

**TFG**

---

**IDEAL DE BELLEZA FEMENINO EN  
INSTAGRAM: UNA REFLEXIÓN PERSONAL  
DESDE LA ILUSTRACIÓN**

**Presentado por Amalia Torres Sornosa  
Tutor: Juan Antonio Canales Hidalgo**

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Bellas Artes  
Curso 2017-2018**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

## **RESUMEN:**

El presente trabajo es el resultado de una reflexión sobre el ideal de belleza femenino en los medios de comunicación de masas, centrándolo en la red social Instagram. Tiene como objetivo la realización de una serie de ilustraciones realizadas con acuarela que tenga como base la investigación de los ideales de belleza que imperan ella, así como los movimientos surgidos en dicha red para luchar contra ellos. Para ello se expondrán las investigaciones realizadas sobre la evolución del ideal femenino y el papel de los medios de comunicación masivos a la hora de imponerlos.

**PALABRAS CLAVE: ARTE FIGURATIVO, ILUSTRACIÓN, , CANON, FEMINISMO, RETRATO, RED SOCIAL**

## **SUMMARY**

The present work is the result of make a reflection about the ideal of feminine beauty in the mass media, focusing in the social network Instagram. Aiming at the realization of a series of illustration maked with watercolor based on the research of the beauty ideals that prevail in it. To do this, I will present the researches about the evolution of the feminine ideal and the mass media role imposing it.

**KEY WORDS: FIGURATIVE ART, ILLUSTRATION, CANON, FEMINIST, PORTRAIT, SOCIAL NETWORK**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi padre que me apoyo siempre, si no fuera por ti no estaría presentando este trabajo.

A mi madre y a Cels por estar ahí siempre.

A Fer por escucharme y quererme.

Y sobre todo a Juan por su infinita paciencia, sus consejos y su apoyo.

# INDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b> .....	<b>7</b>
<b>3. MARCO TEORICO: EL IDEAL DE BELLEZA FEMENINO</b> .....	<b>9</b>
3.1 IDEAL DE BELLEZA FEMENINO .....	9
3.1.1 Evolución del ideal .....	9
3.1.2 Los medios de comunicación y como perpetúan los estereotipos de belleza .....	11
3.2 Las redes sociales .....	12
3.3 REPRESENTACIÓN DEL CUERPO FEMENINO EN EL ARTE .....	13
3.3.2 Alberti y el ideal de belleza .....	16
3.3.3 El cuerpo femenino enmarcado .....	16
3.3.4 El arte feminista y su representación del cuerpo femenino .....	17
<b>4. PROCESO PICTÓRICO</b> .....	<b>20</b>
4.1 REFERENTES .....	20
4.2 ANTECEDENTES .....	21
4.2.1. Nunca suficiente. Obra anterior .....	22
4.3 BÚSQUEDA DE IMÁGENES A TRAVÉS DE <i>HASTAGS</i> .....	23
4.4 DESCRIPCION TÉCNICA Y PROCESUAL DEL PROYECTO .....	26
<b>5. OBRA FINAL</b> .....	<b>28</b>
5.1 #PERFECTBODY .....	28
5.2 #THINSPIRATION .....	31
5.3 #BODYPOSITIVE .....	34
<b>6. PROYECTO EXPOSITIVO</b> .....	<b>38</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>40</b>
<b>8. BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>41</b>
<b>9. INDICE DE IMÁGENES</b> .....	<b>42</b>
<b>10. GLOSARIO</b> .....	<b>44</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>45</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

La realización de este trabajo surge de una preocupación personal de cómo el ideal de belleza impuesto por los medios de comunicación de masas afecta a las mujeres creando una insatisfacción constante con sus cuerpos. Para ello se centra la atención en la red social Instagram, en la que ya no son solo los medios, si no los propios usuarios de la red los que crean el contenido y perpetúan este ideal de belleza.

Esta memoria recoge una obra principal, la cual consiste en una serie de ilustraciones realizadas con acuarela, así como trabajos anteriores en los que ya se mostraba interés por el tema tratado y que se realizaron en las asignaturas Procesos pictóricos y Gráfica experimental e interdisciplinar, gracias al trabajo en estas asignaturas se tuvo la oportunidad de reflexionar sobre el tema hasta llegar a la decisión de enfocarlo en la red social Instagram.

Con las ilustraciones se pretende reflejar las inseguridades y la presión que genera este ideal en las mujeres actualmente y poner énfasis en lo absurdo de imponer a las mujeres un tipo de cuerpo estándar.

El cuerpo de esta memoria está dividido en diferentes capítulos, el primero son los objetivos y la metodología que se han utilizado para la realización de la serie.

La siguiente parte es el marco teórico en el cual se habla del ideal de belleza femenino y su relación con los medios de comunicación de masas, poniendo especial atención en las redes sociales. También se realiza una breve revisión de como se ha representado el cuerpo femenino en el arte, centrándose en el arte feminista.

A continuación se expone el grueso del proceso pictórico, en esta parte del trabajo se habla de los referentes ,ordenados por la disciplina que practican, los antecedentes, que incluyen dos trabajos realizados con anterioridad, la metodología creada para realizar la búsqueda de imágenes en Instagram y la descripción técnica del proyecto.

El siguiente capítulo está dedicado a las fotografías de la obra final, a continuación se hace una simulación del proyecto expositivo y finalmente se realizan las conclusiones.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Para la realización del TFG nos planteamos alcanzar la siguiente serie de objetivos.

Objetivos generales:

- Poner en práctica los conocimientos adquiridos en el grado, tanto teóricos como recursos plásticos.
- Realizar una serie de ilustraciones que nos permitiera trabajar la pintura con acuarelas y que tuviera cohesión con el tema tratado el marco teórico.

Objetivos específicos

- Realizar una breve retrospectiva sobre la evolución del ideal femenino de belleza y cual es en la actualidad.
- Hacer una comparación entre los medios de masas tradicionales (televisión, prensa, etc.) y las redes sociales para determinar si utilizan los mismos mecanismos para implantar el ideal.
- Averiguar cómo las redes sociales perpetúan el ideal femenino de belleza centrando el trabajo en la red social *Instagram*.
- Realizar una exploración por dicha red para encontrar las imágenes que nos servirán de referencia para la obra.
- Hacer una revisión de cómo se ha representado el cuerpo femenino a través de la historia del arte, para ello se usarán como referencia los libros *Ways to seeing* de John Berger y 'El desnudo, arte, obscenidad y sexualidad' de Lynda Nead.
- Búsqueda de referentes artísticos, tanto pictóricos como fotográficos, que nos ayuden a desarrollar los aspectos formales de la obra como pueden ser la composición, la pincelada o el color.

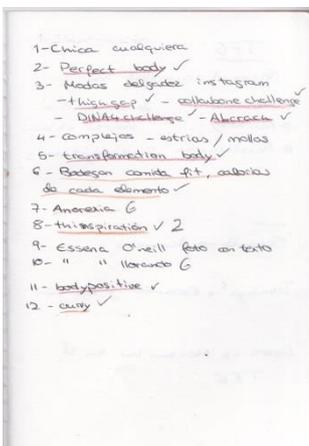


Fig.1 Imagen de los primeros apuntes sobre los *hashtags*

La metodología desarrollada para este proyecto constó de una primera parte en la cual nos centramos en la investigación sobre el ideal de belleza femenino, los medios de comunicación de masas y su representación en el arte, así como la reflexión constante sobre el tema y el contacto frecuente con la red social *Instagram*.

A continuación centramos nuestra atención en la planificación de las obras que íbamos a desarrollar, para ello creamos una metodología propia para la



**Fig 2.** Imagen de un boceto descartado.

búsqueda de imágenes en la red social Instagram así como de los *hashtags* que íbamos a representar, esta parte era fundamental para el desarrollo de la obra y la explicamos con más detenimiento en el proceso pictórico.

Otra parte clave en la metodología fue la realización de bocetos los cuales nos servían para determinar la paleta de color que íbamos a utilizar en cada obra, la composición y nos ayudaron a ver cuáles de las imágenes seleccionadas funcionarían mejor, así como las partes que queríamos destacar en cada una de ellas.

Otro método clave fue la realización de varias obras simultáneamente, lo cual nos ayudaba a tener una visión más globalizada de la serie y nos permitía alejarnos de la obra un tiempo para ver posibles carencias o fallos.

Por último fue crucial el tratamiento de las imágenes con Photoshop para poder añadir el formato de Instagram a algunas de las obras, esta herramienta nos daba la oportunidad de probar varias composiciones hasta llegar a la que nos resultaba más satisfactoria.

## 3. MARCO TEORICO: EL IDEAL DE BELLEZA FEMENINO

En esta primera parte del trabajo se realiza una investigación sobre el ideal de belleza femenino, los medios de comunicación de masas y las redes sociales con la intención de demostrar cómo estos lo perpetúan y cómo afecta negativamente a la imagen que tienen las mujeres de sus cuerpos.

La segunda parte del marco teórico es una breve retrospectiva de cómo se ha representado el cuerpo femenino en el arte, centrándose en el arte feminista y más específicamente en aquellas artistas que representan el cuerpo femenino en sus obras. Esta investigación tiene como objetivo una búsqueda de referentes que huyan de la visión erotizada y estereotipada que se ha tenido de la mujer en la historia de arte.

### 3.1 IDEAL DE BELLEZA FEMENINO

#### 3.1.1 Evolución del ideal

El canon de belleza es el conjunto de aquellas características que una sociedad considera convencionalmente como hermoso o atractivo, este canon varía dependiendo de la época y la cultura, en este trabajo nos centraremos en el canon predominante actualmente y en la sociedad occidental.

Pero antes haremos una breve retrospectiva de cómo el canon ha ido evolucionando desde principios del siglo XX a la actualidad.

