredón de la mirada médica, donde los cuerpos listos a ser rotulados en el mercado de las segundas

⁶ **Página de internet:**

<https://www.elmostrador.cl/cultura/2017/01/12/lanzan-libro-que-cuestiona-los-estereotipos-del-cuerpo/>

oportunidades, son sacrificados en el acto que decide la obsolescencia de sus cuerpos y su significado como borradura. (Huberman, 2012)

Este libro me ha hecho reflexionar sobre mi producto comunicativo, ya que yo muestro a las mujeres reales, pero también me hace pensar que existen mujeres que no se sienten conformes con su cuerpo, “que ese no es su cuerpo” y que se han sometido a operaciones quirúrgicas, en este caso, para sentirse bien con ellas mismas, sin embargo entran en esta ola de cumplir con los estereotipos para sentirse bien con ellas mismas, pero también para verse bien frente a otras personas.

A continuación se muestran dos imágenes del libro *Este cuerpo no es mío* de Paula Lopez Droguett:



Massimo Leardini (1959) Nacido en Italia, fotógrafo que como él mismo señala, su trabajo ha ido evolucionando y mezclándose con su vida profesional y procesos vitales. Leardini trabaja con el cuerpo desnudo y la naturaleza. *Primitive* (2016) de Massimo Leardini presenta un estudio heterodoxo de la forma femenina. El resultado de la última colaboración entre el fotógrafo y su musa desde hace mucho tiempo, la actriz noruega Viktoria Winge. Para Leardini los retratos de desnudos y la tentación de capturar la belleza han sido prohibidos en favor de su estudio de la feminidad esencial abstraída en imágenes crudas de carne, cabello y huesos.

⁷ Página de internet: <https://paulalopezdroguett.com/>

Este libro se parece mucho a lo que yo quiero mostrar, ya que el fotógrafo toma partes del cuerpo de la mujer que la sociedad no está acostumbrada a ver y que hace resaltar esa belleza femenina que todas las mujeres tenemos a partir de un cuerpo real.

A continuación se muestran dos imágenes del libro *Primitive* de Massimo Leardini:



8

3.6 Abordaje visual/Carpeta de producción

3.6.1 Sinopsis

CopusTypos es un fotolibro que aborda la imagen del cuerpo femenino y como ha sido representada a partir de los estereotipos de belleza femeninos y de la visión hegemónica, ya que sigue existiendo una obstinación por mostrar el cuerpo de la mujer como algo perfecto que debe cumplir con las ideas impuestas por un canon de belleza, olvidando a los cuerpos reales de las mujeres.

⁸ Página de internet: <https://www.lear dini.com/>

Las fotografías que podremos ver en este proyecto comunicativo pretenden romper con esa mirada dominante hegemónica, donde las mujeres no sólo son representadas, sino que aprenden a verse a partir de la mirada y el deseo masculino y por tanto, aceptando los estereotipos de belleza como ideales a alcanzar.

Las fotografías han sido tomadas desde una visión honesta, a partir de momentos y experiencias reales de cada mujer.

4.7 Propuesta estética

En este apartado presentaré la propuesta fotográfica de mi producto comunicativo, la propuesta editorial y mencionaré los recursos técnicos que se utilizaron, los materiales que utilicé para la realización de las fotografías que forman parte de la maqueta de mi fotolibro.

Después de la realización del estado del arte del medio decidí trabajar con fotografías a color, ya que es interesante ver como algunas partes del cuerpo tienden a pigmentarse en diferentes tonos de piel, detalle que en las fotografías no se podía apreciar a simple vista, y en plano entero, pero sobre todo en plano a detalle para capturar las distintas facciones o diferencias que existe en el cuerpo de cada una de las mujeres fotografiadas. Como también efectué el uso de puntos de vista normal, picada y contrapicada.

Hice uso de fondos negros y blancos ya que quería que el fondo fuera neutral para que resaltara el cuerpo, esto con el propósito de resaltar la piel y las texturas. El vestuario no fue planeado, ya que quería que salieran como las sujetas de investigación se visten cotidianamente. Las fotografías se realizaron con ropa normal y otras (la mayoría) en ropa interior, con la idea de resaltar y empoderar su belleza tal y como son. También, las fotografías se tomaron en plano detalle, quiere decir que en la fotografía el plano es la proporción que tiene la persona dentro del encuadre, la imagen y los mejores cortes que aparecerá en la toma sin descuidar la proporción adecuada y conservar la

estética de la imagen. El plano detalle se refiere a realizar una toma cerrada de cualquier parte del cuerpo, estos detalles se agrandan sin dar ningún detalle del entorno.

En cuanto a los escenarios todos fueron creados en mi casa. Los recursos materiales fueron únicamente unas flores naturales. La iluminación que utilicé fue mixta, en algunos casos aproveché la luz solar para las tomas fotográficas de detalles, en el caso de los autorretratos hice uso de un aro de luz artificial blanca.

3.8 Propuesta editorial

Para la realización del fotolibro *CorpusTypos* se determinó un tamaño mediano (la mitad de una hoja tamaño oficio) con medidas de 21.5x17 cm, en forma vertical, esto con el fin que las fotografías y el texto que se encuentre estén ahí sean distribuidos de una buena manera y se facilite al público leer y ver las imágenes al mismo tiempo.

3.8.1 Ficha técnica

Título	CorpusTypos
Tiraje	2 Ejemplares
Tamaño de libro	21.5x17 cm
Páginas	88
Interiores tipo de papel	Papel Bond grueso mate
Tipo de impresión	Impresión Offset
Tintas	4+4
Acabados	Mate
Tipo de cubierta	Pastas blandas
Tipo de encuadernación	Pegado y cocido

3.8.2 Material técnico

Utilicé una cámara marca Canon EOS Rebel T6 con un lente EFS 18-55mm, dos memorias SD de 4GB, un aro de luz led blanca, un tripié y un porta fondo creado por mí, hecho de tubos pvc de una medida de 2m x 2m.

3.8.3 Equipo humano

La toma de las fotografías las realicé yo, así como la organización y planeación de los escenarios. Sin embargo, obtuve apoyo de mis sujetas de investigación en cuestiones de las fotos tomadas donde salgo yo fotografiándolas a ellas.

3.9 Bitácora del proceso de realización del producto comunicativo

En el presente capítulo explicaré cómo llevé a cabo las sesiones fotográficas, el cronograma con datos generales como fecha y lugar, contextos, decisiones técnicas, equipo técnico y material que utilicé. También integro escenas detrás de cámara de la primera sesión que realicé a las sujetas de investigación.

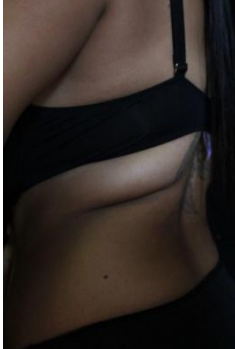
3.9.1 Cronograma de actividades

Para la realización de las fotografías se hicieron cuatro sesiones, en la primera sesión se tomaron fotos a Sara Recillas y Selene Paez en la fecha 7 de octubre del 2022, donde se realizaron 113 fotografías, la segunda sesión fue con Yajaira Estrada en la fecha 8 de octubre del 2022 y se realizaron 81 fotografías; la tercera sesión fue con Geraldine Ortiz en la fecha 30 de octubre del 2022 y se realizaron 150 fotos y la última sesión fue Itzel Montes en la fecha 4 de noviembre del 2022 y se realizaron 206 fotografías.

