

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

*Nada humano me es ajeno*

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**¿De qué está hecha la belleza?  
El canon de lo bello como violencia estética  
en el cuerpo femenino**

Producto de comunicativo

**TRABAJO RECEPCIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA**

P R E S E N T A N :

**JUAN CARLOS FERNÁNDEZ GUZMÁN  
LLUVIA LUCERO MÉNDEZ PEÑALOZA**

DIRECTOR

**MTRO. OCTAVIO SERRA BUSTAMANTE**

Ciudad de México, agosto 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<sup>©</sup>

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.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional y ser mi mayor soporte para cumplir mis objetivos personales y académicos. De ellos también es este logro ya que sin el inmenso cariño y confianza que depositan en mí hubiera sido difícil realizarlo. Gracias por siempre estar en abundancia.

A mis hermanos que siempre han sido cómplices de mis proyectos y metas, por creer en mí, escucharme y mirarme con orgullo. Son un gran motor en mi vida.

A mi compañera de titulación y querida amiga Lluvia. Para mí es una fortuna tenerte de mi lado en nuestro crecimiento profesional y personal. Gracias por tu empuje, fortaleza y pasión en la realización de nuestro proyecto, eres mi mejor equipo.

A nuestro tutor y director Octavio Serra por su dedicación, atención e inquebrantable paciencia. Gracias por tu guía y consejos, me los llevo en la memoria para continuar con mi formación profesional. De igual manera a nuestras lectoras, muchas gracias por creer en este proyecto y apoyarlo.

Por último, agradecer a mi querida UACM por darme la luz del conocimiento y permitirme mirar el mundo con otros ojos. Agradezco a cada uno de mis profesores por todo el conocimiento que sembraron en mí y a mis compañeros por haber estado conmigo en mi camino universitario. También a cada una de las personas que labora en esta universidad y la hacen posible.

Carlos Fernández

A las siguientes personas quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento:

A mi madre, por brindarme apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos tanto personales como académicos. Con tu amor me has impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades.

A mi padre, por ser el soporte material y económico durante mis estudios.

Al Chulo, amigo, infinitas gracias por estar en mi vida, eres el mejor equipo. Gracias por tomar en cuenta todas mis posturas, por tu compromiso, responsabilidad y las risas.

A Margarita Guzmán, por la comida y tratarme como familia.

A mi manada, mis amigas, por creer en mí, en este proyecto y ser parte de él, sin ustedes no hubiese sido posible.

A mi tutor, Octavio Serra, por confiar en mí, por su compromiso, la paciencia, la guía y los consejos.

A la querida profesora, Alejandra Galicia, por el tiempo dedicado y todos los aportes al proyecto.

Agradezco a mi amada casa de estudios UACM, por formarme académicamente y darme herramientas para ser la mujer que ahora soy. "Nada Humano Me es Ajeno".

Por último, a Lluvia Méndez, por nunca rendirme y concluir esta etapa tan importante de mi vida.

Lluvia Méndez

# ÍNDICE

## Prólogo

¿Por qué te maquillas? .....	1-2
Blanca realidad .....	2-3

## Introducción

Justificación y objetivos .....	4-6
---------------------------------	-----

## I. MARCO INTERPRETATIVO CONCEPTUAL

1.1	Breve historia de la belleza .....	7-38
1.1.1	Antiguo Egipto .....	7-8
1.1.2	Antigua Grecia .....	8-10
1.1.3	Antigua Roma .....	10-11
1.1.4	El Oscurantismo .....	11-12
1.1.5	La baja edad media .....	12
1.1.6	El Renacimiento .....	12-14
1.1.7	Siglo XVII .....	14-15
1.1.8	Periodo Barroco .....	16
1.1.9	La edad contemporánea .....	16
1.1.10	Siglo XIX .....	16-19
1.1.11	Siglo XX .....	19-25
1.2	Cuerpos maleables y morfotopía .....	25
1.3	Los cánones de belleza y las prácticas corporales .....	26
1.4	Las intervenciones estéticas en los cuerpos femeninos .....	26-29
1.5	Violencia estética y la homogeneización del cuerpo femenino .....	29-33
1.6	La inconformidad física como motor de consumo en la industria de la belleza .....	33-37
1.7	Conclusión de capítulo .....	37-38

**II.****LA FOTOGRAFÍA Y EL SOPORTE**

2.1	La Fotografía desde nuestra mirada .....	38
2.2	Estado del Arte: Referentes de retrato conceptual .....	39-46
2.3	La representación de lo abstracto: el retrato conceptual .....	46-48
2.4	Transformación de la fotografía: La era digital .....	49
2.5	El montaje digital .....	49-50
2.6	Soporte Fotolibro .....	50-52
2.7	Conclusión de capítulo .....	52

**III.****PRODUCTO COMUNICATIVO/ FOTOLIBRO: ¿DE QUÉ ESTÁ HECHA LA BELLEZA? EL CANON DE LO BELLO COMO VIOLENCIA ESTÉTICA EN EL CUERPO FEMENINO**

3.1	Realización de retratos conceptuales .....	53
3.1.1	Pre producción fotográfica .....	53-60
3.1.2	Producción fotográfica .....	61-63
3.1.3	Postproducción: Montaje digital .....	64
3.2	Creación del fotolibro/ pieza editorial .....	65-72
3.2.1	Ficha técnica .....	72-73
3.3	Conclusión de capítulo .....	74
3.4	Conclusiones finales .....	74-76
3.5	Anexos .....	77-88
3.6	Referencias bibliográficas .....	89-90

## PRÓLOGO

### ¿Por qué te maquillas?

Siendo estudiante de séptimo semestre de la licenciatura en comunicación y cultura, un compañero me preguntó en repetidas ocasiones “sobre lo incuestionable” en aquellos momentos... ¿Por qué te maquillas?

Pregunta incómoda, molesta y sin respuesta para muchas mujeres que no quieren abrir un debate sobre el tema fuera de responder “porque quiero o ¿qué te importa?”. Tras verme inmediatamente en el primer espejo que encontré y revisar que todo bien con mi *makeup* experimenté una sensación de ira, ofensa y cuestionamiento ante aquella práctica que realicé desde niña con el lápiz labial de mamá para lucir como mi muñeca Barbie.

Esa pregunta me sigue acompañando hasta el día de hoy. La buena noticia es que cada vez más mujeres, y uno que otro hombre, nos cuestionamos sobre el pensamiento patriarcal que ataca principalmente a los cuerpos femeninos. Todavía no somos completamente autónomas sobre cómo luce nuestro cuerpo físico para querernos y aceptarnos tal cual somos. La multimillonaria industria de la belleza nos bombardea con estereotipos que cada vez son más difíciles de alcanzar, al mismo tiempo nos ofrece productos o soluciones para corregir, disimular o reestructurar por completo un cuerpo. Creemos escuchando que “no hay mujer fea, sino mal arreglada” que lucimos más “bellas sin vello” o que no hay nada que el maquillaje no solucione.

Hoy le respondería a mi compañero que es importante desprendernos de la carga social y liberarnos de aquellos elementos que incomodan nuestros cuerpos. Hay que cuestionar a la industria de la moda, los estereotipos de belleza y darle voz a aquellas mujeres que resisten, se cuestionan y hacen crítica. ¿Por qué me maquillo? Porque desde niña aprendí que era lo que tenía que hacer para ser una mujer y conseguir un lugar en la sociedad, ya sabiendo todo eso respondería que disfruto cuando lo hago de manera consciente y cito a Susan Sontag (1933) “No está mal ser bella, lo que está mal es la obligación de serlo”.

Después de varios años teniendo estos pensamientos y tomando en cuenta que la fotografía es una herramienta que me permite expresar sentimientos e ideas, decidí hacer un libro fotográfico sobre la práctica de maquillarse. Más tarde conversando con mi excompañero y amigo Juan Ca decidimos iniciar esta aventura y no sólo hablar del maquillaje, sino de todas las prácticas corporales de patrones estéticos, es decir de la violencia estética.

Lluvia Méndez

### **Blanca realidad**

Desde antes de entrar a la universidad tenía curiosidad de saber por qué muchas personas usaban tantos modismos en inglés de manera innecesaria y porque relacionaban la belleza con la piel blanca. También, escuchaba en la mayoría de mis círculos sociales comentarios despectivos hacia las personas de raíces indígenas y piel morena justificándose diciendo que era a modo de chiste. Eso causó curiosidad en mí, ya que algunas veces de manera inconsciente también reproducía esos discursos y logré identificarlos. Así mismo, muchas de las personas que nacimos y vivimos en México, tenemos familiares que emigraron a Estados Unidos por la razón que sea y regresaban siendo una versión blanqueada de ellos mismos. Este es un fenómeno interesante que también comencé a relacionar con las diferentes vivencias que antes mencioné. Fue cuando entré a la universidad que por primera vez escuché el concepto imperialismo cultural<sup>1</sup>, de esa manera supe que lo que había identificado en mi entorno tenía nombre.

Fue a mediados de la licenciatura en comunicación y cultura, que comenzamos a tener asignaturas de Ensayismo Latinoamericano y Transculturalidad y Estudios Poscoloniales, ahí obtuve más respuestas de cómo surgen este tipo de fenómenos socioculturales y cómo se les denomina, entonces escuché por primera vez acerca de la blanquitud<sup>2</sup>. Este concepto es uno de los que más me llamó la atención a lo largo de

---

1 Durante el período 1940-1970 se acuñó el término imperialismo cultural, en el contexto de la llamada teoría crítica o sociología crítica-ideológica de la Escuela de Frankfurt. Allí destacaron pensadores como Adorno, Horkheimer, Marcuse y Benjamín.

2 Según Bolívar Echeverría; la blanquitud es la consistencia identitaria destinada a llenar la ausencia de concreción real que caracteriza a la identidad adjudicada al ser humano por la modernidad establecida.

mis estudios universitarios, ya que explicaba de manera puntual muchas interrogantes que había tenido desde adolescente. Comencé a profundizar más en él hasta el punto de decidir que mi tesis tendría que tener una relación directa con la blanquitud.

Regularmente me gustaba debatir con mis compañeros acerca de los diferentes cánones que ha impuesto el imperialismo cultural por medio de la blanquitud como idea de éxito, fue en un debate acerca de cómo se construye el canon de belleza en las mujeres que tuve con mi compañera Lluvia que decidimos hacer un proyecto fotográfico para evidenciar los procesos a los que se someten muchas mujeres con el fin de alcanzar dicho canon y con ello el anhelado éxito, así como reconocimiento social. Mi hoy compañera de titulación estaba trabajando el concepto de belleza y maquillaje y yo el de blanquitud, de esta manera logramos una fuerte sinergia de la cual está nutrido este proyecto.

Carlos Fernández

## INTRODUCCIÓN

A las mujeres desde edades tempranas se les inculca como norma un excesivo culto al cuerpo bello por medio de cánones de belleza que se han impuesto a lo largo de la historia. Estos dictan que la mujer bella debe cumplir con ciertas características como vientre plano, curvas protuberantes, labios carnosos, nariz fina, pieles blancas sin imperfecciones perfectamente depiladas, por mencionar algunas. Así, se homogeneiza la idea de belleza y los cuerpos que no encajan en el molde del canon vigente son excluidos y señalados. De esta manera, la imposición de los estereotipos de belleza implica una de las mayores expresiones de la violencia (simbólica y real); de ahí el interés por estudiar **¿De qué está hecha la belleza?**

El objetivo general de esta investigación es comprender cómo se construyen los cánones de belleza a través de la historia y sus repercusiones en la vida de las mujeres por medio de los conceptos y aportes teóricos de las sociólogas Elsa Muñiz<sup>3</sup> y Esther Pineda<sup>4</sup>, pues estos son el soporte de algunas de las industrias más rentables: la cosmética, la farmacológica, la quirúrgica, entre otras; las cuales, tienen como resultado el ejercicio de la **violencia estética**. Así, los objetivos específicos fueron los siguientes:

1. Analizar las formas que adquiere la discriminación y exclusión por la apariencia física en el contexto del discurso dominante, evidenciando las **prácticas corporales de patrones estéticos** y las implicaciones que conlleva realizarlas en los cuerpos femeninos.
2. Entender los conceptos que nos ayudaron a comprender esta problemática para poder realizar la planeación de retratos conceptuales contundentes por medio de ellos.
3. Traducir los conceptos teóricos a fotografías e imágenes que nos permitan expresarnos libre y creativamente creando una composición visual para evidenciar esta problemática.

---

3 Muñiz aborda estos conceptos desde una perspectiva histórica, antropológica y feminista, esta autora dialoga con los argumentos de las obras sobre el cuerpo escritas por el teórico David Le Breton.

4 Pineda, es una escritora feminista venezolana afrodescendiente conocida por sus aportes en los estudios de género y discriminación racial.

4. Crear un fotolibro para construir una experiencia receptiva y multisensorial unificando imagen y texto en donde el lector/espectador interactúe con la pieza editorial.

Para lograr dichos objetivos tomamos como base los siguientes conceptos de Muñiz: **prácticas corporales de patrones estéticos** que se refiere a todas aquellas acciones que realizan las mujeres para alcanzar los estándares de lo bello, tales como el maquillaje, la depilación, las cirugías estéticas, etc. Así como el de **morfotopía**, el cual hace referencia a la búsqueda inalcanzable de la belleza. Por su parte, Pineda propone que la **violencia estética** está conformada por cuatro dimensiones; en primer lugar menciona que este tipo de violencia es **sexista**; refiriendo que para las mujeres es una obligación como símbolo de feminidad y éxito social. En segundo lugar, es **racista**; puesto que los cánones de belleza enaltecen los rasgos occidentales. También es **gordofóbica**; debido a que exige a las mujeres ser delgadas para ser consideradas bellas y por último, es **gerontofóbica**; imponiendo la idea de que la juventud es sinónimo de belleza, lo cual crea un rechazo al proceso natural de envejecimiento.

Esta investigación está acompañada y materializada por un fotolibro titulado: **¿De qué está hecha la belleza? El canon de lo bello como violencia estética en el cuerpo femenino**, el cual, realizamos como producto comunicativo para licenciarnos en Comunicación y Cultura. El fotolibro pensado para personas jóvenes y adultas, se conforma por 24 fotografías presentadas en dípticos y trípticos acompañadas por textos que fueron extraídos de libros, podcasts y frases populares. Recurrimos al género fotográfico de retrato conceptual y a los recursos que nos brinda el montaje digital. Se buscó que las imágenes que construimos tuvieran una fuerte carga ideológica y conceptos que reflejaran nuestra postura acerca de las **prácticas corporales** y la **violencia estética**. Fotografiamos los cuerpos de cinco mujeres tomando como base tres tipos de prácticas corporales, en primer lugar; las que se realizan en casa como el maquillaje, la depilación y dietas rigurosas. En segundo lugar, las que se realizan con ayuda de un profesional y son semipermanentes como la aplicación botox. Finalmente, las que se llevan a cabo en un quirófano como la cirugía estética. Las fotografías resultantes se editaron y montaron digitalmente con elementos reapropiados de buscadores de uso libre, teniendo como resultado imágenes con objetos exagerados

que hacen referencia a las diferentes prácticas corporales, evidenciando las implicaciones que conlleva realizarlas en los cuerpos femeninos.

Dentro de todas las posibilidades de soportes para mostrar las fotografías, optamos por un fotolibro físico (pieza editorial). ¿Por qué un fotolibro impreso? El fotolibro impreso nos permite cruzar la barrera de la inmediatez de los medios digitales, así como cuidar la calidad de las imágenes, participar en las decisiones de acabados, materiales, tamaño y formatos para crear una pieza única que tenga un diálogo directo con el receptor al sentir la textura de los materiales, colores, el papel. etc. Otra ventaja del fotolibro impreso es que al leerlo permite tener un diálogo personal con él, puesto que ofrece una experiencia sensorial al cambiar las páginas, experimentar el tamaño, peso, olor, observar detalles que pasan desapercibidos usualmente en un libro digital y percibir los tonos reales de las fotografías. Cabe resaltar que este fotolibro se realizó de manera semiartesanal con una encuadernación rústica que nos permitió jugar con elementos como hilo nylon aparentando una sutura quirúrgica real, la cual se encuentra como ornamenta en la portada.

