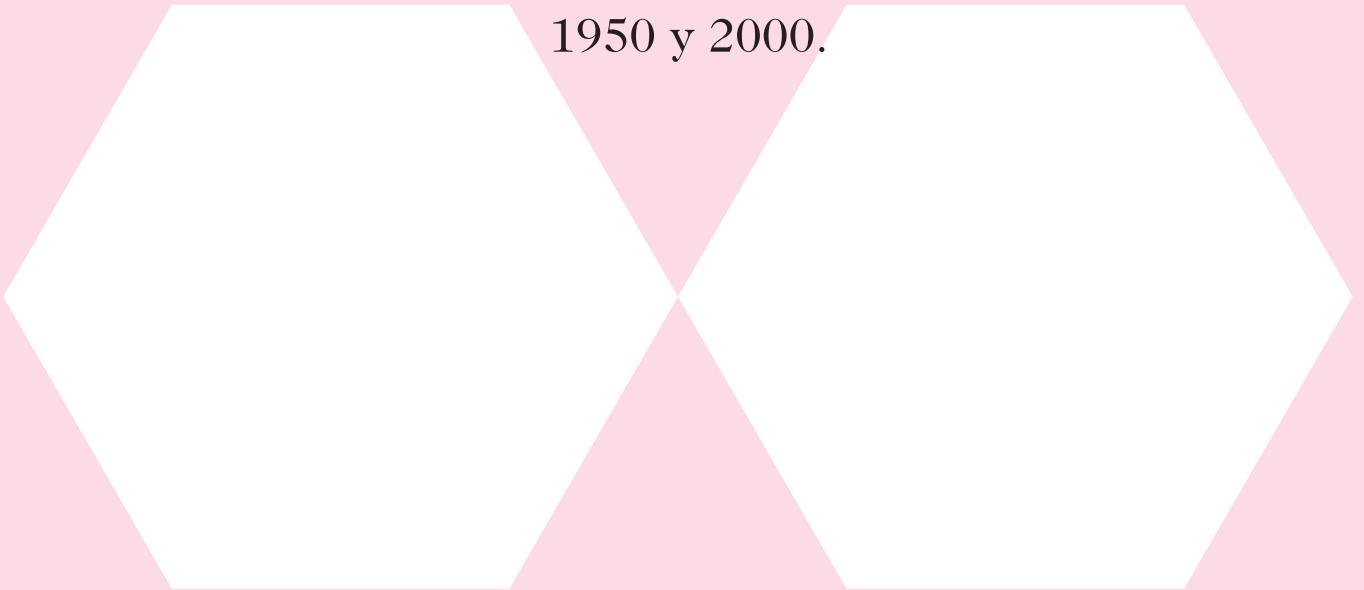


**María Etcheverrito
Magdalena Mazzella
Tesis de grado
EUCD - FADU - UDELAR**

Cuerpos contextuales

Análisis de los cambios en los ideales corporales femeninos a través de la recopilación de las modificaciones en los diseños de soutiens y las variaciones en la imagen de las actrices icónicas del cine americano entre los años 1950 y 2000.





**Escuela Universitaria
Centro de Diseño**



**Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo**
UDELAR



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY**

*Universidad de la República
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Escuela Universitaria Centro de Diseño*

Cuerpos contextuales.

Análisis de los cambios en los ideales corporales femeninos a través de la recopilación de las modificaciones en los diseños de soutiens y las variaciones en la imagen de las actrices icónicas del cine americano entre los años 1950 y 2000.

*Estudiantes: **María Etcheverrito y Magdalena Mazzella***

Tesis de grado

Carrera: Diseño Industrial perfil textil e indumentaria.

Plan 2003- FADU Udelar

Tutor: Roberto Langwagen

Tribunal: Daniel Díaz y Fernando Escuder

Montevideo, diciembre de 2019

Índice

9. Resumen

11. Introducción

17. Objetivos

19. Metodología

- 19. *Fase 1. Lectura y selección*
- 20. *Fase 2. Consulta*
- 21. *Fase 3. Armado de cronología*
- 21. *Fase 4. Producto: pieza comunicacional y reflexiones*

23. Capítulo 1.

Cronología de los pechos femeninos de 1950 a 2000

- 26. *Antecedentes*
- 28. *Década del cincuenta. Volver a empezar, la mujer maternal*
- 32. *Década del sesenta. Liberación*
- 36. *Década del setenta. Cuerpo natural moldeado por ejercicio*
- 38. *Década del ochenta. Mujeres independientes*
- 40. *Década del noventa. Culto a la juventud*
- 42. *Actualidad*

45. Capítulo 2.

Marco teórico

- 49. *Construcción social del cuerpo*
- 51. *Imitación de modelos*
- 54. *Cine mainstream: Hollywood*

57. Capítulo 3.

Resultados de la investigación y su análisis

- 65. *Cuerpo biológico y cuerpo social*
- 67. *Sobre los métodos de control del cuerpo*
- 68. *Referentes*
- 70. *Rol del diseñador respecto al cuerpo de la mujer*
- 72. *El audiovisual vinculado al ideal*
- 73. *Diseño de autor*
- 74. *Cultura mainstream*

77. Capítulo 4.

Conclusiones

- 79. *Ideales contextuales*
- 80. *Identidad*
- 80. *Diseño*
- 81. *Referentes*

84. Lista de términos

86. Referencias bibliográficas

93. Anexos

Resumen

El presente trabajo recopila los ideales corporales femeninos de las últimas cinco décadas del siglo XX, representados en las imágenes de actrices icónicas del cine *mainstream* americano y acompañados por los cambios en el diseño del *soutien* como prenda íntima simbólica.

Como resultado de esta recopilación, se exponen piezas gráficas, imágenes y cuadros comparativos que son utilizados como material para reflexionar, interpolando conceptos sobre el cuerpo femenino y su construcción social propuestos por antropólogos, sociólogos y filósofos como Daniel Vidart, Annabella Loy, Alejandra Vitale, Paula Croci, Joanne Entwistle, Verónica Massonnier, Susana Saulquin y Frédéric Martel.

Introducción

Este trabajo se desprende de la inquietud de dos estudiantes de diseño textil que, durante los cuatro años de carrera, al trabajar sobre maniqués de medidas estándar, sentimos la necesidad de investigar el motivo por el cual debíamos adaptar los diseños a esas medidas y proporciones. Entendemos necesaria la aclaración ya que el documento tiene, como consecuencia, reflexiones y conclusiones con una impronta femenina.

El objeto de estudio central son los ideales corporales femeninos y, para un trabajo de egreso de futuras diseñadoras, consideramos pertinente analizarlo mediante la elección de una prenda de indumentaria, por lo que el desarrollo del trabajo es acompañado por las transformaciones que ha atravesado el soutien entre 1950 y 2000.

La elección de esta prenda no es azarosa. Por el contrario, observamos que posee dos características fundamentales para que su estudio sea propicio al análisis de los ideales corporales femeninos. Por un lado, es una prenda de uso exclusivamente femenino, lo que direcciona el trabajo enfocándolo en el género a abordar. Por otro lado, su valor simbólico es indisoluble del que socialmente es adjudicado a los pechos femeninos, zona del cuerpo que el *soutien* cubre y, por lo tanto, a la que se encuentra íntimamente vinculado. En este sentido, repasamos a continuación algunas referencias que aportan información sobre la importancia social del pecho femenino.

La primera cuestión a considerar es la del pecho como fuente inicial de alimento, como órgano fundamental para la supervivencia del niño. El psicoanálisis le da un valor que excede lo puramente nutricional, al designar al pecho femenino como primer objeto sexual: a la función alimenticia agrega el placer sexual, ya que es a este órgano al que quedan asociadas las primeras experiencias de satisfacción. Para esta disciplina, la vida sexual del ser humano (y, por consiguiente, el erotismo) comienza a gestarse en los primeros tiempos del vínculo del bebé con la madre.

A su vez, el pecho femenino y el *soutien* que lo acompaña han sido utilizados como símbolo en más de una ocasión en la historia feminista. Un claro ejemplo de esto es la famosa quema de *soutiens* en la década del sesenta, que explicaremos más adelante.

Si bien a lo largo del trabajo es mencionado el papel del feminismo como movimiento social que generalmente cuestiona los ideales corporales femeninos, no se cuenta entre los objetivos de este análisis un abordaje exhaustivo de ese fenómeno, ya que excedería los propósitos de este trabajo.

El recorte temporal fue establecido luego de relevados los cambios en los ideales corporales en el siglo XX. Fue necesario acotar el período de tiempo a estudiar para que resultara abarcable en un trabajo de esta índole.

El comienzo de la investigación en la década del cincuenta se debe a que esos años estuvieron caracterizados por el denominado *new look*, de Christian Dior, que es considerado como un momento revolucionario en la moda. Este movimiento originado por el diseñador francés fue crucial para el objeto de estudio de este trabajo: implicó un cambio de silueta, claramente asociado a hechos sociales y económicos

de la época. Lo significativo de este hecho es que fue considerado como hito desde el mismo momento en que sucedió, es decir, luego de presentada la colección en cuestión, los críticos y comentaristas de moda inmediatamente identificaron la nueva silueta como un cambio necesario para el momento sociocultural en el que se encontraban.

La década del cincuenta está marcada también por el gran crecimiento que tuvo la industria cinematográfica en Estados Unidos, algunos historiadores llaman la “época dorada” (*Golden Age*) al período que transcurre entre los años veinte y los sesenta (coincidiendo con el cine sonoro y teniendo su mayor desarrollo a mediados del signo XX), haciendo hincapié en los treinta y cuarenta, este crecimiento dejó un terreno favorable para la industria cinematográfica y, a su vez marcó el comienzo de la influencia de sus actrices, en la construcción de ideales corporales femeninos.

Comienzan a aparecer las primeras mujeres icónicas del *entertainment*. Es a través de la observación y el análisis de su silueta que se presenta, a lo largo de este trabajo, una investigación sobre los cambios en los ideales corporales de cada década hasta el 2000.

Se acompaña este recorrido histórico por los ideales corporales con imágenes de aquellas actrices más influyentes en las distintas décadas. Entendemos que una representación gráfica ayudará al lector a tener una referencia visual de lo analizado.

Se eligieron actrices icónicas porque son quienes pueden ser entendidas como agentes que transmiten los ideales en cada década y actúan como intermediarias entre lo ficticio y lo real, representando así con su cuerpo lo que se es y lo que se aspira a ser.

La elección de actrices icónicas del cine americano es una decisión atravesada por nuestra generación en la que, desde niñas, el cine masivamente consumido proviene en su mayoría de esta gran industria conocida como Hollywood. Esta decisión se apoya en el concepto de cultura mainstream, desarrollado en el capítulo correspondiente al marco teórico, en el que se hace referencia a la masividad que adquiere la cultura del entretenimiento estadounidense en el siglo XX y a cómo esta se vuelve dominante a escala global.

La recopilación mencionada se utiliza para reflexionar, teniendo como guía las siguientes preguntas:

- ¿Qué cambios han sufrido los ideales corporales en las últimas cinco décadas del siglo XX?
- ¿Cómo se reflejan esos cambios en los *soutiens* utilizados y en las actrices estadounidenses icónicas de cada década?
- ¿En qué medida el ideal corporal proyectado mediáticamente a través de las actrices representa los cuerpos de las mujeres de su época y en qué medida los fuerza a seguir su ejemplo?
- ¿Cómo intervienen los diseñadores en estos procesos?

El trabajo comienza con la recopilación referida, a la que llamamos *cronología de los pechos femeninos*, mediante la cual se muestran los distintos ideales corporales por década, desde 1950 hasta el año 2000. El desglose en décadas brinda una aproximación ordenada y cronológicamente abordable, y facilita la construcción de hipótesis y conclusiones sobre los cambios identificados.

Para cada década, se hace una breve descripción del ideal de cuerpo femenino, se analiza qué tipo de *soutien* acompañaba esos cuerpos y se identifica un ícono femenino de referencia en el cine estadounidense. Para elaborar la cronología, se utilizaron como referencias bibliográficas principales *Un siglo de lencería* (Bressler, Newman y Proctor, 1999) y *Lingerie: A lexicon of style* (Cox, 2001), además de información hallada en la web y una entrevista a la docente de Historia de la Moda Graciela Ortega.

Además de la morfología del cuerpo ideal de cada época y la ropa interior que acompaña estas formas, en la cronología se releva una breve reseña de contexto político, económico y social de cada década, con el fin de facilitar el entendimiento y la reflexión.

En el capítulo 2, que presenta el marco teórico utilizado, se muestran perspectivas de abordaje de los ideales corporales femeninos desde distintas disciplinas (antropología, sociología y filosofía). Los autores fueron seleccionados por su enfoque del cuerpo y por su heterogeneidad de género y contexto histórico. Como el trabajo busca apoyarse en un recorrido histórico, se entendió importante relevar posturas de diferentes épocas. El cuerpo estudiado es de género femenino, pero la producción de los ideales femeninos es tanto masculina como femenina, por lo que se consideró importante incluir en el marco autores de ambos géneros.

En el tercer capítulo se desarrolla el diálogo entre los capítulos 1 y 2. De esta manera, se exponen resultados gráficos de la recopilación incluida en el capítulo 1 y se funden los conceptos del marco teórico y la cronología desarrollada a través de las décadas. A partir de esto, se reflexiona acerca del diseñador, su rol como profesional y la influencia que ejercen los medios audiovisuales en los ideales corporales.

En este capítulo se incorporan datos obtenidos en entrevistas realizadas a Daniel Vidart y Anabella Loy (antropólogos), Anemona (diseñadora), Juan Landarín (fotógrafo de moda) y Graciela Ortega (docente de Historia de la Moda), incluidas completas como anexos.