Datos generales	Descripción:	Recursos visuales:	Recursos:
<p>Fecha: 7/10/22 Hora: 1 pm Lugar: Mi domicilio, Iztapalapa CDMX Propósito: Tomas de las fotografías para el fotolibro de los cuerpos reales de las mujeres.</p>	<p>Se realizaron las tomas fotográficas con un fondo montado de color blanco. Se retrató a Sara Recillas y Selene Paez.</p>	<p>Retrato construido con flores naturales, con plano picado a color y con forma vertical.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Canon EOS Rebel T6 • Tripié • Aro de luz led • Porta fondos • Vestuario: ropa casual

<p>Fecha: 8/10/22 Hora: 4pm Lugar: Mi domicilio, Iztapalapa CDMX Propósito: Tomas de las fotografías para el fotolibro de los cuerpos reales de las mujeres.</p>	<p>Se realizaron las tomas fotográficas con un fondo montado de color blanco. Se retrató a Yajaira Estrada.</p>	<p>Fotografía a detalle con punto de vista normal a color y formato horizontal.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Canon EOS Rebel T6 • Tripié • Aro de luz led • Porta fondo • Vestuario: ropa interior casual
---	---	--	--

<p>Fecha: 30/10/22 Hora: 2pm Lugar: Mi domicilio, Iztapalapa CDMX Propósito: Tomas de las fotografías para el fotolibro de los cuerpos reales de las mujeres.</p>	<p>Se realizaron las tomas fotográficas con un fondo color negro utilizando únicamente luz natural. Se retrató a Geraldine Ortiz.</p>	<p>Fotografía a detalle con punto de vista normal a color. Con formato vertical.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Canon EOS Rebel T6 • Tripié • Porta fondo • Vestuario: Ropa interior casual
--	---	---	--

<p>Fecha: 4/11/22 Hora: 12am Lugar: Mi domicilio, Iztapalapa CDMX Propósito: Tomas de las fotografías para el fotolibro de los cuerpos reales de las mujeres.</p>	<p>Se realizaron las tomas fotográficas con un fondo color negro utilizando únicamente luz natural. Se retrató a Itzel Montes.</p>	<p>Fotografía a detalle con punto de vista normal a color. Con formato vertical.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Canon EOS Rebel T6 • Tripie • Porta fondo • Vestuario: ropa interior casual
--	--	--	--

Fotos detrás de cámaras de la primera sesión 7 de octubre del 2022:



Fotos del “escenario” montado en casa para las fotografías:



3.10 Presupuestos:

Concepto	Cantidad
Portafondos hecho con tubos pvc	\$600
Tela blanca	\$100
Cámara Canon EOS Rebel T6	\$11,000
Memoria SD SanDisk 32GB	\$300
Pasajes	\$100
Comida	\$200
Programa Adobe InDesign	\$100
Total	\$12,310

3.11 Descripción y proceso de producto comunicativo

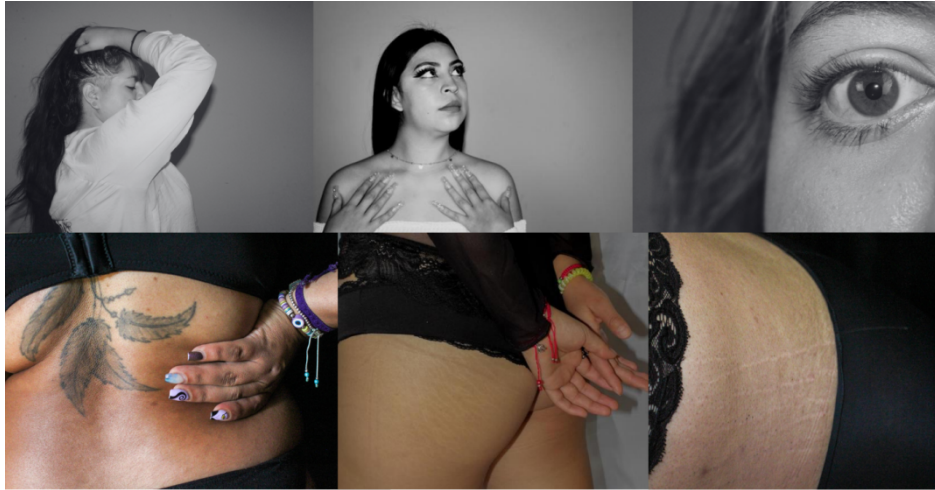
Para el desarrollo del producto comunicativo y las sesiones fotográficas se hicieron distintos cambios durante el paso del tiempo, ya que al principio se tenía otra idea, se pretendía hacer fotos en blanco y negro y algunas de las fotografías serían intervenidas con bordado hecho a mano, pero durante el proceso del trabajo me percaté que eso le quitaba peso al tema principal de este producto comunicativo, entonces decidí dejar las fotos a color para tener una visión más clara del cuerpo real, después se fue trabajando en el taller de fotolibros que se impartió en el laboratorio Click en la UACM, por las maestras Tania Barberán y María Eugenia de la Garza quienes fueron de gran apoyo y me guiaron con bastante material como fotolibros de todo tipo, distintos autores y formas de realización de un fotolibro, hasta llegar al objetivo final. Ya que se encontró la técnica adecuada para este proyecto, se cambió la luz, la saturación y el fondo, se siguió trabajando de la misma forma con todas las mujeres que son parte del fotolibro.

Durante el proceso creativo de las fotografías y la selección del formato del fotolibro se tomaron en cuenta distintas fotografías (mencionadas en el capítulo del estado del arte), cuyas técnicas sirvieron como ejemplos para aplicarlas en el proceso de producción y edición del producto comunicativo. Se obtuvo un registro de 550 fotografías, de las cuales 79 fueron seleccionadas para el contenido del fotolibro. Para la clasificación de las fotografías elegidas se tomaron en cuenta ciertos criterios: en primer lugar, las poses que hicieron las mujeres que fueron fotografiadas, ya que para este proyecto es importante no caer en un estereotipo establecido donde las mujeres se vean “perfectas” sino que se vean como ellas mismas son; en segundo lugar, los detalles de las fotografías y por último que cumplieran con la técnica ya establecida, es decir con una luz natural y fondo neutro para resaltar lo más posible el cuerpo. La selección fue algo complicada, pues se cuidó mucho la forma de cómo las mujeres querían ser representadas en el fotolibro sin caer en un ideal de belleza establecida.

Por otra parte, se contó con equipo propio para la realización y edición del producto comunicativo (Adobe InDesign), por lo que facilitó trabajar de manera más cómoda y detallada en casa.

El título del fotolibro se cambió tres veces el primero era demasiado extenso y a la vez no decía realmente el tema central “El cuerpo de la mujer real” el segundo fue “Resignificación del cuerpo femenino” me percaté que el concepto: resignificación era algo que debía tener mucha explicación y lo descarté, finalmente *CorpusTypos* fue perfecto, ya que engloba el tema principal y no es algo muy común, sobre todo es un título que no sabes exactamente de qué trata el fotolibro. Antes de la selección final existieron distintas tomas fotográficas y se realizaron diferentes maquetas con textos y colores diversos. La selección y acomodo de las fotos se fue dando poco a poco de acuerdo a los testimonios de cada mujer.