## CAPÍTULO I: MARCO INTERPRETATIVO CONCEPTUAL

En este capítulo, analizamos la conformación de la belleza occidental<sup>5</sup> a través de la historia con el objetivo de comprender cómo se construyen los imaginarios conceptuales en torno a lo bello en diferentes épocas que nos parecieron relevantes. Es importante para esta investigación entender el papel social, político, cultural y artístico en la dictaminación de un canon de belleza como reflejo de la sociedad que los impone en determinada etapa histórica.

También, nos permite observar el discurso de los diferentes agentes socializadores como son: los medios de comunicación, el marketing, las industrias de belleza, etc, como conformadores, promotores y explotadores de la belleza canónica, así como las repercusiones que tiene sobre el cuerpo femenino como ejercicio de la **violencia estética**. Para sustentar esta investigación, tomamos como base algunos conceptos y propuestas teóricas de Elsa Muñiz y Esther Pineda.

### 1.1 Breve historia de la belleza

A lo largo de la historia se ha hipersexualizado el cuerpo de la mujer institucionalizando patrones estéticos que se fueron convirtiendo en cánones de belleza, los cuales se han fortalecido y cambiado con el paso de los siglos. De esta manera, la vida de las mujeres se ha ido moldeando y con ello sometiendo a los dictámenes de lo bello, limitando sus posibilidades de acción y transformación social.

Se tienen registros de que en el **antiguo Egipto** fue donde se definió el primer estereotipo de belleza en la humanidad o por decirlo de otra manera, el interés excesivo por el cuidado de la imagen y el cuerpo. Esta cultura se caracterizó por lo armónico: “se determinó que la estatura perfecta para las personas era 18 puños: 2 para el rostro, 10 desde los hombros hasta las rodillas y 6 restantes para las piernas y los pies” (Pineda, 2020). Fue en esta época donde se hizo frecuente el uso de pelucas, maquillaje<sup>6</sup>,

---

<sup>5</sup>Este trabajo persigue hacer una crítica al canon de belleza hegemónico, es por ello que la historia de la belleza presentada en este capítulo, responde a los cánones de belleza impuestos a nivel mundial, los cuales, son occidentales y omiten la belleza subalterna.

<sup>6</sup> El maquillaje ocupa un lugar importante en la sociedad egipcia incluso después de la muerte, pues se pensaba que las personas que morían, podían regresar en cualquier momento y era necesario que los cuerpos se encontraran con el mejor aspecto posible.

polvos para blanquear el rostro, teñido de cabello, peinados, depilación, etc. El exceso de estos elementos de ornamentación era imponente en el ámbito de la comunicación no verbal, como transmisor de un mensaje de poder y estatus no sólo en lo terrenal, ya que también era un canal de comunicación con los dioses. En esta época, el canon estaba impuesto tanto a hombres como a mujeres; sin embargo, el estereotipo de belleza faraónica pasó a la historia encarnada en las mitificadas e idealizadas figuras de Nefertiti y Cleopatra<sup>7</sup> (Pineda, 2020). Cabe resaltar que estas prácticas de embellecimiento eran exclusivas de la élite, denotaban poder y se vinculaban con lo sagrado.



Busto de Nefertiti <sup>8</sup>



Busto de Cleopatra<sup>9</sup>

En la **antigua Grecia** los ideales de belleza estaban influenciados por el pensamiento de los filósofos más relevantes en las diferentes épocas que conformaron este período histórico. **Pitágoras**<sup>10</sup> pensaba que la belleza o la fealdad estaban determinadas por las matemáticas, es decir, que los números son la base de una proporción armónica. Para **Platón**<sup>11</sup>, la belleza no residía en los atributos físicos, ésta radicaba en sus valores éticos como la bondad, la justicia y el conocimiento. Proponía restarle importancia a la

---

7 Con respecto al ideal de la figura femenina, eran consideradas bellas las mujeres jóvenes, delgadas, con vientre, nalgas y muslos protuberantes, la cara redonda y ancha, la frente inclinada, el cuello alto, ojos prominentes, labios gruesos, mentón marcado, etc.

8 Busto de Nefertiti (1330 a.e.c) Tutmose.

9 Busto de Cleopatra (240-200 a.e.c.).

10 Periodo del 580 al 500 a.e.c.

11 Periodo del 427 al 347 a.e.c

belleza corporal para profundizar en una concepción más amplia de lo bello por medio de la virtud de las acciones de los seres humanos, de lo cual dependería la belleza del alma.

Por su parte **Aristóteles**<sup>12</sup> afirmaba que la belleza depende de cada etapa de la vida de un sujeto. En la juventud el hombre bello tenía que tener un cuerpo fuerte y útil para los quehaceres que requerían un esfuerzo físico, además de causar placer al verlo. En la edad adulta el cuerpo debía ser apto para la guerra, además de inspirar temor y admiración. Por último, el cuerpo bello en la vejez, era aquel que tenía la capacidad de resistir los embates y enfermedades que traen consigo la ancianidad.

A pesar de que en la **antigua Grecia** hubo una gran variedad de interpretaciones sobre la belleza, fue la concepción matemática de **Pitágoras** la que marcó el canon en esta etapa histórica. Es importante mencionar que se privilegiaba la figura masculina por encima de la femenina debido a que la organización social en la antigua **Grecia** era androcéntrica. Sin embargo, fue en esta época que surgió el mito “El juicio de Paris<sup>13</sup>” en donde Afrodita, Atenea y Hera se disputaron cuál de las tres era la más bella dando paso a los primeros concursos de belleza. De esta manera surgieron los primeros profesionales del cuidado de la cara y el cuerpo (Pineda, 2020).

---

12 Periodo del 384 al 322 a.e.c

13 Este mito cuenta que, en la boda de Peleo y Telis, la diosa Eris (la diosa de la discordia) lanzó entre los invitados una manzana con la inscripción "para la más bella". Tres diosas la reclamaron: Hera, Atenea y Afrodita. Entonces Zeus dijo que la decisión la tomaría un mortal, Paris. Las diosas compitieron: Hera le ofreció poder, Atenea sabiduría y Afrodita el amor de la mujer más bella y Paris eligió a Afrodita.



Afrodita de Cnido<sup>14</sup>



Venus de Arles<sup>15</sup>

La concepción de la belleza en la **antigua Roma** no se diferenció mucho de la **griega** en lo corpóreo, es muy clara la influencia y no hay cambios significativos de un canon a otro. Esta época es muy importante para este estudio debido a que fue aquí donde comenzó a dissociarse la belleza de lo masculino cobrando preeminencia en lo femenino. Si bien era aceptado que los hombres cuidaran su imagen, el exceso del arreglo personal se comenzó a relacionar con la homosexualidad, sólo era aceptado que un hombre se hiciese arreglos necesarios como el recorte de la barba y bigote, las uñas, uso de perfumes, entre otras cosas básicas. En cambio, las mujeres tenían que poseer una piel blanca, luminosa, sonrosada, suave, sin arrugas ni pecas pues se consideraba un supremo rasgo de distinción, para ello se sometieron a la aplicación de diversos ungüentos y mascarillas. Era importante tener el cuerpo y rostro totalmente depilado, se usaban lunares postizos para tapar “imperfecciones” como las verrugas.

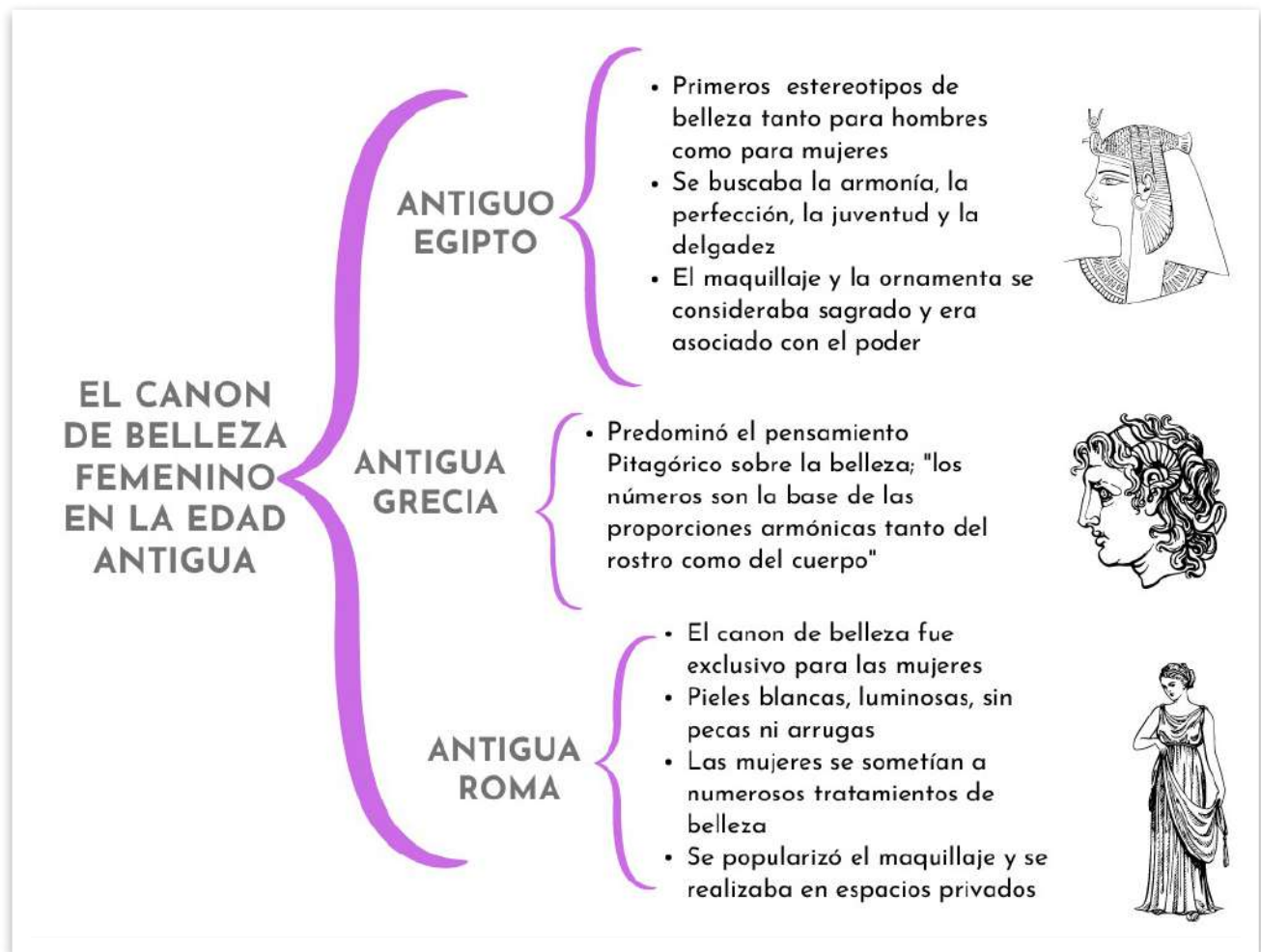
Así, se comenzó a exigir a las mujeres cada vez mayor cuidado de su aspecto físico, acto que debía realizarse en su entorno íntimo para intentar denotar una belleza natural en el espacio público, lo cual dio paso al surgimiento de los llamados *cosmética* y *ornatrices*, que eran prácticamente esclavos y esclavas que poseían las mujeres

14 Escultura de la diosa griega de la belleza y el amor Afrodita (360 a.e.c), Praxíteles.

15 Escultura de la diosa Venus (350 a.e.c), Praxíteles.

regularmente de la élite, quienes tenían el deber de estar en los tocadores encargados del cuidado de la piel, los peinados, el maquillaje, el arreglo personal, entre otras cosas (Pineda, 2020).

En el siguiente cuadro podemos observar los principales aspectos que conformaron el canon de belleza según la época:



Cuadro de elaboración propia con información de Pineda, E. (2020).

En la época del **Oscurantismo**, la concepción de belleza griega y romana fueron prohibidas acusadas de paganismo y herejía en el extremo que a los hombres se les enseñó a temer a la belleza femenina calificándola como una peligrosa trampa que seduce, incita, arrastra y destruye. Es en este contexto histórico que fue introducida la idea de belleza en torno a la "Mariolatría", ideología que exalta la imagen de la virgen María, pura, casta y maternal, es decir que la belleza dejó de asociarse con el aspecto

físico para construir un canon en torno a una belleza espiritual y divina. De esta manera se les exigía a las mujeres una imagen austera, pudorosa y recatada<sup>16</sup>.

En la **baja Edad Media**<sup>17</sup> emerge la poesía de los trovadores y las novelas caballerescas resaltando la importancia del galanteo y el amor cortés transformando así las concepciones de la belleza femenina que comienza a ser idealizada y por lo tanto deseada. “En este momento histórico, la belleza desciende de las vírgenes a las humanas, deja de ser espiritual y vuelve a ser corpórea<sup>18</sup>” (Pineda, 2020).

En el **Renacimiento** surgió lo que se conoce como la belleza neoclásica, se retoman las ideas de la **época griega y romana** respecto al “cuerpo perfecto”. La armonía de las medidas corporales cobraron significativa importancia plasmada por los artistas de la época en diferentes obras, por ejemplo, El Hombre de Vitruvio<sup>19</sup> y la famosa escultura de David<sup>20</sup> que se centraban en dos figuras masculinas; sin embargo, en occidente la estética femenina<sup>21</sup> empieza a cobrar mayor relevancia. Sabemos que en la **Antigua Roma** las exigencias de lo bello estaban dirigidas exclusivamente hacia las mujeres, pero fue en el **Renacimiento** que se comenzó a vanagloriar la belleza femenina; Giles Lipovetsky (1999) le llamó a esta época “la invención de la idolatría del bello sexo”, es en este momento histórico cuando se reconoce, sobrevalora y glorifica la belleza de la mujer con respecto a la del hombre. Para la época, era de suma importancia el extremo cuidado corporal, el uso del maquillaje y el aclarado del cabello. Las pieles blancas representaban pureza, castidad además de buena posición social, por el contrario de las pieles oscuras que evidenciaba el carácter campesino y desposeído de las mujeres. Según Esther Pineda (2020), la belleza de las mujeres renacentistas comenzó a divulgarse con mayor fuerza tras la invención de la imprenta

---

16 Parquet señala que en esta etapa el maquillaje no tiene cabida, incluso se le estigmatizaba pues se asociaba con las cortesanas.

17 Se considera de los siglos XIV al XV.

18 Se vanagloriaban los cuerpos esbeltos, torso delgado, piel muy blanca, cabello largo y rubio, rostro ovalado, frente amplia, nariz fina, labios delgados etc.

19 Famoso dibujo acompañado de notas anatómicas de 1492 por Leonardo da Vinci, también conocido como Estudio de las Proporciones Ideales del Cuerpo Humano.

20 Escultura de mármol blanco realizada entre los años 1501-1504 por Miguel Ángel.

21 En este periodo histórico se valoran mucho más los cuerpos femeninos robustos, de caderas anchas y pechos grandes, pues se consideraba símbolo de estatus y salud al contrario de los cuerpos delgados que eran considerados signo de enfermedad y pobreza.

mediante consejos y recetas cosméticas en folletos, revistas y libros. De igual modo el canon de mujer bella se immortalizó en una diversidad de obras pictóricas, algunas de las cuales se muestran a continuación:



Retrato de Ginebra de Benci (1474-1476), Leonardo da Vinci.



El nacimiento de Venus (1482-1485), Sandro Botticelli.



La Fornarina (1518-1520), Rafael Sanzio.



Venus del espejo (1555), Tiziano Vecelli.

En el **siglo XVII** la estética masculina no tiene cabida, pierde total importancia en el mundo social y artístico; por el contrario, el cuerpo femenino es plasmado en numerosas pinturas. Con respecto al **Barroco**, el siguiente cuadro muestra las prácticas que fueron utilizadas para embellecer a las mujeres en esta época:

Siglo XVII

## PERIODO BARROCO

### ADIÓS A LA BELLEZA NATURAL



El canon de belleza de la antigua Roma, de Grecia e incluso del Renacimiento, pierde Valor.



### CELEBRACIÓN DE LA BELLEZA

La belleza de la época fue sinónimo de superficialidad, pomposidad, apariencia, poder, posición social y por lo tanto abundancia económica.



### SE CONSIDERA BELLO..



Lo ficticio, lo maquillado, lo modificado, lo exagerado, peinados llamativos, la extrema delgadez (la gordura en los cuerpos era objeto de burla, discriminación y exclusión).



### SE POPULARIZO EL USO DE..

Pelucas blancas y empolvadas, corsés, zapatos de tacón, sombreros descomunales, lunares postizos para tapar imperfecciones y vestimenta rimbombante.