El cambio de siglo, del XVIII al XX fue un punto de inflexión en el canon femenino, hasta este siglo el corsé era una pieza fundamental en la moda femenina, el objetivo de esta prenda era puramente estético, mantenía la postura erguida, afinaba la cintura y levantaba el pecho, ayudando a conseguir la tan preciada figura de reloj de arena. Esta prenda se mantuvo durante el principio del siglo XX hasta que en los años 20 con la revolución femenina y teniendo como máxima impulsora a Coco Chanel. Esta instauró por primera vez los pantalones para las mujeres, desterró el corsé y cualquier prenda que constriñera la figura femenina. Pero no solo Chanel contribuyó a este cambio, el auge de las sufragistas y el surgimiento de un nuevo tipo femenino llamado 'Mujer nueva' fue determinante para ello. Las sufragistas utilizaron la moda como arma política, los diarios de la época las ridiculizaban por vestir como hombres o por su apariencia física, así que algunos grupos decidieron empezar a vestir elegantes aunque siempre buscando la comodidad, ellas fueron de las primeras en desterrar el corsé de sus atuendos. En los años 20 aparecen las



Fig.3. Fotografía sufragistas, Nueva York.



Fig. 4. Fotografía de Marilyn Monroe.



Fig. 5. Fotografía de Bella Hadid en el desfile de Victoria's Secret, Los Angeles, 2017.

*flappers*, estas se caracterizaban por el uso de prendas sueltas que no marcaban sus curvas, aunque lo más característico de ellas era su actitud que se desmarcaba de lo aceptado socialmente, las flappers bebían, escuchaban jazz y fumaban, actitudes que en aquella época se consideraban propias de un hombre. A partir de los años 20 cada década está marcada por un icono que determinaba el canon de belleza predominante en la sociedad, a continuación los mencionaremos brevemente.

Comenzamos con los años 30, la figura clave de esta época fue la actriz Mae West la cual, alejada de las *flappers* que le habían precedido, acentuaba su figura en forma de reloj de arena, es la era dorada de Hollywood por lo que las actrices son las que marcan el canon. A partir de aquí el ideal de belleza empieza a alejarse de la realidad de las mujeres.

En los años cuarenta y como consecuencia de la segunda guerra mundial el canon se alejó de las curvas de Mae West y tuvo como máximo representante a Rita Hayworth, se valoraba una piel perfecta y saludable, así como un cuerpo delgado.

Ya en los 50 encontramos a uno de los mayores iconos sexuales: Marilyn Monroe. En esta época se buscaba una figura exuberante y de reloj de arena. Busto generoso, cintura estrecha y piernas largas. Los modelos pin ups dominaban la escena. Se buscaba que la mujer fuera sensual y provocativa.

En los 60 con la revolución sexual hubo un importante cambio del canon, con modelos como Twiggy que se caracterizaban por figuras delgadas, de largas piernas y look andrógino.

En los 70 y 80 seguía predominando la delgadez pero se buscaba un cuerpo ejercitado y atlético, triunfaban mujeres como Jane Fonda, que se convirtió en todo un icono con sus videos de aerobio. Al final de los 80 también aparecen las primeras *top models* como Naomi Campbell, las cuales se caracterizan por tener cuerpos altos y delgados, los cuales se alejaban de la media de las mujeres.

En los 90 con la figura de Kate Moss empieza a ponerse de relevancia la búsqueda de una delgadez extrema, en algunos casos incluso por debajo del peso recomendado, a partir de entonces el canon se centra en mujeres altas y muy delgadas. Con el cambio de siglo aparece la figura de los Ángeles de Victoria Secret, el desfile anual de esta marca se considera uno de los eventos más importantes de la moda, los modelos que aparecen en él están muy cotizadas y por consiguiente se consideran todo un referente a seguir, posicionándose como el ideal de belleza predominante actualmente, estas modelos se caracterizan por ser altas, delgadas y tonificadas, además de por estar bronceadas. Aunque este desfile no es el único que impone el canon actualmente, estamos en una época en la cual se nos bombardea con él a través de todo tipo de canales como la publicidad, el cine o las redes sociales.

### **3.1.2 Los medios de comunicación y como perpetúan los estereotipos de belleza**

Desde hace varias décadas los medios de comunicación masivos, tanto impresos como digitales han fomentado el culto a la belleza y a la delgadez animando a las mujeres a intentar conseguirlo con el fin de obtener aceptación, estatus y reconocimiento.

Vivimos en una época del culto al cuerpo, en la cual la mujer es mejor considerada cuanto mejor sea su aspecto. En la sociedad actual el cuerpo se convierte en un objeto amenazador que hay que controlar, llevar a sus medidas justas y mortificar con fines estéticos.

En los últimos años las mujeres han conseguido un gran avance en la sociedad, sin embargo parece que cuantos más obstáculos materiales y legales son superados, más les pesan imágenes de belleza inflexibles y crueles. Según la mujer se iba librando de la mística de la domesticidad, el mito de la belleza ganaba el terreno perdido y ocupaba el relevo en esa función de control social<sup>1</sup>.

Los medios son generadores y motor, socialmente aceptado, de valores por medio de imágenes que no están aisladas sino dentro de un contexto social y cultural. Los medios de comunicación difunden y crean estereotipos culturales, algunos de los cuales giran alrededor de una sobreestimación de la imagen corporal.<sup>2</sup>

Partiendo de esto vemos como los medios tienen una gran influencia sobre la sociedad, imponen modas, transforman formas de conducta e imponen valores. Aprovechando esta influencia los medios han creado una imagen de la mujer la cual, aunque ha avanzado en los últimos años, es reducida a los estereotipos básicos del género femenino como son la familia, la juventud o la belleza. La mujer actual se compara con el ideal físico que los medios divulgan masivamente, esto crea una insatisfacción constante con sus cuerpos, ya que muy pocas mujeres pueden llegar a este ideal.

La publicidad no es ajena al poder que tienen los medios, esta tiene una gran influencia a la hora de persuadir para que se consuma un producto pero a la vez también es un medio que transmite valores y estereotipos que la sociedad luego imita. La publicidad junto con los

<sup>1</sup> WOLF, Naomi , *El mito de la belleza*, P.215

<sup>2</sup> HERRERO, Carmen, *Mujer y medios de comunicación: Riesgos para la Salud*.

medios ejerce una presión socio-cultural que influye a la población sobre los beneficios de la belleza y el ‘cuerpo perfecto’

La imagen de la mujer transmitida por la publicidad está totalmente estereotipada, se nos presenta a una mujer ideal con imágenes, en su mayoría, altamente retocadas mediante Photoshop donde aparecen mujeres siempre jóvenes, guapas y delgadas y que en muchas ocasiones siguen ofreciendo una imagen sexista de los roles que tradicionalmente ha ocupado la mujer en la sociedad.

Así pues suele verse como es usado el cuerpo de la mujer como objeto para el reclamo publicitario.

La imagen que tiene la mujer en la publicidad es imposible de alcanzar por muchas mujeres, aun así la publicidad se aprovecha de ese anhelo para vender todo tipo de productos con la promesa de poder llegar al ideal utilizándolos.

### **3.2 Las redes sociales**

Cuando hablamos de redes sociales nos referimos a las plataformas neomediales que forman parte de la Web 2.0. Esta crea un nuevo espacio de participación y colaboración entre usuarios, este nuevo cambio ha difuminado la línea de diferencia entre los productores y los consumidores de los contenidos que se albergan y comparten, y esto es debido a la posibilidad de participación y colaboración que existe entre ellos gracias a estas herramientas o recursos. Esto provoca que ya no son solo los medios y la publicidad los que perpetúan los estereotipos de belleza sino que también son los propios usuarios de la red.

La publicidad ha encontrado su hueco en las redes sociales y se valen de los usuarios más notables para hacer llegar sus productos, siendo estas plataformas las más efectivas para llegar al público más joven. Entre las redes sociales existentes y en relación a este trabajo caben destacar tres por su mayor número de usuarios y por su contenido principalmente visual, las cuales son Facebook, Tumblr e Instagram, en esta última es en la que se centrará el trabajo por ser la más utilizada por la población más joven y principalmente porque su contenido se centra en la creación de imágenes dejando el texto en un segundo plano.

Para poner en contexto voy a realizar una breve comparativa de las tres redes sociales antes mencionadas. Empezaremos con Facebook por ser la red social más utilizada mundialmente, se caracteriza por poder agregar contactos de la vida real, compartir estados, información,

imágenes y videos. Aunque empezó como una red social que principalmente estaba destinada a la comunicación con los amigos, hoy en día también se utiliza profesionalmente y la mayoría de las marcas y medios operan en la red.

Tumblr es una plataforma de *microblogging* (plataforma en la que se comparten mensajes breves), los usuarios pueden tener su propio blog en la plataforma y seguir otros. Su particularidad reside en que no hace falta crear contenido propio para tu espacio en la web si no que puedes simplemente rebloggear (compartir) el contenido de otros usuarios. Se puede compartir texto, imágenes y video pero en la práctica predominan las imágenes y *gifs* (Imagen animada).

Instagram es una red social que permite subir fotos y videos, permite subir tanto fotografías realizadas con anterioridad como fotografías realizadas directamente desde la aplicación. También permite editarlas al instante con herramientas de la propia aplicación. El texto en Instagram queda en un segundo plano.