A continuación se muestran algunas fotografías, las primeras tres fueron del antes y las últimas tres las elegidas:



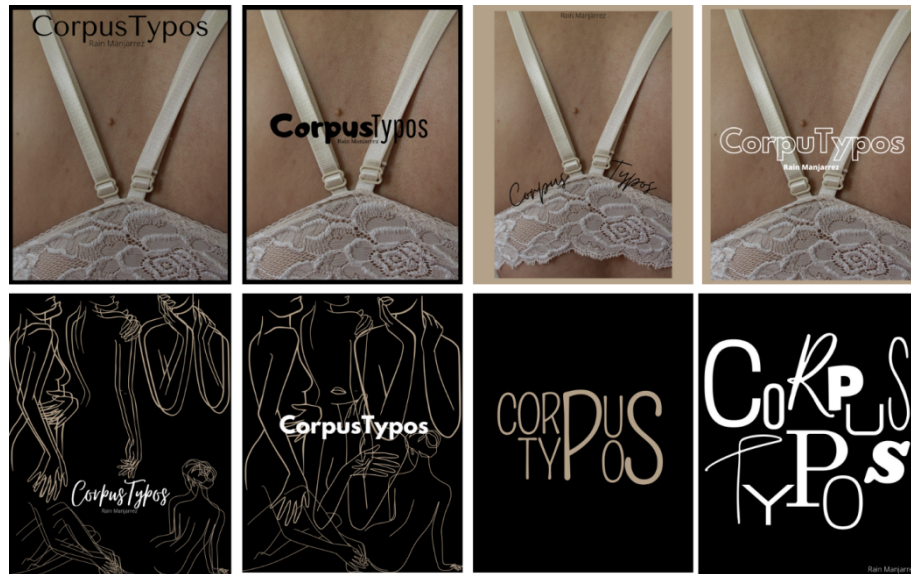
3.12 Procesos de edición

La realización del fotolibro *CorpusTypos* consistió en distintos tipos de edición tanto de fotografías, texto, título, portada, contraportada y en la construcción de la narrativa visual. Fue un proceso largo y con varios cambios e ideas, pero a su vez interesante y creativo, porque conforme pasaba el tiempo surgían nuevas ideas las cuales se iban plasmando y trabajando para conseguir y determinar el boceto del libro, aunque fueron distintas ideas que se pretendían hacer, al final pude determinar el diseño que quedaba mejor con mi tema y sobre todo con mis fotografías.

Durante la última etapa de este proceso se decidió, realizar únicamente por diseño del fotolibro las intervenciones de bordados hechos a mano a algunas fotografías y de esta manera complementar un mejor trabajo. Y también, se incorporaron cinco autofotografías de las mismas mujeres que son parte de este proyecto donde ellas mismas se autorepresentan.

Respecto a la edición de las fotografías primero se llevó a cabo la selección de estas y después se trabajó en la luz, saturación y algunos recortes, ya que accidentalmente aparecieron algunos elementos que no eran parte de las tomas.

A continuación se muestran algunas portadas que se realizaron durante el proceso del fotolibro con imágenes y tipografías diferentes:



A continuación se muestran los tipos de texto que se probaron para el contenido del fotolibro:

CorpusTypos

Es un fotolibro que parte de la imagen del cuerpo real de la mujer y las experiencias que cada una de ellas ha vivido a partir de los estereotipos de belleza femeninos y de la visión hegemónica, ya que sigue existiendo una obstinación por mostrar el cuerpo femenino como algo perfecto que cumpla con las ideas impuestas de un canon de belleza, olvidando a estos cuerpos reales.

Las fotografías que podremos ver en este producto comunicativo pretenden romper con esa mirada dominante hegemónica que todos están acostumbrados a ver. De igual manera, estas fotografías han sido tomadas desde una visión honesta, a partir de momentos y experiencias reales de cada mujer.

UACM **click!**
 Universidad Autónoma de la Ciudad de México **COLECCIÓN CLIC!**

CorpusTypos

CorpusTypos es un fotolibro que aborda la imagen del cuerpo femenino y cómo ha sido representada a partir de los estereotipos de belleza femeninos y de la visión hegemónica, ya que sigue existiendo una obstinación por mostrar el cuerpo de la mujer como algo perfecto que debe cumplir con las ideas impuestas por un canon de belleza, olvidando a los cuerpos reales de las mujeres.

Las fotografías que podremos ver en este proyecto comunicativo pretenden romper con esa mirada dominante hegemónica, donde las mujeres no sólo son representadas, sino que aprenden a verse a partir de la mirada y el deseo masculino y por tanto, aceptando los estereotipos de belleza como ideales a alcanzar.

Las fotografías han sido tomadas desde una visión honesta, a partir de momentos y experiencias reales de cada mujer.

UACM **click!**
 Universidad Autónoma de la Ciudad de México **COLECCIÓN CLIC!**

CorpusTypos

CorpusTypos es un fotolibro que aborda la imagen del cuerpo femenino y cómo ha sido representada a partir de los estereotipos de belleza femeninos y de la visión hegemónica, ya que sigue existiendo una obstinación por mostrar el cuerpo de la mujer como algo perfecto que debe cumplir con las ideas impuestas por un canon de belleza, olvidando a los cuerpos reales de las mujeres.

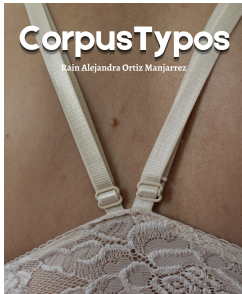
Las fotografías que podremos ver en este proyecto comunicativo pretenden romper con esa mirada dominante hegemónica, donde las mujeres no sólo son representadas, sino que aprenden a verse a partir de la mirada y el deseo masculino y por tanto, aceptando los estereotipos de belleza como ideales a alcanzar.

Las fotografías han sido tomadas desde una visión honesta, a partir de momentos y experiencias reales de cada mujer.

UACM **click!**
 Universidad Autónoma de la Ciudad de México **COLECCIÓN CLIC!**

3.13 Presentación del producto comunicativo terminado

Portada



Introducción

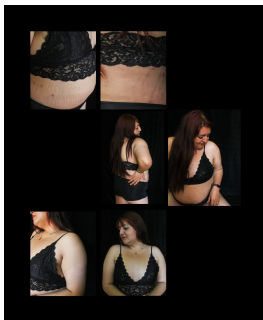
CorpusTypos

Es un fotolibro que aborda la imagen del cuerpo femenino y como ha sido representada a partir de los estereotipos de belleza femenina y de la visión hegemónica, ya que sigue existiendo una obsesión por mostrar el cuerpo de la mujer como algo perfecto que debe cumplir con las ideas impuestas por un canon de belleza, olvidando a los cuerpos reales de las mujeres.