### DEPENDENCIA DEL MAQUILLAJE

Las mujeres comienzan a llevar pequeños bolsos con lunares postizos, labial, pincel y sobre todo espejo. Con la finalidad de retocar el maquillaje en cualquier lugar.



Como se observa en el cuadro anterior, en la **época Barroca** los cuerpos tenían que ser delgados, por lo tanto, lo contrario al canon era la gordura, condición que se señalaba de manera despectiva, como se observa en las siguientes obras:



La monstrea desnuda (1689), Juan Carreño.

La monstrea vestida (1689), Juan Carreño.<sup>22</sup>

**En la edad contemporánea**, nuevamente se modificaron los ideales de belleza; Un ejemplo claro fue la **Revolución francesa** y el **pensamiento ilustrado**, debido a que marcaron un cambio evidente con respecto a lo que se consideraba bello en el periodo **Barroco**. Si bien la belleza sigue centrada en las mujeres, se rechazó lo artificial, el maquillaje sobrecargado y la vestimenta ostentosa volviendo a ser criticada y socialmente señalada. “Esta vez no como consecuencia de presupuestos religiosos, sino porque estas prácticas y aspectos físicos remitían a la decadente nobleza que se intentaba derrocar mediante la revolución” (Pineda, 2020).

Para el **siglo XIX** la corporalidad femenina valorada como bella giró en torno a los cuerpos robustos, voluptuosos, de formas opulentas lo cual se observa nuevamente

---

<sup>22</sup> La mujer retratada en las obras es Eugenia Martínez Vallejo, apodada la Monstrea, sirvió en la corte de Carlos II como persona de placer y fue retratada por el artista Juan Carreño de Miranda en los cuadros La monstrea vestida y La monstrea desnuda.

en el arte pictórico de la época, los cánones nuevamente cambiaron como lo podemos observar en el siguiente cuadro:

## La modificación de los cánones

# DE BELLEZA

### ÉPOCA VICTORIANA

Se ubicó entre mediados del siglo XIX y principios del XX, vuelven a privilegiarse los cuerpos delgados, la tez depilada el aspecto lánguido y frágil.

### 1830

Se popularizó mostrar rostros con semblantes abatidos, pálidos y enfermizos. Las mujeres tomaban vinagre como única bebida y dormían poco para tener ojeras, con esto conseguían una palidez espectral y los ojos hundidos poniendo en riesgo su salud.

### REINA VICTORIA



La reina de Inglaterra fue quien cambio esta perspectiva de la belleza (primer personaje influyente). Su rígida moral social declaró al maquillaje como algo vulgar e impropio siendo utilizado solo por las cortesanas. En cuanto al cuerpo, se populariza el moldeado con corsé, crinolinas y rellenos para dar volumen a senos caderas y glúteos.

### 1900

Nacen los estereotipos de belleza basados en el dibujo "Gibson Girl" de Charles Dana Gibson: cuerpos altos, delgados, con forma de "S", pechos elevados, cintura pequeña, caderas pronunciadas, glúteos y piernas prominentes.



Cuadro de elaboración propia con información de Pineda, E. (2020).

Para esta última época, los medios impresos de comunicación y difusión masiva lograron propagar los estereotipos de belleza con mayor rapidez y alcance, lo cual garantizó su rápida penetración y aceptación en el imaginario social. Por ejemplo, la *Gibson Girl*<sup>23</sup>, fue divulgada en numerosas revistas e ilustraciones de la época logrando convertirse en la imagen por excelencia para productos como corsés, vestimenta, utensilios de cocina, refrescos, cigarrillos, etc.



Retrato de Gibson Girl realizado por Charles Dana.



Camille Clifford, actriz que dio vida a la Gibson Girl.

---

23 Fue un modelo de mujer creado por el dibujante estadounidense Charles Dana Gibson en 1898 que se popularizó en los primeros años del siglo XX. Fue tanto el éxito de este personaje que la artista belga Camille Clifford le dio vida.

La *Gibson Girl* se convirtió en el icono de belleza de la época y comenzó a ser admirada por un gran número de mujeres, considerándose “la mujer perfecta, capaz de combinar la belleza femenina tradicional con la imagen de una señorita bien educada con el ingenio de la juventud” (Pineda, 2020).

Cómo observamos en la fotografía donde aparece Clifford, el uso del corsé tiene como finalidad estilizar el cuerpo femenino para conseguir una silueta con curvas; no obstante, en el contexto de la **Primera Guerra Mundial** el gobierno estadounidense hizo un llamado a todas las mujeres a donar sus corsés, porque contenían metal el cual fue utilizado para construir armamento militar. En **1913** queda en desuso el corsé de manera definitiva para dar paso al *brassiere*<sup>24</sup> vigente hasta el día de hoy; promete moldear los senos para dar una apariencia visual voluptuosa, firme, seductora, que al mismo tiempo refleja la moralidad, represión, estigma y prejuicios sobre el cuerpo femenino, pues se considera pecaminoso que no se haga uso de él generando estigmas, rechazo y crítica hacia las mujeres que no lo usan, ya que los pechos se consideran un tabú<sup>25</sup>.

En el siguiente cuadro de elaboración propia con información de Esther Pineda (2020), se muestra de manera resumida la evolución del canon de belleza a partir del siglo XX:

---

24 Se atribuye su creación a la francesa Hermine Cadolle, sin embargo, fue la estadounidense Mary Phelps quien lo patentó y en 1913 se comercializó masivamente.

25 Los movimientos feministas han cuestionado el uso del mismo.

# LA EVOLUCIÓN EL CANÓN DE BELLEZA



Zelda Fitzgerald.

Hollywood ayudó a difundir el canon de belleza que estuvo conformado por cuerpos delgados, pero sensuales, piel blanca, labios definidos y carnosos como podemos ver en la actriz Jean Harlow.



Betty Boop (1932).

Años 20

Años 30

1932

Como consecuencia de la liberación femenina surgen las *flappers* con vestimentas más prácticas, sencillas y elegantes. Solían romper reglas sociales tales como fumar, tomar, llevar cabello corto, etc. Zelda Fitzgerald, fue un icono en el cine de la época. También existió influencia de Coco Chanel.



Jean Harlow.

Betty Boop fue el primer dibujo animado con curvas, atractiva y sensual. Se caracterizó por una mezcla de inocencia y sex *symbol*. Fue considerada "la novia de América".

Las *Pin-up* o "chicas de calendario" se caracterizaban por imágenes exuberantes y sexualidad exacerbada, cabello rubio y piel blanca. Aparecían en portadas de revistas y calendarios podían ser ilustraciones o fotografías; realizadas por George Petty, Alberto Vargas, Peter Driben, etc.



Barbie original (1959), Mattel.

Desaparecen los dibujos de chicas *Pin-up* pero no el estereotipo. Tanto en revistas como en el cine, demandaron una imagen de la mujer sexualizada y explícita; es decir, erotizada y desnuda como en la revista *Playboy* la cual se convirtió en el referente del canon hipersexualizado de belleza femenina.



Audrey Hepburn.

## Años 50



Pin-up de Peter Driber. Marilyn Monroe.

El estereotipo *Pin-up* fue adoptado por las empresas jugueteras. Primero en la muñeca alemana *Bild Lilli*, para hombres adultos y más tarde por *Mattel* que en 1959 lanza la primera *Barbie* la cual poseía unas medidas irreales 100-45-80, una altura de 1,80 metros y un peso de 49 kilos.

## 1959

## Años 60



Playboy octubre 1963.

Siguen vigentes los estereotipos mencionados, sin embargo, fue introducido un canon de belleza antagónico. Se rescatan elementos de los años 20 de las *flappers* tales como el cabello corto, apariencia adolescente, figura femenina plana y la extrema delgadez, dando la idea de libre albedrío para las mujeres. Cualquiera de los dos looks era aceptado.

## Años 60

Se comienza a combinar el maquillaje con la ropa considerándolo una práctica cotidiana para las mujeres. El no usar maquillaje en público se consideraba signo de enfermedad, abandono, descuido u otra situación digna de preocupación.



Farrah Fawcett.



Ali MacGraw.

Se introdujo a las mujeres afroamericanas al canon de belleza. La revista Playboy publicó en su portada una foto de la modelo negra Darine Stern.



Madonna.

Años 60

Gracias al bombardeo de los cánones de belleza en los medios de comunicación, se popularizaron los implantes mamarios entre las mujeres con alto nivel adquisitivo. Esto se trataba con discreción pues se apelaba a la naturalidad.

Surge el primer concurso de belleza "Miss USA" así como el certamen internacional "Miss Universo" los cuales exigían características físicas canónicas.

Años 70

Muere el estereotipo de la mujer exuberante para dar cabida a la belleza simple; cuerpos delgados, tonificados, senos pequeños y pocas curvas. El canon de belleza oscila entre la mujer rubia de piel bronceada y la morena de cuerpo esbelto.

1971



Darine Stern, Playboy octubre 1971.

Años 80

Tomó mayor fuerza el culto a los cuerpos delgados y tonificados por lo que se popularizaron los dispositivos para modificar, moldear y mejorar el cuerpo; como fajas, tacones, implantes mamarios o en el caso de no tener recursos, los *brassieres* con relleno y varilla. Las revistas se dirigieron a las mujeres promoviendo el interés por la belleza.

El canon de belleza se consolida como criterio definitorio y valorativo de la feminidad. Los medios de comunicación bombardearon a la población con los estereotipos estéticos. Pamela Anderson en la serie Baywatch marcó un antes y un después en el imaginario de belleza.

Cobra mayor fuerza la delgadez extrema. A esta época se le conoce como "la era de la anorexia" la cual fue encarnada por actrices como Natalie Portman, Victoria Beckham, Cristina Aguilera, Britney Spears, etc.



Nataliya Gotsiy.

Cobra fuerza la cirugía plástica. El canon hasta nuestros días apunta a las mujeres con curvas, siluetas voluminosas, senos y glúteos inmensos, cintura muy pequeña y caderas grandes cuya principal influencia fue marcada por las hermanas Kardashian.

Años 90

2000

2006

2010



Pamela Anderson.



Britney Spears.

Las pasarelas de tendencia difundieron mundialmente modelos en estado de anorexia. Muere la modelo brasileña de 21 años Ana Carolina Reston víctima de anorexia. También la modelo Elina Ramos.



Kim Kardashian.

Como podemos ver, las exigencias de belleza han existido a lo largo del tiempo, es importante resaltar los aspectos principales que nos ayudan a comprender de mejor manera como se han conformado los diferentes estereotipos de lo bello y las repercusiones que han tenido en las mujeres. A continuación, resaltamos las características que consideramos más relevantes acerca de la construcción de los cánones a través del tiempo:

1. A lo largo de la historia los estereotipos de belleza, en su gran mayoría, han sido exigidos a las mujeres.
2. Los estereotipos y cánones de belleza impuestos a las mujeres han sido creados, difundidos y promovidos por hombres quienes dirigen el poder político, económico, religioso, etc.<sup>26</sup>
3. Mencionamos cinco fuentes principales de producción y divulgación de los cánones de belleza desde sus inicios hasta la época actual:
  - Arte clásico (escultura, pintura y literatura)
  - Medios impresos
  - Industria del cine y TV
  - Industria de la moda
  - Industria de la música
  - Redes sociales
4. Los medios de comunicación son pieza clave para difundir los estereotipos de belleza, ya que se modifican con el tiempo a la par del mercado.
5. Aunque sabemos que los cánones de belleza son maleables con el paso del tiempo, el canon actual se presenta como fijo, inamovible, permanente y único.

---

<sup>26</sup> Hacemos referencia al funcionamiento del sistema patriarcal como un mecanismo de dominación que mantiene la desigualdad entre hombres y mujeres, impuesta a través de los cánones de belleza y la sexualización femenina. Naomi Wolf en el libro "El mito de la belleza" plantea que el concepto de "belleza" como valor normativo es construido socialmente desde el patriarcado y para el patriarcado.

El canon de belleza<sup>27</sup> ha estado presente a la par de los procesos históricos sociales. Desde la **antigua Roma** la belleza fue exigida a las mujeres, dictaminada, institucionalizada y demandada por los hombres quienes poseían y poseen el poder político, religioso, económico y social<sup>28</sup>. Observamos que durante siglos se fue concibiendo la belleza como una condicionante para la feminidad, cada vez con mayor fuerza, cuestionando incluso la orientación sexual de las mujeres que deciden salirse de la norma. En otras palabras, se ha exigido a las mujeres de manera pasivo agresiva verse bellas para satisfacer los imaginarios masculinos en el contexto de una sociedad patriarcal y androcéntrica.

## **1.2 Cuerpos maleables y morfotopía**

La belleza se ha construido por medio de cánones efímeros haciendo que sea prácticamente imposible alcanzarla dado que el cuerpo que se somete a los requerimientos de lo bello, estará en constante transformación sin lograr un estado absoluto de belleza. A esta incesante lucha se le denomina **Morfotopía**<sup>29</sup>, concepto que está compuesto por la palabra morfo (forma) y u-topía (no lugar), que se puede traducir como “Forma Utópica”. Dicho de otra manera, se refiere a la búsqueda inalcanzable de la belleza que moldea los cuerpos femeninos y los mantiene siempre en un estado preliminar, debido a que los estándares de lo bello son cambiantes, así como sus exigencias. Estas actualizaciones en los estándares corporales generan una satisfacción momentánea que pronto necesitará actualizarse a un nuevo canon ya sea de manera fragmentada o en su totalidad.

## **1.3 Los cánones de belleza y las prácticas corporales**

---

27 Es necesario definir el concepto de belleza femenina que utilizamos para esta investigación. Según Elsa Muñiz, es un conjunto de conceptos, representaciones, discursos y prácticas cuya importancia radica en su capacidad performativa en la materialización de los cuerpos sexuados y en la definición de los géneros. Sabemos que, hasta nuestros días, la belleza se ha considerado una característica de la feminidad; es una obligación para las mujeres ser bellas. La belleza se constituye entonces, en parte de la normalidad femenina a través de prácticas identificatorias gobernadas por esquemas reguladores.

28 El cuerpo femenino es la materia prima que debe ser actualizada para que se ajuste a los entornos sociales en los que interacciona y se desenvuelve, es un escenario y una pantalla de proyección de una identidad siempre maleable para mostrar el personaje que han construido o que aspiran a ser por medio de innumerables prácticas, acciones y trucos de montaje que están cada vez más disponibles de manera masiva: maquillaje, prácticas corporales, intervenciones estéticas, cirugías estéticas, etc. Elsa Muñiz concibe el cuerpo de la mujer como un lugar de una guerra sin fin, con el objetivo de mantenerlo bajo control y que no se aleje de los imperativos de juventud y belleza.

29 Término acuñado por la socióloga Elsa Muñiz.

Como pudimos ver en la línea de tiempo, los ideales de belleza se plasmaron por medio de textos sagrados, esculturas, expresiones pictóricas y la literatura. Más tarde, la fotografía, el cine, las revistas, la publicidad y ahora el internet. A medida que el contexto social sufrió transformaciones, el canon de lo bello también se modificó, sin embargo, en todas las épocas, la belleza no es algo que simplemente se posee o se nace con ella, debe ser construida y mejorada a través de distintas intervenciones, técnicas, prácticas y dispositivos a lo que Elsa Muñiz (2014) llamó **prácticas corporales de patrones estéticos** refiriéndose a la serie de acciones que encarnan o materializan las mujeres en sus cuerpos y que a su vez dan significado a sus vidas, es decir, por medio de estas es posible que se interioricen hábitos, normas, actitudes, etc.

Estas prácticas prometen a las mujeres que al hacer uso de estas alcanzarán el ideal de belleza, a su vez forman parte de las representaciones, sensaciones y vivencias en la construcción de las identidades de cada mujer. **Las prácticas corporales de patrones estéticos** se refieren específicamente a aquellas que tienen que ver con la superficialidad, moda y belleza, por lo tanto, cualquier alteración, modificación o transformación del cuerpo ya sea temporal como depilaciones, maquillaje, arreglos del cabello, también transformaciones corporales permanentes como tatuajes, perforaciones e intervenciones quirúrgicas.