Así vemos como Facebook es una red la cual se usa principalmente para la socialización con personas cercanas y donde aunque las fotografías son una parte importante se hacen más con un fin de compartir momentos con tu entorno más cercano. Por otro lado Tumblr se utiliza principalmente para compartir intereses y contenido afín pero que en su mayoría no han sido creados por los propios usuarios. Por último Instagram se utiliza para compartir imágenes propias y con un rápido vistazo a la aplicación se puede ver que en su contenido predominan las *selfies*. Por estas razones se eligió Instagram para este trabajo porque en una aplicación donde predominan fotografías de los propios usuarios y donde la apariencia física de los usuarios es una parte determinante para que un perfil tenga éxito, con estas características es lógico que se acaben imponiendo y perpetuando ideales de belleza en la app

### **3.3 REPRESENTACIÓN DEL CUERPO FEMENINO EN EL ARTE.**

Las representaciones del cuerpo femenino han sido constantes a lo largo de los periodos artísticos. No obstante la manera de representarlo ha ido variando según la sociedad cambiaba, en esta parte del trabajo vamos a ver como se ha representado el cuerpo de la mujer en el arte y

como la mujer ha ido pasando de ser mero objeto de representación artística a sujeto creador.

Vamos a ver la evolución del desnudo femenino en la historia del arte usando como fuentes principal los libros 'Modos de ver' de John Berger y 'El desnudo femenino: arte, obscenidad y sexualidad' de Lynda Nead, en este último nos centraremos en el concepto del desnudo femenino enmarcado y en su revisión al arte feminista.

Comenzaremos hablando del libro Berger centrándonos en el capítulo donde analiza la pintura al óleo en la tradición europea, al principio del capítulo afirma: '*Los hombres miran a las mujeres, las mujeres se contemplan así mismas mientras son miradas*', así explica el papel de la mujer en la obra, ser observada por una mirada masculina y como esta es consciente de que es observada.

Para Berger esta tradición empieza con las representaciones de Adán y Eva, en la historia que aparece en la biblia Eva es culpada del pecado original (comer la manzana) y como castigo se la condena a estar supeditada al hombre, esta tradición solía representarse en la Edad Media mediante escenas pero a partir del renacimiento se empezó a representar solo el desnudo y el pudor que estos sentían, aquí es cuando la vergüenza empieza a relacionarse con el espectador y no con el otro. En este punto empieza a intuirse el concepto que más nos interesa de Berger, la mujer pintada es consciente de que la observa un espectador, el cual es masculino.

Posteriormente la vergüenza se convierte en un tipo de exhibicionismo, pero el tema de la mujer observada se sigue repitiendo.

*'Ella no está desnuda tal cual es,  
Ella esta desnuda como el espectador la ve'*<sup>3</sup>

Con esta cita introduce los conceptos de Kenneth Clark<sup>4</sup> de *desvestido* y *desnudo*, los cuales explicaremos más adelante. Para ejemplificar el tema de la mujer observada pone varios ejemplos como el cuadro 'Susana y los ancianos' en el cual el espectador se une a los viejos para observarla o como 'El juicio de Paris', en el cual podemos ver a Paris juzgando que mujer es la más bella para entregarle la manzana dorada

---

<sup>3</sup> BERGER, John, *Modos de ver*

<sup>4</sup> CLARK, Kenneth, *El desnudo: Un estudio de la forma ideal*

como premio, aquí Berger introduce otro concepto interesante: 'Aquellas a las que no se juzga bellas no son bellas. Las que lo son, reciben el premio'.

Esta cita se puede extrapolar a nuestro trabajo sobre Instagram donde los seguidores juzgan la belleza de las usuarias y el premio ya no es una manzana si no conseguir aprobación a través de los 'me gusta'.

Volviendo a los conceptos de Kenneth Clark de desvestido (estar sin ropa) y desnudo (forma parte del arte), Berger los explica diciendo que estar desvestido es ser una mismo, mientras que el desnudo equivale a ser visto en estado de desnudez por otros, pero no reconocerse a sí mismo, para que estar desvestido se convierta en un desnudo hace falta que se le vea como un objeto, con esta afirmación se hace patente que los desnudos en el arte están estrechamente relacionados con las cosificación a la que están sometidas las mujeres en los *mass media*.

Ya era consciente de esto Berger el cual afirma que la representación de la mujer en el arte tradicional europeo ha influenciado a la manera en que esta es representada actualmente en los medios de comunicación masivos y la publicidad, para demostrar esto hace una comparación entre un cuadro de Ingres y una portada de una revista dirigida a un público masculino, en ambas evidente que la mujer retratada es consciente de que la están mirando y responde a esa

**Fig. 6** .Fotografía La gran odalisca, Óleo sobre lienzo. Jean Auguste Dominique Ingres

**Fig.7** . Portada revista Maxim.



mirada.

Hay que puntualizar que Berger también encuentra excepciones a lo que venimos diciendo, desnudos en los cuales el espectador no puede participar y se ve obligado a reconocerse como el extraño que es pero estos desnudos generalmente se deben a que el pintor retrataba a la mujer amada.

### 3.3.2 Alberti y el ideal de belleza.

Lynda Nead nombra en su libro la conocida fórmula de Alberti para la representación de la figura humana, esta fórmula se basa en la mitología clásica y en el mito del artista Zeuxis el cual cuenta como este deseaba hacer una pintura de la diosa Venus y al no encontrar a ninguna mujer suficientemente bella para servir como modelo reunió a las mujeres más bellas de Crotona y eligió las mejores partes de cada una de ellas, por separado ninguna de estas partes tiene significación alguna pero juntas forman el ideal. La teoría de Alberti es una reformulación de este mito, mediante el *exempedum*<sup>5</sup> tomaba medidas de los que había escogido como los cuerpos más hermosos, los cuales se utilizaban como objeto de medición y se omitían de los cálculos todos los ejemplos de exceso. El ideal clásico de la belleza se basa en el cuerpo de la mujer y es el resultado de meticulosas mediciones.

Esto forma parte de toda una tradición artística que definía el ideal de belleza a través de la simetría y la proporción, ponemos énfasis en la fórmula de Alberti al encontrar una similitud entre ella y las tendencias que se crean en la red social Instagram, las cuales dictan como deberían ser ciertas partes del cuerpo para llegar a ese ideal, así se ve a la mujer como algo que tiene partes las cuales son juzgadas mediante la comparación con estas modas.

### 3.3.3 El cuerpo femenino enmarcado

“Uno de los fines principales del desnudo femenino ha sido contener y regular el cuerpo sexual femenino” con esta cita de Lynda Nead introducimos el concepto de cuerpo femenino enmarcado, este es el nombre del primer capítulo del libro en el cual a través de ejemplos Nead expone como las formas clásicas del arte han desempeñado una regulación del cuerpo femenino, y como estas fronteras del cuerpo no pueden separarse de otras fronteras sociales y culturales.

Para explicar esto Nead pone varios ejemplos, uno de ellos es de Lisa Lyon, campeona de *bodybuilding*, la cual fue fotografiada por Robert Mapplethorpe, con este ejemplo quiere ilustrar que aunque en un principio se podría pensar que *bodybuilding* femenino es positivo por producir un tipo diferente de

---

<sup>5</sup> Regla de madera delgada, de la largura del cuerpo, que luego se divide para medir y clasificar

imagen femenina, lo único que se logra es cambiar un estereotipo por otro. Pero lo realmente interesante de este ejemplo es la afirmación de Nead de que tanto el *bodybuilding* de Lyon como las fotografías de Mapplethorpe se articulan para mantener bajo control el cuerpo femenino, Lyon está contenida en las fotografías y la superficie de su cuerpo se ha convertido en un marco, que hay controlar y definir.



**Fig.8** Lisa Lyon, Robert Mapplethorpe, 1980

Así vemos como ya mencionaba Berger como en la representación del cuerpo femenino, la mujer desempeña a la vez el objeto visto y del sujeto que ve, las mujeres juzgan su imagen comparándola con ideales culturales y ejerce sobre sí misma una autorregulación.

### **3.3.4 El arte feminista y su representación del cuerpo femenino**

Como ya hemos visto el cuerpo femenino ha sido visto tradicionalmente en el arte desde una mirada masculina, siempre regulado e idealizado, en contraposición a esto el arte feminista ha sido necesariamente deconstructivo, funciona para cuestionar las bases de las normas estéticas establecidas e intenta ofrecer alternativas progresistas de la identidad femenina<sup>6</sup>, para ello ha usado temas como la iconografía vaginal, la performance o la menstruación. En esta parte del trabajo expondremos algunos ejemplos de obras realizadas desde el arte feminista que de diferentes formas intentan romper con la forma en que ha representado el cuerpo femenino tradicionalmente y nos que servirán de referente para la obra pictórica.

A partir de los años 60 el eslogan 'Nuestros cuerpos, nosotras' será utilizado por las artistas feministas para reclamar el poder sobre sus propios cuerpos, estas artistas criticaban las limitaciones del arte tradicional que respaldaba un sistema dominado por los hombres. Uno de los ejemplos más

<sup>6</sup> NEAD, Lynda, *El desnudo femenino: arte, obscenidad y sexualidad*, P.103.



**Fig.9**  
'Bandera Roja' Judy Chicago,  
1976

característicos de cómo estas artistas quisieron reinterpretar el cuerpo femenino es la exposición Womanhouse, organizada en 1972 por Judy Chicago y Miriam Sapiro, para la exposición 24 mujeres remodelaron una casa de Los Ángeles, las artistas presentaron dibujos, esculturas y pinturas de órganos sexuales femeninos, también se realizaron performance e instalaciones que trataban temas como la belleza, la domesticidad y la violencia.

Así pues vemos como las primeras artistas feministas intentaron a partir de la representación del cuerpo femenino destruir la imagen de la mujer ideal construida por el hombre y para el hombre. Un ejemplo de esto es la obra de Judy Chicago 'Bandera roja' esta fotografía muestra a una mujer desnuda y en primer plano su pubis al descubierto del cual se está sacando un tampón ensangrentado. Esta obra rompe con la tradición por dos razones, el pubis cubierto de vello el cual era tabú en los desnudos tradicionales, como indica Berger el vello estaba relacionado con la pasión sexual de la mujer el cual había que minimizar para que el espectador creyera tener el monopolio de esa pasión<sup>7</sup>, la segunda razón es la visibilización de la menstruación algo que nunca se había visto en la tradición del desnudo.