Las fotografías que podremos ver en este proyecto comunicativo pretenden romper con esa mirada dominante hegemónica, donde las mujeres no sólo son representadas, sino que aprenden a verse a partir de la mirada y el deseo masculino y por tanto, aceptando los estereotipos de belleza como ideales a alcanzar.

Las fotografías han sido tomadas desde una visión honesta, a partir de momentos y experiencias reales de cada mujer.

Desarrollo



Contraportada



Consideraciones finales

Durante el proceso de esta investigación:

-Me llevó a reflexionar sobre los problemas que las mujeres tenemos en la sociedad respecto al tema del cuerpo, y es que no hace algunos años, hablar del cuerpo femenino, era todavía un tabú, pues no muchas de ellas se sentían libres de expresar los sentimientos o las vivencias que tenían respecto a sus cuerpos.

-Hice conciencia sobre la problemática de cómo se ha visto representado el cuerpo femenino a lo largo de los años. Y es que la cultura occidental ha tenido bastantes avances tanto en tecnología, vestimenta, cine, etc. Pero desafortunadamente, los estereotipos de belleza siguen presentes hoy en día, los medios de comunicación se han encargado de seguir compartiendo un ideal de belleza que no existe, sobre todo las redes sociales, pues es una forma de ser parte de un cierto tipo de sociedad e incluso de tener prestigio, ya que tener bastante seguidores te hace perteneciente a un grupo de personas “conocidas”.

-Por otro lado, las mujeres que “no pertenecen” a este estándar de belleza son invisibilizadas por no cumplir las perspectivas de la sociedad patriarcal, a menudo vemos como los hombres se han encargado de decir sobre el cuerpo de las mujeres, pareciendo que ellos tienen el poder para decidir qué mujer sí es bella y qué mujer no.

-Encontré en una encuesta del año 2017 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) compartió que la población femenina con el 26.4% en la Ciudad de México ha sido discriminada por su “apariencia” en la que entran las categorías: tono de piel, peso o estatura y forma de vestir o arreglo personal.

-La reproducción de los estereotipos de belleza ha llevado que la mayoría de las jóvenes adolescentes se sientan rechazadas por ellas mismas y por la sociedad, por el aspecto de su cuerpo, ya que las representaciones que han visto durante toda su vida las ha llevado a sentirse inseguras, e inconscientemente cuando van creciendo van adoptando estos estereotipos y los van reproduciendo.

-Tal vez los estereotipos de belleza nunca se acaben, pero sí podemos hacer un cambio en la sociedad, sobre todo con las nuevas generaciones, tanto de

hombres como de mujeres, el compartir este tema en mi producto comunicativo es una forma de concientizar e informar a la sociedad que sepan que aunque los estereotipos siempre estarán ahí, pueden ser conscientes de que existe una diversidad de cuerpos y está bien, que esos son cuerpos reales.

-A partir de toda la información recabada y las experiencias de las mujeres que fueron partícipes en el fotolibro, puedo decir que cada mujer ha vivido su corporalidad de diferente manera y todas han sido o se han sentido rechazadas y discriminadas por algún hombre por su cuerpo o su forma de vestir, desafortunadamente el cuerpo siempre ha sido un factor importante para resaltar en una sociedad, sobre todo en lo laboral, cuando no tendría porqué ser así.

-El trabajar sobre dicho tema me ha hecho reflexionar también, sobre mis propias experiencias y por la forma de cómo me ven o veo a otras mujeres, pues he crecido con un familiar que desde que yo estaba pequeña ha estado en gimnasios y con dietas, esto ha llevado que se me interioricen ideas que ahora sé, no son correctas, es por eso que he decidido hablar sobre este tema, ya que crecer con una persona que te ha presionado incluso para estar delgada siempre, me ha llevado a sentirme mal con mi propio cuerpo, a tenerle miedo a comer ciertas cosas, a postear una foto mía o ponerme alguna prenda, porque sé que seré juzgada o simplemente me verán mal.

-Hoy en día he aprendido a entender a mi familia y sus ideas, porque sé que la situación no va a cambiar, y al mismo tiempo a entender mi cuerpo y aceptarme como soy.

-La realización de un fotolibro como salida de la presente investigación fue algo sensible y bonito a la vez, reforcé muchos aprendizajes y reflexioné mucho sobre el tema, pero sobre todo aprendí a escuchar a otras mujeres que han pasado algo similar a lo que he vivido.

-A pesar del largo tiempo y de los diferentes temas elegidos para realizar mi producto comunicativo tuve la paciencia y las ganas suficientes para trabajar en

todos los errores que pudieron surgir a lo largo del proceso de producción y edición.

-Como comunicóloga puedo decir que durante todo este proceso generé mucha disciplina y una mejor preparación para enfrentar los futuros desafíos tanto personales como profesionales.

Bibliografía

- Ashmore, R. D. y del Boca, F. K, "Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping", 1981 En D. L. Hamilton (Ed.), Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior (pp. 37-81). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Bourdieu Pierre, "La dominación masculina", Editorial Anagrama, Barcelona, 200.
- Berger John, "Modos de ver", 2000, Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.
- Behar R. "La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria". En: Montecino S, Castro R, de la Parra MA, editores.
- Cangh Juju y Thompson Victoria, "La creciente obsesión de Corea del Sur con la cirugía estética", Julio 20, 2014, 9:29 am. Publicado en abcNEWS: <https://acortar.link/TadQIT>
- Díaz Langou Gala y Biondi Alejandro, "Los estereotipos de género inciden sobre el acceso, la trayectoria y el liderazgo de las mujeres en el mundo laboral", 14/08/2008 Publicado en CIPPEC: <https://acortar.link/BZKbdU>
- Didi-Huberman Georges, ARCHIVO Y SUBVERSIONES SOBRE EL CUERPO ESCINDIDO DEL FOTOLIBRO "Este cuerpo no es mío", DE PAULA LÓPEZ DROGUETT 2012 en circuloa.com: <https://acortar.link/z2csld>
- Eco Humberto, "Historia de la belleza", Editorial Lumen, 2004, Edición 2.
- Esteban Mari Luz, "Antropología del cuerpo: Género, itinerarios corporales, identidad y cambio", 2004, España.
- Good R. "Realidad de los medios de publicidad y el fabricado mito de la belleza", 29 de octubre del 2011, publicado en: <https://acortar.link/RurFpj>
- Gómez Daniel, "Cuerpo legítimo y cuerpo alienado de Pierre Bourdieu", Noviembre 2008, publicado en TupiA un sitio de psicoanálisis, sociedad y cultura: <https://acortar.link/hTAKTC>
- Iglesias Mariana *Los estereotipos de belleza y la frustración de perseguir ideales inalcanzables*, 11 de octubre del 2020, publicado en pressreader: <https://www.pressreader.com/>