#### **1.4 Las intervenciones estéticas en los cuerpos femeninos**

Como pudimos ver, durante el **siglo XX** los medios de comunicación<sup>30</sup> por medio de las revistas, el cine, el periódico, la radio, la televisión y la publicidad masificaron un canon de belleza femenino específico. Se consagra un modelo a seguir a nivel mundial, es decir, la belleza mercantilizada creando un ideal femenino a gran escala dando pie a la demanda de consumo de las **intervenciones estéticas** (Muñiz, 2011) las cuales se

---

<sup>30</sup> Según Elsa Muñiz, los medios de comunicación se han encargado de difundir las concepciones sobre la belleza con un poder de difusión masiva que abarca prácticamente todos los espacios de la sociedad moderna. Las mujeres diariamente son saturadas con imágenes de actrices, cantantes, modelos etc. que se han convertido en referentes o “representantes de la belleza”. De esta manera, estas formas canónicas de lo bello, dictan a las mujeres de qué manera deben verse o que características deben poseer sus cuerpos para ser reconocidas. Es imposible escapar a este bombardeo de imágenes que han dictado la forma del cuerpo femenino.

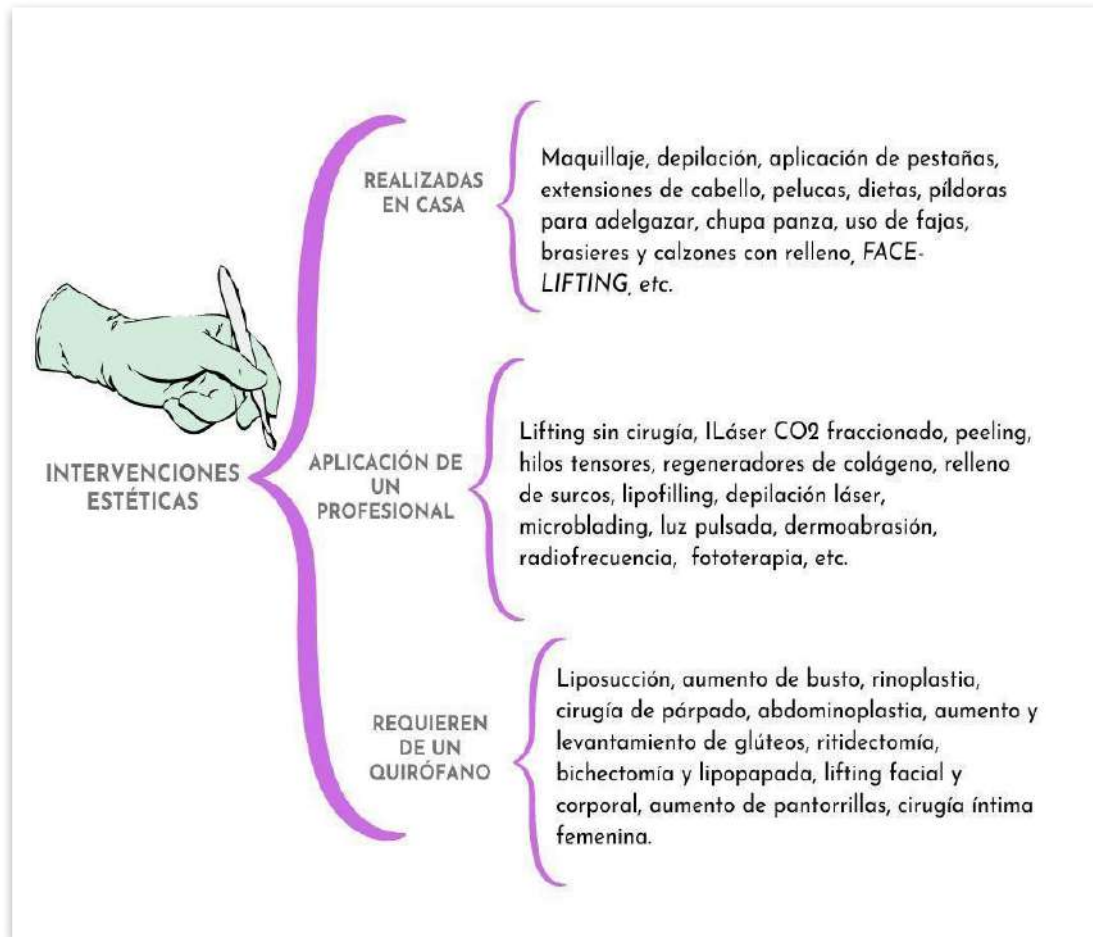
refieren a aquellas prácticas realizadas por mujeres sobre la cara y el cuerpo para lucir un aspecto “bello” según los cánones de belleza y moda del momento. Para fines de este trabajo se dividieron en tres partes:

- Las primeras pertenecen a la industria cosmética y farmacéutica; son de fácil acceso, se pueden realizar en casa y se consiguen en supermercados o farmacias; como las pastillas para adelgazar, fajas, ceras depilatorias, rastrillos, el maquillaje, las extensiones de pestañas o cabello entre otros.
- Las segundas pertenecen a los procedimientos no quirúrgicos que requieren la aplicación de un profesional como el bótox, colágeno inyectado, la depilación láser, el *Microblading*<sup>31</sup> etc.
- Por último, las pertenecientes a la industria quirúrgica que requieren de un quirófano y una recuperación más extensa, como las cirugías estéticas, de reconstrucción corporal, la aplicación de implantes, entre otras.

El siguiente cuadro muestra las más comunes en el mercado:

---

31 El microblading es una técnica de maquillaje semipermanente, cuyo objetivo es corregir o reconstruir completamente una ceja carente de vello o ausente, dibujando vellos de forma artística creando un efecto hiperrealista y natural.



Cuadro de elaboración propia con información de Elsa Muñiz (2014).

A diferencia de las épocas mencionadas anteriormente, en el **siglo XX** y **siglo XXI** la caducidad de los cánones se aceleró notablemente a través del auge de la industria de la moda, la industria cosmética, los concursos de belleza, la industria discográfica, la médica, la farmacéutica y hoy en día las redes sociales. Estas millonarias industrias crearon una necesidad artificial en las mujeres convirtiéndolas en consumidoras de los productos y servicios en tendencia que se volvieron algo primordial y necesario para alcanzar la tan anhelada belleza:

Es posible afirmar que la industria de la belleza y aquellas que la sostienen convirtieron a las mujeres en objetos de consumo, pero también en sujetos consumidores; por su parte, los hombres que definen los objetos de consumo y los sujetos a quienes estos están dirigidos se convirtieron a sí mismos en receptores, espectadores y consumidores de la belleza femenina, es decir, de las

mujeres hechas objeto; en el contexto de la relación de poder donde la mujer sufre la belleza impuesta, mientras que el hombre la goza y la disfruta (Pineda, 2020, p, 27).

Las prácticas y procedimientos que embellecen son promocionados como experiencias placenteras, que la mujer se procura a sí misma como un símbolo de reivindicación, autonomía y bienestar. Se imponen discursos disfrazados de consejos por parte de quienes manejan las industrias y la mercadotecnia, asumiendo a las mujeres como objetos transformables; objetos a los que se les señalan imperfecciones para mantenerlos inconformes. De esta manera podemos decir que la inconformidad física que se crea en las mujeres, es el motor de consumo en la industria de la belleza.

### **1.5 Violencia estética y la homogeneización del cuerpo femenino**

Como ya se mencionó en la línea de tiempo de la historia de la belleza, los imaginarios de lo bello han sido muchos y variados a lo largo de la historia occidental. Se han representado de diversas maneras como en los bustos de Cleopatra y Nefertiti en el **antiguo Egipto**, las venus **greco-romanas**, el arte pictórico del **Renacimiento**, las mujeres voluptuosas del **Barroco**, etc. En la mayoría de los ideales de belleza su trasfondo era la representación de la juventud, la delgadez y la blancura. De esta manera, la belleza se ha impuesto durante siglos a las mujeres como un requisito imprescindible para demostrar su feminidad.

Hay una diferencia entre los **siglos XX y XXI** con respecto a los anteriores; que radica en la injerencia de los medios de comunicación como masificadores de los cánones de belleza, sobre todo en las últimas décadas con el auge de las redes sociales. Cabe resaltar que estos cánones que vemos en las diferentes plataformas digitales, están acompañados y sustentados por diferentes industrias, por ejemplo; la de la moda, de las cirugías estéticas, la farmacéutica, de la cosmética, etc. Las cuales han tenido un crecimiento importante en los últimos años.

A partir de la mitad del siglo pasado, comenzaron a convivir dos cánones de belleza impuestos por el imperialismo cultural norteamericano; el de la extrema

delgadez (modelo/miss anoréxica) y el de la chica voluptuosa de calendario (Pin- Up de grandes proporciones).

La convivencia de estos dos estereotipos de belleza, ha creado en las mujeres la sensación de que tienen opciones, que pueden elegir, optar por un canon o por otro, con el propósito de que no se perciba como una imposición del grupo social o de la industria de la belleza (Pineda, 2020, p, 100).

Así, podemos ver en décadas recientes a mujeres como Pamela Anderson y Kim Kardashian encarnando el estereotipo voluptuoso y a Cristina Aguilera y Nataliya Gotsiy representando cuerpos con extrema delgadez.

La presión a la que son sometidas las mujeres para responder a la expectativa de belleza proviene de diferentes instituciones y agentes socializadores como la escuela, el trabajo, las relaciones de pareja, la familia, los medios de comunicación y las redes sociales. Esther Pineda (2020) denomina este fenómeno como un nuevo tipo de violencia: “**violencia estética**”, que refiere a un:

Conjunto de narrativas y representaciones, prácticas e instituciones que ejercen una presión perjudicial y formas de discriminación sobre las mujeres para obligarlas a responder al canon de belleza imperante, así como, el impacto que tiene en sus vidas, es lo que he denominado violencia estética (p, 97).

A pesar de que es un concepto nuevo, este tipo de violencia históricamente ha sido aplicado en la corporalidad femenina. Al analizar la imposición canónica de belleza a la que se han tenido que moldear las mujeres a lo largo de la historia, podemos afirmar que no ha habido época en la que no se haya ejercido, de una u otra forma, **violencia estética**. Este tipo de violencia desvirtúa la diversidad de cuerpos y solo admite un modelo hegemónico de belleza, imponiéndose como el deseable. Así mismo, los cuerpos que quedan fuera de este estereotipo, automáticamente pierden su valía ante la sociedad.

En efecto, podemos decir que cuando la sociedad promueve de manera insistente en las mujeres una transformación de sus cuerpos para lucir más atractivas,

estamos hablando de este tipo de violencia. En el momento en que a las mujeres se le juzga, descalifica, avergüenza, excluye o humilla por no parecerse a las formas corpóreas de las mujeres que aparecen en los medios de comunicación, se está ejerciendo sobre ellas **violencia estética**. También lo es cuando las mujeres la ejercen sobre sí mismas de manera inconsciente, al compararse y valorarse a partir de los criterios canónicos de lo bello. Así mismo, deciden transformar su cuerpo por medio de cirugías invasivas, restricciones alimentarias severas que degradan su salud y una gama amplia de procedimientos agresores de su identidad. En pocas palabras, el sometimiento al modelo impuesto de la belleza que las hace renunciar a su unicidad, es el ejercicio de la **violencia estética**. Es importante deducir que todos en algún momento de nuestras vidas hemos ejercido o sufrido este tipo de violencia.

Pineda, argumenta que la **violencia estética** se rige por premisas gerontofóbicas<sup>32</sup>, racistas<sup>33</sup>, sexistas<sup>34</sup> y gordofóbicas<sup>35</sup>, es decir, que el canon de belleza les exigirá a las mujeres juventud, feminidad, blanquitud y delgadez. Es importante analizar cada una de ellas para entender las dimensiones y alcance de este tipo de violencia. Podemos decir que el canon de belleza es sexista debido a que se le exige a las mujeres como una condición definitoria de su feminidad. En la sociedad los rasgos de belleza que se les demanda a las mujeres, en los hombres disminuye su masculinidad puesto que el cuidado excesivo que llegan a procurar a su imagen, se considera un signo de debilidad y homosexualidad, tal como lo menciona Susan Sontag:

---

32 Para Pineda la gerontofobia se refiere al miedo irracional e injustificado a envejecer, dónde se desprecia y rechaza a los adultos mayores. Se asocia a la vejez con el cansancio, la corrupción del cuerpo, las carencias, la decadencia y la enfermedad, de esta manera, el cuerpo viejo se excluye de las consideraciones básicas de los cánones estéticos.

33 Para fines de este trabajo nos referimos al racismo del orden estético. Tomemos por ejemplo los rasgos indígenas y africanos, pues, estos han sido históricamente considerados “poco atractivos” y “desagradables”, es decir, ajenos a los estándares de lo bello, con lo cual se ha naturalizado en el imaginario colectivo el racismo estético.

34 El sexismo se refiere a las condiciones o actitudes que promueven estereotipos de roles sociales establecidos en diferencias sexuales.

35 La gordofobia, según Pineda, es una ideología intolerante que trata a las personas gordas como un medio para controlar el tamaño corporal del mundo. Se refiere a todas aquellas prácticas, discursos y acciones que burlan y marginan los derechos de las personas bajo el pretexto de la gordura.

A las mujeres se les enseña desde pequeñas a cuidarse “de un modo patológicamente exagerado” en lo relativo a la apariencia. Los hombres, dice, sólo necesitan tener la cara limpia, pero la cara de una mujer es una “tela en la que ella pinta un retrato revisado y corregido de sí misma”. “El feo atractivo” es un concepto familiar referido a varones, pero ¿hay acaso una forma de atractivo similar para las mujeres que no se adaptan al ideal? En muchas situaciones, masculinidad es sinónimo, entre otras cosas, de despreocupación por el aspecto propio, mientras que feminidad, por otro lado, significa una gran preocupación en tal sentido (Knapp, 2009, p.14).

También, el canon de belleza es **gerontofóbico** porque hay un fuerte rechazo a la idea de envejecer. Se ha señalado que las arrugas, manchas en la piel, las canas, la flacidez, etc. son defectos asociados con la edad. El estereotipo dicta que la belleza tiene que poseer rasgos juveniles, generando en las mujeres una obsesión por luchar en contra de la edad. Así, la juventud es una condición imprescindible para ser consideradas bellas, está sobrevalorada.

El canon de belleza es **racista**, lo que significa que se ha construido a partir de la blanquitud. Se ha invisibilizado y excluido del estereotipo de lo bello a las mujeres negras, de rasgos indígenas y asiáticas, en general, a las mujeres no caucásicas.

Existe una estética colonizada, unidimensional, unirracial y unicultural que desmantela la diversidad cultural y racial mediante la descalificación, minorización y ridiculización de los rasgos y fenotipos de todo aquel no caucásico. Este hecho sin lugar a dudas se convierte inevitablemente en el motor generador de vergüenza étnico-racial... Los rasgos indígenas y africanos son considerados poco atractivos, desagradables, e incluso para algunos, repulsivos, con lo cual se ha constituido y naturalizado en el imaginario colectivo el racismo estético (Pineda, 2020, p, 103).

El canon de belleza también es **gordofóbico**, ya que se excluye, rechaza y violenta a los cuerpos de grandes proporciones. Magdalena Piñeyro (2020) dimensiona la gordofobia en los diferentes ámbitos sociales:

Las personas gordas se encuentran con restricciones y barreras a la hora de encontrar un trabajo, establecer amistades y relaciones sexoafectivas, así como en el acceso a una atención médica de calidad. Sufren acoso en la calle, en el transporte público, en los centros educativos, en el ámbito deportivo; se encuentran con dificultades para encontrar ropa de su talla, mobiliario en el que quepan, padecen miedo de ir a la playa y enseñar su cuerpo, y hasta soportan burlas cuando comparten fotos suyas en sus redes sociales. Dondequiera que vayan, se encuentran con una sociedad que les rechaza, estigmatiza y censura, que les insiste en que tener el cuerpo que tienen es su responsabilidad, llenándose de culpa y vergüenza, provocándose, en ocasiones, problemas de salud mental como ansiedad, depresión o trastornos de la conducta alimentaria (Pp. 20-21).

La obesidad es una condición valorada de forma negativa que se asocia con el fracaso, el sedentarismo, la pereza, el descuido, el mal gusto, etc. Esto genera que las mujeres con sobrepeso sean ridiculizadas, anuladas, culpabilizadas, desexualizadas y violentadas de forma física y psicológica, lo que produce un profundo miedo a la obesidad y el enaltecimiento de la delgadez como símbolo de éxito y belleza. De igual manera al cuerpo gordo se le asocia con la enfermedad ya que con frecuencia hay médicos que hacen diagnósticos pronto y negligentes asociando directamente el peso con diferentes enfermedades. Es importante tener claro que la percepción de la gordura como un problema de salud, está más asociado a una construcción social que a un diagnóstico médico, en pocas palabras, estar gordo no es sinónimo de estar enfermo.