Esta obra tiene la clara intención de romper con la con la imagen del cuerpo ideal de Kenneth Clark pero tiene un problema fatal ya que está concebida para criticar y destruir la imagen ideal creada por el hombre y provocar en éste una reflexión, es decir, la obra sigue siendo para el hombre-espectador, mientras que la mujer permanece fuera de la relación obra-espectador.<sup>8</sup>

Otra obra que queremos destacar es el video *Estadísticas vitales de un ciudadano sencillamente obtenidas*, realizado en 1977 por Martha Rosler, en el cual la artista examina las maneras de internalizar a las mujeres los juicios normativos de la cultura patriarcal<sup>9</sup>, en ella Rosler es medida por dos hombres que apuntan los resultados en una tabla situada detrás de ella, estas medidas son luego comparadas con un conjunto de mediciones 'normales'. No podemos evitar ver en esta obra un crítica a la fórmula de Alberti de la que hablábamos con anterioridad, en esta obra no se intenta implantar un nuevo modo de ver el cuerpo femenino, si no que pone en evidencia como como son vistos los cuerpos de las mujeres dentro del patriarcado.

Las Guerrilla Girls es un colectivo anónimo de mujeres artistas, desarrollaron la mayor parte de sus actividades a finales de los ochenta y principios de los noventa. Durante sus apariciones públicas, las integrantes protegían su identidad tras mascarar de gorila, una de sus intervenciones consistió en colocar un cartel en frente de Museo Metropolitano donde podía leerse:

<sup>7</sup> BERGER, John, *Modos de ver*.

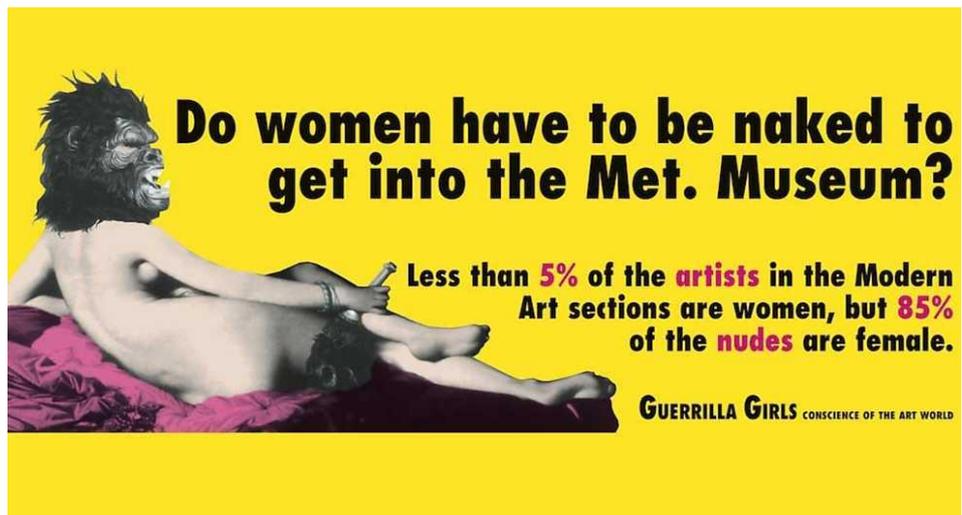
<sup>8</sup>

YOKOIGAWA, Miki, Tesis de Maestría: Idealidad y realidad en la representación del cuerpo femenino; algunos casos de arte contemporáneo, México, 2001

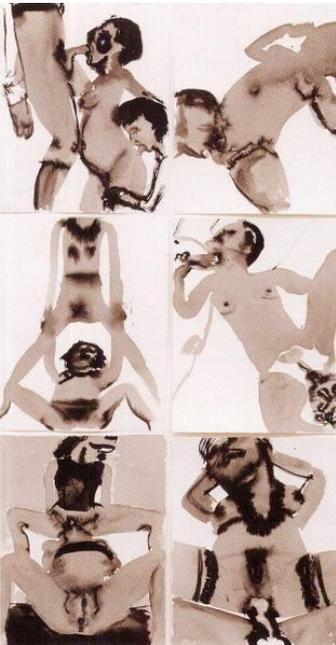
<sup>9</sup>

'¿Tienen las mujeres que ir desnudas para entrar en el Metropolitan Museum? Menos del 5% de los artistas en las secciones de Arte Moderno son mujeres, pero un 85% de los desnudos son femeninos.' Con esta obra manifestaban una crítica hacia las similitudes que guardaba el lenguaje publicitario, usando a la mujer como reclamo, con la representación de la mujer en el arte, siendo esta objeto de contemplación pero no sujeto creador.

**Fig.10** *Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum?*, Guerrilla Girls, 1989



**Fig.11** *Porno blues*, Marlene Dumas, 1993



Los años noventa fueron testigos de un renovado interés por el cuerpo como fuente artística, el cuerpo dejó de convertirse en un objeto fetichista de la mirada masculina para convertirse en algo que debía explorarse en toda su diversidad<sup>10</sup>. En contraste con el predominio de la fotografía que imperaba en el arte feminista muchas artistas retomaron los medios tradicionales, un ejemplo de ello es Marlene Dumas, con sus obras *Porno Blues* y *Porno as Collage*, investigó la interacción entre las revelaciones de las fotografías pornográficas y las ocultaciones del arte. Para la creación de esta serie Dumas utilizó fotografías sacadas de revistas pornográficas, el interés en esta obra es como a través de imágenes donde se hipersexualiza a la mujer Dumas busca ampliar las posibilidades de la pintura para representar el funcionamiento del deseo.

<sup>10</sup> RECKIT, Helena, *Arte y feminismo* P.156

## 4. PROCESO PICTÓRICO

### 4.1 REFERENTES

#### PICTÓRICOS

-Jenny Saville: (Cambridge, 1970) es una pintora inglesa, miembro del grupo Young British Artists. Su obra tiene influencia directa de artistas como Lucian Freud o Rubens. Se caracteriza por sus obras en gran formato de cuerpos femeninos desnudos con encuadres poco usuales, predominando los escorzos, donde centra la atención en las “imperfecciones” del cuerpo de la modelo, el cual llena todo el espacio del cuadro.

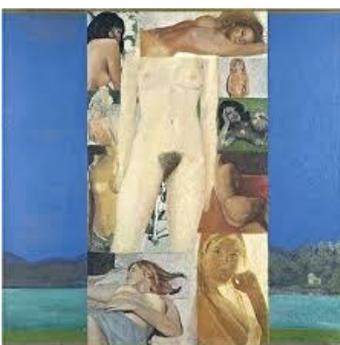
Se ha cogido como referente por su uso de modelos alejadas del estereotipo de belleza, por sus encuadres poco convencionales, así como por su pincelada expresiva aplicada en grandes manchas que se superponen unas a otras hasta crear el volumen. También nos interesaba su paleta de color con tonos muy saturados en las zonas a las que quiere dotar de protagonismo.

-Alicia Cavanaugh (American, 1973) es una pintora estadounidense, su obra se centra en la pintura con acuarela, la elección de Cavanaugh como referente se debe a aspectos meramente formales, como el uso que hace en sus obras de la acuarela, en las cuales va superponiendo manchas de acuarela de gran extensión y con mucha carga de agua para formar los volúmenes.

-Pauline Boutie: Fue la única mujer fundadora del movimiento Pop británico. Sus pinturas frecuentemente demuestran la alegría de una feminidad segura de sí misma y de su sexualidad y expresan una crítica abierta a ser mujer en un mundo gobernado por hombres. Su obra y su personalidad rebelde la convirtieron en un icono feminista en los años 70.

El interés por esta artista radica en su utilización de iconos populares y en sus collages donde, para representar a la mujer, recurría a imágenes sacadas de las revistas femeninas y pornográficas, las cuales luego usaba para realizar una crítica al papel de la mujer en la sociedad.

-Marlene Dumas: (Ciudad del Cabo, 1953) Es una pintora sudafricana la cual trabaja casi exclusivamente a partir de fotografías tanto propias como arrancadas de periódicos y revistas, esta es una de las razones por la cual nos interesó como referente, ya que en nuestra obra también se iba a trabajar exclusivamente a partir de imágenes fotográficas. Otro de los motivos por los que nos interesó Dumas es como trata su obra en la cual trabaja con la pintura



**Fig. 12.** Fotografía de *Branded*, Jenny Saville.

Fuente: Mutual Art

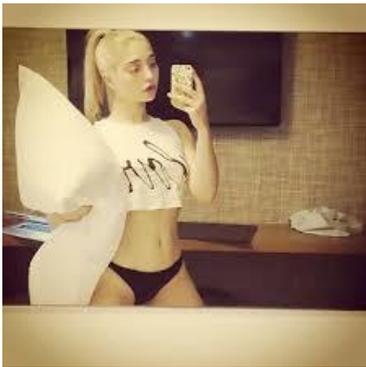
**Fig. 13:** Fotografía de *Steep*, St Louis, 2017.

Fuente: Alicia Cavanaugh

**Fig.14:** Fotografía de *It's a man's world*, 1965.

Fuente:Pauline Boty

muy diluida y con aguadas, lo que nos podía ayudar a buscar recursos formales a la hora de trabajar con la acuarela. Por último la escogimos como referente por su interés por el cuerpo femenino y la sexualidad como se puede ver en sus series 'Porno Blues' y 'Models'



**Fig.15.** Fotografía Instagram, Amalia Ulman. 2015

**Fig. 16.** Fotografía *Not enough*, Valencia, 2016 Fuente: Amalia Torres

## FOTOGRAFICOS

-Amalia Ulman. Es una artista argentina, sus prácticas artísticas incluyen performance, video y net-art. Se ha elegido a Ulman como referente por su proyecto 'Excelencias y perfecciones' el cual consistió en crear un alter ego en Instagram y representar tres de los estereotipos de mujer que predominan en la plataforma, su idea era confundir al mundo del arte y denunciar los estrechos estereotipos a los que se reduce a las mujeres.