- INAPAM, México: “Corporalidad de las mujeres en la vejez, en el marco del 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres”, Viernes, 11 de Marzo de 2022, publicado en Red Latinoamericana Gerontología: <https://acortar.link/TadQIT>
- Mulvey Laura, (1988), *Placer visual y Cine narrativo*. España: Centro de Semiótica y teoría del Espectáculo; Fundación instituto Shakespeare/Instituto de Cine y RTV; department of Spanish & Portuguese, University of Minnesota.
- Mata Solís Luis Diego, “La entrevista en la investigación cualitativa”, 4 de febrero del 2020, publicado en Investigalia: <https://acortar.link/9YcBP>
- Martínez Collado María, “Los cánones de belleza como generadores de desigualdad: ¿cómo influyen en la vida cotidiana?”. Publicado en Público: <https://acortar.link/Be1VEg>
- Mondragón R. Laura, *Diversidad corporal*, 2019, publicado en Nara psicología en: <https://acortar.link/iakofh>
- Mujeres. Espejos y fragmentos, *Antropología del género y salud en el Chile del siglo XXI*, Santiago de Chile: C & C Aconcagua, 2003.
- MCadena Luisa, *Historia del fotolibro*, 2022 Blog DOMESTIKA: <https://acortar.link/trTrD>
- Magán Mon ¿Qué es un fotolibro y qué no? *Fotolibros para no iniciados*, en monmagán, escrito el 14 enero 2019 y actualizado el 1 mayo 2022: <https://www.monmagan.com/publicar/fotolibro/>
- Pech, Cynthia, (2021), “Cuerpo situado: el cuerpo como lugar político y de enunciación en las prácticas artísticas feministas en México”, en Marta Rizo García, (Coord.), *Cuerpo, comunicación y emociones. Reflexiones teóricas y experiencias empíricas*, Barcelona: Editorial UOC-InCom, pp.87-103.
- Pech Cynthia, (2009), *Fantasmas en tránsito: Prácticas discursivas de videastas mexicanas*, México: FONCA-UACM.
- Pech Cynthia y Romeu Vivian, (2006), “Propuesta Teórica para Pensar al Cuerpo Femenino: Autopercepción y Autorrepresentación como Ámbitos de la Subjetividad”, en *Razón y Palabra*, Núm. 53, Octubre-Noviembre: <https://acortar.link/TadQIT>

-S.J Taylor y R. Bogdan, “Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación La búsqueda de significados”, 1987, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

-Salazar J, “Psicología Social”, 1979, México: Trillas.

-Secord, P. F. y Backman, C. W, “Social psychology”, 1964, Nueva York: McGraw-Hil.

-Shilder Paul, “Imagen y apariencia del cuerpo humano, Estudios sobre las energías constructivas de la psique”, 1983, Ediciones Paidos, Barcelona-Buenos Aires.

Morales J. Francisco, Moya Miguel, Gaviria Elena y Cuadrado Isabel, “Psicología social”, Tercera Edición, 2007, respecto a la tercera edición por McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U

-Sepúlveda, “Evaluación de un programa preventivo en alimentación en población universitaria”, 2004, publicado en: <https://psiquiatria.com/>

-Serna de Pedro de la Inmaculada, “Alteraciones de la imagen corporal”, *Monografías de psiquiatría*, ISSN 0214-4220, Vol. 16, N°. 2, 2004, publicado en Dialnet:<https://acortar.link/dHSSBZ>

-Zanett Andrés, Investigadoras presentan trabajo sobre cómo los medios de comunicación han afectado la percepción de los cuerpos Universidad de Los lagos, 15/3/2022 en <https://acortar.link/XHR5tK>

Anexos

Entrevistas realizadas

Sara Recillas 29 años, estudiante:

1. ¿QUÉ OPINAS SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINOS?

-Están mal, porque encasillan al cuerpo de la mujer e incluso hasta en su forma de ser.

2. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN INFLUÍDO EN TU CUERPO?

-Sí, porque, sobre todo los estereotipos que se encuentran en las redes sociales me han hecho y me hacen creer que mi cuerpo no encaja en la sociedad.

3. ¿Desde qué momento piensas que tu cuerpo no encaja en la sociedad?

-Principalmente, me di cuenta que no encajaba en los estereotipos de belleza cuando entré en la etapa de la adolescencia, comencé a notar cambios físicos en mí y también con las personas con las que me relacionaba, no era lo mismo que con otras adolescentes.

4. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN SIDO IMPUESTOS POR EL SISTEMA PATRIARCAL?

-Claro que sí, porque hemos vivido con los comentarios de los hombres que prefieren “tal” cosa, refiriéndose a un estereotipo de mujeres que no existe en la vida real, ellos deciden qué es lo más atractivo en las mujeres.

5. ¿CÓMO CREES QUE EL SISTEMA PATRIARCAL HA INFLUIDO EN LA REPRESENTACIÓN DE TU PROPIO CUERPO?

-En la forma de pensar de un hombre, ellos piensan que un cuerpo femenino debe ser esbelto, proporcional, tanto pechos como nalgas grandes y en cuestión de mi cuerpo, siento que yo no cumplo con esos estereotipos que piden ellos.

6. ¿A PARTIR DE TUS EXPERIENCIAS DE VIDA, DE QUÉ MANERA VIVES TU CORPORALIDAD?

-La vivo ilimitadamente respecto a la alimentación, me gusta disfrutar esa parte, pero después recuerdo que eso no me hace parte de una sociedad “delgada” porque te ves al espejo y dice “rayos” qué está pasando y es muy triste sentirte así y a veces interiormente quieres imitar algo que no existe. Después llega una culpa y cubro la mayor parte de mi cuerpo con la ropa, porque como persona no me gusta como me veo y en ocasiones quisiera ponerme un “top” pero por miedo al qué dirán no lo hago.

7. ¿CREES QUE EXISTE UN IDEAL DE BELLEZA FEMENINO PERFECTO?

-Sí, porque nosotras mismas en las redes sociales vemos a mujeres bonitas y nos gustaría vernos como ellas, todo lo bello y atractivo que todas quisiéramos

que pasara en nuestro cuerpo. Y pienso que si todas nos atrevemos a hacer un cambio podemos llegar a vernos como nosotras mismas queremos.

Selene Paez 28 años, emprendedora:

1. ¿QUÉ OPINAS SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINOS?

-Yo creo que en la actualidad ya casi no se ve eso, porque a partir de nuevas generaciones cada mujer ya trabaja con el amor propio y se quieren tal y como son, yo pienso que sí está cambiando el pensamiento respecto a los estereotipos femeninos.

2. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN INFLUÍDO EN TU CUERPO?

-Sí, porque yo antes nunca tuve el amor propio que ahora, siempre pensaba en verme delgada, así como las personas querían que me viera y me afectó mucho, hasta la fecha también, pero ahora pienso que es un proceso y poco a poco se va trabajando con el amor propio.

3. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN SIDO IMPUESTOS POR SISTEMA PATRIARCAL?

-Sí, he leído que los hombres son los que quieren a una mujer perfecta, ellos diseñaron las medias, el maquillaje, pero nunca se llegará a ser una mujer perfecta, porque no existe.

4. ¿CÓMO CREES QUE EL SISTEMA PATRIARCAL HA INFLUIDO EN LA REPRESENTACIÓN DE TU PROPIO CUERPO?

-Con ver a las mujeres delgadas, un pecho amplio y una cintura pequeña son factores que un hombre quiere ver siempre, si no nos ven con estrías y sin maquillaje nos hacen sentir menos, siento que no te dan el valor que cualquier mujer debe tener.