### **1.6 La inconformidad física como motor de consumo en la industria de la belleza**

Como hemos analizado anteriormente, las mujeres son presionadas para embellecerse y la concreción del deseo de ser bellas supone un acto de consumo que es promovido por las industrias de belleza las cuales han difundido, impuesto y se han enriquecido con la fabricación de una estética que ha convencido a las mujeres de que la belleza es el medio que garantiza el éxito en diferentes ámbitos, como el social, económico y afectivo. A partir de la transformación de su cuerpo buscan ser aceptadas y sobre todo reconocidas en los diferentes círculos sociales en los que interactúan como la familia,

los amigos, la pareja y el trabajo. El sometimiento del cuerpo a una transformación para alcanzar el ideal de belleza, tiene diferentes trasfondos, sin duda uno de los más preocupantes es el que pone en riesgo la vida de las mujeres:

La imposición de un ideal de belleza y las intervenciones estéticas, por un lado se presentan como un mecanismo para perpetuar la dominación masculina, mantener a las mujeres sujetas en los espacios privados, ocupadas, distraídas y alejarlas de los espacios de poder y toma de decisión; pero también ha generado gran preocupación, porque esas exigencias de belleza están poniendo en riesgo la vida de una cantidad significativa de mujeres ya sea por el padecimiento de trastornos alimenticios, así como por los riesgos y consecuencias de su sometimiento a distintos productos y servicios de la industria cosmética, farmacológica y quirúrgica (Pineda, 2020, p, 3).

La mayoría de las mujeres que se someten a los diferentes procedimientos de embellecimiento, afirman que es una decisión autónoma que tiene como objetivo sentirse bien consigo mismas, con su cuerpo, además de aumentar su autoestima. Estas mujeres viven inmersas en un estado de alienación en donde desconocen que aquello que consideran belleza es un constructo que les ha sido impuesto con fines económicos, sociales y comerciales. Por lo que respecta a la dimensión social, a las mujeres se les considera un objeto y en la dimensión económico-comercial, el sistema capitalista las considera un negocio.

El bombardeo mediático ha tenido un papel crucial en la conformación de los cánones y masificación de los procesos estéticos que han traído consigo este tipo de violencia; los medios de comunicación, información y difusión masiva por medio de las películas, revistas, anuncios, diarios, la televisión, las redes sociales, etc. Se han establecido como uno de los agentes socializadores más poderosos en la sociedad actual y han dado un carácter omnipresente a la representación de la belleza femenina fundamentada en el canon occidental. Las representaciones y discursos mediáticos de la belleza, distorsionan la realidad, anulando patrones de referencia con los cuales las mujeres podrían identificarse; de este modo visibilizan de manera exagerada lo que regularmente llaman “defectos” e “imperfecciones” ejerciendo un “adoctrinamiento estético”. En palabras de Pineda (2020) “Los medios hicieron de lo excepcional una

norma y obligaron a la mayoría de las mujeres a sentirse inconformes por no lucir como una escasa, selecta y digitalmente editada minoría”.

En años recientes, la representación del canon imperante ha cobrado mayor fuerza por medio de las redes sociales, mermando la identidad de las mujeres y limitando sus posibilidades de acción social. De esta manera, la imagen corporal femenina está exhibida a la mirada de desconocidos, amigos y familiares las 24 horas, lo cual la vuelve blanco de comentarios, evaluación y señalamientos. Del mismo modo, hay aplicaciones que han contribuido a la realización de procedimientos estéticos inspirados en la transformación que producen los filtros y aplicaciones de edición corporal o embellecimiento.

La Dra. Isabel Moreno, presidenta actual de la asociación Española de Cirugía Estética, menciona que regularmente aparecen chicas jóvenes en su consultorio que traen como referencia una imagen de ellas mismas modificada por un filtro para realizarse procedimientos estéticos que las ayude a parecerse a esa versión irreal de ellas mismas.

Se naturalizan y normalizan caras "irreales" o al menos, no tan habituales en la naturaleza, percibiéndose raras y peores las que no cumplen esos cánones. Siempre fue así, pues las modas han existido en cada época, pero la era digital, internet, las redes sociales, las *'influencers'*, etcétera, han potenciado esta presión al tener acceso directo y continuado en nuestras vidas (Alonso, 2022).

La obsesión por embellecerse hace que las mujeres caigan en la trampa de transformar su aspecto con la creencia de sentirse aceptadas y felices, lo cual trae consigo el ejercicio de la violencia estética. Esto tiene como resultado graves problemas de autoestima cuando las mujeres no logran alcanzar la tan anhelada imagen corpórea que dictan los cánones de belleza. Algunos de los síntomas que sufren son el estrés y la ansiedad. Las víctimas de esta violencia, además de sentirse discriminadas y estigmatizadas, les genera sentimientos de insatisfacción que pueden desencadenar depresión, así como trastornos de conducta alimentaria, poniendo en riesgo su salud mental. De la misma manera, su salud física se pone en riesgo al someterse a complejas cirugías estéticas para modificar su cuerpo y el rostro en condiciones

insalubres, en lugares o con “médicos” no certificados, así como el sometimiento a dietas extremas que le ha costado la vida a muchas mujeres.

Para finalizar, en las relaciones cotidianas está muy naturalizado decir comentarios acerca de la apariencia de otras personas, disfrazándose de muestras de cariño, de preocupación y en la mayoría de los casos a modo de burla. Para erradicar la **violencia estética**, no basta con cuestionar las diferentes industrias del embellecimiento y las cirugías o el bombardeo de los medios de comunicación; es importante cuestionar y modificar nuestras narrativas y prácticas cotidianas; es necesario dejar de decirles a nuestras parejas, amigas, familiares, compañeras de trabajo que están más flacas o gordas, que se ven descuidadas, que se maquillen o que se pinten las canas. También debemos entender que el ejercicio de este tipo de violencia no es un problema individual, es multicausal y plurifactorial. De esta manera debe ser abordado desde diferentes ámbitos:

Es posible afirmar que la respuesta a este problema no es el discurso romántico de la autoaceptación y el fortalecimiento de la autoestima, por el contrario, es el desmontaje de las estructuras que fragmentan el cuerpo, que lo fetichizan, que lo convierten en mercancía. La respuesta es la desarticulación y la deconstrucción de los roles y estereotipos de género, del canon de belleza y por supuesto de la industria que se lucra a partir de los complejos, las inseguridades y la insatisfacción corporal que ellos mismos han creado (Pineda, 2020, p, 155).

Del mismo modo, tenemos que exigir a los medios de comunicación y difusión mayor diversidad étnico-racial, corporal y de edad en sus narrativas y representaciones, así como promover e incentivar de manera crítica el debate sobre estos temas en todos los espacios posibles y colectivizar la experiencia. Por todo lo anterior es importante señalar varios puntos de acción y la implementación de mecanismos que nos pueden ayudar a revertir la violencia estética:

- Visibilizar el constructo de la belleza como un instrumento de dominación patriarcal que mantiene alejadas a las mujeres de los espacios políticos, sociales y económicos.

- La prohibición de productos que ponen en riesgo la vida de las mujeres, así como de los procedimientos estéticos que no cuenten con la certificación jurídica y sanitaria necesaria. Además, supervisar la calidad de los materiales utilizados.
- Tenemos que dejar de hablar de los cuerpos ajenos, pues pertenecen a otra persona que no necesita recibir comentarios de su físico, además de no participar de bromas y comentarios que hagan referencia a la corporalidad de los otros.
- Debemos plantear a las infancias nuevos y diversos referentes que no destaquen por su apariencia física (como la muñeca *Barbie*), buscar iconos que inspiren en un sentido más profundo y resalten sus virtudes por encima de su aspecto físico.
- Alentar la investigación sobre temas relacionados con la **violencia estética** para visibilizarla y de esa manera identificar en nuestros espacios cotidianos el ejercicio de este tipo de violencia.
- Como sociedad, exigir a los medios de comunicación representaciones no cosificadas y estereotipadas de las mujeres con el fin de encontrar referentes positivos, saludables y reales con los cuales puedan identificarse.

## 1.7 Conclusión de capítulo

El análisis de la historia de la belleza y los diferentes cánones nos dejan ver que los imaginarios que se han ido construyendo en torno a lo bello son producto de fenómenos sociales, culturales, políticos, etc. Que responden a una temporalidad y son reflejo de esa misma sociedad que los dicta. Es importante resaltar, que la dictaminación de un canon es un fenómeno multicausal con aspectos particulares, pero que también se han influenciado unos con otros. El recorrido que realizamos en torno a la construcción de la belleza, nos muestra de manera sintetizada la obsolescencia a la que han estado sujetos dichos cánones a lo largo de los siglos, así como el ritmo acelerado en el que están surgiendo nuevos estereotipos en la época contemporánea.

Como hemos visto, el estudio de la conformación de los cánones y estereotipos de belleza sugiere un fenómeno que expone cómo se construye el cuerpo, el cual está constantemente sujeto a una meticulosa valoración inducida por la omnipresencia de las imágenes de mujeres que poseen belleza canónica. Cada anuncio y cada imagen

hacen recordar a las mujeres sus defectos, es imposible no verlas y así, es imposible no compararse con las mujeres de rasgos finos y pronunciadas curvas con la idea de parecerse a ellas. En las sociedades actuales, donde la imagen moldeada y artificial es la que garantiza el éxito social, hay que ser visto y apreciado para existir, de esta manera, el cuerpo es una materia prima que debe ser actualizada y ajustada a los entornos sociales, en pocas palabras, la mujer vale lo que vale su imagen.

## **CAPÍTULO II: LA FOTOGRAFÍA Y EL SOPORTE**

En este capítulo, nuestro interés central es analizar la construcción de las imágenes por medio de la fotografía y la importancia de plasmarlas en un fotolibro. De esta manera es pertinente para nosotros hablar acerca del género que elegimos, “retrato conceptual” con el cual expresamos y representamos los términos e ideas más relevantes de nuestra investigación así como toda la gama de opciones que nos brinda la fotografía y montaje digital. También, analizamos las posibilidades que nos brinda el fotolibro (pieza editorial) como soporte para nuestras imágenes. Es importante exponer el trabajo de los diferentes artistas visuales y fotógrafos conceptuales que fueron referentes en cuanto a la construcción de nuestras fotografías para este proyecto.

### **2.1 La Fotografía desde nuestra mirada**

Las imágenes son imprescindibles en la sociedad dentro de la comunicación humana para transmitir deseos, pensamientos y sentimientos. En la vida diaria, el acceso al conocimiento y la comunicación serían casi imposibles sin la mediación de las imágenes dado que son mensajeras y mensajes al mismo tiempo. Según Rebeca Monroy (2011), la fotografía es una herramienta útil para profundizar en estudios desde la perspectiva social y cultural. Como lenguaje visual ha sido utilizado a lo largo de varias décadas para mostrar un pequeño cuadro de realidad, construir o contar una historia con un sinnúmero de posibilidades de interpretación por parte de las y los receptores. Cabe destacar que la imagen fotográfica es una impresión de realidad y parte de una visión y una postura ideológica. En este trabajo la cámara fue una herramienta que nos permitió crear imágenes a partir de conceptos que giran en torno a

las **prácticas corporales de patrones estéticos y violencia estética**, siempre buscando transmitir un mensaje simple, contundente y transgresor.

## **2.2 Estado del Arte: Referentes de retrato conceptual**

En este apartado realizamos una investigación documental, estado del arte, tomando por objeto de estudio fotografías de retrato conceptual y experimental, con el fin de entender y construir evidencias que se convirtieron en punto de partida para tener elementos suficientes para crear una propuesta desde nuestra mirada. Fue de suma importancia analizar los enfoques y aspectos metodológicos, políticos, epistemológicos, pedagógicos y compositivos que retomaron las y los fotógrafos en sus imágenes.

Según Cifuentes, Osorio y Morales (1993) para la construcción de un estado del arte de tipo documental, se tienen que tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Es una técnica que consiste en revisar qué se ha publicado sobre un tema o problemática.
2. Es un procedimiento riguroso que implica el análisis crítico de los contenidos recopilados.
3. Recurre a la interpretación y construcción de principios epistemológicos y metodológicos.
4. Sirve para lograr un propósito bien definido; como la construcción de un nuevo proyecto.

Tomando en cuenta estos aspectos, recopilamos las siguientes imágenes de diferentes artistas, temas y técnicas para tener una mayor claridad en la planeación de nuestras fotografías e imágenes:



Autor: Liu Susiraja<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Artista audiovisual finlandesa que trabaja con el autorretrato mostrando su cuerpo como plataforma de expresión con el objetivo de romper los cánones de belleza impuestos por la sociedad.



Autor: Andreas Varo.<sup>37</sup>



Autor: Hannah Wilke.<sup>38</sup>

---

37 Artista visual sueco que realiza retratos conceptuales reflejando diferentes problemáticas sociales, en este caso la obesidad.

38 Fue pintora, escultora y fotógrafa estadounidense conocida por explorar temas como el feminismo, sexualidad y feminidad en las disciplinas artísticas que trabajó.



Autora: Rocío Montoya.<sup>39</sup>



Annie Leibovitz.<sup>40</sup>

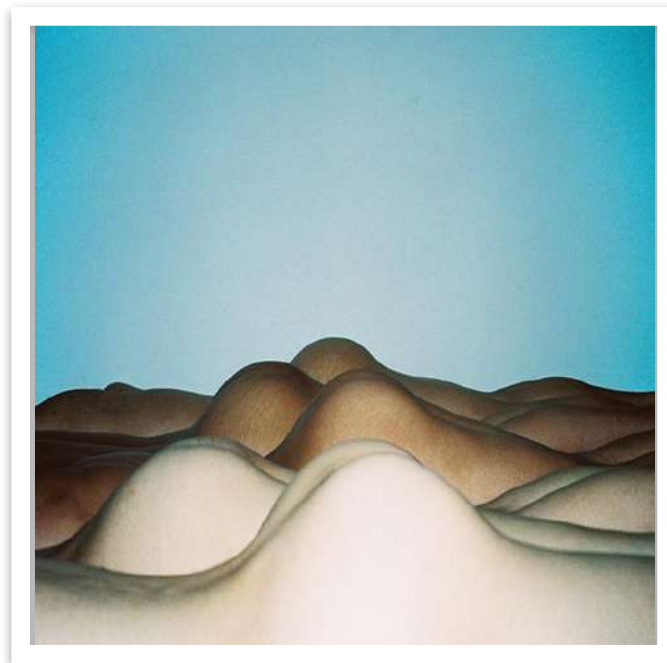
---

39 Fotógrafa, editora y diseñadora web madrileña. Su especialidad son los collages y la fotografía experimental. Trabaja principalmente con retratos de mujeres y naturaleza en montajes.

40 Fotógrafa estadounidense, conocida como la mejor pagada del mundo. Ha trabajado para revistas como Vanity, Fair, Rolling Stone y Vogue. Fue la primera mujer en exponer su obra en la Galería Nacional de Retratos en Washington, además de ganar diversos premios por su trayectoria y por retratar a celebridades. Ha explorado géneros como documental y paisaje.



Jean Saudek.<sup>41</sup>



Ren Hang.<sup>42</sup>

---

41 Fotógrafo y artista plástico de Checoslovaquia. Su fotografía en blanco y negro se caracteriza por la intervención que realizaba al colorearla de manera manual, trabajaba con cuerpos desnudos y semidesnudos con temas religiosos o la ambigüedad entre el hombre y la mujer.

42 Para Hang, el cuerpo humano nunca fue un tabú. A pesar de no ser fotógrafo, utilizó la fotografía para expresar ideas y su forma de ver la vida. Nació en China en 1987 y se suicidó en 2017. Fue arrestado en



Amelie Lombard.<sup>43</sup>



Kimiko Yoshida.<sup>44</sup>

---

varias ocasiones por sus fotografías.

43 Lombard, se especializa en la fotografía de alimentos combinado con el retrato para crear texturas y composiciones.

44 Artista plástica japonesa, quien utiliza su propio cuerpo para cuestionar temas como la identidad, la nacionalidad o universalidad.



Krishna VR<sup>45</sup>



---

45 Es una artista visual reconocida mundialmente por su trabajo en la fotografía describiéndolo como pictórico, oscuro y a la vez romántico. Crea personajes y atmósferas para expresar una situación personal o del mundo a manera de metáfora.