El cierre del trabajo presenta las conclusiones y sugerencias personales que se desprenden del proceso y buscan una toma de conciencia sobre el cuerpo, más allá de lo morfológico, ofreciendo un punto de vista diferente a los abordados durante la carrera, con el fin de tener en cuenta a la hora de diseñar no solo la perspectiva del usuario y el creador, sino también el contexto en el cual desarrollamos nuestros diseños.

Objetivos

Objetivo general:

- Estudiar los cambios que han atravesado los ideales de cuerpo femenino, desde 1950 hasta el año 2000, utilizando el *soutien* como analizador, entendido como elemento representativo de cambios notorios en los ideales corporales, y tomando a las actrices del cine americano como representación de esos ideales.

Objetivos específicos:

- Construir una representación gráfica de los cambios en los ideales corporales entre los años 1950 y 2000, apoyada en la imagen de actrices estadounidenses icónicas de cada década.
- Analizar el posible vínculo entre los diseñadores, sus productos y los ideales corporales femeninos.

Metodología

En este proyecto de investigación se utilizó una metodología de tipo cualitativo. A continuación, detallamos el diseño de metodología utilizado. Cabe destacar que ninguna de las fases descritas a continuación fue estrictamente finalizada en el orden mencionado, sino que cada capítulo y las diferentes fases de la metodología sucedieron repetidas veces a lo largo del proceso.

Fase 1. Lectura y selección

Para comenzar nuestra investigación, se relevó bibliografía con los siguientes criterios:

1. Relacionada con el tema central: los ideales corporales.
2. Relacionada con subtemas: cuerpo femenino, lencería, *soutien*, cine americano, cultura hegemónica.

Se buscó abordar la temática mediante autores de diverso género y contexto histórico, para generar una visión global. Luego se seleccionaron cinco fuentes principales de consulta: Daniel Vidart y Annabella Loy, Alejandra Vitale y Paula Croci, Verónica Massonnier, Susana Saulquin, Frédéric Martel y Joanne Entwistle

Fase 2. Consulta

Entrevistas a informantes calificados

A partir de las primeras lecturas, surgieron interrogantes que derivaron en una lista de profesionales a entrevistar. Una vez obtenida esa lista, se redactaron las respectivas guías de preguntas para los entrevistados.

En virtud de esto, se realizaron entrevistas a profesionales, cuyo conocimiento se entendió pertinente para la investigación. Se buscaron profesionales que trabajasen con el cuerpo femenino y sus representaciones desde distintas áreas.

Profesionales entrevistados

- Diseñadora de lencería de autor: *Anémona*, marca de ropa interior de autor que se caracteriza por hacer sus campañas publicitarias con diferentes tipos de cuerpo.
- Fotógrafo de moda: Juan Landarín, fotógrafo de moda que ha abordado el cuerpo femenino en algunas de sus obras y trabaja también como fotógrafo para campañas publicitarias de moda.
- Docente de Historia de la Moda: Graciela Ortega. El fin principal de esta entrevista fue revisar y despejar dudas acerca de la cronología realizada para el capítulo 2.
- Antropólogos: Daniel Vidart y Annabella Loy, uruguayos, autores de las obras *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido. Antología de la ropa interior femenina* (2008) y *Los cuerpos de Eva* (2015).

Las entrevistas fueron realizadas por diferentes medios, algunas fueron presenciales y otras, vía correo electrónico. Cada entrevista fue planificada según el perfil de la persona a entrevistar. Algunas incluyeron preguntas pautadas que el entrevistado debía responder una a una; en otras existía una guía de temas a tratar que dejaba libertad al entrevistado

para que la conversación discurriera de manera más espontánea. También se retomó una entrevista realizada antes, con motivo de la realización de la colección final de la carrera, que fue ampliada para este trabajo de tesina.

Actividad de campo

Observación

Se relevaron las películas icónicas del período temporal estudiado (1950-2000) y se visualizaron haciendo énfasis en la observación de los ideales corporales femeninos y la ropa interior utilizada. Las fichas de las películas están incluidas como anexos.

Fase 3. Armado de cronología

Para realizar el estudio de los ideales corporales por década, consultamos diferentes fuentes bibliográficas acerca de los cambios ocurridos en ellos, en la ropa interior femenina y en el cine estadounidense. Finalmente, entrevistamos a Graciela Ortega, profesora de Historia de la Moda, para cotejar informaciones y despejar interrogantes.

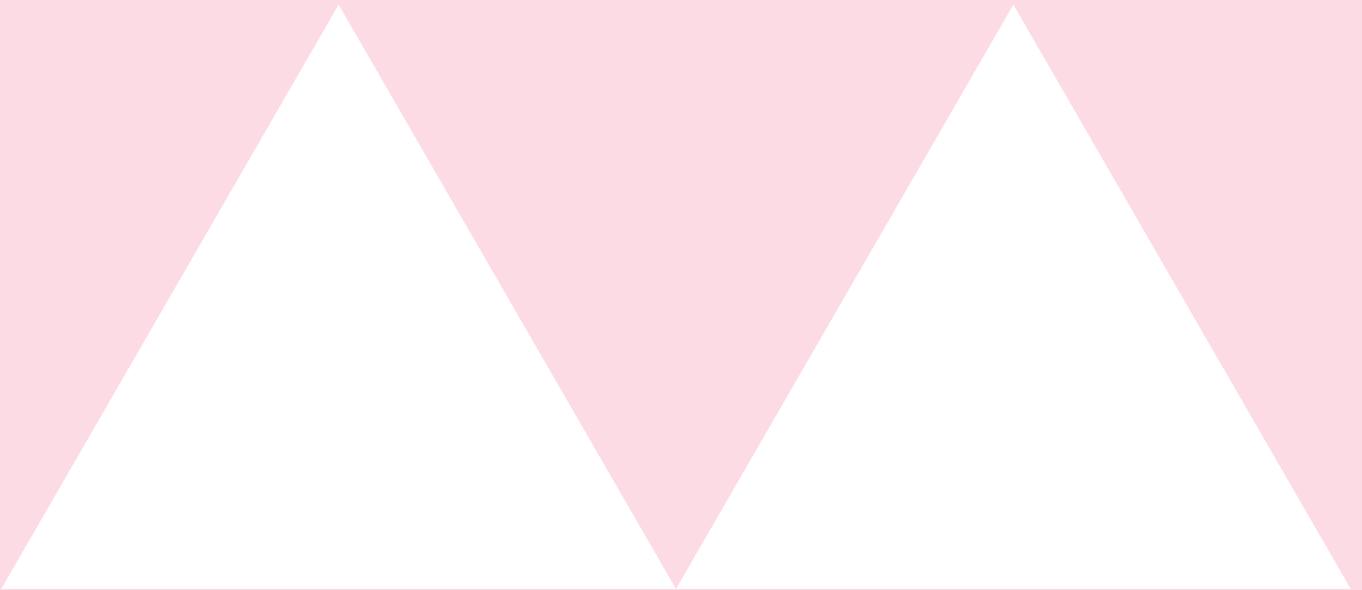
La información relevada se plantea por décadas, para presentarla de manera ordenada y luego triangularla con la observación y el marco teórico.

Fase 4. Producto: pieza comunicacional y reflexiones

Para cerrar la tesina, se generaron piezas gráficas que reflejan los cambios en los ideales corporales en el período estudiado, como apoyo a las reflexiones generadas.

Capítulo 1

Cronología de los
pechos femeninos
de 1950 a 2000



Capítulo 1.

Cronología de los pechos femeninos de 1950 a 2000

Durante años, la mujer ha intentado con una gran diversidad de formas prolongar la impresión de que los pechos hemisféricos sobresalen con firmeza, para así alargar el período de transmisión de la señal pectoral de la hembra primitiva de la especie humana. (Morris, 2005, p. 178)

Los cambios en los ideales corporales femeninos podrían relatarse desde diferentes perspectivas, entendemos interesante, como futuras diseñadoras, presentarlos a través de los cambios en los soutienes que cubren los pechos femeninos, desde su aplastamiento hasta el excesivo tamaño, desde su ocultamiento hasta el pleno desnudo, protagonistas y cargados de gran peso simbólico.

El *soutien*, ha sido nombrado de diversas formas a lo largo de las décadas, así como también ha variado su funcionalidad: compresor de pechos, elevador, reformador, etcétera. Esto quiere decir que si bien siempre fue una prenda destinada a contener los pechos femeninos, esta no es su única función. Para este trabajo lo tomamos como elemento modelador de los pechos femeninos, tanto en forma como en tamaño, lo que tiene como consecuencia la generación de distintas siluetas.

A continuación, desarrollamos los cambios en los ideales corporales femeninos segmentándolos en décadas y analizándolos en sus contextos sociopolíticos.

Comenzamos esta cronología con una breve revisión de lo que ubicamos como antecedentes de nuestro recorte temporal, que comienza en 1950. En la búsqueda de estos antecedentes hicimos hincapié en las décadas del treinta y del cuarenta, para luego continuar sucesivamente hasta llegar al año 2000.

Entendiendo que la distancia temporal es favorable para el estudio de los ideales corporales, ubicamos el límite de nuestro recorte temporal en el 2000, buscando reducir el grado de implicación que acarrearía un análisis de la contemporaneidad más inmediata.

Antecedentes

A lo largo de la historia, el ideal de cuerpo femenino ha sufrido innumerables cambios, que, a su vez, han sido acompañados por prendas que buscaban adecuarse a ellos, existieron *corsets* para reducir la cintura y levantar los pechos, enaguas para agrandar las caderas, cuellos enormes, infinidad de prendas que modelaban y en algunos casos inmovilizaban a las mujeres.

En la década del treinta, la industria cinematográfica se volvía cada vez más popular. El cine hollywoodense ofrecía entretenimiento en el contexto de la gran depresión, una forma de escape a la realidad en la que se encontraban los Estados Unidos. A su vez, mostraba estilos de vida que el espectador buscaba alcanzar.

Tanto el cuerpo como la indumentaria fueron factores activos en ese proceso, ya que, a través de ellos, las mujeres buscaban asemejarse a las actrices. Así lo señalan Croci y Vitale (2000) al mencionar que la moda estaba dirigida por las actrices icónicas de la época. La indumentaria utilizada en las películas luego era replicada en los grandes almacenes de moda.



Figura 1. Mae West en *No soy un ángel*. 1933

“Hubo un tiempo en que el *glamour* era todo, la gente no iba al cine a ver una película sino a las estrellas maravillosas. Eso fue toda una etapa del cine en la que hubo trabajos inolvidables. Lo que pasó fue que los diseños para cine, como por ejemplo los de Joan Crawford o cualquier otra actriz de esos años, 30, 40, luego se copiaban y se vendían a las grandes tiendas.” (Croci y Vitale, 2000, p. 89)

Los directores comenzaron a buscar actrices que no solo se desempeñasen bien en la tarea actoral, sino que también resultasen funcionales para reflejar a través de su imagen la silueta de un cuerpo ideal, una manera de vivir, tomada como aspiración por los espectadores. De esta forma, se empezó a ver a la actriz como un símbolo de lo deseable.

Durante la década del cuarenta, la influencia de Hollywood continuó en aumento. Durante la Segunda Guerra Mundial, el cine funcionaba como distracción y como estímulo para volver a empezar. En esta época, la utilidad pasó a ser el único aspecto necesario, tanto en las personas y las industrias como en la ropa interior. La corsetería y el lujo desaparecieron para dar lugar a la practicidad y la comodidad. El *corset* cayó en desuso y se abrió paso a la faja, encargada de sostener la espalda para poder soportar el trabajo de las mujeres en las fábricas.

Por otro lado, ya no era una posibilidad contar con materiales como el encaje o el bordado, por el contrario, las fábricas de lencería debían dar un giro para hacer su producción útil y, sobre todo, duradera. Materiales como el *nylon* fueron los grandes protagonistas de esta década.

Figura 2, 3 y 4. Década del cuarenta, Rita Hayworth



Década del cincuenta. Volver a empezar, la mujer maternal

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, la calma debía ser acompañada por la figura de una mujer que transmitiese apoyo y tranquilidad, con un cuerpo que remitiese, más que a una mujer útil para la guerra, a una mujer fértil para volver a empezar. Es así que la figura del “reloj de arena” volvió a instalarse. Esta vez, el responsable de crear esta nueva silueta fue Christian Dior, con su llamado *new look*, que no solo ofrecía unas faldas amplias y lindas, sino que les brindaba a las mujeres la posibilidad de olvidar y dejar atrás la austeridad y las restricciones de la guerra.

**“ [...] en los cincuenta ya se buscaba una mujer que llamara la atención, pero que destacara todas sus zonas reproductivas, por eso se vuelve al *corset*, para que hubiese mayor tasa de nacimiento, para dar la idea de maternidad, para que hubiera mayor cantidad de nacimientos, porque había poca gente”.
(Entrevista a Graciela Ortega)**

Con una economía establecida y con la posibilidad de aplicar los avances de la tecnología a todas las industrias, parecía que todo volvía a funcionar.

El encargado de lograr la cintura pequeñísima fue el llamado “cinchador”, “avispa” o “guimpe”, según el lugar. Era una especie de *corset*, rediseñado por Marcel Rochas en 1945, que constaba de un cinturón acolchonado.

Por otro lado, en 1953 surgió el primer *soutien* con forma cónica y cosido en espiral. Para ese entonces, los senos habían cobrado un protagonismo desconocido hasta el momento. Se conocían las tallas de *soutien* de las modelos y actrices y se aseguraban en miles de dólares los pechos, entre otros hechos increíbles de la época.