Hubo un tiempo donde en mis redes sociales me daba el gusto de subir mis fotos como yo quería, porque nunca van a complacer a la sociedad y si piensas que tu cuerpo no es perfecto, no hay por qué modificar nada, así es tu cuerpo, lo debemos de amar, aunque si quieres hacerte una operación estética debe ser por ti y no por la sociedad.

5. ¿A PARTIR DE TUS EXPERIENCIAS DE VIDA, DE QUÉ MANERA VIVES TU CORPORALIDAD?

-Ya la vivo al límite, antes me sentía incómoda con mi cuerpo y nunca mostraba nada y cuando quería, no me sentía cómoda conmigo. Y ahorita si me quiero poner un pantalón y si se me marca algo, ni modo, que se me marque lo que se me tenga que marcar o un “top” aunque se me vea gordito, no me importa. Yo empecé a trabajar con mi autoestima y siento que ahorita está alto y quiero seguir viviendo así, porque me siento bien con lo que soy.

Los estereotipos de belleza no me afectan, por ejemplo ahorita yo tengo muchas estrias, porque antes era “gordita” y todos me decían que tenía que bajar de peso, porque las “gorditas” no atraen a los hombres y pues bajé de peso, por eso mis estrias, pero yo me siento muy bien con ellas ahorita. Ahorita si subo de peso ya no me afectan los comentarios, porque si subo o bajo de peso es porque mi cuerpo lo requiere y no vivo con ninguna culpa de nada, ahorita hago ejercicio y siento que me cuido más de antes, pero lo hago también por salud primero, porque tú cuerpo es tu templo y tienes que cuidarlo.

6. ¿CREES QUE EXISTE UN IDEAL DE BELLEZA FEMENINO PERFECTO?

-No, nunca habrá una mujer perfecta de los pies a la cabeza, a menos de que sea diseñada quirúrgicamente, pero no existe mujer ni hombre perfecto, porque ningún ser humano lo es.

Yajaira Estrada 26 años, estudiante:

1. ¿QUÉ OPINAS SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINOS?

-Tal vez antes los estereotipos afectaban más que ahora. Pues con la nueva “tendencia” llamada “curvy” me siento un poco más identificada, un poco porque pensándolo bien siento que los cuerpos “curvy” también intentan seguir un estereotipo, pues no piensan en los cuerpos flácidos o con estrías.

2. ¿Cómo crees que nacen los ideales de una mujer para seguir un estereotipo en su cuerpo?

-Desde mi experiencia fue en mi casa, porque mi papá me decía y me dice que no voy a encontrar trabajo si no estoy flaca o bonita, porque desde ahí ven si te contratan o no. Siempre los hombres están al pendiente de que una mujer tenga un buen físico.

3. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN INFLUÍDO EN TU CUERPO?

-Sí, porque quise enflacar, comencé a ponerme a dieta para poder encajar en los estereotipos y me dejen de bullear, porque toda mi vida he sufrido bullying por mi peso, en la secundaria y en la prepa escuchaba se referían a mí como “la gordita”. Cuando entré a la universidad quise comenzar con mis dietas y fue cuando me diagnosticaron diabetes. Y ahora me acepto tal como soy, porque a partir de que me diagnosticaron diabética, sé que tengo que amarme tal y como soy, porque si no te quieres tú, nadie lo hará. Pienso que es mi cuerpo y yo decido qué pasa con él, siempre y cuando esté bien de salud.

4. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN SIDO IMPUESTOS POR SISTEMA PATRIARCAL?

-Sí, por ejemplo, en los certámenes de belleza siempre son conducidos por un hombre, no sé porque no es una mujer, me he dado cuenta que la mayoría de los diseñadores más famosos son hombres, ¡hasta el brasier lo inventó un hombre! Los hombres han influido mucho en los estereotipos, aunque yo pienso que existen mujeres que también influyen en esa parte, existen mujeres machistas y bueno, lo entiendo porque son mujeres mayores y antes se daba eso.

5. ¿A PARTIR DE TUS EXPERIENCIAS DE VIDA, DE QUÉ MANERA VIVES TU CORPORALIDAD?

-Ahora sea la presentación que tiene mi cuerpo, lo acepto y trato de vivir mejor conmigo misma, porque antes no lo hacía y así soy feliz. La persona que te va a querer, te va querer tal como eres y eso es toda tu familia, amigos, vecinos, toda la sociedad. No le cambiaría nada a mi cuerpo.

6. ¿CREES QUE EXISTE UN IDEAL DE BELLEZA FEMENINO PERFECTO?

-Dentro de una sociedad sí existe, debes de tener un cuerpo perfecto para poder pertenecer. Ahora con el movimiento feminista, han cambiado muchas cosas y te enseñan que no hay cuerpo perfecto, para mí no lo hay, pero para la sociedad sí, aunque ya no me dejen influir por el que dirán.

7. ¿Qué opinas sobre los cuerpos que se invisibilizan así mismos?

-Que no se escondan de la sociedad, que seamos nosotras mismas

Itzel Montes 30 años, emprendedora:

1. ¿QUÉ OPINAS SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINOS?

-Pienso que están mal, porque lo veo conmigo, con las mujeres que me rodean y todas queremos ser como las personas quieren que seamos y no como de verdad somos para que la gente y los hombres nos aprueben.

2. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN INFLUÍDO EN TU CUERPO?

-Sí, porque en esta etapa de mi vida está influyendo mucho, antes no me importaba la opinión de las personas y de los hombres, vivía más como a mí me gustaba, pero ahorita ya me rodeo de personas diferentes y donde son más machistas y eso te lo metes en la cabeza y ves que a los hombres que les gusta que estés más arreglada, que te vistas y te veas como una mujer. Y ahora me arreglo más, es por eso que pienso que quiero la aceptación de los hombres.

3. ¿Porque ha cambiado tu ideal de lo que eras antes y ahora?

-Porque en mi trabajo las mujeres así son y antes no veía todo eso. Cuando comencé a trabajar mi jefa me dijo que me tenía que arreglar y desde ahí comencé a vestirme más femenina y a maquillarme y me siento bien cuando me arreglo.

4. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN SIDO IMPUESTOS POR EL SISTEMA PATRIARCAL?

-Sí, eso lo veo en los trabajos, porque si te ven bien vestida te dan el trabajo. Los hombres te dicen cómo se tiene que vestir y comportarse una mujer, porque si no lo ven no te aprueban como mujer.

5. ¿CÓMO CREES QUE EL SISTEMA PATRIARCAL HA INFLUIDO EN LA REPRESENTACIÓN DE TU PROPIO CUERPO?

-Ha influido bastante, porque los hombres con los que convivo les gustan las mujeres más flacas y arregladas y entonces yo comencé a cambiar y me metí al gimnasio y cambié mi alimentación porque vi que así le gustan a los hombres y desgraciadamente tengo esa idea de que debo ser así.

6. ¿A PARTIR DE TUS EXPERIENCIAS DE VIDA, DE QUÉ MANERA VIVES TU CORPORALIDAD?

-De 10 días uno siento que me veo bonita y me siento bien con mi cuerpo y creo que la mayoría de las mujeres se sienten así con su cuerpo. Yo no me siento bien, porque siempre tengo en la cabeza cuidar mi alimentación.