Retomando los aportes de Cifuentes, Osorio y Morales las imágenes recopiladas reflejan problemáticas sociales en las cuales cada artista plasmó su punto de vista, dejando un legado de piezas artísticas que nos recuerdan la importancia, alcance e impacto de la fotografía en la sociedad, el arte y la cultura. Podemos observar que el género fotográfico que utilizaron las y los artistas es el retrato o el autorretrato, por medio del cuerpo crearon composiciones con elementos específicos que logran dar un mensaje claro. Por otro lado, los *background*<sup>47</sup> están perfectamente cuidados, y van desde los colores lisos y monocromáticos hasta texturas y sitios específicos que ambientan y acompañan la fotografía. Por ejemplo, el trabajo de la finlandesa Lia Susiraja, la cual utiliza su propio cuerpo haciendo autorretratos caseros, muestra en todas sus series fotográficas un *background* dentro de su casa; interpretamos que emite un mensaje íntimo y cotidiano, logrando dar aún más fuerza a sus imágenes. Por otro lado, Amelie Lombard, utiliza en la mayoría de sus composiciones fotográficas fondos lisos, dando así un aspecto minimalista y mayor foco al elemento principal de sus imágenes. Cabe resaltar que para ella los colores de fondo son esenciales pues se convierten en parte importante de sus composiciones. De esta manera, elegir el fondo y elementos adecuados, es primordial al momento de realizar una composición, puesto que todo lo que está dentro de una imagen comunica.

### **2. 3 La representación de lo abstracto: el retrato conceptual**

El surgimiento del arte conceptual a finales de los años sesenta aportó una nueva manera de concebir la fotografía, trascendiendo su uso habitual que era la fotografía de retrato, documental, instantáneas, paisajes etc. Fue en esa misma década que comenzó a utilizarse el término “fotografía conceptual” el cual se refiere a cualquier uso de la fotografía dentro del movimiento del arte conceptual. Este tipo de fotografías se caracterizan por estar cargadas de diferentes significados, los cuales se elaboran de manera creativa evocando ideas y emociones. Así, podemos decir que:

---

46 Fotógrafo de moda y periodista.

47 *Background* en fotografía; es un término en inglés que se refiere a una imagen que se ubica en el fondo de una composición y de la figura principal de la imagen.

La fotografía conceptual habla a través de imágenes. Cada imagen captura un poderoso mensaje capaz de transmitir conceptos altamente abstractos a nuestros pensamientos... Las fotografías conceptuales están llenas de significado, utilizando la creatividad para evocar ideas y emociones abstractas como el amor, la nostalgia, la soledad y el paso del tiempo para despertar una reacción del espectador (Gil, I, 2021).

Cabe resaltar que este tipo de fotografía se ha diversificado en gran medida con el surgimiento y disponibilidad de diversos *softwares* de edición fotográfica como *GIMP*, *Affinity Photo*, *MAGIX*, *Photoshop* entre otros. Esto permite que cualquier persona con una computadora o celular pueda crear una imagen conceptual que no sea una representación directa de lo que está frente a la cámara.

Dentro de la fotografía existen diferentes géneros, como la fotografía de deporte, artística, documental, macro, comercial, el retrato etc. En este caso optamos por el subgénero de retrato conceptual<sup>48</sup>, el cual nos permitió trabajar de mejor manera los conceptos utilizados en esta investigación apelando a nuestra creatividad como elemento principal, con el fin de expresar un mensaje de denuncia o crítica social. Una característica de este género es la premeditación del mensaje que se quiere transmitir en la imagen, puesto que se planea con antelación, dicho mensaje es el elemento principal de la creación. Cabe resaltar que este estilo fotográfico no nace de la inspiración de un paisaje o modelo, sino de una idea o concepto que la o el fotógrafo tiene en mente y quiere transmitir a los demás.

Los elementos compositivos que conforman la imagen son primordiales a la hora de la edición. La postproducción nos permitió llegar al resultado que se tenía en mente, exagerando y enfatizando elementos que reflejan algo ficticio generando impacto en los receptores por medio de la retórica visual<sup>49</sup>. El siguiente cuadro que elaboramos, muestra los pasos que seguimos para realizar los retratos conceptuales:

---

48 Es importante señalar que este estilo de fotografía nace de una idea o concepto que el o la artista tiene en mente y busca transmitir a los demás, en sí, es una declaración sobre un problema social, político o su visión de un tema.

49 Composición de imágenes, formas y colores que en su conjunto crean un mensaje con la intención de generar en el receptor una impresión o reflexión.

# CONSTRUCCIÓN DE LA FOTOGRAFÍA CONCEPTUAL

1

## Concepto

Tener claridad en los conceptos que se utilizarán para realizar las imágenes.

2

## Lluvia de ideas

Escribir y trabajar todas las ideas que se presenten.

3

## Busqueda de referentes

Es importante tener inspiración de trabajos que se parecen a lo que se busca.

4

## Planeación de las imágenes

Planificar el *background*, la iluminación y las poses de las modelos.

5

## Toma de las imagenes

Tener todo resuelto para optimizar el tiempo de los tiros, dar instrucciones claras y precisas a las modelos.

6

## Selección de imágenes

Hacer la selección de las fotografías que cumplen con las características técnicas buscadas.

7

## Postproducción

Tener claras las alteraciones que se realizarán de manera digital a las imágenes y los elementos necesarios descargados en alta calidad para el montaje.

## 2.4 Transformación de la fotografía: La era digital

Es importante mencionar que un gran número de las imágenes hoy en día son producidas y exhibidas en soportes digitales debido al acelerado avance de la tecnología que ha desplegado una amplia gama de posibilidades. De este modo, la cámara fotográfica y la tecnología han avanzado de la mano a través del tiempo transformando la manera en cómo producimos fotografías. La amplia gama de posibilidades que nos brindan los diferentes *softwares* hace posible que podamos construir imágenes tomando como referente la realidad, ficciones, imaginarios, abstracciones y simbolismos temáticos. La era digital ha dado a las y los fotógrafos más herramientas discursivas en la creación de imágenes:

...La fotografía, lo mismo que otras artes, responde a una serie de procesos tecnológicos relacionados con herramientas concretas de trabajo sujetas a los cambios del contexto histórico. En el caso de la fotografía, desde la década de los ochenta hasta nuestros días, las herramientas disponibles se han transformado. Estas modificaciones, que han producido un mayor acceso a la tecnología en un inmenso abanico de posibilidades discursivas, hacen necesaria una delimitación más precisa entre géneros y tipos de fotografía. Alejandro Castellanos considera que, en lo digital, el concepto tiempo alteró las condiciones de la fotografía y asegura que la instantaneidad y las posibilidades de modificación otorgan mayores herramientas a los fotógrafos. Sin embargo, opina que eso no ha cambiado el sentido de las imágenes ya que los autores son los mismos independientemente de la tecnología que utilicen (Villaseñor, 2015, p, 2).

De esta manera, podemos decir que las y los fotógrafos tenemos a la mano una infinidad de herramientas que nos brindan las tecnologías digitales las cuales nos permiten hacer más cosas en menos tiempo, a menor costo, optimizar los procesos, así como construir realidades por medio de la manipulación digital usando técnicas como el montaje.

## 2.5 El montaje digital

El fotomontaje es una técnica en fotografía que se utiliza cuando se busca crear imágenes que no se podrían lograr con una fotografía natural. Cabe resaltar la diferencia con el collage, ya que en este los elementos que se utilizan sólo se cortan y pegan en la pieza final. En el fotomontaje se fusionan los elementos para convertir la pieza en una sola imagen. Es decir, ambas técnicas están compuestas por diferentes elementos, sólo que en el montaje estos elementos se unifican para de manera generan un escenario inexistente en la vida real. Como lo dice Pedro Meyer: “uno puede hacer imágenes que son representaciones de sueños, donde la imaginación puede fluir” (Gómez, 2021). Esas posibilidades creativas de las cuales se nutren las imágenes, las ofrece el fotomontaje digital por medio de programas de procesamiento como *Adobe Photoshop* que ha llegado a ser un parteaguas en la edición fotográfica digital.

## 2.6 Soporte Fotolibro:

Existe un vínculo fuerte entre la imagen y el soporte ya sea analógico (papel o superficies) o digital (imágenes electrónicas y proyecciones), puesto que nos permiten visualizar la imagen. El soporte varía dependiendo del procedimiento fotográfico utilizado, así como el objetivo de la creación de las imágenes. Con respecto a esto Villaseñor (2015) menciona lo siguiente:

Igual que en la pintura o en las artes plásticas, el material con el que están realizadas las obras puede ser parte del discurso y por ende una posibilidad de clasificación o categorización. La técnica fotográfica es la columna vertebral del mensaje fotográfico. A través de ella las imágenes son referentes, íconos o índices de realidades percibidas, registradas y testimoniadas por el fotógrafo. La perfección o el alto nivel de calidad técnica es una herramienta por medio de la cual el discurso puede ser transmitido con eficacia. Los recursos semánticos o los símbolos del discurso llegan al público gracias a las posibilidades tecnológicas que sintetizan formalmente ideas y conceptos. Existe un vínculo casi indisoluble entre el soporte de la imagen y la técnica utilizados —analógica,

digital, experimental, virtual, etc.— con el significado y las posibilidades de percepción que ofrece (p, 15).

En esta misma línea, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2013) cita a Henri Cartier Bresson quien menciona que “los cuadros deben estar en las paredes y las fotografías en los libros”. Lo que menciona Cartier nos deja ver la estrecha relación que han tenido las fotos y los libros, así, podemos decir que “el libro es el mejor lugar para las fotos, su espacio por excelencia” (p.4).

Al publicar nuestras imágenes en un soporte físico, se establece una narrativa visual que cuenta historias complejas aludiendo a sensaciones y sentimientos sobre cierto tema, de ahí la relevancia del fotolibro para plasmar el resultado de nuestras imágenes. Pero ¿qué es un fotolibro? Podríamos decir de manera simplista, haciendo referencia a su propio nombre, que un fotolibro es un volumen de hojas encuadernadas que contiene principalmente imágenes y fotografías impresas ordenadas de manera secuencial que regularmente están acompañadas de texto. Sin embargo, como pieza artística podemos encontrar una definición más acertada en relación a su intención comunicativa, significativa y sensorial.

El texto *Fotolibro, la imagen verbal*, Elisa G. McCausland describe que: “El fotolibro es una publicación compuesta por fotografías ordenadas como conjuntos de imágenes como argumentos y significados complejos, el fotolibro tiene como objetivo presentar, comunicar y leer fotos, es decir, un medio de expresión y por ende, también un lenguaje”. Otra definición de Ralph Prins nos deja ver que: “Un fotolibro es una forma artística autónoma, comparable con una pieza escultórica, una obra de teatro o una película. Las fotografías pierden su carácter fotográfico en tanto cosas en sí mismas, y se vuelven partes, traducidas en tinta impresa, de un evento dramático llamado libro”.

Estas dos definiciones nos acercan a la naturaleza multifacética e híbrida del fotolibro en donde la imagen significa por medio de la interacción con otras imágenes, texto, espacios etc. Lo que da paso a una forma compleja de interacción entre el libro como artefacto y el lector/espectador. De esta manera podemos decir que la experiencia receptiva que nos brinda el fotolibro es multisensorial ya que el lector no solo lee texto y ve imágenes, sino que también entra en contacto físico, lo manipula de manera libre y juega con él. Así, los fotolibros están creados con la intención de ser

apreciados por su valor estético y regularmente en su creación conviven diferentes artistas y autores ya que conlleva diseño gráfico, edición de texto e imágenes, selección de los materiales y su elaboración, que en el caso de nuestro fotolibro, está elaborado de manera semiartesanal.

Otra de las ventajas por las cuales decidimos que nuestras imágenes se fundieran en un fotolibro, fue que nos permite autoeditarlo, es decir, nosotros tomamos las decisiones en cuanto a la curaduría de las imágenes seleccionadas que forman parte de él, así como del tamaño y forma que consideramos más adecuado para los objetivos del mismo, esto es significativo, ya que la mayor creatividad se da en la libertad de la autoedición. También es importante resaltar que actualmente el costo de los insumos se han abaratado, lo cual nos brinda la posibilidad y acceso a diferentes materiales y tipos de impresión. En pocas palabras, no es necesaria una producción demasiado costosa para que un fotolibro se realice con éxito.

## **2.7 Conclusión de capítulo**

Hacer fotografías e imágenes montadas digitalmente, tiene su grado de dificultad y se requiere de cierta habilidad para traducir conceptos en elementos icónicos, manipularlos e integrarlos en una atmósfera que comunique de manera contundente. La fotografía conceptual ofrece un abanico de posibilidades para salir de la zona de confort, expresar y compartir una visión del mundo de manera creativa.

Consideramos que la mezcla del montaje digital con un soporte físico (papel/fotolibro), permite tener más cercanía con las imágenes, que en conjunto brinda una mirada auténtica que rompe la barrera de lo virtual, además de las posibilidades creativas que lo conforman, por ejemplo; los detalles de textura y las características táctiles que lo dotan de identidad. Otro elemento importante en este soporte es la posibilidad de agregar texto o palabras para enriquecer una composición y dar más fuerza a una imagen, debido a que las letras forman parte del simbolismo común. También existe la posibilidad de diseñar páginas desplegadas, sueltas o interactivas las cuales generan la sensación de que el lector profundiza con la pieza editorial al manipularla. Así, el fotolibro es un medio que ayuda a establecer diálogos en un espacio que permite experimentar y fabricar narrativas a través de la fotografía.

## **CAPÍTULO III: PRODUCTO COMUNICATIVO/ FOTOLIBRO: ¿DE QUÉ ESTÁ HECHA LA BELLEZA? EL CANON DE LO BELLO COMO VIOLENCIA ESTÉTICA EN EL CUERPO FEMENINO**

El objetivo de este capítulo es exponer el proceso creativo de este trabajo, el cual está dividido en dos partes: la primera, corresponde a la creación de las fotografías y la segunda a la realización del fotolibro. Para su ejecución nos guiamos por el proceso de realización, que consta de tres fases; pre producción, producción y postproducción en los cuales se llevaron a cabo procesos artísticos y técnicos desde que surgió la idea hasta tener el fotolibro impreso.

### **3.1 Realización de retratos conceptuales**

Sin duda, el momento fundamental de este trabajo fue comprender el tema, el enfoque y los conceptos de esta investigación para poder trasladarlos a imágenes. Esto se llevó a cabo por medio de las siguientes etapas:

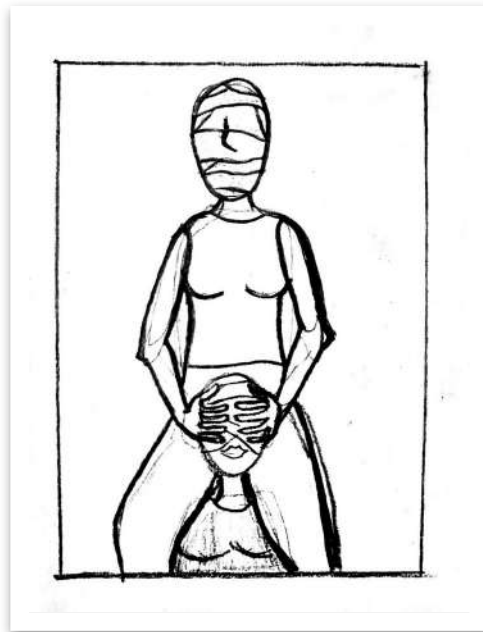
- **Pre producción:** Según Luiggi Santa María (2013), “es la etapa previa a la sesión de fotos y está considerada como la más importante de la producción ya que, en esta se lleva a cabo la logística y planificación para abordar un proyecto”. Se considera la más larga de las tres, puesto que en ella, se trabajan aspectos artísticos y técnicos que al tenerlos bien definidos nos permite evitar errores, optimizar tiempos y costos.
- **Producción:** Es el momento de ejecución de lo planeado en la fase anterior. Al comenzar con la producción, se busca tener listo el equipo, los materiales, las escaletas, etc. Una producción exitosa es el resultado de una adecuada planificación previa.
- **Postproducción:** En esta etapa se concluye el proyecto, es aquí donde se materializan las ideas, el producto en sí se crea, recrea, fabrica y desarrolla con el fin de construir un mensaje.