En lo que refiere a la industria del cine, su crecimiento era cada vez mayor, pero el gran cambio en esta década tuvo que ver con quiénes ejercieron mayor influencia: las jóvenes. Sin duda que las grandes protagonistas de la década fueron “las jóvenes rebeldes”, así llamadas en ese entonces. La incorporación de una variedad de colores



Figura 5. *Soutien* cosido en espiral



Figura 6. Faja diseñada por Marcel Rochas. 1948

en la lencería de esta década representó su vitalidad y juventud. Las jóvenes protagonistas estaban convencidas de que las restricciones del *corset* habían quedado en el pasado.

El *new look* de Dior llegó acompañado de ritmos musicales como el *swing* y el *rock and roll*, que tomaron como rehenes a los jóvenes, sedientos de un poco de diversión posguerra. Las bailarinas iban vestidas con amplias faldas, muy parecidas a las impuestas por Dior, que acompañaban los nuevos ritmos, en los que era necesario mover las caderas y la cintura.



Figura 7. Anuncio *soutiens* marca Warner 1953.



Figura 8 y 9: *New Look* Nueva silueta creada por Christian Dior en 1947

La gran pantalla también jugó su papel acompañando y alimentando este surgimiento de los jóvenes como protagonistas. Películas como *Rebelde sin causa*, *Los caballeros las prefieren rubias* y *La viuda alegre* fueron las principales de la década, protagonizadas por las llamadas “diosas del sexo”: Marilyn Monroe, Jane Russell, Sophia Loren y Lana Turner. Esta generación de actrices compartía el patrón de un cuerpo con pechos y colas firmes y una pequeñísima cintura, acompañados por una actitud que dejaba lejos a la obrera industrial.

Estas mujeres ejercían influencia dentro y fuera de la pantalla. Con su actitud rebelde y desafiante buscaban sus propias reglas, y la lencería no se quedaba atrás en ese proceso.

Para entender la importancia del pecho femenino en esta década, basta con conocer la historia del sujetador creado por Howard Hughes, que, aunque se desarrolla en los años cuarenta, no sale a la pantalla hasta fines de la década.

Hughes era un director y aviador multimillonario. Su película más famosa fue *The outlaw*, pero no por su guión o su contenido, sino por la actriz principal, Jane Russell, y, más específicamente, por su busto. Obsesionado con el tema, Hughes buscó lograr la forma perfecta del busto de la protagonista, tanto así, que terminó diseñando el *soutien* perfecto para lograrlo.

Tomamos como actrices icónicas de esta década a Jane Russell, Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor y Sophia Loren.



Figura 13. Portada de *The outlaw* 1946.



Figura 14. Elizabeth Taylor *La gata sobre el tejado de zinc* 1958.



Figura 15. Sophia Loren película *Orgullo y pasión* 1957.

Figuras 10, 11 y 12: Escenas de *Los caballeros las prefieren rubias*, protagonizada por Marilyn Monroe y Jane Russell en 1953.

Década del sesenta. Liberación

En la década del sesenta se hizo aún más fuerte el protagonismo de los jóvenes. Estos ya eran independientes en varios sentidos, tenían sus propias preferencias en música, actividades y manera de vestirse. Por primera vez, se empezó a ver que las jóvenes ya no van vestidas a imagen y semejanza de sus madres, sino que imponían su propio estilo.

En esta década la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por su sigla en inglés) de Estados Unidos aprobó el primer anticonceptivo oral, conocido como “la píldora”. Su lanzamiento fue, sin duda, uno de los acontecimientos más importantes de la década y acompañó la independencia de las jóvenes.

En esta década, el *soutien* fue una prenda asociada directamente a la opresión femenina. Tanto fue así que en el contexto de la elección de Miss América de 1968, el 7 de septiembre, en Atlantic City, el grupo Mujeres Radicales de NY organizó una protesta en la que participaron aproximadamente cuatrocientas mujeres de Nueva York, Boston y Washington.

Estas mujeres se presentaron con su “papelera de la libertad”, es decir, un tacho de basura donde, según la consigna, las mujeres debían depositar lo que consideraban “elementos de tortura”: tacones, rúbricos, *soutiens*, etcétera. Luego solicitaron a la policía quemar aquella papelera, de forma simbólica, pero el permiso fue denegado. A pesar de esto, al otro día el periódico *Washington Post* publicó erróneamente: “La parte final y más trágica de la protesta tuvo lugar cuando varias mujeres quemaron públicamente sus sostenes”, lo cual convirtió a la quema del *soutien* en un famoso mito que reafirma su posición como gran símbolo de la opresión femenina.

Las adolescentes de esta década buscaban una figura menos curvilínea, dejando atrás las curvas “maternales” de la década del cincuenta. Por el contrario, mostraban una figura más delgada y fina. Este proceso redujo, aún más que en los cincuenta, la popularidad del corset, que alzaba el busto y achicaba la cintura.



Figuras 16 y 17.
Soutien fines de 1950 principios 1960. Nylon. Contiene los pechos dejando los pezones descubiertos.

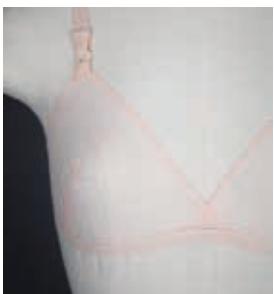


Figura 18. *Soutien* con aro y relleno. Nylon y tul de lycra. Elastizado. Adaptable al pecho del usuario, 1960.





Figura 19 y 20. "Papelería de la libertad"
Protesta Atlantic City 1968.



“No nos olvidemos de los sesenta y setenta, los famosos hippies. Es famosísima la quema de soutiens como signo de femineidad. Ellos consideran que esa es una prenda que oprime, iban a las plazas y hacían las quemas de soutiens, pasó a ser una prenda de opresión y fue eliminado.”
(Entrevista a Graciela Ortega)

El fenómeno de la liberación adolescente no fue un hecho aislado, la del sesenta fue una década de enormes cambios sociales, políticos y económicos. Pero, tal vez, una de las cosas más importantes fue que por primera vez las mujeres (sobre todo las jóvenes) participaron de manera activa en estos cambios, lo que llevó a que comenzaran la búsqueda de un estilo propio.

En esta búsqueda, las faldas comenzaron a acortarse hasta llegar a la minifalda, vista por primera vez en 1964 en un desfile de la diseñadora británica Mary Quant. El acortamiento de las faldas o cualquier modificación en los criterios que determinan los sectores del cuerpo femenino que socialmente deben ser tapados implica, necesariamente, modificaciones en las prendas íntimas. Por ejemplo, con la popularización de la minifalda cayeron en desuso las medias con liga, para dar paso a las pantimedias.

La *lycra* y los estampados geométricos fueron dos de los grandes protagonistas de esta década. El *nylon*, que había comenzado su aparición a finales de los cincuenta, ya estaba completamente instalado y favoreció el acortamiento de las faldas. Al crearse una variedad más fina y elegante, con variedad de colores, las piernas comienzan a ponerse de moda.

Con respecto al *soutien*, también tuvo que cambiar para poder adaptarse a las necesidades de las nuevas adolescentes. Las mujeres mayores, más conservadoras, siguieron optando por el relleno y la copa y, por otro, las adolescentes decidieron que rellenar y levantar no era necesario y que, en cambio, la comodidad era lo más importante.

En esta década podemos decir que el *soutien* tomó mayor valor simbólico y político. Como mencionamos antes, esta década se caracterizó por los importantes cambios políticos y sociales, cambios que esta vez fueron impulsados por los más jóvenes, sin respaldo de los adultos conservadores. Fue así que en 1960 los protagonistas de los cambios fueron los *hippies*, que tomaron al *soutien* como símbolo de opresión social y comenzaron a manifestarse en contra de su uso.

Podemos presentar como referentes de ésta década a las actrices: Mia Farrow y Audrey Hepburn.

Figura 21. Peggy Moffitt usando un *non-bra* (significado: "sin *soutien*"). 1964.



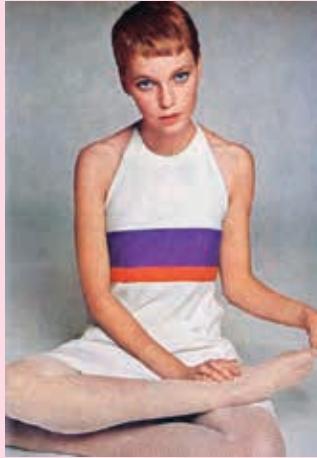


Figura 24. Atlantic City. Protesta feminista 1968.



Figuras 22 y 23. Mia Farrow modelando la minifalda.

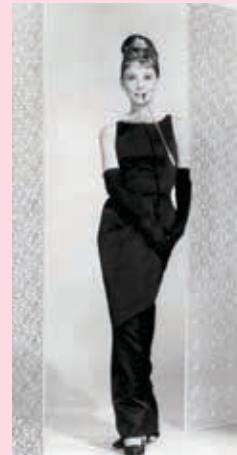


Figura 25. Audrey Hepburn *Desayuno en tiffanys* 1961.

Década del setenta.

Cuerpo natural moldeado por ejercicio

Como consecuencia del movimiento *hippie* de la década anterior, en los setenta se buscó un cuerpo que pudiese ser más asociado a lo natural. La ropa interior pasó a ser más pequeña y menos aparatosa, para poder lograr un aspecto naturalista, y se popularizaron los *soutiens* sin relleno ni aro.

Ya no se buscaba un abdomen chato a través del *corset*, sino que se comenzó a intentar moldear el cuerpo a través de dietas y ejercicios. Fueron precursoras de este estilo de vida películas como *Grease*, cuyos protagonistas John Travolta y Olivia Newton-Jhon eran jóvenes atletas que bailaban los ritmos del momento con vestimentas que fueron imitadas por los jóvenes de la década. Surgieron prendas como el *body* de *lycra*, una prenda capaz de sustituir a la ropa interior armada e incómoda para bailar y realizar deporte.

Paralelamente, en esta década surge el movimiento punk que si bien nada tenía que ver con el *hippie* de los sesenta, también fue un movimiento de liberación de los jóvenes que utilizó la vestimenta como factor comunicativo. Los cueros, metales y peinados extravagantes fueron algunos de los estilos que lo representaron. La diseñadora Vivienne Westwood fue la impulsora de este estilo, al ser la encargada del vestuario de la banda Sex Pistols.

El cine tuvo un importante rol en el surgimiento de este movimiento. En 1970, la actriz Raquel Welch protagonizó la película *The magic christian*, en la que se la veía vestida con *corsets* de cuero y un estilismo que luego tomarían los jóvenes punks.

En base a la información recabada podemos proponer a Jane Fonda y Olivia Newton como algunas de las actrices icónicas de la década.



Figura 26. *Soutien* de lurex sin aro ni relleno diseñado por Mary Quant en 1970.



Figuras 27 y 28.
Olivia Newton en
película *Grease* 1978.



Figura 29. Raquel Welch vestuario
película *The magic christian* 1970.

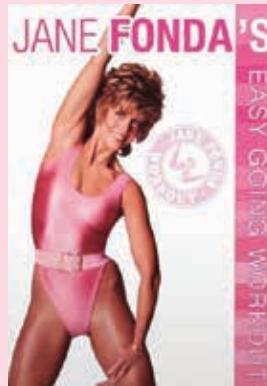
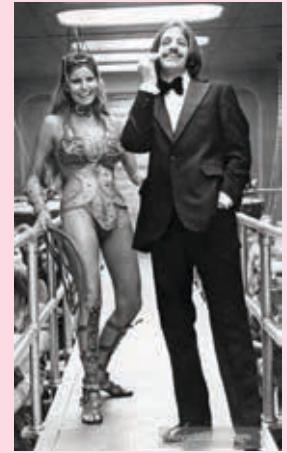


Figura 30. Portada de programa de
ejercicios de Jane fonda. 1984



Figura 31. Jane Fonda luciendo *body*, cuerpo tonificado.

Década del ochenta. Mujeres independientes

En esta década toman protagonismo la imagen y el dinero asociados al poder. Además de cumplir con la función de modelar el cuerpo, la ropa cobró cada vez más valor como objeto de consumo, acompañando el poder de seducción de la mujer, que volvió a cobrar protagonismo.

Surgió en esta década el llamado *power dressing* (poder del vestir) que, tal como su nombre lo dice, refiere al poder que las mujeres habían tomado y como este se reflejaba en su vestimenta. A partir de los cambios que se habían producido en décadas anteriores, la mujer de los ochenta se autopercibía como una mujer libre e independiente, que manejaba su propio dinero y decidía libremente sobre su sexualidad. Se trataba de una mujer segura y confiada, completamente integrada al mundo laboral, del que tomó no solo los puestos de trabajo sino también el código de vestimenta, los trajes femeninos con camisa y chaqueta similares a la de los hombres, acompañados por una lencería sensual, de encaje, que reforzaría el poder que estas mujeres sentían

Este viraje estuvo acompañado por el surgimiento de nuevos ritmos, como la música disco, y de drogas como la cocaína, que acompañaron la moda del poder y el dinero.

Por su parte, el entretenimiento no se quedó atrás, aunque esta década no estuvo tan marcada por la gran pantalla como sí lo estuvo por las series y comedias de la pantalla chica. Algunas muy conocidas, como *Dinasty* (1981-1982) y *Dallas* (1978-1991), estaban protagonizadas por familias de clase media-alta con intereses y problemas con los que fuera de la pantalla los espectadores se identificaban. Temas como el poder de la mujer, el petróleo o el divorcio eran sus protagonistas. La mujer ya no era representada como frágil y delicada, sino que se asemejaba a las mujeres del momento, que tenían un protagonismo jamás visto antes.