7. ¿CREES QUE EXISTE UN IDEAL DE BELLEZA FEMENINO PERFECTO?

-Sí, yo lo vivo conmigo porque siempre me estoy comparando y pensando en el cuerpo que quisiera tener.

Geraldine Ortiz 25 años, estudiante:

1. ¿QUÉ OPINAS SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINOS?

-No deberían de existir, cada mujer se debe aceptar como es y no como la sociedad quiere que sean

2. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN INFLUIDO EN TU CUERPO?

-Sí, porque hay veces que no me siento en la talla correcta solo por ver a las mujeres con tallas diferentes a la mía y siento que debería ser igual a las demás, si tengo más o menos tallas, siento que no estoy bien.

3. ¿CREES QUE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA HAN SIDO IMPUESTOS POR EL SISTEMA PATRIARCAL?

-Sí, porque han idealizado a la mujer como ellos quieren que sea y la quieren perfecta, que no tenga nada fuera de lugar.

4. ¿CÓMO CREES QUE EL SISTEMA PATRIARCAL HA INFLUIDO EN LA REPRESENTACIÓN DE TU PROPIO CUERPO?

-Yo que soy alta, ellos dicen que las altas no les gustan, porque no quieren que estén a la altura de ellos, literal, o más grande, siempre tratan de buscar que las mujeres estén más abajo de ellos, se quieren sentir superiores. Y no hablo solo de la altura.

5. ¿A PARTIR DE TUS EXPERIENCIAS DE VIDA, DE QUÉ MANERA VIVES TU CORPORALIDAD?

-A veces sí expreso lo que siento, pero otras veces veo a la mujeres que son bajitas y yo me siento fuera de lugar, como que no encajo.

6. ¿CREES QUE EXISTE UN IDEAL DE BELLEZA FEMENINO PERFECTO?

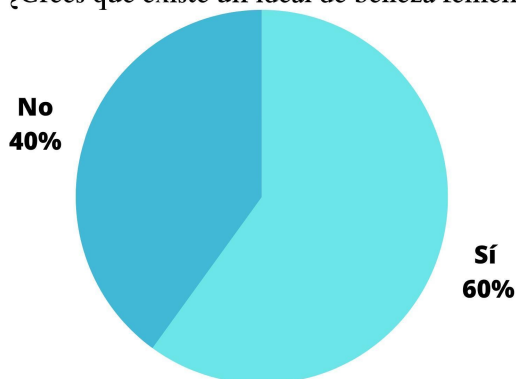
-No, porque ni siquiera tendría que existir un estándar de belleza, las mujeres deben ser como son, con tallas grandes o chicas, todas tienen que ser libres y sentirse seguras de cómo son.

7. ¿En qué momento de tu vida crees que los estereotipos femeninos comenzaron a afectarte?

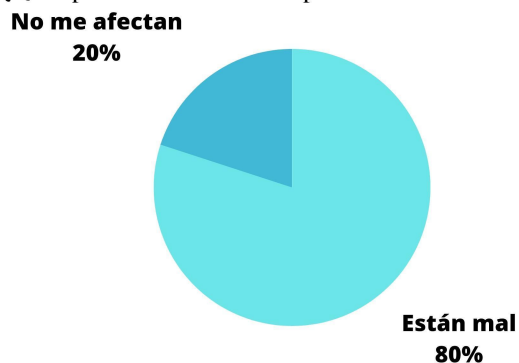
-Desde que iba en la primaria, porque siempre fui de las más altas y era súper raro, porque incluso era más alta que algunos niños y pues me hacían burla y siempre decían que como yo era la más alta que me pusiera hasta atrás o siempre era la última en todo.

Resultados obtenidos de las entrevistas

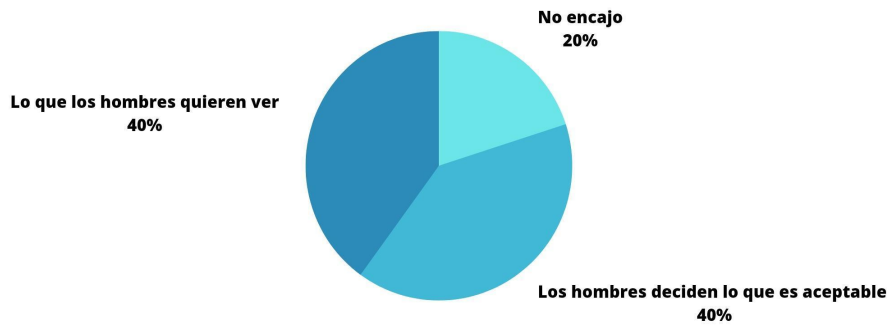
¿Crees que existe un ideal de belleza femenino?



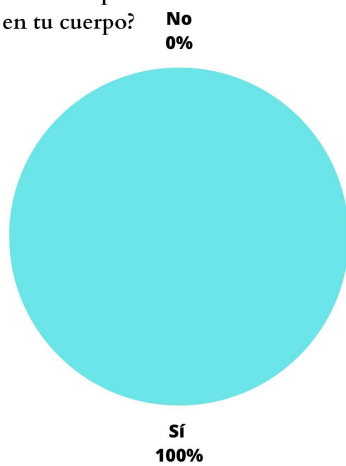
¿Que opinas sobre los estereotipos de belleza femeninos?



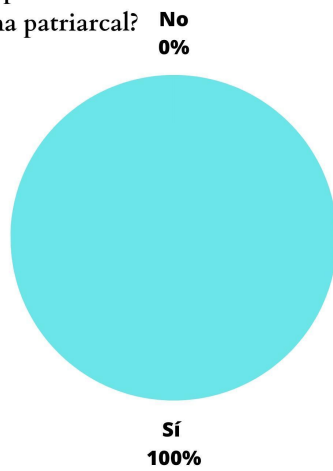
¿Cómo crees que el sistema patriarcal ha influido en la representación de tu propio cuerpo?



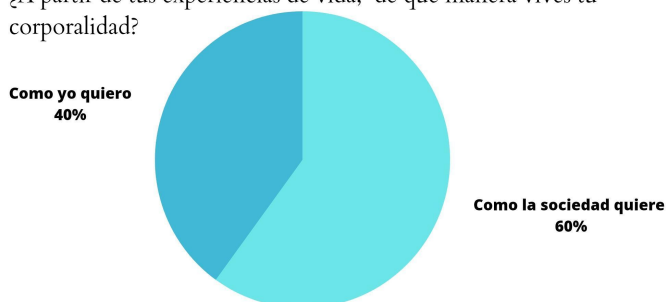
¿Crees que los estereotipos de belleza femeninos han influido en tu cuerpo?



¿Crees que los estereotipos de belleza femeninos han sido impuestos por el sistema patriarcal?

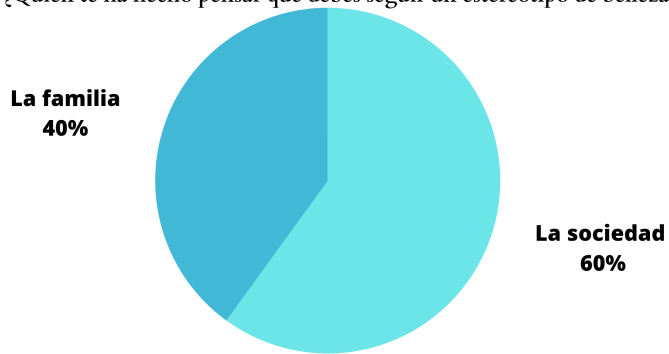


¿A partir de tus experiencias de vida, de qué manera vives tu corporalidad?