### 3.1.1 Pre producción fotográfica

Teniendo claros los conceptos a comunicar por medio de las fotografías, se buscaron modelos estratégicas para dar vida a las imágenes. Como primera característica; recurrimos a mujeres que fueran seguras de sí mismas y que la cámara no les incomodara, debido a que realizamos desnudos y semidesnudos. También, fue importante explicarles a profundidad la finalidad del proyecto y que comprendieran los conceptos del proyecto. Cabe resaltar que ambos creadores de este trabajo participamos como modelos, realizándonos fotografías de autorretrato colectivo e individual.

<b>Nombre</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Edad</b>	<b>Aficiones</b>
Ángela Ayala Sánchez	Operadora de master en TV	36	Fotografía
Jennifer Moreno Corona	Creadora de propuestas comerciales en TV	29	Fotografía
Emma Lucía Reyes Domínguez	Profesora de Historia	42	Pintar sobre barro
América Anahí Fernández Velazco	Estudiante de Bachillerato	18	Maquillar
Lluvia Lucero Méndez Peñaloza	Asistente de producción en TV	34	Fotografía
Juan Carlos Fernández Guzmán	Emprendedor	34	Tocar la guitarra y cantar

Posteriormente trabajamos sobre bocetos a papel y lápiz, lo cual nos ayudó a tener claridad en lo que queríamos lograr, así como los recursos materiales que se necesitarían a la hora de tomar las fotografías.



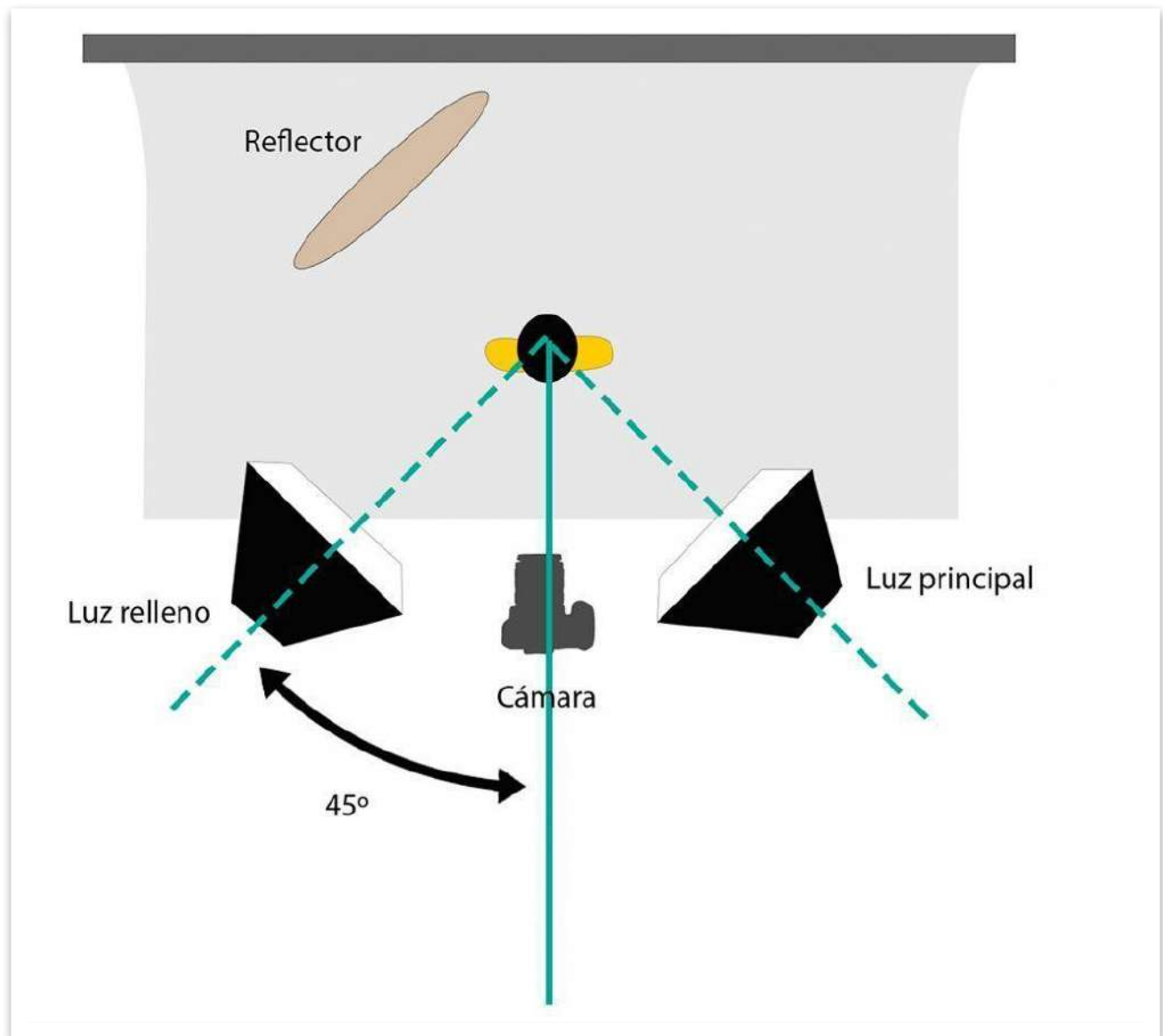
Boceto a lápiz # 19 por Juan Carlos Fernández.

Para la realización de este proyecto se contó con los siguientes recursos materiales:

Número	Objeto	Marca	Especificaciones
2	Cámaras	Canon réflex	60 D y T5I
2	Objetivos	Canon	18/200 y 18/55
3	Memorias SD	Toshiba y Kingston	64 gigas/ clase 10
1	Ciclorama	Desconocida	Portafondo 2 X 3 m. Soporte fondo blanco, negro, gris y

			verde
1	Kit de luces led	Desconocida	Tres sombrillas con luz blanca, tripié
1	Tripié	Neewer	Semi profesional
2	Rebotadores	Desconocida	Color oro y plata
1	Flash	Speedlite Godox	Estándar
1	Laptop	MacBook pro	Cuenta con la suite de Adobe versión 2021

En esta fase se definió la locación de las sesiones y se planeó el acomodo de la iluminación en el set, con el fin de lograr un contraste entre la modelo y el fondo que permitiera posteriormente hacer un recorte digital de manera fácil. Es por ello, que se contó con cuatro telas para el fondo en tonos blanco, negro, gris y verde, mismas que se colocaron dependiendo del color de piel de las modelos, así como su cabello y accesorios. Las luces se acomodaron de forma estática en todas las tomas, con la finalidad de que las modelos estuvieran totalmente iluminadas:



Luz principal a 45° en el lateral derecho, luz de relleno a 45° lateral izquierdo, ambas con sombrilla blanca para difuminar. En la parte trasera lateral izquierda de la modelo, se colocó un rebotador en color oro y/o plata dependiendo de la situación para ayudar a dar textura. La fotógrafa se colocó al frente de la modelo en diferentes posiciones para realizar tomas en distintos ángulos y encuadres. Todos los tiros fueron en foco total.

Se realizó la siguiente lista de materiales que se requirieron de manera física en el set de acuerdo a la necesidad de cada fotografía:

Modelo	Material.
Ángela	Bralette negro, pantaleta blanca y roja, rastrillo rosa, banco y tela de flores, jeringas y diamantina roja.
Emma	Ligas para cabello, peine y gel.
Jennifer	Pantaleta blanca, abatelenguas, miel de abeja, dos melones, dos sandías y labial rojo.
América	Vendas y barniz de uñas tono rojo.
Lluvia	Cuchillo, vendas, lápiz de ojos negro, jeringa con diamantina roja, una fresa, labial rojo, maquillaje de ojos, un juego de cubiertos, una cinta métrica amarilla, salsa cátsup y pantimedias color piel.
Juan Carlos	Traje negro, camisa blanca, corbata roja, labial rojo, brocha de maquillaje, brocha de rímel y pinzas de depilar.

Posteriormente, se realizaron escaletas para cada fotografía, con el fin de agilizar el proceso de la toma de fotografías. Presentamos un ejemplo:



Intervenciones estéticas  
(Cirugía estética)

Nombre:

Sesión de América

Fecha:

Abril 2022

Locación:

Locación 2

Hora:

12:00 a 13:00

## Boceto



## Material

- Dos modelos
- Ropa negra
- Dos vendas de cirugía anchas
- Una silla
- Maquillaje
- Ciclorama (Fondo negro)
- Luces
- Rebotador
- Cámara
- Memoria
- Lente 55-200

## Indicaciones

- Plano americano
- Foco total
- Iluminación homogénea
- Colocar a la modelo 1 sentada en una silla con los pies sobre la modelo 2 que esta sentada sobre suelo.

Segunda sesión/ abril 2020/ locación °2

Se realizaron tres sesiones fotográficas durante tres días, a cada sesión asistió más de una modelo en diferentes horarios, estos se asignaron tomando en cuenta el número de poses que realizaría cada una y los cambios de ropa necesarios:

Primera sesión: marzo 2022/Locación 1

Horario	Modelo	Indicación
10:00 a 10: 30	Emma	Realizar tomas con encuadre <i>close up</i> de frente y ambos perfiles.
11:00 a 12:00	Jennifer	Realizar tomas con

		encuadre plano medio de frente, de espalda de perfil, semidesnudo.
14:00 a 19:00	Ángela	Realizar tomas de cuerpo y rostro con encuadres como <i>close up</i> , primer plano, plano medio, plano americano y plano general.

Segunda sesión: abril 2022/locación 2

Horario	Modelo	Indicación
12:00 a 13:00	América y Lluvia	Realizar tomas de frente y perfil, con encuadres como primer plano, plano medio y plano americano.

Tercera sesión: mayo 2022/locación 1

Horario	Modelo	Indicación
10:00 a 11:00	Lluvia/Fotografías de objeto	Realizar tomas de frente y perfil, con encuadres como <i>close up</i> , primer plano, plano medio y plano americano.
14:00 a 17:00	Juan Carlos y Lluvia	Realizar tomas con encuadres como primer plano, plano medio y plano americano, utilizando temporizador.

### 3.1.2 Producción fotográfica

Durante esta fase seguimos los lineamientos planteados en la pre producción. Antes de la llegada de las modelos realizamos la revisión del funcionamiento correcto de los equipos fotográficos, la iluminación, el vestuario, maquillaje y la utilería. Fue de suma importancia contar con una comunicación eficiente como equipo realizador, puesto que nos permitió resolver y tomar decisiones eficientes de último momento. Durante las sesiones fotográficas cuidamos la comodidad y apertura de las modelos.

A modo de ejemplo, mostramos algunas de las tomas más significativas de la segunda sesión/ abril 2022/ locación 2.



---

50 Fotografía incluida en el fotolibro.

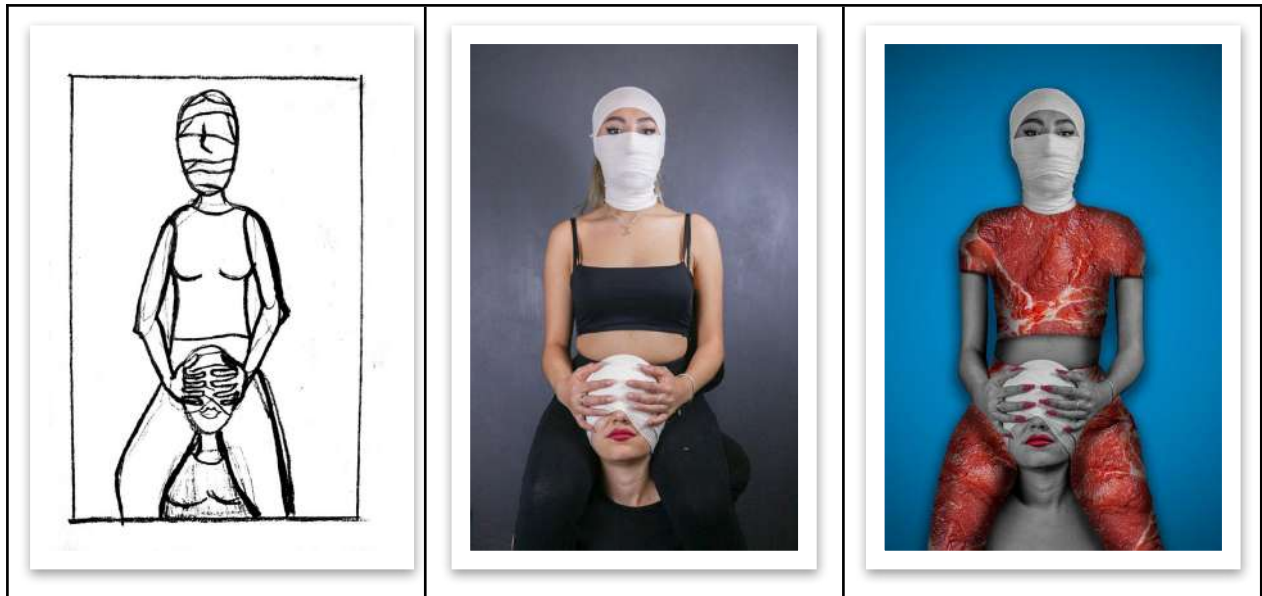




### 3.1.3 Postproducción: montaje digital

Esta fase fue de suma importancia ya que se logró unificar el retrato y otros elementos por medio del montaje digital. Se seleccionaron las fotografías que cumplieran con características técnicas como foco, iluminación, pose y expresión de la modelo. Esto se realizó en el software *Adobe Bridge* (versión 2021). Después se organizó el material en carpetas; cada set de fotografías junto con los elementos digitales<sup>51</sup> correspondientes que conformaron la composición pensada.

Se creó un lienzo en el *software* de edición de imágenes *Adobe Photoshop* (versión 2021) asignando un número a cada fotografía. Posteriormente se realizaron los siguientes pasos: extracción de la figura de las modelos por medio de un recorte para su posterior montaje en un fondo/lienzo de color homogéneo. Después agregamos los elementos correspondientes a la composición planeada, fusionamos y manipulamos tanto los objetos como a la figura modelo hasta ajustarlos a nuestros requerimientos creativos, trabajando por capas. A continuación, mostramos un ejemplo desde el boceto hasta la imagen terminada:



### 3.2 Creación del fotolibro/ pieza editorial

<sup>51</sup> Consúltese en los anexos.

Para la realización del fotolibro se tomaron en cuenta 24 fotografías que se imprimieron en formato 4X. Después, se realizó una curaduría formando dípticos y trípticos, guiados por aspectos compositivos como línea y figuras geométricas, sobre todo, las similitudes que presentaba una imagen con la otra para construir un discurso visual con inicio, clímax y desenlace.



Impresión de las imágenes en papel bond para su curaduría.



Formación de primeras propuestas de dípticos.

En el siguiente paso realizamos un cuadernillo de cartulina donde se pegaron las fotografías, esto fue de gran ayuda porque nos permitió visualizar una aproximación de manera tangible de cómo se vería el resultado final.



Boceto de fotolibro hecho de cartulina y cocido con hilo.



Impresión de imágenes en papel fotográfico y montaje en el fotolibro.

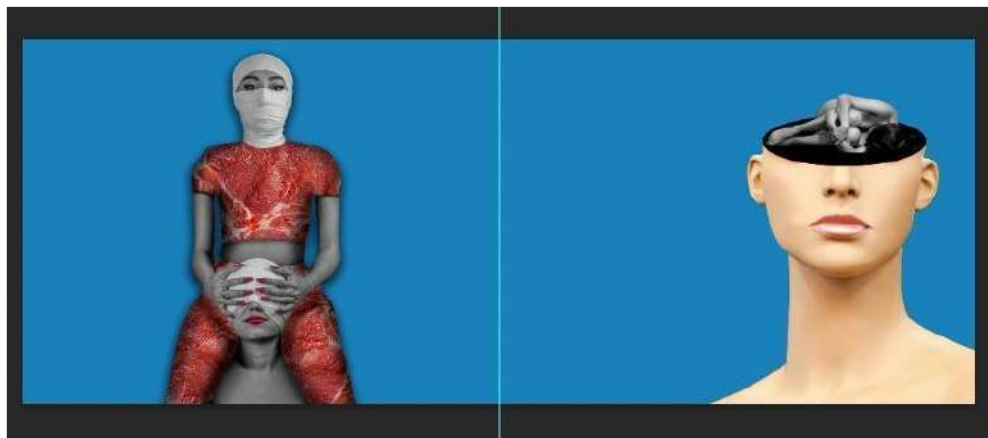






Pruebas de tonalidades en el fondo.