-Cindy Sherman: Artista, fotógrafa, directora de cine estadounidense Al girar la cámara hacia sí misma, Cindy Sherman ha sido una de las fotógrafas más respetadas del siglo XX. A pesar de que la mayoría de sus fotografías son imágenes de ella, sin embargo, estas fotografías no son autorretratos. Sherman se utiliza a sí misma como un vehículo para una variedad de temas del mundo moderno: el papel de la mujer, el papel del artista y muchos más. A través de una serie de diferentes obras, Sherman ha planteado difíciles e importantes preguntas sobre el papel y la representación de las mujeres en la sociedad, los medios de comunicación y la naturaleza de la creación del arte.

## 4.2 ANTECEDENTES

Como ya se ha dicho anteriormente, este proyecto surge de trabajos anteriores en los que ya se había tratado como influyen los *mass media* en la perpetuación del ideal de belleza y como afectan a las mujeres. En dichos trabajos la atención no se centraba en las redes sociales si no en los complejos que este ideal causaba en las mujeres, con este planteamiento se realizaron trabajos para asignaturas como grafica experimental e interdisciplinar en la cual se realizaron monotipos y collages o Taller de pintura, en la cual se trató este tema en obras al óleo.

El cambio de orientación del trabajo y la decisión de centrarlo en las redes sociales surgió ante la preocupación de que las obras no reflejaran como los *social media* contribuían a la imposición del ideal, si no que reflejaran simplemente una inconformidad con el propio cuerpo por parte de un individuo concreto y no como parte de un problema que afecta a todo el género femenino.





**Fig.17** *Partes medidas*,  
Valencia, 2016.

Fuente: Amalia Torres



**Fig.18** *Partes defectuosas*,  
Valencia, 2016.

Fuente: Amalia Torres



**Fig. 19.** Fotografía de *Partes sobrantes*, Valencia, 2016  
Fuente: Amalia Torres

#### **4.2.1. Nunca suficiente. Obra anterior**



**Fig.20.** Fotografía *Inseguridad I y II*, Valencia, 2017

Fuente: Amalia Torres

Esta serie se comenzó en la asignatura Taller de pintura en ella empezó a surgir el interés por el ideal de belleza femenino y cómo repercute en la percepción que las mujeres tienen de sus cuerpos.

El trabajo consta de 5 piezas pintadas al óleo, las primeras obras tenían como referencia autorretratos fotográficos de la autora en los que destacaba las partes de su cuerpo con las que no estaba conforme, estas fotografías luego eran editadas mediante Photoshop para determinar el encuadre y la paleta de color.

Lo que se pretendía con esta serie era mostrar los complejos e inseguridades que el ideal puede causar en las mujeres y como una mujer cualquiera, como puede ser la autora, siempre tendrá alguna parte de su cuerpo la cual quiera modificar para ajustarse al canon.

Mientras desarrollábamos esta serie fuimos conscientes de que a pesar de que reflejaba las consecuencias que el ideal podía tener, utilizar a un solo individuo como referencia hacía que no se contemplara como un problema social ni ayudaba a entender que lo provocaba, en este punto empezamos a plantearnos el papel de los mass media y de las redes sociales en la perpetuación del ideal.

Esto provocó que acabará la serie con obras cuyo referente extraía de la red social Instagram. Y fueron estas obras las que dieron pie al trabajo aquí presente.



**Fig. 21** Fotografía *fat and proud*, Valencia, 2017



**Fig. 22** Fotografía de *EAT*, Valencia, 2016  
Fuente: Amalia Torres



**Fig. 23** Fotografía de *Calorias de hoy*, Valencia, 2017  
Fuente: Amalia Torres

### 4.3 BÚSQUEDA DE IMÁGENES A TRAVÉS DE *HASTAGS*

La búsqueda de las imágenes a representar se realizó mediante el uso de *hashtags* como ya se ha mencionado anteriormente, empezando por los *hashtags* más generales y evidentes como por ejemplo *#perfectbody* y *#beautifulbody* a partir de ahí se fue explorando por la interfaz *hashtags* relacionados con estos, ya que, cuando se hace una búsqueda de un *hashtag* la propia aplicación recomienda otros similares, así pues se fue navegando a través de estos con la intención de identificar los estereotipos predominantes y de elegir cuales se quería representar.

Con las primeras búsquedas ya se ponía en evidencia que el estereotipo predominante en la red era el ya mencionado anteriormente, una mujer joven, caucásica, delgada y atlética.

Sin embargo al explorar los *hashtags* seleccionados se determinó que existen tres tendencias predominantes, surgidas como consecuencia directa de la imposición de este ideal, en las cuales se pueden englobar estos *hashtags*: *Fitbody*, *thinspiration* y *bodypositive*.

*Fitbody*: Este es uno de los *hashtags* más utilizados, el movimiento *fit* tiene una gran visibilización en Instagram, hay millones de perfiles dedicados a ello en la red y la mayoría se caracterizan por subir imágenes de comida sana, rutinas de entrenamientos y *selfies* mostrando sus cuerpos para demostrar el resultado del ejercicio físico realizado. En este movimiento podemos incluir los perfiles dedicados al *#bodytransformation* que se dedican a subir imágenes del cambio

físico que experimentan personas gordas cuando adelgazan y las cuales se usan de motivación para este fin.

*Thinspiration*: Este término se utiliza sobretodo en imágenes de cuerpos delgados para servir de inspiración y motivación para adelgazar. Aunque Instagram prohibió la utilización de este *hashtag*, se sigue usando como *#thinspiration*, *#thinpo*, *#thinpiration*, entre otros y hay multitud de perfiles con este nombre en la aplicación. Además por lo que se pudo observar en la exploración este término es muy utilizado en perfiles que promueven la anorexia y la bulimia. Cabe destacar también que, así como el término *thinspiration* está prohibido, otros como anorexia o bulimia se pueden utilizar. En este grupo también se engloban las modas de adelgazamiento que surgen en Instagram, cada cierto tiempo en la aplicación se crea una nueva tendencia de este estilo, las cuales consisten en subir imágenes resaltando alguna parte del cuerpo con el fin de demostrar que se está delgada, algunos ejemplos son:

<sup>11</sup>

-*Collarbone challenge*: Consiste en intentar poner el mayor número de monedas posibles en hueco de la clavícula.

-*Thigh gap*: Fotografiarte con los pies juntos para que se vea el hueco que queda entre los muslos cuando estás muy delgada.

-*Abcrack*: Línea que aparece cruzando el abdomen, cuando se tiene poca grasa y una constitución propicia.

-*A4challenge*: Sujetar un folio en vertical a la altura de la cintura para demostrar que esta mide lo mismo que el ancho del folio.

*Bodypositive*: Este movimiento surge del rechazo a la imposición de un solo tipo de cuerpo, los perfiles que lo conforman se caracterizan por imágenes de mujeres que se salen del canon de belleza. Suelen centrarse en mujeres con un peso superior al aceptado socialmente y que muestran sus cuerpos como reivindicación. Dentro de este movimiento hay que destacar el uso del *hashtag* *#curvy* que hace referencia a una mujer más voluptuosa y con curvas, aunque empezó siendo un término utilizado para promover la aceptación de este tipo de cuerpo, por lo que se pudo observar en Instagram, parece estar imponiendo otro estereotipo dentro de las mujeres gordas. Dentro de este movimiento también se lucha por la aceptación de del vello femenino como una parte natural del cuerpo la cual no deberíamos centrarnos en eliminar o esconder, una parte más pequeña de este movimiento también intenta lograr que la menstruación femenina deje de ser un tabú social para ello realizan fotos de ropa interior manchada o de productos de higiene femenina ya utilizados.

---

<sup>11</sup> RAMIREZ, N, Marcar costillas en bikini y otras poses de moda en Instagram para amargarte el verano, *En: S Moda, El País, 2017*

Cuando ya había determinado los movimientos en los que iba a centrar mi atención hice una lista de los *hashtags* que iba a representar en cada una de las obras, la mayoría de los cuales ya se han mencionado anteriormente y que son:

*#fitbody*  
*#transformationbody*  
*#collarbonechallenge*  
*#thighgap*  
*#Abcrack*  
*#A4challenge*  
*#healthyfood*  
*#anorexic*  
*#thinspiration*  
*#essenaOneil*  
*!# bodypositive*  
*#curvy*  
*#hairbody*  
*#menstruation*  
*#bodyshaming*  
*#stopbodyshaming*

Para escoger las imágenes se iban a representar se buscó nuevamente cada hashtag y se fueron seleccionando las imágenes que se consideraban más representativas de cada uno de ellos, esta búsqueda no se limitó solo a las imágenes que contuvieran dicho hashtags sino que también se recopilaban imágenes, encontradas mediante la exploración de perfiles de usuarios, que aunque no lo contuvieran eran representativas de este. Para la elección de estas imágenes también se tuvo en cuenta aspectos como la iluminación, el encuadre, la composición y el texto que los usuarios adjuntaban con la imagen. Cuando ya se hubieron recopilado una cantidad suficiente de imágenes se procedió a la selección de una imagen por hashtag que sería la que posteriormente se representaría en la obra.



**Fig24.** Ejemplo imágenes seleccionada para el hashtag *#anorexic*



**Fig.25** Boceto previo de la obra #Transformationbody, Valencia, 2018

Fuente:Amalia Torres

#### 4.4 DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y PROCESUAL DEL PROYECTO

Para el desarrollo de la obra plástica, una vez seleccionadas las fotografías de referencia, se han seguido tres pasos: pintura con acuarela, edición digital e impresión.