En estas series también se reflejaba fielmente la indumentaria del momento, desde los escotes influenciados por los *corsets* de Vivienne Westwood y tomados por los diseñadores de alta costura hasta los tan seductores *bodies* como prenda de dormitorio, sin dejar de lado las chaquetas con hombros anchos, tan codiciados por las mujeres profesionales.

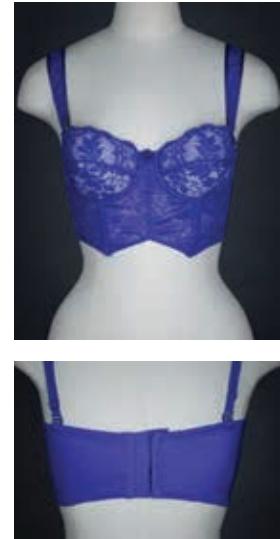


Figura 32. Soutien de encaje tipo bustier con breteles regulables.



Figura 33. Sacos con grandes hombreras

Figura 34. Kate Omara y Joan Collins. *Dynasty*. 1981.

Los diseñadores cada vez se enfocaban más en la ropa interior, que era incluida en los desfiles del momento, como los de Jean-Paul Gaultier. Con respecto a los colores y materiales, esta década se caracterizó por la variedad.

“Se consolidan el body bulding y la imagen del cuerpo musculoso, fuerte y enérgico. El cuerpo modelado de Sylvester Stallone y de los bronceos de Raíces han sido los puntos de referencia ideales”. (Morace, 1993, p68).

El ideal corporal femenino, si bien continuó siendo hiperflaco y tonificado, comenzó a aumentar el tamaño de los pechos. Comenzaron a ser utilizadas prendas como el *bustier*, que ayuda a juntar y elevar los pechos, o el *basques*, utilizado como prenda de dormitorio. Ambas se pueden asociar al *corset*, al lograr una forma de pecho similar, aunque en esta década estas prendas eran asociadas a una mujer poderosa en contraposición a la mujer oprimida a la que remitía el *corset*.

Figura 35 y 36. Escenas de *Scarface* protagonizada por Michelle Pfeiffer. 1983.



En cuanto al cine, esta década se caracteriza por los *blockbusters* (éxitos de taquilla), el primero de los cuales fue *Jaws*, lanzado en la década anterior (1975), marcando un antes y un después en las aspiraciones de taquilla en el cine americano.

Las actrices que podemos identificar como icónicas en referencia al ideal corporal en ésta década son Uma Thurman, Michelle Pfeiffer y Jane Fonda.

Década del noventa. Culto a la juventud

La década del noventa se caracterizó por el incremento de las cirugías estéticas. El culto a la juventud alcanzaba su momento cúlpe y ya no era suficiente con dietas y ejercicios, los cuerpos comenzaron a ser moldeados quirúrgicamente. No se buscaba una imagen natural, los tamaños de las prótesis de busto, por ejemplo, resultaban exagerados para los cuerpos delgados de las mujeres.

Una alternativa a las cirugías era el *wonderbra*, *soutien* popularizado en esta década. Con aro y relleno, eleva y aumenta el tamaño de los pechos femeninos, y podía tener además una almohadilla extra para rellenar si así se deseaba.

El cuerpo atlético de los ochenta y el surgimiento de las cirugías en esta década tuvieron como resultado un cuerpo extremadamente delgado pero con pechos y labios desorbitadamente grandes.

En esta década, la ropa interior comenzó a exteriorizarse, proceso que venía de los ochenta, con el uso del *body* para hacer gimnasia, y se afirmó en los noventa, cuando las prendas íntimas dejaron de ser reservadas para el ámbito privado. Esto se reflejó en los diseñadores más influyentes de la década, que comenzaron a tomar el antiguo *corset* como inspiración para sus diseños.

Una particularidad de esta década fue el crecimiento en el área tecnológica. Se popularizó el uso de internet, gracias a la invención del *World wide web* (también conocido como “www”), su significado es “red inalámbrica mundial” y es el sistema de páginas web que se utiliza hasta hoy en día.

El desarrollo tecnológico tuvo gran impacto social, el gran desarrollo de las telecomunicaciones permitió el acceso masivo y veloz a información de alcance global.

Este avance impactó también en la industria del cine: la calidad de imagen y sonido, los efectos especiales y la animación obtuvieron sus mejoras gracias a las nuevas tecnologías desarrolladas en esta década. Las mismas fueron también temática para Hollywood, películas como *The Matrix* o *The Truman Show* muestran los enormes avances tecnológicos y cómo éstos se integraron a la vida de cotidiana.

Las actrices referentes de ésta década son: Cameron Diaz, Sandra Bullock, Angelina Jolie, Jennifer Aniston y Julia Robert.

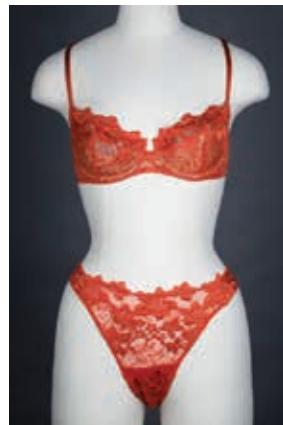


Figura 37: *Soutien* de encaje armado con aro, con opción de almohadilla extra. 1980.

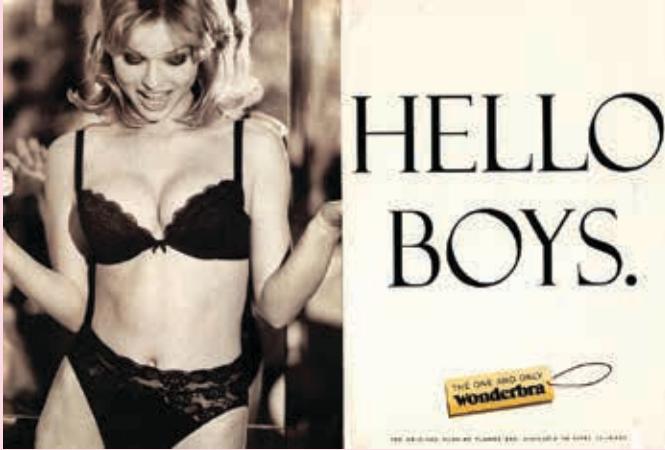


Figura 38. Inserción mundial del *wonderbra*.
Modelo: Eva Herzigova. 1994.



Figura 40. Escena de *American beauty* protagonizada por Mena Saruvi estrenada en 1999.



Figura 39. Escena de *Mujer bonita*
Protagonizada por Julia Roberts en 1990.



Figuras 41 y 42. Jennifer Aniston junto a su compañera de elenco de *Friends* 1995.

Actualidad

Para el año 2000 ya casi no quedaban rastros de la mujer andrógina idealizada en la década del sesenta. La mujer de esta época es completamente curvilínea, con caderas grandes, cintura pequeña y pechos prominentes.

Según estos ideales corporales, la mujer debe ser alta, muy delgada, tonificada, con pechos y labios voluptuosos, lo que promovió, más aún que en los años noventa, el aumento de las cirugías estéticas.

En esta década predominan los *soutiens* armados, sugerentes, que levantan y aumentan el pecho femenino. Aparecieron los tiradores transparentes e intercambiables, se buscó la variedad de materiales y tecnologías aplicadas a esta prenda.

Si bien actualmente no se abandonó este ideal, paulatinamente hemos visto desarrollarse una nueva corriente que, coexistiendo con él, se mantiene hasta la actualidad y busca la adaptabilidad al usuario, debido a que esta década está también marcada por la aceptación del cuerpo. Las marcas comienzan a realizar sus publicidades con distintos tipos de cuerpos y mujeres, con la premisa de aceptarse como cada una es. Ejemplo de esto es la marca de jabones Dove que, a lo largo de la década del 2000, lanzó publicidades que buscaron cuestionar estereotipos de belleza promocionando a la “mujer real”.

Aumentan las películas de ciencia ficción y efectos especiales, como *Matrix* y *Avatar*, y más tarde aparece el cine 3D. Se popularizan las películas para toda la familia. En las últimas décadas aparecen múltiples formatos de contenido cinematográfico, además de la gran pantalla, existen el VHS, el DVD, el Blue Ray y las plataformas en línea, que son actualmente las más populares, como Netflix.

“Los últimos 30 años han estado dominados por el entretenimiento familiar. Para la industria cinematográfica ha supuesto un incremento de ingresos (que supera con creces la taquilla), gracias a la venta de juguetes y otros productos, hasta videos y DVD, que generan más ganancias que el filme en sí mismo.” (Philip Kemp, 2011, p.528)



Figura 43. Campaña "mujer real" por la marca *Dove* en 2004.

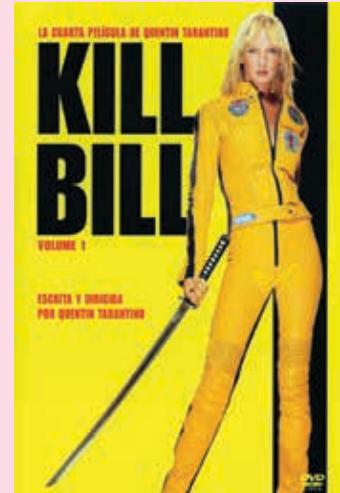
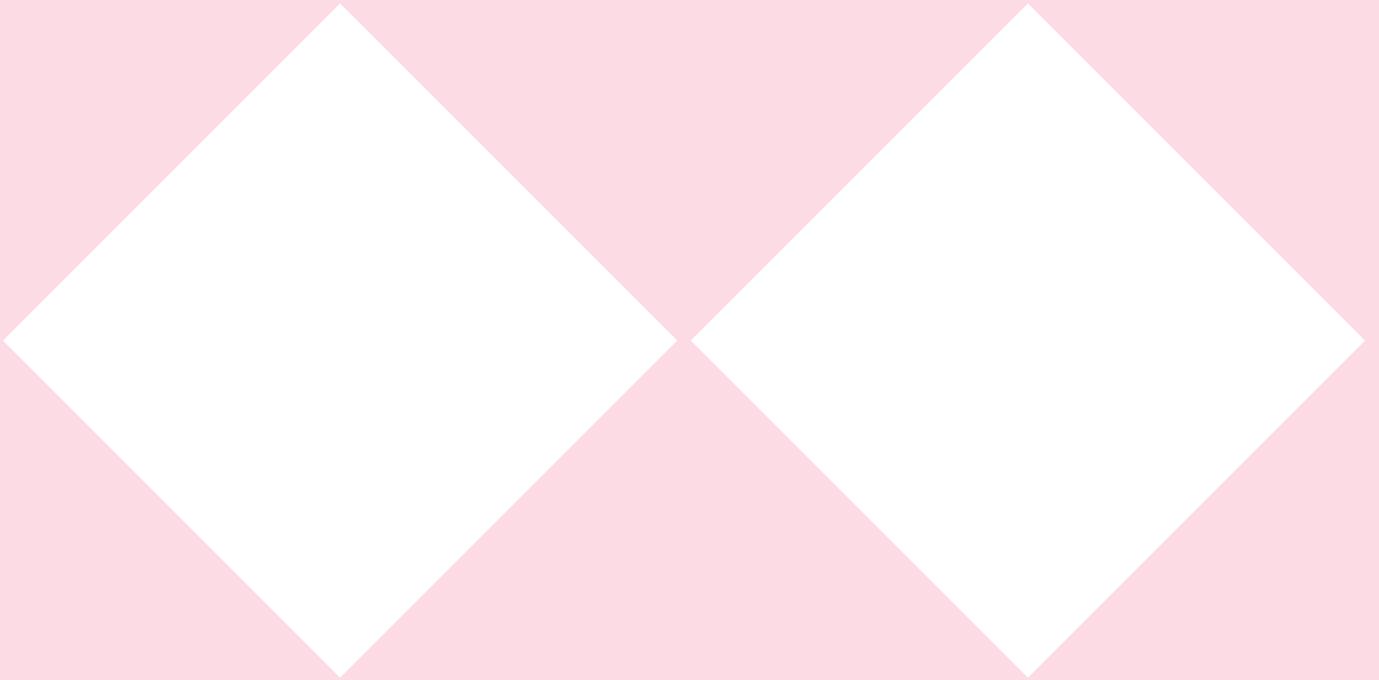


Figura 46. Afiche película *Kill Bill 1* dirigida por Quentin Tarantino y protagonizada por Uma Thurman en el año 2003.



Figuras 44 y 45. Angelina Jolie en escenas de *Sr y Sra Smith* en 2005.

Capítulo 2.
Marco teórico



Capítulo 2.

Marco teórico

Para la construcción del marco teórico se tomaron perspectivas de autores que abordan la temática del cuerpo femenino en sociedad y los ideales corporales femeninos. Qué motiva la existencia de los ideales corporales y por qué las mujeres siguen estos ideales son algunas de las interrogantes que guían el trabajo.

Como principal fuente de consulta, se utilizó el trabajo de los antropólogos Anabella Loy y Daniel Vidart, así como los de los sociólogos Paula Croci, Alejandra Vitale, Joanne Entwistle, Frédéric Martel, Verónica Massonnier y Susana Saulquin.

Susana Saulquin (2010) afirma que la sociedad tiene responsabilidad sobre los ideales corporales buscados en cada época. “A pesar de su repetición a lo largo de la historia, siempre resulta sorprendente descubrir el grado de responsabilidad que le cabe a la sociedad en la conformación de los diferentes parámetros físicos” (Saulquin, 2010, p. 182).

Loy y Vidart (2008) proponen un enfoque según el cual hay que reconocer la existencia de un cuerpo *natural* y uno *cultural*, ambos en interacción desde el principio mismo de la vida. Esta interacción hace que el cuerpo biológico se encuentre permanentemente condicionado por la cultura. Por tanto, entendemos que un trabajo que se propone estudiar los ideales corporales femeninos necesita investigar tales cuerpos en el contexto de la sociedad que construye esos ideales.