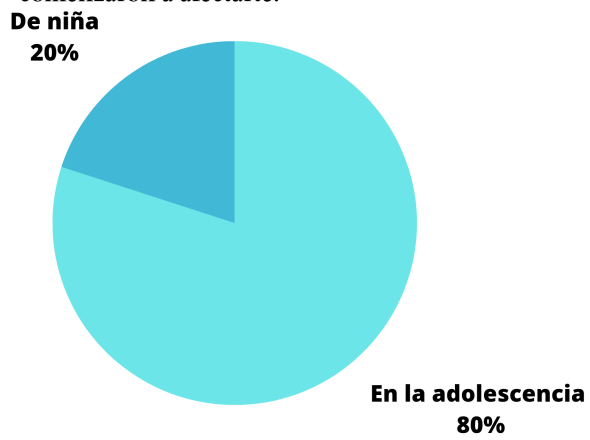


Otras preguntas

¿Quién te ha hecho pensar que debes seguir un estereotipo de belleza?

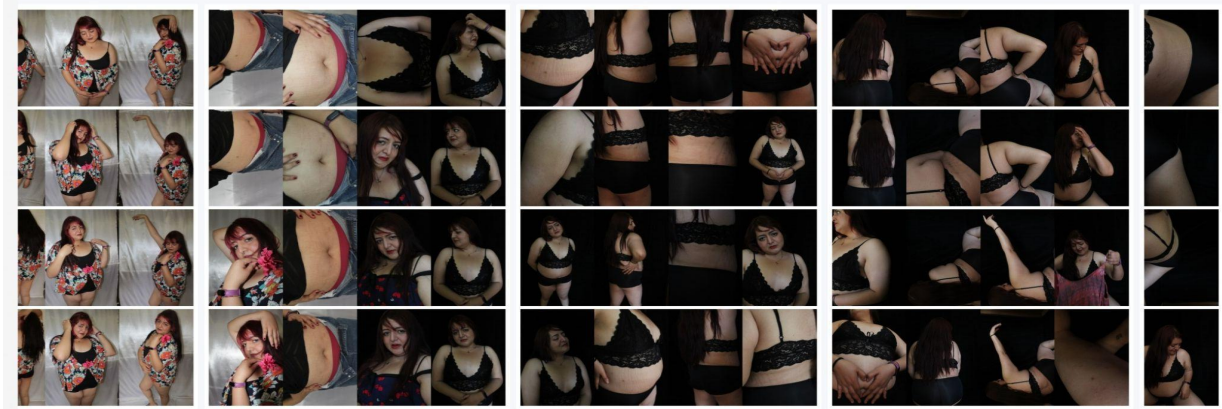


¿En qué momento de tu vida los estereotipos femeninos comenzaron a afectarte?

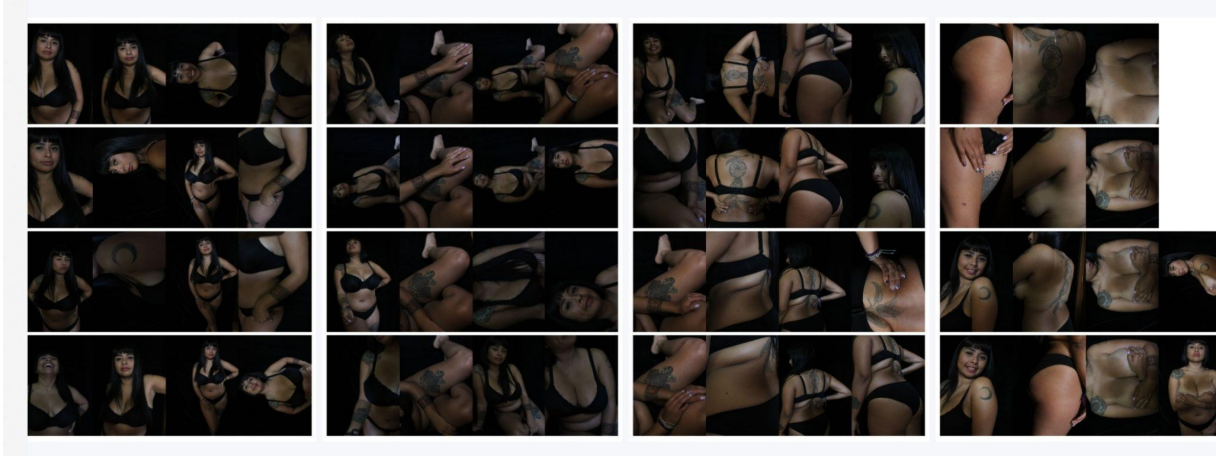


Hojas de contacto

Fotografías de Sara Recillas:



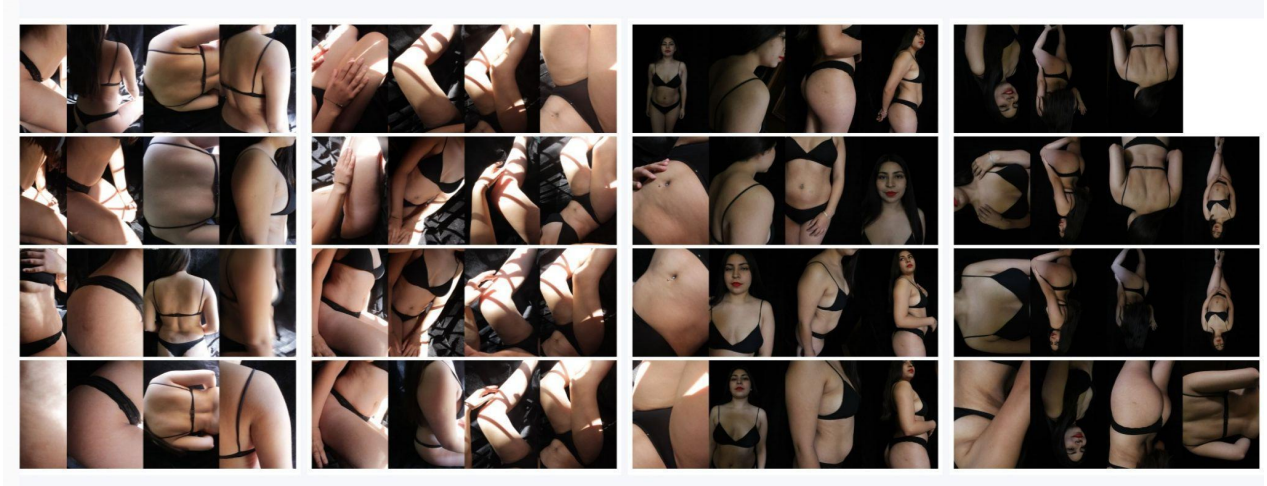
Fotografías de Itzel Montes



Fotografías de Yahaira



Fotografías de Geraldine Ortiz



Fotografías de Selene Paez