La primera fase de la obra plástica fue la realización de una serie de 20 acuarelas. La decisión de utilizar la acuarela como medio se debió a su inmediatez, ya que se quería realizar una importante cantidad de obras en un tiempo limitado, también a preferencias de la autora que ya había trabajado esta técnica en diferentes asignaturas como Pintura II, Retrato, Figura y espacio y Procesos creativos y técnicas del dibujo, en todas ellas había tenido la oportunidad de trabajar la figura femenina con este medio.

La otra razón para usar acuarelas en lugar de tratar directamente las fotografías, era la intención de crear un contraste entre la obra plástica y los elementos digitales que se añadirían posteriormente, al trasladar esas imágenes creadas para un ámbito concreto como es Instagram al papel, a través de un medio tan delicado como puede ser la acuarela, obligaba al espectador a prestar atención a esa imagen fuera de su contexto original. En una red social como esta, los usuarios se ven bombardeados por cientos de imágenes cada vez que la utilizan, provocando que no tengan una actitud crítica hacia a estas. Representando estas imágenes a través de acuarela se incita a parar y observar la imagen para dar oportunidad de reflexionar sobre ella.

Se decidió utilizar un formato reducido por motivos prácticos, el primero fue la falta más tiempo para realizar la obra, mayor comodidad de transporte y conservación y por último que el escáner del que se disponía era un tamaño A4 por lo que un tamaño mayor habría dificultado su digitalización. También se decidió conservar el formato cuadrado, tan característico de la red social, en aquellas obras en las que se utilizaba de referencia imágenes extraídas de dicha red.

Dado que las imágenes ya habían sido seleccionadas y que no interesaba alterar la composición de estas, la atención de la autora se centró en la gama cromática que utilizaría para cada una de ellas.

Después de probar distintos papeles se decidió utilizar papel Canson para técnicas mixtas de 370 gr, por su versatilidad para utilizar diferentes técnicas si fuera necesario y porque dado su alto gramaje soportaba muy bien la cantidad de agua con la que se trabajaba.

En todas las obras se siguió una metodología similar a la hora de abordar la imagen, el primer paso era un encuadre a lápiz grafito HB, este encuadre servía



**Fig.26** Acuarela de *#thinspiration*, Valencia, 2018.  
Fuente: Amalia Torres

para controlar las proporciones y situar en el papel los elementos principales. El segundo paso era la selección de un color frío, el cual variaba según la gama cromática de cada obra, con el cual se daba la primera capa de color en las zonas de sombra, en esta primera capa el color se utilizaba muy diluido. Esta primera capa de un mismo tono ayudaba a tener claros los volúmenes principales, así como a dar un subtono frío a las zonas de sombras. Una vez seca la primera capa, se daba una segunda con un tono medio el cual se daba a toda la figura menos a las zonas de máxima luz, esta capa servía para darle un tono general a la figura. A partir de aquí la imagen se iba tratando por partes mezclando las pinceladas en seco con el trabajo en húmedo, superponiendo capas de color transparentes para llegar a los tonos más oscuros y para dar forma a los volúmenes.

La paleta de color que se utilizaba en cada obra se decidía con anterioridad, aunque podía variar según avanzaba el proceso por necesidades de la obra.

Una vez acabadas se procedía a escanearlas con el objetivo de poder tratarlas con Photoshop, esta decisión respondía al deseo de integrar el formato de Instagram, su iconografía y comentarios que otros usuarios escribían en algunas de las publicaciones utilizadas en el trabajo, estos elementos ayudaban a dotar de significado a las obras que así lo precisaban.

Las obras creadas anteriormente con acuarela junto con la iconografía y formato característico de Instagram generan un discurso que invita al espectador a establecer una actitud crítica con la imagen observada. La intención de la autora era incitar a la reflexión no dar respuestas al espectador por lo que en la obra solo se integraron textos e iconografía encontrados en la red social y no creados por la autora, estos elementos se extraían de la red a través de capturas de pantalla realizadas con el teléfono móvil. La mayoría de los elementos se seleccionaron por el texto que contenían y por la significación de la que dotaban a la obra, otros se escogieron por motivos meramente compositivos.

Para la integración de estos se tenía en cuenta la composición y el valor que daban a la imagen, por ello en algunos casos se han superpuesto y en otras se ha realizado un collage digital para integrarlos.

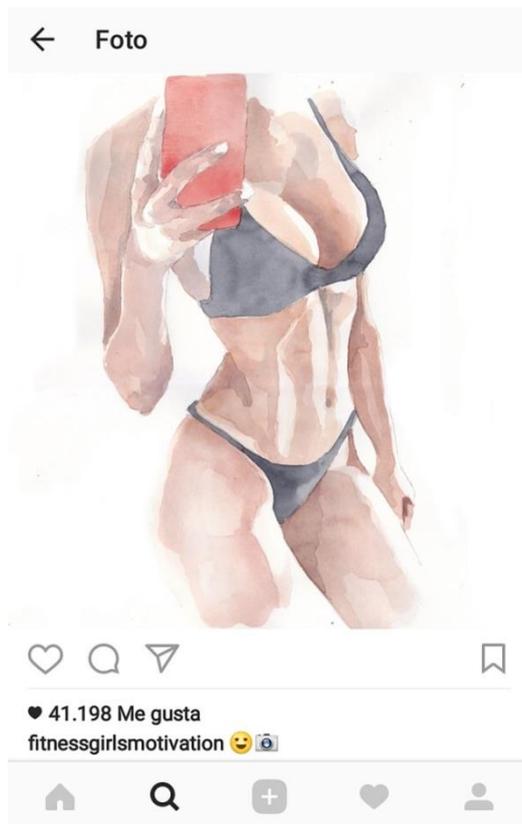


**Fig. 27** Original *#Essenaonell*, Valencia, 2018.  
Fuente: Amalia Torres

## 5.OBRA FINAL

Para la realización de la obra final se dividieron las obras en los grupos mencionados anteriormente *#perfectbody*, *#thinspiration* y *#bodypositive*, esta división nos ayudó a planificar el trabajo y a ordenar los *hashtags* seleccionados para dotar a la serie de una narrativa, pese a que están divididos en tres grupos algunas de las obras no corresponderían a ninguno y otras en cambio podrían estar en todos ellos, esta división es por una cuestión meramente práctica.

### 5.1 #PERFECTBODY



**Fig.28** *#perfectbody*, Valencia, 2018  
Fuente: Amalia Torres



**Fig.29** *#transformationbody*, Valencia, 2018  
Fuente: Amalia Torres



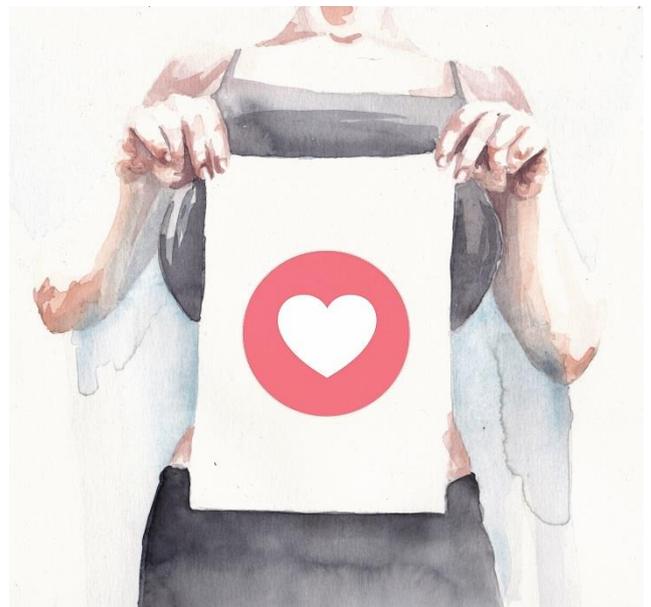
**Fig.30** #collarbonechallenge, 2018  
Fuente:Amalia Torres