“Hay un cuerpo natural y un cuerpo cultural, ahora bien, el cuerpo natural es el cuerpo biológico pero no es totalmente natural porque, en el momento de nacer un recién nacido, el tratamiento que haya recibido de su mamá, el tipo de alimentación que haya recibido durante la vida intrauterina (inclusive enseguida su grupo), hay una serie de cosas que hacen que no se nazca de la misma manera en un grupo indígena o en una sociedad occidental. No es lo mismo nacer abajo de un sauce con una mamá en cuclillas que nacer dentro de un sanatorio con toda una tecnología alrededor, con vacunas, con prevención de la ceguera, haciendo al bebé un test a ver cuál es el nivel de vitalidad [...]. La cultura realiza sobre el cuerpo una cantidad enorme de modificaciones, algunas son visibles y otras no son visibles, pero todas están y todas significan cosas, entonces eso es lo que la cultura le hace al cuerpo, le coloca cosas dentro, encima o simbólicamente.”. (Entrevista a Loy y Vidart)

Ubicamos a la producción y el diseño de prendas de vestir como parte de esta construcción y, dentro de ellas, la ropa interior nos da un ejemplo privilegiado del proceso. La ropa interior es el primer límite entre el vestido y el desnudo, es la primera capa externa al individuo y es la primera en afectar o modelar esta realidad, esta materia cuerpo.

Cuando una mujer utiliza ropa interior, no siempre es para que otro la vea, pero esto no significa que la mirada del otro no intervenga. Cuando una mujer ve su reflejo, ¿no intenta fantasear o adivinar como sería la mirada del otro? Lo que buscamos subrayar es que aunque la mirada sea la propia, se encuentra atravesada por lo social que la constituye. A partir de esto, tomamos la ropa interior en su dimensión social, incluso la que se reserva para el ámbito privado.

Construcción social del cuerpo

Para Loy y Vidart (2008), el cuerpo puede entenderse como una percha inanimada sobre la que se teje la cultura, dotándolo de significados, valores e ideales estéticos:

“[...] agregándole adornos o ropajes, deformándole intencionalmente ciertas zonas, imponiéndole un modelo de suprema delgadez o incentivando otro de adiposidades notorias, adicionándole objetos o volúmenes artificiales implantándolos por métodos no exentos de dolor, comprimiendo ciertas zonas o agrandando artificialmente otras.”. (Loy y Vidart, 2008, p. 11)

Destacamos esta idea de percha inanimada, que toma al cuerpo femenino como un depositario de ideales construidos socialmente. Como herramienta de la mencionada construcción y ciñéndonos al universo del cuerpo femenino, la ropa interior entra en juego como primera modeladora del cuerpo. A esto se refieren Karen Bressler, Karoline Newman y Gillian Proctor al decir: “[...] como fundamento o base del vestir, la lencería es la base en la que una mujer crea su silueta y construye su sentido de identidad” (Bressler, Newman y Proctor, 1999, p. 7).

Por su parte, Joanne Entwistle describe al cuerpo como símbolo de la situación social en la que se encuentra:

“[...] el cuerpo es un medio de expresión altamente restringido, puesto que está muy mediatizado por la cultura y expresa la presión social que tiene que soportar. La situación social se impone en el cuerpo y lo ciñe a actuar de formas concretas, de hecho, el cuerpo se convierte en un símbolo de la situación.” (Entwistle, 2002, p. 21)

Morace (1993), en la misma línea de pensamiento plantea “el cuerpo como punto de partida, como si se tratara de una base común” (Morace, 1993, p68) donde cada individuo, construirá su identidad a través de la imagen que refleje, aquí es donde aparece la importancia de la moda, la indumentaria como herramienta para asociarse a determinados grupos sociales, y a su vez, y sobre todo a partir de los años ochenta, como medio de expresión individual.

En cuando al término *moda*, adoptamos el enfoque según el cual: “la moda expresa el cuerpo, creando discursos sobre el mismo que se traducen en prendas” (Entwistle, 2002, p. 9).

La indumentaria y la moda son variables sociales que influyen en la intimidad y la autopercepción corporal. Independientemente del grado de conciencia que se tenga de esto a la hora de vestirse, las influencias sociales están en juego en la exigencia de las mujeres con respecto a su imagen. Siguiendo la lectura de Entwistle, esto trae consecuencias que son referidas por la autora de la siguiente forma: “Los cuerpos que no se conforman, los que se saltan las convenciones de su cultura y no llevan prendas apropiadas, son considerados subversivos [...]” (Entwistle, 2002, p. 12).

En la misma dinámica de aceptación o prohibición de determinados cuerpos, encontramos que también la cultura ordena lo que del cuerpo se puede mostrar y lo que no. Loy y Vidart (2008) abordan esta dinámica con el concepto de “zonas tabú”, a partir del cual explican que no todas las partes del cuerpo tienen la misma importancia, sino que esta depende de la cultura y del contexto histórico.

A su vez, estos autores proponen que el cubrir determinados sectores invita a descubrirlos:

“Hay partes del cuerpo que se pueden exhibir mientras que otras están interdichas [...] el bikini, las mallas de baño, que en vez de ocultar conceden a la desnudez notoria lo que las culturas del cuerpo liberan, permiten o reclaman.”
(Loy y Vidart, 2008, p. 26)

Siguiendo a estos autores, la vestimenta, desde sus orígenes, de manera inevitable ha cubierto zonas del cuerpo, por lo que también ha resaltado otras al no cubrirlas. Lo mismo sucede al disminuir o comprimir un sector del cuerpo, ya que por contraste se realza otro. Si bien podríamos identificar esta dinámica como una constante propia de la vestimenta, hallamos que la determinación de qué zonas del cuerpo se disimulan y cuáles se resaltan es un elemento que varía según la época y la cultura.

Imitación de modelos

Varios autores, como Veblen (1899), Croci y Vitale (2000) y Loy y Vidart (2008), coinciden en que la moda es dirigida y orientada por las clases altas: “las transacciones del cuerpo humano con las normas vigentes imponen morfologías femeninas congruentes con los ideales de ciertos estratos sociales de cada época” (Loy y Vidart, 2008, p. 15). Si bien estos autores no tienen posiciones idénticas, todos coinciden en que en la construcción de ideales (los corporales, en lo que respecta al interés de este trabajo) intervienen las diferencias de clase, estrato u otras categorías de segmentación de la población. Para Veblen (2000[1899]), las clases bajas intentan imitar a las altas, ya que las perciben como mejores. En esta línea de pensamiento, Croci y Vitale (2000) plantean que en el proceso de imitación participan la envidia y la competencia, es decir, el intento de superar al otro y así sentirse mejor. La indumentaria serviría, dentro de ciertos márgenes, como una herramienta de pasaje de una clase a otra. Las clases bajas imitan a las altas y las altas cambian sus gustos y su vestimenta al sentir que las bajas se apoderan de ellos.

Según Saulquin, en la actualidad esto se está modificando. La autora sostiene que los individuos ya no buscan imitar a sus “superiores”, sino competir con sus “iguales”.

“Las motivaciones son varias. En primer lugar es muy fuerte el mirar y el ser mirado. Hay una compulsión a mirar al otro para la comparación. Y el ser mirado: te gusta que te miren y te gusta mirar. Es un mecanismo psicológico que juega mucho en la elección del vestir y la moda. También hay otras. La competencia: generalmente querés competir al otro, a tu igual. Es una necesidad de competir por belleza, por cuerpo, con el igual. No con el superior. Ya no es la sociedad aristocrática. También lograr diferenciación. Porque la moda es un mecanismo de integración y diferenciación. Vos querés al vestirte estar como todos para no desentonar, pero al mismo tiempo y de manera contradictoria, tener algo diferente que te distinga. Por eso, cuando la gente es turista se pone cualquier cosa, no le importa porque no es conocido. (Saulquin, entrevistada por Santoro, 2014).”

Entendemos que cada mujer es un individuo diferente, que busca construir su identidad en un doble juego de imitación y diferenciación con respecto a lo que se le ofrece como ideal estético, para cuya representación la vestimenta es un vector indispensable en las sociedades occidentales. Como menciona Entwistle (2002) en la elección de nuestros aditamentos orientamos al cuerpo a formar parte de la sociedad y construir nuestra identidad”.

“...la ropa o los adornos son uno de los medios mediante los cuales los cuerpos se vuelven sociales y adquieren sentido e identidad” (Entwistle, 2002, p.12)

Croci y Vitale señalan la contradicción que atraviesa el individuo: “En la base de la moda hay un impulso ambivalente: el deseo individual de diferenciarse y la búsqueda de una adecuación a las normas del grupo social al que se desea pertenecer” (Croci y Vitale, 2000, p. 122).

Morace (1993) plantea una lógica similar a las autoras recién mencionadas, cuando se refiere a las mayorías y las minorías. El autor menciona que en el pasado el hecho de pertenecer a una mayoría, le aseguraba al individuo una identidad y que por el contrario el pertenecer a una minoría le suponía al individuo una lucha para legitimar su propia identidad.

“La uniformidad, el mimetismo y el conformismo eran las características principales de las viejas mayorías, mientras que las minorías tenían que luchar para sobrevivir, legitimar y defender su propia existencia de un modo tanto real como simbólico” (Morace, 1993, p88)

Morace (1993) plantea que en los años ochenta hay un cambio social, básicamente en Europa, coincidiendo el surgimiento de lo que se llamó posmodernidad, por el que los individuos comienzan a buscar la originalidad, la diferenciación, y esto lo hacen a través de su imagen, los diferentes estilos de moda. Este fenómeno cultural rápidamente se propaga también a Estados Unidos, de manera puede considerarse que influye en cine Hollywoodense.

El diseñador toma esta necesidad de diferenciación creando líneas, con diferentes nombres que se asimilan estilos de vida. “...con el descubrimiento y la realización de la serie diversificada, empieza a sacar millones de productos aparentemente diferentes y únicos”. (Morace, 1993, p77).

Por su parte, Loy y Vidart señalan que “[...] las dietas, el cuidado del cuerpo, el cambio de sexo, etc. [...] y la industria del vestido operan sobre el deseo insatisfecho que parte de una estética prototípica y casi siempre inalcanzable: el cuerpo modélico [...]” (2008, p. 13). Si bien no siempre fueron estos los anhelados, es interesante el planteo de estos autores sobre lo inalcanzables que pueden ser los ideales. De hecho, no es azaroso que se denominen “ideales”; lo ideal se enmarca en oposición con lo real, es una construcción social, tal como mencionamos antes.

Subrayando esta línea de análisis, Verónica Massonnier (2006) afirma que en las propuestas posmodernas interviene la insatisfacción de los individuos, al plantear modelos inalcanzables: “Para que algo se convierta en modelo ‘aspiracional’ tiene que estar lo suficientemente lejos como para constituir un objeto de deseo” (Massonnier, 2006, p. 58).

Varios autores coinciden en que durante el siglo XX existió un cambio en los métodos de control de los cuerpos femeninos, constituyéndose para algunos de ellos un pasaje de la opresión física a la mental. En esta línea es que Entwistle, siguiendo los desarrollos de Michel Foucault, plantea que: “La disciplina, en lugar de ser impuesta sobre el cuerpo de ‘carne y hueso’ a través de la tortura y el castigo físico, actúa mediante el establecimiento del cuerpo ‘vigilado por la mente” (Entwistle, 2002, p. 24). Loy y Vidart (2008), por su parte, hacen énfasis en el pasaje desde los implementos materiales como forma de control sobre el cuerpo hacia la autoexigencia y el control con base en dietas y ejercicios, afirmando que ninguno de los métodos está exento de sacrificios.

Cine mainstream: Hollywood

“Desde su comercialización el cine marcará a más de cuatro generaciones, las proveerá de nuevos mitos, de sueños fantásticos y será un excelente medio para el control y la imposición de valores y modelos de conducta, al servicio, en la mayor parte de su historia, de una determinada estructura de posesión de los medios de producción.” (Crocì y Vitale, 2000, p.81)

Según Frédéric Martel (2014), el cine americano (hollywoodense) se caracteriza por realizar películas *mainstream*, es decir, para la mayoría del público. En una entrevista a Thomas Schumacher, quien fue director de la compañía Walt Disney, cataloga al cine europeo de “esnob y pretencioso”: “[...] cuando la gente me dice que creación solo es arte, y no *entertainment*, me parece muy pretencioso y esnob. Muy europeo” (Martel, 2014, p. 73). Cataloga al cine hollywoodense como *entertainment*, palabra que no tiene traducción exacta en español, ya que no refiere a ‘entretenimiento’, sino que, en este contexto, es utilizada para hacer referencia a la industria del entretenimiento. Es importante esta aclaración ya que esto es clave para entender la estructura del cine hollywoodense: es un cine industrial, pensado para cumplir metas, tanto económicas, como de alcance, entre otras. En cambio, el *arte* está pensado para expresar ideas, sentimientos, etcétera.

El cine *mainstream* está hecho para abarcar la mayor cantidad de público posible, la mayor cantidad de gente, de todas las clases y edades. Según Martel (2014), Hollywood lo logra de la siguiente manera, en parte por la fuerza de la inversión: “Solo una multinacional como Disney, con un capital y una logística colosales, era capaz de pasear varios *El rey León* simultáneamente por tres continentes” (Martel, 2014, p. 73).