A pesar de tener una idea clara de los resultados que esperábamos obtener; durante el proceso de montaje se realizaron ajustes en los elementos de la composición, basados en las dimensiones del soporte (fotolibro) con el fin de que se imprimiera de manera óptima.



Finalmente, recurrimos a textos que forman parte de la composición visual. Dichos textos fueron recopilados de podcast, libros, frases de uso popular y citas de las autoras. Estos se colocaron en el software *Adobe InDesign* (versión 2021).



Tomamos la decisión de que la formación del fotolibro fuera de manera rústica, semi artesanal, para poder participar en las decisiones de materiales y jugar con los acabados.

### 3.2.1 Ficha técnica

Título	¿De qué está hecha la belleza? El canon de lo bello como violencia estética en el cuerpo femenino.
Año de publicación	2023
<b>Especificaciones</b>	
Tamaño final del libro	17.4 cm de alto por 21.2 cm de largo y 1.5 cm de ancho.
Número de páginas	52
Tiraje	12 ejemplares
Acabado o técnica	Encuadernación rústica de hojas sueltas reforzada con cordeles y forro en tapa dura de una sola pieza.
<b>Impresión de forros</b>	
Medidas extendido	41 cm x 16.5 cm
Papel o tela para forro	Forro sintético de poliuretano con soporte textil imitación cuero.

Acabado de forro	Suturas con hilo nylon
<b>Impresión de interiores</b>	
Medidas	20.5 cm x 16 cm
Papel para interiores	Couché mate, 150 g
Tintas para interiores	Toner CMYK
Tipo de impresión	Láser a color
Guardas	Cartulina Murillo color negro, 190g



La primera prueba de impresión fue de gran ayuda para mejorar aspectos referentes a la producción editorial, así como elegir el tipo de papel y tamaño. El forro del fotolibro se asemeja a la piel humana y está costurado con hilo nylon para simular hilo quirúrgico real.

### 3.3 Conclusión de capítulo

El haber trabajado con retrato conceptual nos permitió explotar nuestra creatividad con todas las posibilidades que ofrece crear imágenes en este género fotográfico, lo que nos llevó a obtener un resultado satisfactorio en todas nuestras composiciones y para la conformación del fotolibro. Observar el resultado final de este proyecto es enriquecedor para ambos, por un lado, aplicar los conocimientos aprendidos a lo largo de la licenciatura y por otro concluir con esta etapa de aprendizaje. El haber trabajado en equipo amplió nuestras expectativas de lo que en un principio se quería lograr debido a que pudimos sumar nuestras habilidades tanto en el ámbito investigativo como en la práctica fotográfica. Un aspecto que vale la pena resaltar fue la fluidez con la que desarrollamos la planeación y realización de las fotografías, podríamos decir que fue una de las etapas que se dio de manera orgánica, lo cual sirvió como impulso para mantener un ritmo de trabajo y ánimo estable. De esa misma manera, el trabajar en equipo nos empujó a encontrar líneas de convivencia entre los conceptos que queríamos desarrollar.

### 3.4 Conclusiones finales

Uno de los intereses centrales de esta investigación fue exponer cómo se construyen los cánones de belleza a través del tiempo y así evidenciar las diferentes prácticas corporales de embellecimiento, sus implicaciones y consecuencias en la corporalidad femenina a lo largo de la historia, con la finalidad de tener un punto de comparación de los diferentes estándares de lo bello desde épocas antiguas hasta el contexto actual. También fue importante analizar el discurso de los diferentes agentes socializadores como conformadores e impulsores de los ideales de belleza como son; los medios de comunicación, el marketing, las industrias de la belleza, el sector salud, las esferas de interacción social, etc. Para discutir sobre la importancia de profundizar y analizar los procesos de construcción e imposición de estos cánones y cómo ese discurso impositivo de lo bello es el principal generador de **violencia estética**.

Los conceptos propuestos por Elsa Muñiz nos permitieron entender mejor las prácticas cotidianas de embellecimiento a las cuales muchas mujeres están sometidas. Al analizar estas prácticas que implican desde maquillarse, hasta realizarse transformaciones corporales (cirugía estética), podemos ver cómo se introducen, popularizan y normalizan pautas estéticas que regulan el tamaño y forma de la corporalidad femenina, el aspecto y tono de la piel, el perfil del rostro, etc. Así, se busca el reconocimiento social e incrementar el valor corporal si se tiene en cuenta la belleza como capital físico. Considerando lo anterior, tomamos decisiones para la construcción de los retratos conceptuales y posteriormente la formación del fotolibro, que nos ayudaron a definir el discurso e identidad de las imágenes en conjunto. Partimos de dichas prácticas representándolas en cada composición con elementos como artefactos para realizar depilaciones, labiales, paletas de maquillaje, brochas, pastillas adelgazantes, cinta métrica, implantes, rellenos, bisturí etc.

Sobre la misma línea, todas las mujeres retratadas fueron desaturadas a escala de grises, lo cual les resta identidad y las unifica en contraste con los elementos que forman parte de cada composición, pues estos son coloridos y exagerados. Las cinco mujeres retratadas tienen el semblante del rostro relajado/serio y se les colocó en una posición incómoda para representar la lucha constante de las mujeres en su intento de alcanzar la belleza, sumándole los elementos compositivos de cada imagen con la intención de potencializar el mensaje.

Dentro de los elementos compositivos, en algunas de las imágenes, aparecen las manos y un torso de hombre, lo cual representa el dominio patriarcal que dictamina cómo deben lucir las mujeres para ser consideradas bellas ante la mirada masculina. A las mujeres se les vende la idea de que la búsqueda de la belleza, es un acto libre y de autocuidado como símbolo de emancipación y empoderamiento, sin embargo, la mayoría de las industrias que promueven los cánones, están lideradas por hombres.

Por otro lado, los constructos de belleza, dictados por el discurso omnipresente del marketing, se vuelven inalcanzables debido a que los cánones se actualizan o se vuelven obsoletos (actualmente con mayor rapidez). Esto mantiene al cuerpo femenino en un estado preliminar, el cual es sometido constantemente a prácticas e

intervenciones estéticas para mantenerlo actualizado. Fue importante para esta investigación el concepto de **morfotopía** propuesto por Muñiz para entender de manera profunda todo lo que conlleva la construcción de lo bello por medio de las **prácticas corporales de patrones estéticos**.

Con respecto a la incidencia de los medios de comunicación en la dictaminación de los cánones de lo bello, realizamos dos imágenes en donde utilizamos elementos que hacen referencia al marketing del cuerpo femenino; en una de ellas colocamos portadas de la revista Vogue y en otra un televisor aludiendo al poder y alcance que poseen los medios de comunicación para la conformación y difusión de los ideales de belleza.

Por su parte, Esther Pineda nos ayudó a encontrar líneas explicativas que nos permitieron comprender y dimensionar las consecuencias que conlleva la búsqueda de la belleza por medio de diferentes prácticas de embellecimiento, así como las repercusiones que tendrán las mujeres que opten por no someterse a los cánones estéticos. De esta manera, el concepto de **violencia estética** fue central en este proyecto, ya que nos ayudó a afirmar que la imposibilidad de acceder al cuerpo bello, al igual que su búsqueda, tiene severas repercusiones físicas y psicológicas. Dentro del contexto de la **violencia estética**, podemos decir que la concepción de la belleza es unidimensional, unirracional y unicultural que promueve de manera directa e indirecta la descalificación, ridiculización y minorización de las mujeres con rasgos no caucásicos.

Las mujeres desde muy jóvenes crecen asumiendo que su valor social responde directamente a las exigencias estereotipadas de la sociedad, con la amenaza de ser señaladas de no responder a dichos cánones siendo excluidas de los marcos relacionales y valorativos. Por ende, se les empuja a ser bellas y la concreción de ello supone casi siempre un acto de consumo, así, la inconformidad física se convierte en el principal motor de lucro de las industrias de belleza. Haciendo referencia al consumo de productos y servicios relacionados a estas industrias, realizamos algunas imágenes con el icónico maniquí para representarlas. Los maniquís poseen medidas irreales y socialmente son uno de los referentes de belleza a seguir, ya que son representantes de la moda efímera, la talla perfecta y en conjunto la aspiración social corpórea.

**3.5 Anexos:**

**Hojas de contacto:**



CUCHILLO (1).jpg



CUCHILLO (2).jpg



CUCHILLO (3).jpg



CUCHILLO (4).jpg



CUCHILLO (5).jpg



CUCHILLO (6).jpg



CUCHILLO (7).jpg



CUCHILLO (8).jpg



CUCHILLO (9).jpg



FRESA (1).JPG



FRESA (2).JPG



FRESA (3).JPG



FRESA (4).JPG



FRESA (5).JPG



FRESA (6).JPG



FRESA (7).JPG



FRESA (8).JPG



FRESA (9).JPG



FRESA (10).JPG



FRESA (11).JPG



FRESA (12).JPG



FRESA (13).JPG



OBJETO (1).JPG



OBJETO (2).JPG



OBJETO (3).JPG



OBJETO (4).JPG



OBJETO (5).JPG



OBJETO (6).JPG



OBJETO (7).JPG



OBJETO (8).JPG



OBJETO (9).JPG



OBJETO (10).JPG



OBJETO (11).JPG



OBJETO (12).JPG



OBJETO (13).JPG



OBJETO (14).JPG



OBJETO (15).JPG



OBJETO (16).JPG





EMMA (1).JPG



EMMA (2).JPG



EMMA (3).JPG



EMMA (4).JPG



EMMA (5).JPG



EMMA (6).JPG



EMMA (7).JPG



EMMA (8).JPG



EMMA (9).JPG



EMMA (10).JPG



ÁNGELA (1).JPG



ÁNGELA (2).JPG



ÁNGELA (3).JPG



ÁNGELA (4).JPG



ÁNGELA (5).JPG



ÁNGELA (6).JPG



ÁNGELA (7).JPG



ÁNGELA (8).JPG



ÁNGELA (9).JPG



ÁNGELA (10).JPG



ÁNGELA (11).JPG



ÁNGELA (12).JPG



ÁNGELA (13).JPG



ÁNGELA (14).JPG



ÁNGELA (15).JPG



ÁNGELA (16).JPG



ÁNGELA (17).JPG



ÁNGELA (18).JPG



ÁNGELA (19).JPG



ÁNGELA (20).JPG



JENNI (1).JPG



JENNI (2).JPG



JENNI (3).JPG



JENNI (4).JPG



JENNI (5).JPG



JENNI (6).JPG



JENNI (7).JPG



JENNI (8).JPG



JENNI (9).JPG



JENNI (10).JPG



JENNI (11).JPG



JENNI (12).JPG



JENNI (13).JPG



JENNI (14).JPG



JENNI (15).JPG



JENNI (16).JPG

CINTA MÉTRICA (1).JPG

CINTA MÉTRICA (2).JPG

CINTA MÉTRICA (3).JPG

CINTA MÉTRICA (4).JPG



AMÉRICA (1).JPG



AMÉRICA (2).JPG



AMÉRICA (3).JPG



AMÉRICA (4).JPG



AMÉRICA (5).JPG



AMÉRICA (6).JPG



AMÉRICA (7).JPG



AMÉRICA (8).JPG



AMÉRICA (9).JPG



AMÉRICA (10).JPG



AMÉRICA (11).JPG



AMÉRICA (12).JPG



AMÉRICA (13).JPG



AMÉRICA (14).JPG



AMÉRICA (15).JPG



AMÉRICA (16).JPG



AMÉRICA (17).JPG



AMÉRICA (18).JPG



Hombre (1).JPG



Hombre (2).JPG



Hombre (3).JPG



Hombre (4).JPG



Hombre (5).JPG



Hombre (6).JPG



Hombre (7).JPG



Hombre (8).JPG



Hombre (9).JPG



Hombre (10).JPG



Hombre (11).JPG



Hombre (12).JPG



Hombre (13).JPG



Hombre (14).JPG



Hombre (15).JPG



Hombre (16).JPG



Hombre (17).JPG



Hombre (18).JPG



Hombre (19).JPG



Hombre (20).JPG



Hombre (21).JPG



Hombre (22).JPG



Hombre (23).JPG



Hombre (24).JPG



Hombre (25).JPG



Hombre (26).JPG



Hombre (27).JPG



Hombre (28).JPG



Hombre (29).JPG



Hombre (30).JPG



Hombre (31).JPG



Hombre (32).JPG



Hombre (33).JPG



Hombre (34).JPG



Hombre (35).JPG



Hombre (36).JPG



La siguiente tabla enlista los elementos digitales descargados de internet de diferentes plataformas gratuitas que forman parte de las imágenes presentadas en el fotolibro.

<b>Imagen de stock</b>
Revistas Vogue
Televisor antiguo
Maquillaje
Cactus
Labios y ojos maquillados
Patillas de colores y formas
Modelos de revista tomando el sol en bikini
Mano con guante de cirujano
Bisturí
Senos de silicona
Pantaleta con relleno
Gota de sangre
Corte de carne
Cabeza de maniquí

Maniqués completos negros y blancos

### 3.6 Referencias bibliográficas

ADR Formación. (2019, 13 octubre). *El fotomontaje*. ADR Formación. [https://www.adrformacion.com/knowledge/disenio-grafico-y-web/el\\_fotomontaje.html](https://www.adrformacion.com/knowledge/disenio-grafico-y-web/el_fotomontaje.html)

Alonso, M. (2020). *Violencia estética: qué es y cómo afecta a la autoestima de las mujeres*. Cosmopolitan. <https://www.cosmopolitan.com/es/salud-fitness/salud/a40687796/violencia-estetica-autoestima-mujeres/>

Cifuentes, M. R.; Osorio, F. & Morales, M. I. (1993). *Una perspectiva hermenéutica para la construcción de estados del arte*. Cuadernillos de trabajo social. Manizales: Universidad de Caldas.

Knapp, M. (2009). *La comunicación no verbal el cuerpo y el entorno*. Paidós.

Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*. Anagrama.

Gil, I. (2021, 28, enero). *Fotografía conceptual: Saca al artista que llevas dentro con este género fotográfico*. Fototrending. [https://fototrending.com/fotografia-conceptual/#punto\\_1](https://fototrending.com/fotografia-conceptual/#punto_1)

Gómez, A. (2021). *El impacto de las nuevas tecnologías en la estética fotográfica. Tipologías en la obra de Pedro Meyer*. Scielo. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-12762021000200049](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-12762021000200049)

McCausland, E. *Fotolibro, la imagen verbal*. <http://www.profesiones.org/var/plain/storage/original/application/9a8a20a58266a51a7a2aa5340a046968.pdf>

Monroy, R. 2011. *Subversiones. Memoria gráfica, identidad y género: imágenes de mujeres en la posrevolución mexicana* <https://www.enah.edu.mx/publicaciones/documentos/100.pdf>

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2013). *Libros que son fotos, fotos que son libros*. <https://www.museoreinasofia.es/exposiciones/libros-que-son-fotos-fotos-que-son-libros>

Muñiz, E. (2011). *Cirugía cosmética: ¿Un desafío a la «naturaleza»? Belleza y perfección como norma*, L. Universidad Nacional Autónoma de México.

Muñiz, E. (2014). *Prácticas corporales: performatividad y género*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Paquet, D. (1998). *La historia de la belleza*. Claves.

Pineda, E. (2021). *Bellas para Morir: Estereotipos y Violencia Estética Contra la Mujer*. Prometeo Libros.

Piñeyro M. (2020). *Guía Básica Sobre Gordofobia: Un paso más hacia una vida libre de violencia. Guía elaborada en el marco del Proyecto*, Gobierno de Canarias. <https://www.consaludmental.org/publicaciones/Guia-gordofobia.pdf>

Santa María, L. (2023) *La Importancia De La Producción Fotográfica*. Staffcreativa. <https://www.staffcreativa.pe/blog/producciones-fotograficas/>

Sierra, M. (2014). *Maquillaje: Imagen Profesional y estética de belleza*. Segunda edición. Paraninfo.

Singh, A. (s. f.). *Guide to Conceptual Photography*. Pixpa. <https://www.pixpa.com/es/blog/conceptual-photography-guide>

Tibol Raquel. *Episodios Fotográficos*. Libros Proceso. México 1989.

Villaseñor, E. (2015). *Fotografía y tecnología: En el marco de la bienal de fotoperiodismo*. Foro iberoamericano de fotografía. <http://www.fotoperiodismo.org/BIENAL/INVESTIGACION/PDFSWEB/tecnologia.pdf>

Wolf, N. (2020). *El mito de la belleza*. Continta Me tienes