**Fig.31.** #highgap,2018  
Fuente:Amalia torres



**Fig.32** #Abcrack, 2018  
Fuente:Amalia Torres



**Fig.33** #A4challenge  
Fuente: Amalia Torres



**Fig.34** #Skincareerutine, 2018 Fuente:Amalia Torres



**Fig.35** #Complejos ,Valencia,2018. Fuente:Amalia Torres

## 5.2 #THINSPIRATION

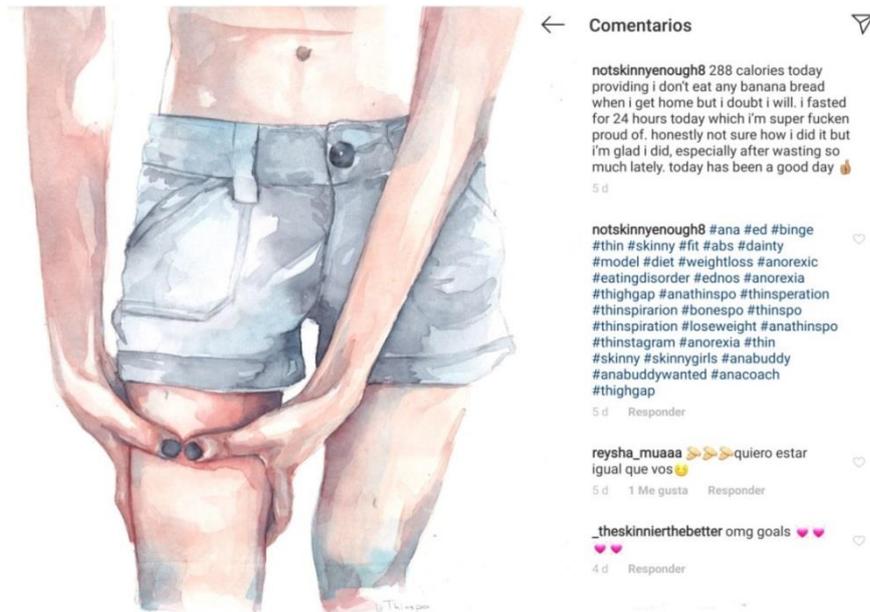


Fig 36 #thinspiration I, 2018 Fuente:Amalia Torres



Fig.37 #thinspiration II, 2018 Fuente:Amalia Torres



Fig.38 #EssenaOneil, 2018 Fuente:Amalia Torres



Fig.39 Essena O'neil, 2018 Fuente:Amalia Torres



Fig.40 #Healthyfood, 2018 Fuente:Amalia Torres



Fig.41. #Anorexic, 2018 Fuente: Amalia Torres

### 5.3 #BODYPOSITIVE



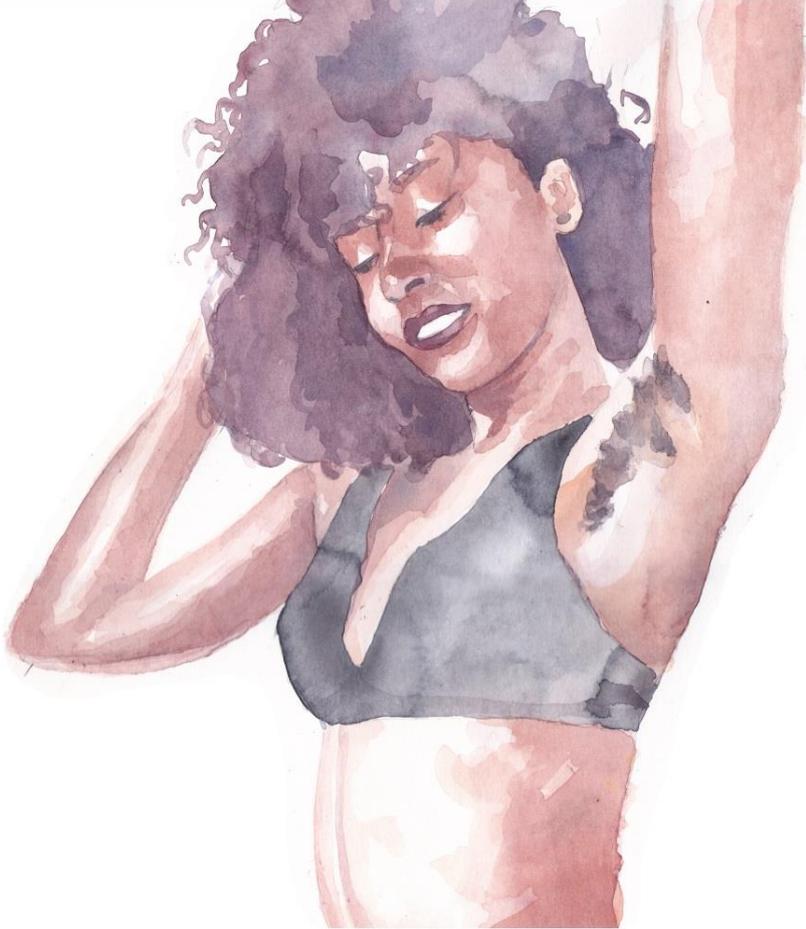
**Fig. 42** *#bodypositive*, 2018  
Fuente:Amalia Torres



**Fig.43** *#curvy*, 2018  
Fuente:Amalia Torres

← Publicaciones destacadas  
#bodyhair

 mermaidcocoa • [Seguir](#)



♡ 💬 📍 📌

280 Me gusta  
mermaidcocoa Throwback to that day I was pretty lol  
#lesprincessesontdespoils #poual #hot... y más  
Ver los 39 comentarios  
auror.e @mermaidcocoa mdrrr en profite pas trop  
pour me traiter de chien toi 😂

Fig.44 #bodyhair ,2018 Fuente:Amalia Torres



Fig.45 #menstruation, 2018 Fuente:Amalia Torres

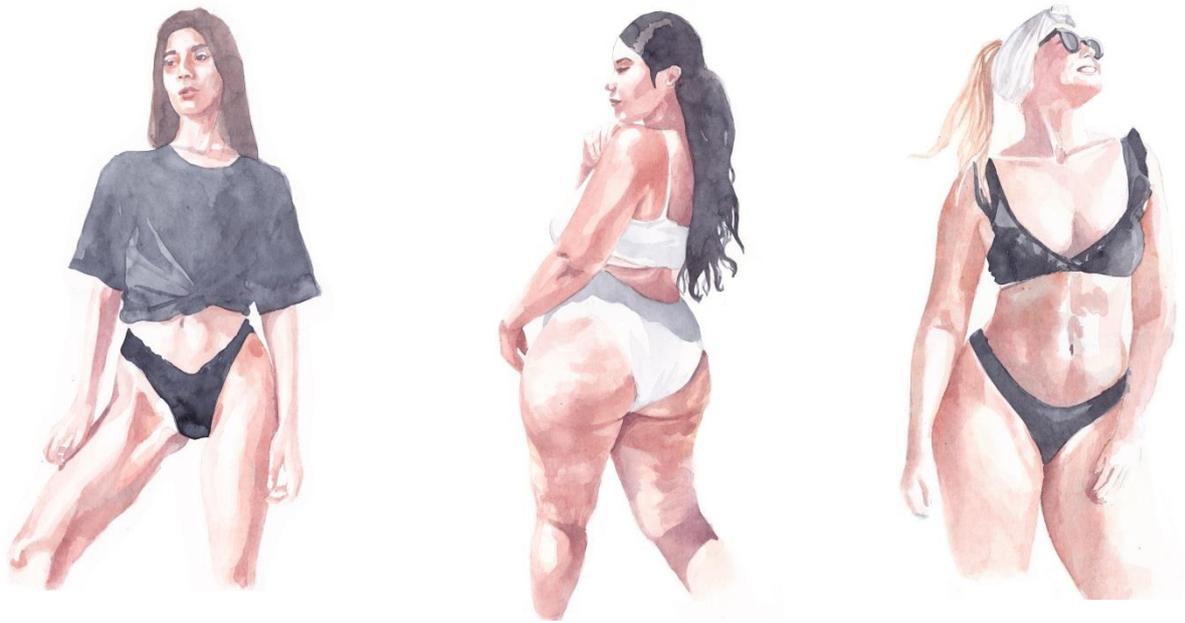


Fig. 46,47 y 48 #bodyshaming I,II y III,2018 Fuente: Amalia Torres



Fig.49 #stopbodyshaming,2018 Fuente:Amalia Torres

## 6. PROYECTO EXPOSITIVO

En vistas a una posible exposición de la obra se ha realizado una simulación de cómo quedaría la obra expuesta en la sala Josep Renau en la Universidad Politécnica de Valencia. Para esta simulación la parte más importante a tener en cuenta ha sido el orden las obras, el concepto que se ha utilizado para determinarlo se ha basado en el funcionamiento de Instagram y como una mujer cualquiera podría interactuar con la red.

Así pues se ha creado un viaje metafórico en el cual se van pasando por todos los hastags elegidos, partiendo del ideal más absoluto (*#perfectbody*) que puede llevar al deseo de alcanzarlo (*#tntninspiration*) se va avanzando hacia las consecuencias que este puede llegar tener (*#anorexic*) y como gracias al movimiento *#bodypositive* se pueden superar y afrontar que no existe un tipo de cuerpo ideal.





## 7. CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se han cumplido en gran parte los objetivos que se planteaban al comienzo del proyecto, hemos podido ver como el ideal de belleza va evolucionando y como los medios de comunicación de masas contribuyen a crearlos y perpetuarlos y la influencia que tiene la publicidad a la hora de crear patrones a seguir por la sociedad.

También hemos tratado de averiguar si las redes sociales siguen perpetuando este ideal y que mecanismos usan para hacerlo, llegando a la conclusión de que efectivamente se crean cánones de belleza en ellas además de toda una serie de tendencias que los perpetúan o que por el contrario se oponen a este. Además estos cánones son creados por los propios usuarios de la red, aunque la publicidad también está presente en las redes.

Gracias a la breve revisión de la historia del arte que realizamos a través de libros como *'Ways to seeing'* o *'El desnudo: arte, obscenidad y sexualidad'* hemos podido indagar en la representación de la mujer en el arte, en conceptos, antes desconocidos para nosotros, como el cuerpo femenino enmarcado o la diferencia entre desvestido y desnudo, estos conceptos nos han ayudado a la hora de realizar la obra en la cual se ha tratado de huir de esta visión de la mujer en la cual se la pinta para que sea mirada por el género masculino.

También hemos visto como la imagen de la mujer en el arte varía según la época, lo cual reforzó nuestra idea de que para reflejar los ideales de belleza actuales había que buscar las imágenes de referencia en la red social *Instagram*, ya que esta es la más utilizada actualmente por la población más joven.

Este trabajo también nos ha dado la oportunidad de crear una metodología propia para la búsqueda de las imágenes que posteriormente se han representado en la obra, esta recopilación de imágenes nos ha permitido establecer cual eran las características principales de cada *hashtag* y así ayudarnos a seleccionar la imagen más representativa.

En cuanto al proceso pictórico hemos logrado realizar una serie que refleja los modelos de belleza que predominan en la red y hemos aplicado los conocimientos adquiridos en el grado mediante ilustraciones realizadas con acuarela.