Por otra parte, antes de la década del cincuenta, Hollywood adaptaba al cine las obras de teatro. De hecho, era frecuente ver actores de Broadway en el cine. A principios de la década del noventa, en cambio, expandiéndose más allá de la gran pantalla, las películas taquilleras comienzan a ser adaptadas al teatro, se crea una industria completa en función de los *blockbusters*, no solo obras de teatro, sino

también juguetes, indumentaria, accesorios. “Antiguamente se adaptaban para Hollywood las comedias musicales que tenían éxito, hoy se adaptan para Broadway las películas que tienen éxito en Hollywood” (Martel, 2014, p. 70).

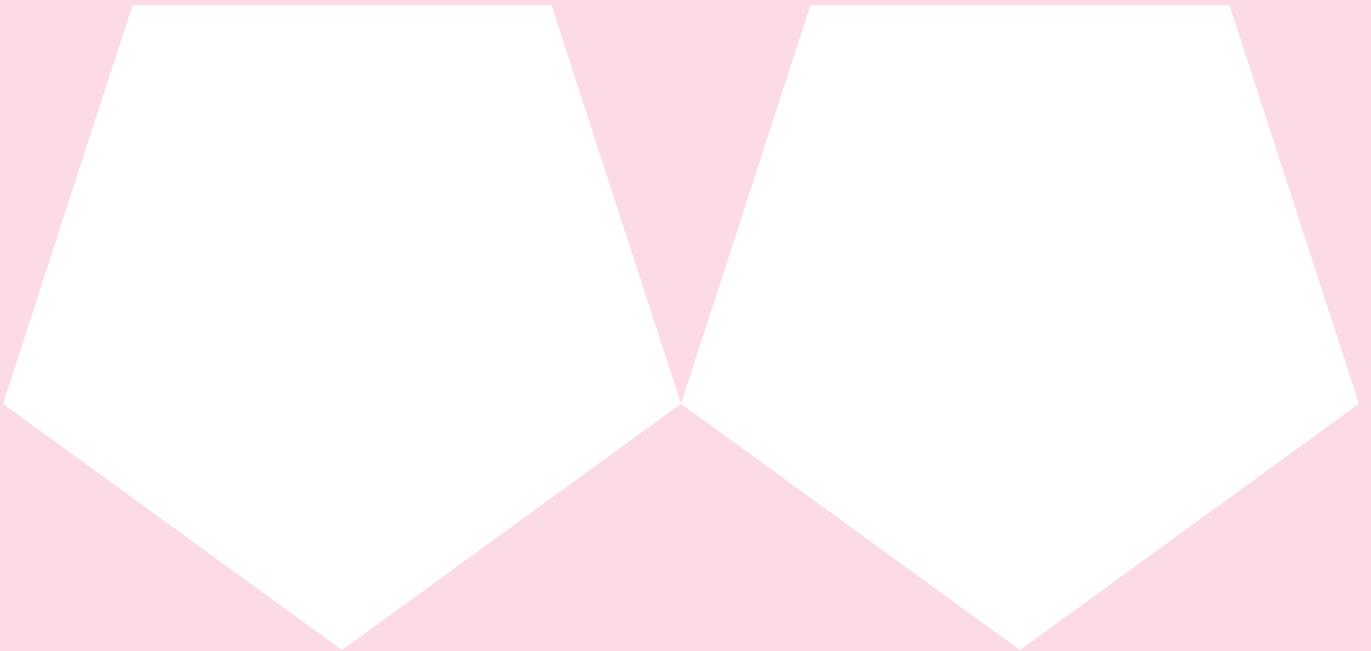
Las productoras de Hollywood no solo se expandieron hacia el teatro, sino que detectaron la llegada de la televisión como el medio masivo por excelencia para llegar a la mayor cantidad de población. “Aquí el objetivo era crear sinergias entre los estudios y la televisión [...]”, (Martel, 2014, p. 73) afirma Martel en relación con la compra de la cadena de televisión estadounidense ABC por la casa productora de cine Disney, representativa de otras operaciones similares. De esta manera, las casas productoras de Hollywood se aseguraban de que sus contenidos llegasen a todo el público, ya fuera mediante la pantalla grande o la chica.

Además de expandirse a través de diferentes medios de comunicación, el cine *mainstream* buscó crecer internacionalmente:

“Hollywood difunde sus películas en 105 países aproximadamente, pero en lo que a beneficios se refiere cuenta especialmente con ocho: Japón, Alemania, Reino Unido, España, Francia, Australia, Italia y México (por orden de importancia, de media, sin contar Canadá). Estos ocho países representan ellos solos alrededor del 70-75 por ciento de la taquilla internacional de Hollywood”. (Martel, 2014, p. 33)

En lo que refiere a América Latina, si bien América del Sur no era un ingreso importante para las casas productoras de Hollywood, siempre resultaba favorable expandirse, ya que, como mencionábamos antes, para ser una cultura *mainstream*, una cultura dominante, se debe llegar a la máxima cantidad de población posible. “Para la MPAA [Motion Picture Association of America], América del Sur no cuenta en términos de taquilla, pero cada vez es más importante en términos de influencia y de números de entradas vendidas” (Martel, 2014, p. 34). “La estrategia consistió entonces en promover los valores y la cultura estadounidense en América latina para fomentar el comercio” (Steve Solot, representante de la MPAA en América Latina, haciendo referencia a Harry Stone —quien representó a la asociación en dicha región durante cuarenta años—, citado en Martel, 2014, p. 35).

Capítulo 3.
Resultados de la
investigación y su análisis



Década 1950

Contexto social

Finaliza la Segunda Guerra Mundial.
Aparecen nuevos ritmos musicales,
como el rock and roll y el swing.
Se popularizan los musicales.
Crece Hollywood.

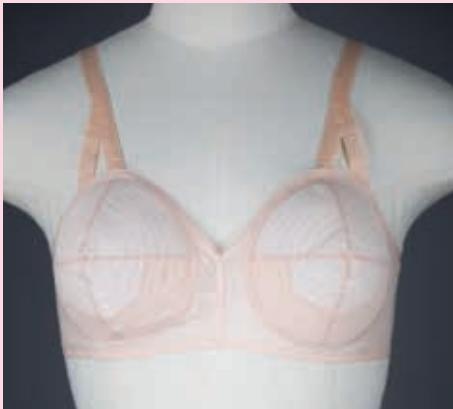
Ideal corporal

Cuerpos voluptuosos, pechos grandes,
cintura fina, caderas anchas.

Morfología soutien

En forma de cono y armado

Imagen referencia soutien



Actriz referente



Marilyn Monroe, Los
caballeros las prefieren
rubias



Década 1960

Contexto social

Movimiento *hippie*.
Lanzamiento de la píldora
anticonceptiva.
Quema de *soutiens*.
Aumento del protagonismo de los
jóvenes.

Ideal corporal

Jóvenes, superdelgadas, aspecto
naturalista, líneas rectas.

Morfología soutien

Armado sin relleno o *non-bra*

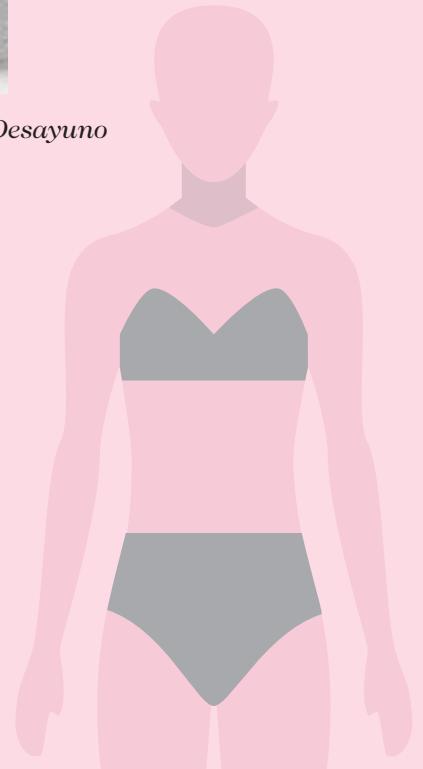
Imagen referencia soutien



Actriz referente



Audrey Hepburn, *Desayuno
en Tiffany's*



Década 1970

Contexto social

Jóvenes rebeldes.
Los jóvenes toman protagonismo en la gran pantalla.
Sus estilos de vida, maneras de pensar y formas de vestirse son temáticas de películas.

Ideal corporal

Cuerpos delgados y tonificados, pechos con aspecto naturalista (no elevados ni apretados).

Morfología soutien

Sin armar y sin relleno (se busca la comodidad).

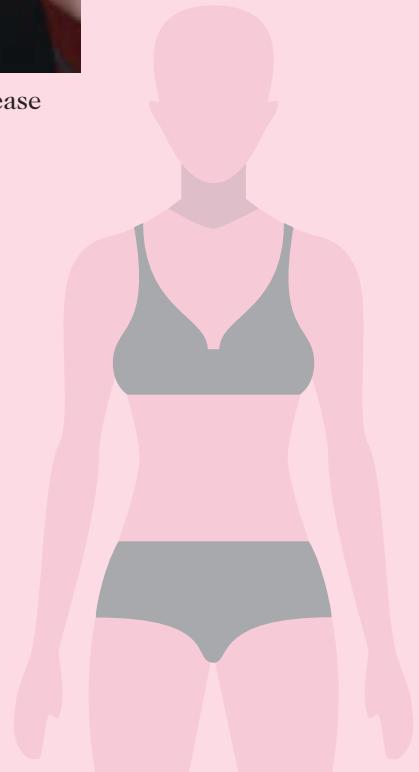
Imagen referencia soutien



Actriz referente



Olivia Newton, Grease



Década 1980

Contexto social

La mujer comienza a ocupar lugares que antes eran exclusivamente masculinos (puestos de trabajo, rol en la estructura familiar, etcétera). El consumo de drogas como la cocaína y los ritmos musicales como el disco acompañaron esta década, marcada por la búsqueda del poder. La gran pantalla tuvo que competir con las cada vez más populares series de televisión. Ambos tipos de producción comenzaron a tratar temáticas similares a las de la vida cotidiana de los espectadores. A diferencia de otras décadas, en las que el cine buscaba distraer de la actualidad, en esta, busca que el espectador se identifique.

Ideal corporal

Cuerpos moldeados por el ejercicio, pechos tonificados con aspecto naturalista, cintura y caderas marcadas.

Morfología soutien

Se eliminan el relleno y el armado; es más deportivo.

Actriz referente



Jane Fonda

Imagen referencia soutien



Década 1990

Contexto social

Gran expansión de la tecnología.
Se comienza a popularizar el uso de las computadoras e internet.
Nacimiento de Google y la Web.
Referentes de la música comienzan a ser protagonistas de películas.

Ideal corporal

Queda atrás la búsqueda del aspecto naturalista. Es una década marcada por el auge de las cirugías plásticas, que dan como resultado cuerpos hiperflacos con grandes pechos, caderas y labios quirúrgicamente alterados.

Morfología soutien

Superarmados, wonderbra como alternativa a la cirugía.

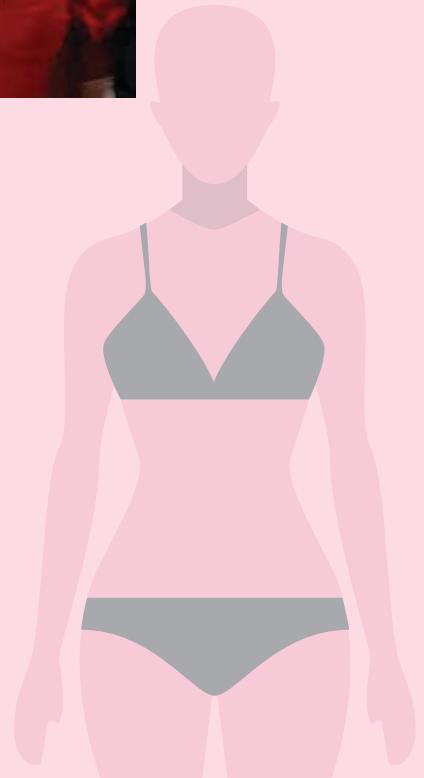
Imagen referencia soutien



Actriz referente



Julia Roberts



Década 1950



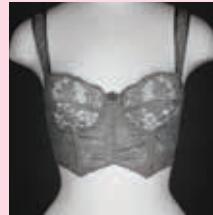
Década 1960



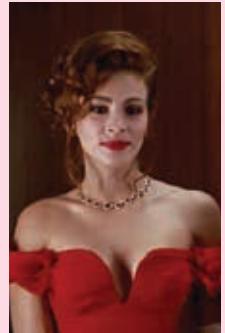
Década 1970



Década 1980



Década 1990



Capítulo 3.

Resultados de la investigación y su análisis

Cuerpo biológico y cuerpo social

Si bien en el discurso se podría separar el cuerpo biológico y el cuerpo social, como podemos observar, tanto en la cronología como en el marco teórico de este trabajo, ambos están ampliamente conectados entre sí. El cuerpo biológico podría ser entendido como el cuerpo material, con el que nacemos, el “natural”, pero, como hemos visto, está moldeado por la sociedad ya desde la concepción del ser, por lo que sería imposible identificar cuál es en realidad el cuerpo natural.

El cuerpo está inscripto en un contexto determinado, que influye, sin lugar a dudas, en cómo se ve una mujer a sí misma, cómo se muestra y siente en la intimidad, tanto compartida como individual. Este cuerpo busca imitar referentes, que son quienes presentan un cuerpo similar al ideal de la época, el que esta exige, con el que se nos bombardea a través de las publicidades, el cine y la televisión.

Esto provoca que, tanto en la intimidad compartida —cuando el cuerpo es visto en un ámbito íntimo con otro— como en la intimidad individual —cuando una mujer está sola frente a su propio desnudo—, la forma en la que el cuerpo es mirado y la disconformidad o conformidad con él estén atravesadas por los ideales mencionados.

Así, entendemos que hay un diálogo directo entre el contexto social y el ideal corporal, como se refleja en el Cuadro comparativo 1 y como lo señalan los autores citados en el teórico.

Los cambios sociopolíticos, si bien pueden ser ubicados en las distintas décadas, son procesos que no siempre se producen de esta manera, ya que pueden comenzar en una década y terminar en otra. Además, existe un período durante el que los individuos procesan y responden a ellos. Siguiendo en esta línea de proceso y respuesta, en la imitación existe un período en el que los individuos captan los ideales corporales y comienzan la imitación. Entendemos, entonces, la instalación de los ideales corporales como un proceso que se construye en relación dialéctica entre el individuo y el contexto social.

En la década del cincuenta, el contexto de posguerra necesitaba mujeres maternas para reconstruir los hogares y devolverles la vida, así es que el ideal corporal que identificamos para este contexto muestra mujeres con pechos prominentes, caderas exageradas y cintura pequeña. Para la siguiente década, con los movimientos *hippie* y feminista muy activos, se buscaba un aspecto naturalista

del cuerpo de la mujer, con siluetas más delgadas, pechos pequeños y las líneas de la silueta enderezadas. En los años setenta, la sociedad necesitaba volver a disciplinarse. Se dejan atrás Woodstock y el movimiento *hippie*, se promueve el ejercicio y la buena alimentación. Estos cuerpos debían estar moldeados por la autoexigencia, a través de dietas y ejercicios. El ideal corporal mostraba cuerpos delgados y tonificados, pechos pequeños pero firmes. En la década de los ochenta, la mujer había ganado terreno en el ámbito laboral y estaba lejos de ser la mujer maternal de los cincuenta. Es, en cambio, una mujer insertada en un ámbito laboral principalmente masculino. En este sentido, un punto interesante es que adoptó algunas prendas masculinas, pero realzando los pechos, que son indefectiblemente femeninos. El cuerpo seguía siendo tonificado y controlado por ejercicios, pero se agregó el uso de *bustiers* para levantar y aumentar los pechos y marcar aún más la cintura. La década del noventa estuvo marcada por la gran expansión tecnológica, sobre todo en lo que a las comunicaciones se refiere. La aparición de internet, el primer sistema Windows y el nacimiento de Google fueron algunos de los hechos más relevantes de esta época. Los avances tecnológicos y el comienzo de una era digitalizada tuvieron su resultado también en el cuerpo, tanto Caroline Cox como Karen W. Bressler, Karoline Newman y Gillian Proctor sostienen que esta década fue la década del escote, en la que el pecho era de gran tamaño, logrado sobre todo por la cirugía.

Dicho esto, notamos también que los cambios en los ideales corporales son graduales y paulatinos, y si bien para este trabajo buscamos simplificar y esquematizar por décadas dichos fenómenos -para analizarlos y colocarlos en la línea temporal-, podemos notar que generalmente no resultan radicales de una década a la siguiente, esto podría responder a que los cambios en los ideales son procesos que se construyen socialmente.

Sobre los métodos de control del cuerpo

Un cuerpo en sociedad necesariamente está atravesado por el contexto social: los ideales corporales y la indumentaria funcionan como símbolo de pertenencia. De esto se podría desprender entonces que el impulso principal para lograr el cuerpo ideal es pertenecer y ser socialmente aceptados. El hecho de que el medio para modelar los cuerpos, orientándolos hacia el ideal corporal, se modifique de acuerdo con el momento histórico no supone una mejora para el individuo, sino que, al igual que los ideales, responde a una necesidad contextual.

Tanto el fin de alcanzar los ideales como los métodos para lograrlo están determinados por la época. El *corset*, la actividad física, las cirugías plásticas, etcétera, son mecanismos adecuados, según cada contexto histórico, para buscar el cuerpo ideal. Cada época valida solo un método, dejando el anterior en desuso, que pasa a ser visto como insano o inadecuado. De esta manera, cada ideal corporal aceptado por su contexto es a su vez acompañado por un método correcto para alcanzarlo.

Si bien hay diversos métodos para el control de los cuerpos, es constante la utilización de ropa interior femenina, y, aunque han cambiado sus diseños, estas prendas son imprescindibles para presentar los cuerpos en sociedad.

La ropa interior, desde la perspectiva de este trabajo, cumple la función de moldear y lograr ciertas formas y curvas aceptables o deseadas por la sociedad. Notamos la constante atención social hacia el cuerpo femenino y sobre todo hacia sus pechos.

Si bien este análisis no abarca la actualidad, a partir de algunos de sus resultados planteamos cuestionamientos acerca del discurso actual, contexto en el que estamos inmersas como diseñadoras. En este sentido, proponemos un movimiento que implica estudiar el pasado y extraer de ese estudio interrogantes para el presente. El discurso actual sostiene que todos los cuerpos deben ser aceptados y que el concepto de un cuerpo ideal ya no tiene vigencia. Pero, si entendemos a los ideales corporales como una imposición social, ¿también lo es aceptarse? Por otra parte, ¿realmente todos los cuerpos son aceptados? Y, ¿son aceptados con relación a qué parámetros?

Referentes

El ideal corporal juega un papel tan importante en la sociedad que es parte de la identidad de cada individuo. Es necesario imitar a los referentes sociales, como mencionamos en el marco teórico. Según los autores abordados, históricamente sucede así, ya sea que se explique por imitación de clase o por competencia e imitación de los iguales para pertenecer a grupos sociales.

En esta línea de pensamiento, podemos interpretar que los individuos se identifican con las actrices del cine *mainstream*, cuyos cuerpos, como nos muestran Martel (2014) y Croci y Vitale (2000), son elegidos en concordancia con lo que debe ser visto como deseable. Massonnier (2006), por su parte, menciona la inalcanzabilidad del modelo aspiracional —entendido en este trabajo como ideal corporal—, lo que cobra total sentido en referencia a las actrices que están del otro lado de la pantalla.

Ana Clara es diseñadora de la marca Anémona, que busca generar ropa interior para todos los tamaños. Este emprendimiento fue impulsado por la falta de productos para talles *plus size* (definidos como más grandes que el estándar). Nos cuenta que su marca utiliza todo tipo de mujeres para sus campañas, desde “flacas” hasta “gordas”, ya que si solo aparecen mujeres más grandes que el estándar, las delgadas no pueden identificarse con la marca.

“Ahora, como está un poco de moda, no es tan difícil. Ahora a la gente no le choca ver una foto de una persona gorda en ropa interior, pero a mí me pasó cuando empecé, hace tres años, que fui a una feria de diseño y tenía fotos de la ropa interior, y no eran gordas sino rellenitas, y la gente pasaba y decía: “mirá, ropa interior de gordas”, y seguía. O sea, no se les ocurría que había talles para más delgadas [...] A mí me parecía muy zarpado ese pensamiento lineal, capaz que si yo veo una persona delgada me paro a ver igual, pero al revés, no, y ahí me di cuenta de que hay un problema y que voy contra la marea, y tuve que empezar a hacer otras fotos, de personas más delgadas, y mecharlas para que la gente se parara a ver y se enganche con lo que hago. Hoy en día me parece que no, que hay una moda de *plus size* [...]” (Entrevista a Ana Clara, Anemona)

Entendemos, así, la importancia que adquiere el referente de un cuerpo ideal. En la entrevista a Ana Clara queda claro que el receptor, en este caso de una campaña publicitaria de ropa interior, necesariamente busca sentirse identificado con la imagen del cuerpo que se le muestra. Si el cuerpo que se presenta no es rápidamente asociado al ideal, se entiende que es para un segmento de público especial, que podría identificarse con la imagen por semejanza a pesar de no ser mostrado un cuerpo tan cercano al ideal corporal.

En el cine *mainstream* se muestran actrices con cuerpos a los que todas puedan aspirar. A la hora de promover o vender, ya sea una película o ropa interior, es importante el cuerpo que se muestra. En este caso, el cuerpo de las actrices del cine hollywoodense es, entonces, también *mainstream*.

Notamos que las marcas de ropa interior no escapan del ideal corporal y que la idea de “cuerpo natural” es también una moda - una construcción social - que permite ver como bello un cuerpo “rellenito”, negando la belleza de los cuerpos hiperflacos de décadas anteriores o los hipertrabajados u operados. A su vez, vemos el ejemplo de Anémona, que orienta sus productos a cuerpos que no son los considerados ideales, y se le dificulta la llegada al público. A modo de ejemplo, tuvo que incluir fotografías de personas más delgadas para entrar en el mercado, no tuvo éxito con las “rellenitas” hasta que la tendencia fue aceptar los cuerpos “naturales”. Entonces, la publicidad y el cine parecen ser simplemente reflejos y propulsores de lo que la sociedad o el contexto plantean como ideales y, tanto para promoverlos como para ir en su contra, el diseñador necesariamente tiene que partir de ellos.

Rol del diseñador respecto al cuerpo de la mujer

“El cuerpo es entonces la base sobre la que la cultura despliega su red de significados, asignándole una forma y peso ideales [...]” (Loy y Vidart, 2008, p. 11).

Desde la perspectiva de Loy y Vidart (2008, 2015), el cuerpo puede ser pensado como el objeto que dialoga directamente con la cultura o el entorno en el que se circunscribe y es el encargado de transmitir, a través de la imagen, los signos y significados propios de ellos.

Cuando hablamos de cultura, parece que estuviéramos hablando de algo por completo ajeno, de algo que se impone a nosotros de una manera extrínseca. Cuestionar este enfoque nos permite pensar al diseñador en su posible rol social activo.

A través de las décadas, el cuerpo ha sido moldeado en su forma, color y tamaño, de acuerdo con los estándares sociales de cada una. Los diseñadores fueron protagonistas en la tarea de materializar estas construcciones corporales para contarnos mediante la imagen qué sucedía con la mujer en la sociedad.

Podríamos plantear que los diseñadores tienen el rol de materializadores e intermediarios entre los mandatos sociales de cada época y los productos del mercado. Esto nos lleva a cuestionarnos: ¿Serán también los encargados de adaptar los ideales mainstream a las diferentes culturas locales? ¿Estos intermediarios tienen la capacidad de proponer nuevos ideales?

Notamos que los cambios en las prendas de indumentaria, como ejemplificamos con la minifalda de Mary Quant, influyen en las zonas del cuerpo que son mostradas, nos cuestionamos entonces, ¿cuánta libertad tiene el diseñador para proponer cambios que influyan en los ideales corporales?

Notamos en la década de los ochenta un aumento en la diversidad de estilos de moda, que se ve intensificado en los noventa, siendo en la década del dosmil cuando comienzan a validarse diferentes ideales corporales. Es a partir de dicha dialéctica que surgen otras posibles interrogantes: ¿la moda puede, desde la indumentaria, proponer siluetas diferentes que luego serán adoptadas para el ideal corporal?

Yendo al referido ejemplo de Mary Quant: ¿qué es primero, la necesidad social de indumentaria más cómoda para las mujeres o la propuesta de minifalda? ¿La necesidad de diversidad o la propuesta de moda de “hazlo tu mismo”? ¿Será que se retroalimentan?

Según nuestra mirada, el diseñador necesita un terreno que le permita introducir el cambio que propone, para esto debe estar alerta y en permanente conocimiento de los cambios sociales, políticos y tecnológicos que lo rodean. Hemos notado que estas variables están en constante interacción, a modo de ejemplo: entendemos que las mencionadas propuestas de diferentes estilos de moda de los años ochenta, son posibles apoyadas en los avances de la industria, que permiten producir a mayor velocidad y menor costo. A su vez estas propuestas conviven con la aparición del walkman, otro producto de la industria de la época, que permite al usuario elegir su propia música al caminar por las calles, asemejándose ambos casos en el punto en el que jerarquizan la variedad y la libertad de elección del consumidor.

En resumen, podríamos plantear que todo el contexto (avances tecnológicos, cambios productivos, etc.) sostiene un constante ida y vuelta con el diseño de indumentaria.

El audiovisual vinculado al ideal

Si bien creemos que el audiovisual no es el que propone los ideales corporales, sí vemos que es un fuerte medio para su divulgación y fortalecimiento, así como también un factor cotidiano, integrado a la vida de todas las personas, que les recuerda a las mujeres diariamente cuales son los ideales corporales. En sus contenidos, es constante la asociación de la felicidad con el alcance de estos ideales.

“Las variaciones son ínfimas. Varían los públicos objetivos hacia los que enfocan las campañas, pero hasta los que hablan de la belleza real o comunican con modelos *plus size* terminan banalizando a la mujer”, nos cuenta Juan Pablo Landarín, fotógrafo de moda, a quien entrevistamos para tener una mirada acerca de qué buscan las marcas en sus producciones de campañas publicitarias de lencería.

“Los medios de comunicación, el cine y la publicidad son los pilares que sostienen, manipulan y reproducen los cánones de belleza. Luego de las caderas anchas y curvas redondeadas de los cincuenta, comenzó un culto por el cuidado del cuerpo, la delgadez como prototipo a seguir. Luego del busto exuberante, siguió la flacura extrema y ahora respiramos la moda andrógina (que tampoco es nueva, porque en los veinte ya se rebelaron contra los estereotipos de la mujer).” (Entrevista a Juan Pablo Landarín)

Diseño de autor

Tomando en cuenta lo recopilado en el trabajo, nos cuestionamos cada vez más la posibilidad del diseñador de hacer propuestas orientadas a un cuerpo diferente al ideal de su época. Hasta en los casos en los que se busca romper con este ideal, este es reconocido.

Luego de realizar entrevistas y analizar el mercado que tenemos a nuestro alcance, notamos que en primer lugar para romper los ideales (ya sean corporales, formales, estéticos, etc.) el diseñador debe estar en profundo conocimiento de estos, por lo que vemos que para el diseñador de autor es sumamente importante estar actualizado. Aún así, esta tarea de trabajar de forma disruptiva con los ideales establecidos resulta, en las décadas aquí analizadas, un desafío nada sencillo.