Esta selección de imágenes pretende incitar al espectador a reflexionar sobre ellas y a ser crítico con las imágenes que consume en las redes. Este fin se ha intentado lograr a partir de las imágenes seleccionadas para representar y su posterior edición digital, así como con los títulos de las obras correspondientes al *hashtag* que representa.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- BERGER, John, *Modos de ver*, GUSTAVO GILI, 2000, ISBN 9788425218071
- BORNAY, Erika, *Arte se escribe con M de mujer*, SD EDICIONS, 2010, ISBN 9788492607228
- CLARK, Kenneth, *El desnudo: estudio de la forma ideal*, ALIANZA EDITORIAL (España), 2006, ISBN-9788420670188
- ECO, Umberto, *Historia de la belleza*, LUMEN, 2004, ISBN 9788426414687
- FRIEDMAN, Betty, *La mística de la feminidad*, CATEDRA, 2016
- MONSORIU FLOR, Mar, *Diccionario web 2.0: Todos los términos que se necesita conocer sobre las redes sociales*.
- NEAD, Lynda, *El desnudo femenino: arte, obscenidad y sexualidad*, TECNOS, 2013, ISBN- 9788430958023
- RECKITT, Helena, *Arte y feminismo*, PHAIDON PRESS LIMITED, 2005, ISBN: 9780714898360
- WOLF, Naomi, *The beauty myth: How images of beauty are used against women*, HARPERCOLLINS PUB, 2002
- WOOLF, Virginia. *Una habitación propia*, AUSTRAL, 2016
- ARANBARRI URDANGARIN, Garazi, *Cosificación de las adolescentes en las redes sociales* [Trabajo final de master] País Vasco, Universidad del País Vasco, 2015
- HERRERO, Carmen, *Mujer y medios de comunicación: Riesgos para la salud* [Trabajo final de master] Sevilla, Universidad de Sevilla, 2005
- GAYET, Javier, *Del espejo al sensor* [Proyecto final de master] Valencia, Facultad de bellas artes San Carlos, UPV, 2013
- GARCÍA CLEMENTE, M, *El desnudo femenino: Ruptura de límites, pornografía y feminismo*. [Proyecto final de Master] Valencia, Facultad bellas artes San Carlos, 2015
- YOKOIGAWA, Miki, *Idealidad y realidad en la representación del cuerpo femenino; algunos casos de arte contemporáneo* [Tesis de maestría] Mexico, 2001
- Marcelino Mercedes, G. V. (2015): *Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración*, Icono 14, volumen (13), pp. 48-72. doi: 10.7195/ri14.v13i2.821

PLAZA MORALES, Maria, *Del consumo de objetos a objetos de consumo* [Proyecto final master] Valencia, Facultad de Bellas artes San Carlos, 2011

## 9. INDICE DE IMÁGENES

**Fig.1** Imagen de los primeros apuntes sobre los *hashtags*

**Fig 2.** Imagen de un boceto descartado.

**Fig.3.** Fotografía sufragistas, Nueva York.

**Fig. 4.** Fotografía de Marilyn Monroe.

**Fig. 5.** Fotografía de Bella Hadid en el desfile de Victoria's Secret, Los Angeles, 2017.

**Fig. 6 .**Fotografía *La gran odalisca*, Óleo sobre lienzo. Jean Auguste Dominique Ingres

**Fig.7.** Portada revista Maxim.

**Fig.8** *Lisa Lyon*, Robert Mapplethorpe, 1980

**Fig.9** '*Bandera Roja*' Judy Chicago, 1976

**Fig.10** *Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum?*, Guerrilla Girls, 1989

**Fig.11** *Porno blues*, Marlene Dumas, 1993

**Fig. 12.** Fotografía de *Branded*, Jenny Savile. Fuente: Mutual Art

**Fig. 13:** Fotografía de *Steep*, St Louis, 2017. Fuente: Alicia Cavanaugh

**Fig.14:** Fotografía de *It's a man's world*, 1965. Fuente: Pauline Boty

**Fig.15.** Fotografía Instagram, Amalia Ulman. 2015

**Fig. 16.** Fotografía *Not enough*, Valencia, 2016 Fuente: Amalia Torres

**Fig.17** *Partes medidas*, Valencia, 2016. Fuente: Amalia Torres

**Fig.18** *Partes defectuosas*, Valencia, 2016. Fuente: Amalia Torres

**Fig. 19.** Fotografía de *Partes sobrantes*, Valencia, 2016 Fuente: Amalia Torres

**Fig.20** Fotografía *Inseguridad I y II*, Valencia, 2017 Fuente: Amalia Torres

**Fig.21** Fotografía *fat and proud*, Valencia, 2017

**Fig.22** Fotografía de *EAT*, Valencia,2016

Fuente:Amalia Torres

**Fig.23** Fotografía de *Calorias de hoy*, Valencia, 2017 Fuente:Amalia Torres

**Fig.24.** *Ejemplo imágenes seleccionada para el hashtag #anorexic*

**Fig.25** Boceto previo de la obra *#Transformationbody*, Valencia, 2018

Fuente:Amalia Torres

**Fig.26** Fotografía del original de *#thinspiration*, Valencia,2018. Fuente:Amalia Torres

**Fig. 27** Fotografía del original de *#complejos*, Valencia,2018. Fuente:Amalia Torres

**Fig.28** *#perfectbody* ,Valencia,2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.29** *#ltransformationbody*, Valencia,2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.30** *#collarbonechallenge*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.31.** *#thighgap*,2018 Fuente:Amalia torres

**Fig.32** *#Abcrack*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.33** *#A4challenge* Fuente: Amalia Torres

**Fig.34** *#Skincarerutine*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.35** *#Complejos* ,Valencia,2018. Fuente:Amalia Torres

**Fig 36** *#thinspiration I*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.37** *#thinspiration II*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.38** *#EssenaOneil*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.39** *Essena O'neil*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.40** *#Healthyfood*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.41.** *#Anorexic* , 2018 Fuente: Amalia Torres

**Fig 42***#bodypositive*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.43** *#curvy*, 2018 Fuente:Amalia Torres

**Fig.44** *#bodyhair* ,2018 Fuente:Amalia Torres

Fig.45 #menstruation, 2018 Fuente:Amalia Torres

Fig. 46,47 y 48 #bodyshaming I,II y III ,2018 Fuente: Amalia Torres

Fig.49 #stopbodyshaming,2018 Fuente:Amalia Torres

## 10. GLOSARIO

-*App*: (Aplicación en español) es un programa que puede ser instalado en dispositivos móviles y ordenadores para que el usuario realice distintos tipos de tareas, como por ejemplo descargar archivos multimedia, retocar fotografías, etc.

-*Hashtag*: Etiqueta de usada en redes sociales como Twitter o Instagram para clasificar las publicaciones por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (#) delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario

-*Microblogging*:Es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente de texto aunque también pueden incluir contenido multimedia, es muy utilizado en muchas redes sociales como Tumblr o Twitter.

-Perfil: Datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.

-*Selfie*: Es un término inglés que se utiliza como sinónimo de autofoto o autorretrato. Se trata de una práctica que aunque tiene más de un siglo de antigüedad, gana popularidad con la aparición de las redes sociales.

-Seguidor: También llamado *follower* en muchas redes sociales. Persona que se suscribe a un perfil para estar al tanto del contenido que se comparte en él. Esta suscripción no es necesariamente recíproca.

-*Thinspiration*: Es un acrónimo que surge de la unión de las palabras inglesas *thin*(delgado) e *inspiration* (inspiración). Se utiliza para denominar a personas que sirven de inspiración para adelgazar, es un término muy utilizado en webs y redes sociales frecuentados por personas con trastornos alimenticios como la anorexia o la bulimia.

-Usuario: Persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social. El usuario puede acceder a ella con su propio nombre o mediante un alias, aunque con la revolución de la Web 2.0 se aprecia un cambio en el que los usuarios se identifican con nombres reales. En las redes sociales como Twitter o Instagram la cuenta y perfil adoptan el nombre real, pero sus miembros utilizan un nombre de usuario que puede ser diferente, similar o idéntico a su nombre real, y que, además, añade delante de éste el símbolo @.

*Gif:* GIF es el acrónimo de las siglas en inglés de Graphics Interchange Format y no es más que un formato de compresión de imagen limitado a 256 colores, los archivos tipo GIF utilizan un algoritmo de compresión de datos que está patentado y se considera que, por ejemplo, este tipo de archivos es mejor para imágenes gráficas, en vez del JPG, que es mejor para fotografías. Este término también es usado coloquialmente para referirse a las imágenes, muy utilizadas en internet y redes sociales, animadas.

## ANEXO

### Moda Fit

<http://rouge.perfil.com/2016-01-16-76027-chicas-fit-comparten-dietas-y-ejercicios-y-son-la-nueva-sensacion-de-las-redes-sociales/>

<http://sudcalifornios.com/secciones/ejercicio-y-nutricion/item/ejeri>

### Modas adelgazamiento Intagram:

[https://www.eldiario.es/consumoclaro/cuidarse/Bikini\\_bridge-thight\\_gap-diastrama-ninfoplastia-himenoplastia-ab-crack-vaginal\\_tightening\\_0\\_550845374.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/cuidarse/Bikini_bridge-thight_gap-diastrama-ninfoplastia-himenoplastia-ab-crack-vaginal_tightening_0_550845374.html)

### El caso de Essena O´neil:

[https://elpais.com/elpais/2015/11/03/estilo/1446547570\\_629565.html](https://elpais.com/elpais/2015/11/03/estilo/1446547570_629565.html)

[http://cadenaser.com/ser/2016/12/28/gente/1482925992\\_455790.html](http://cadenaser.com/ser/2016/12/28/gente/1482925992_455790.html)

### Thinspiration:

[https://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/thinspiration-thinspo-anorexia-bulimia-internet-Twitter\\_0\\_399310527.html](https://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/thinspiration-thinspo-anorexia-bulimia-internet-Twitter_0_399310527.html)

<https://www.theodysseyonline.com/the-world-of-thinspiration>

<http://nelsoggetto.site/salud/el-thinspiration-epidemia.php>