Esto no significa que el diseñador no tenga capacidad de proponer, entendemos que una forma de innovar en cuanto a ideales corporales, puede ser desde la indumentaria, pudiendo luego, ser las siluetas propuestas adoptadas a nivel corporal. Vemos que en los años ochenta surge en la indumentaria la diversidad de estilos, “sub-culturas” (típico fenómeno posmoderno) donde los individuos ya no siguen una moda universal sino que, como vemos en autores como Morace y Massioner, el individuo comienza a buscar diferenciarse, y formar su identidad no sólo a través de la imitación de lo masivo. Podemos ver que dos décadas más tarde este fenómeno de “sub-culturas” corporales es aceptado, si bien entendemos que no todos los cuerpos tienen el mismo valor, vemos que se avanza hacia la coexistencia de más de un ideal corporal.

Cultura *mainstream*

“El cine, desde el mismo momento de su aparición, ha provocado el surgimiento de unos ídolos populares que son imitados en su forma de vestir por miles de personas. El cine inaugura una nueva etapa cultural: la de la imagen en movimiento.” (Croci y Vitale, 2000, p. 81)

El cuerpo está inmerso en la cultura *mainstream* de Estados Unidos, país que posee la mayor parte de los contenidos de entretenimiento. Al exportarlos, no solo envía una película, un programa o un disco, sino que estos, adosados, contienen distintos ideales (ya sean corporales, de formas de vivir, vestir o pensar o fórmulas para el éxito personal).

El cine y sus actrices funcionan como reflejo de ideales culturales que adoptamos una vez que nos llegan. En nuestro caso, como mencionamos anteriormente, a pesar de ser uruguayas, por nuestro contexto generacional, tomamos como referentes a las actrices icónicas de Estados Unidos para nuestra tesina.

La interrogante que nos surge es: ¿cómo se adaptan los ideales recibidos a nuestra cultura? A lo largo del trabajo afirmamos que los ideales corporales responden a un contexto económico, político y social, pero ¿qué sucede cuando los ideales corporales responden a las necesidades de cierta sociedad, pero nos llegan a todos?, ¿de alguna manera los adaptamos a nuestras necesidades?, ¿somos los diseñadores los encargados de adaptar los ideales “importados” al contexto regional y a nuestra sociedad?

Capítulo 4.

Conclusiones



Capítulo 4.

Conclusiones

Ideales contextuales

- Para comenzar a concluir, podemos afirmar que existen ideales corporales femeninos que varían a lo largo de la historia.
- Estos cambios son construidos por la sociedad según el contexto social del momento. A su vez, los cambios en los ideales provocan cambios morfológicos, ya sean temporales (como el uso de *bustiers* para levantar los pechos) o permanentes (como las cirugías).
- Si colocamos dos fotos de mujeres desnudas con un cuerpo socialmente aceptado, por un lado, la de una mujer de 1920 y, por otro, la de una de 1990, podremos enseguida notar diferencias. Seguramente, el cuerpo de la primera será un cuerpo más flácido, pálido y débil, moldeado por el constante uso de ropa interior aparatosa, mientras que la segunda tendrá un cuerpo atlético, con piel firme y músculos marcados, hasta tal vez operado.
- Los métodos utilizados para modificar los cuerpos en pos del ideal de cada momento también son contextuales y, según la coyuntura sociopolítica, serán aceptados ciertos métodos como correctos.
- Es constante la existencia de un método de control de los cuerpos femeninos.
- Los ideales corporales femeninos son inalcanzables.
- Sería interesante ampliar este trabajo en relación con el rol de la mujer, incluyendo perspectivas de género y bibliografía feminista.
- Los cambios del *soutien* están estrechamente vinculados a los cambios en los ideales corporales.

Identidad

- Más allá de la búsqueda de identidad a través de la diferenciación, lo que prima a la hora de modificar el cuerpo es la imitación de referentes para presentarse correctamente en sociedad.
- La vestimenta está vinculada con la identidad de los individuos, es quizás la dimensión donde los individuos pueden, dentro de ciertos márgenes, diferenciarse en la búsqueda de diversos estilos, siendo igualmente admitidos por la sociedad.
- Las prendas íntimas que cubren los pechos han sido de uso casi obligatorio para las mujeres en el último milenio.
- El *soutien*, que es la prenda analizada en este trabajo, ha logrado aplastar, realzar o agrandar el pecho femenino para lograr una forma y ubicación correcta acorde con el ideal de cada época.
- Estas prendas modifican el cuerpo de la mujer, la silueta visible por la sociedad.

Diseño

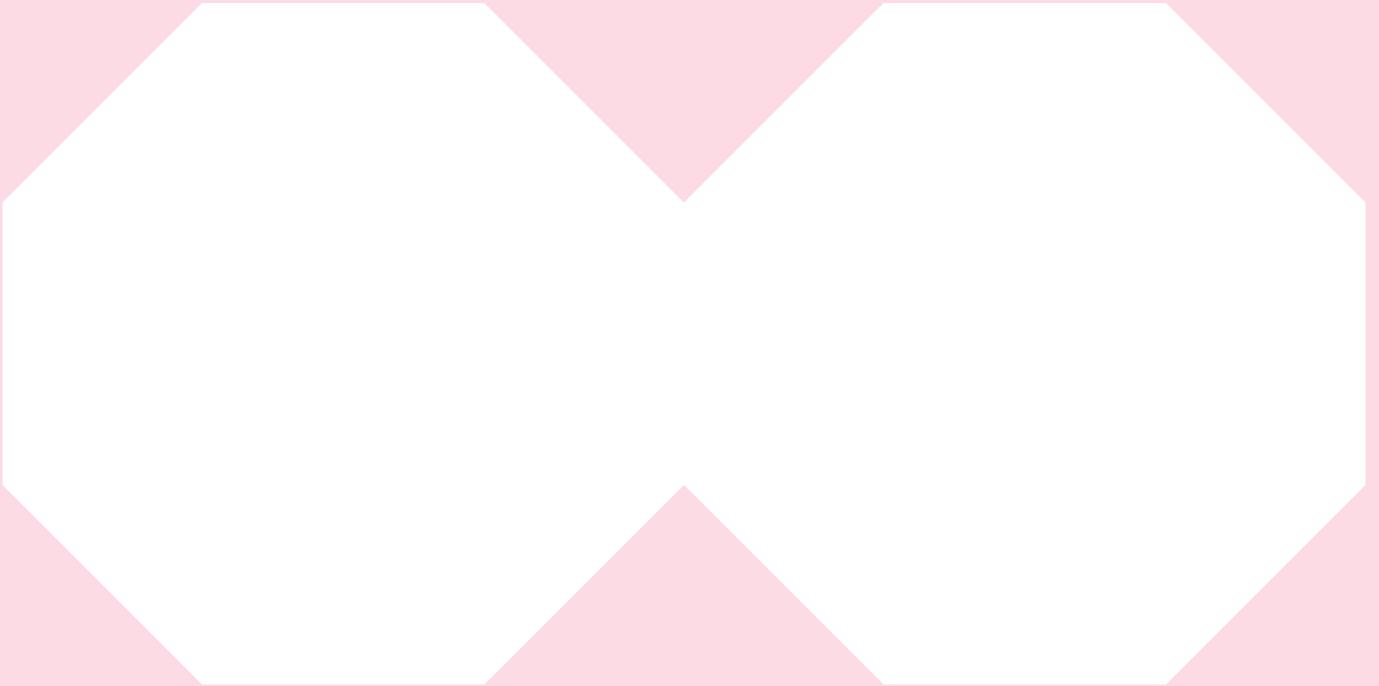
- A raíz de lo anterior, nos cuestionamos el rol del diseñador y concluimos en que es un intermediario entre los ideales que rigen su contexto y el producto que sale al mercado.
- El diseñador puede ser un intermediario activo y proponer cambios, dentro de determinados márgenes que el contexto avala.
- El diseñador de autor debe conocer el ideal corporal que existe en determinado momento, ya sea para diseñar para éste o para proponer algo nuevo.
- Existen diseños *plus size* o “inclusivos”, pero también parten del ideal corporal como la norma y consideran al resto como cuerpos diferentes.

Referentes

- A la hora de conformar la identidad del individuo en sociedad es necesario tener referentes a los que imitar.
- Estos referentes promueven ideales de acuerdo con el contexto social.
- El cine puede ser entendido como un proveedor de referentes, que en este trabajo llamamos “actrices icónicas” ya que se expanden hacia los distintos continentes, llegando masivamente a los individuos, manteniéndose lo suficientemente alejados como para ser idealizados.
- ¿Hubiéramos obtenido el mismo resultado si tomábamos como referentes las actrices del cine europeo?, la interrogante queda planteada.
- Entendemos que sigue vigente el planteo de las actrices icónicas del cine como referentes de los ideales corporales de su época, a pesar de que el cine, como sucedió en los años cincuenta con las series televisivas, actualmente puede estar compitiendo con plataformas de divulgación masiva como Netflix.

Lista de términos

**Referencias
bibliográficas**



Lista de términos

Blockbuster: Éxito de taquilla.

Cine mainstream: En inglés *mainstream* significa ‘corriente principal’. “Se utiliza para designar los pensamientos, gustos o preferencias aceptados mayoritariamente en una sociedad” (Restrepo, 2011).

Mainstream: “Literalmente ‘dominante’ o ‘para el gran público’. Se dice, por ejemplo, de un producto cultural que aspira a tener gran audiencia. ‘Mainstream culture’ puede tener una connotación positiva, en el sentido de ‘cultura para todos’, y también negativa, en el sentido de ‘cultura dominante’ (Martel, 2014, p. 449).

Entertainment: Su traducción exacta es ‘entretenimiento’, pero en este trabajo tomamos su significado en inglés, que refiere a la industria del entretenimiento. “Se habla de *entertainment industries*, las industrias del entretenimiento” (Martel, 2014, p. 447). “*The business of making films, television programmes, shows, etc., that entertain people*” (Diccionario Cambridge).

Hollywood: Distrito de Los Ángeles, en Estados Unidos. En este trabajo, cuando mencionamos el cine hollywoodense, nos referimos al producido por las principales casas productoras situadas en este distrito.

Ideales corporales: Cuerpo anhelado por la mayoría de la sociedad. Aceptado como bello y deseable en determinada época.

Ícónico: Referente de una época, que marca un antes y un después y es recordado. Referente a un ícono.

Ícono: “Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado” (Real Academia Española, 2018).

MPAA: Motion Picture Association of America (Asociación Cinematográfica de Estados Unidos), fundada en 1922 con el nombre de Motion Picture Producers and Distributors. Es una asociación sin fines de lucro que se creó para regular la industria cinematográfica y velar por los intereses de los estudios.

New look: Es un movimiento en la moda que refiere a la silueta lanzada por el primer desfile de alta costura de Christian Dior, en 1947. Es considerado un punto de inflexión en la moda.

Power dressing: ‘Vestir poder’. Refiere a los años ochenta, cuando las mujeres comenzaron a tomar aspectos de la indumentaria masculina, asociada al poder.

Ropa interior: Prendas utilizadas sobre la piel, que generalmente cubren los órganos sexuales externos y tradicionalmente son utilizadas debajo de otras prendas

Soutien: Prenda que cubre los pechos femeninos.

Wonderbra: Registrado en 1955 en Estados Unidos y popularizado en la década del noventa. Se trata de un *soutien* armado con aro, relleno y almohadilla extra para adicionar de acuerdo al deseo del usuario.

Referencias bibliográficas

Barrán, J. P. (1992). *Medicina y sociedad en el Uruguay del Novecientos. Tomo 3: La invención del cuerpo.* Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.

Berger, L. y Luckman, T. (1968). *La construcción social de la realidad.* Buenos Aires: Amorrortu.

Bressler, K. W.; Newman, K. y Proctor G. (1999). *Un siglo de lencería: Revelando los secretos y encantos de la lencería en el siglo XX.* Vizcaya: Status Ediciones.

Cousins, M. (2005). *Historia del cine.* Barcelona: Blume.

Cox, C. (2001). *Lingerie: A lexicon of style.* Nueva York: Thomas Dunne Books.

Croci, P. y Vitale, A. (2000). *Los cuerpos dóciles.* Buenos Aires: La Marca.

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica.* Buenos aires: Paidós.

Godart, F. (2012). *Sociología de la moda.* Buenos Aires. Edhasa

Kemp, P. (2013). *Cine. Toda la historia.* Barcelona: Blume.

Lacan, J. (2010). *El estadio del espejo como formador de la función del Yo [Je] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica. En: Lacan, J. (2010). Escritos 1.* Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 99-105..

Laver, J. (1980). *The concise history of costume and fashion*. Nueva York: MacMillan.

Lipovetsky, G. (2009a). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, G. (2009b). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.

Loy, A. y Vidart, D. (2008). *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido. Antropología de la ropa interior femenina*. Montevideo: Banda Oriental.

Loy, A. y Vidart, D. (2015). *Los cuerpos de Eva*. Montevideo: Ediciones B.

Martel, F. (2014). *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de las masas*. Buenos Aires: Alfaguara.

Massonnier, V. (2006). *Están pasando cosas: un ensayo sobre tendencias de mercado*. Montevideo: Macrotendencias.

Morace, F. (1993). *Contratendencias: Una nueva cultura de consumo*. Madrid: Celeste

Morris, D. (2005). *La mujer desnuda*. Madrid: Planeta.

Nuria, V. (2008). *Feminismo para principiantes*. Barcelona: Ediciones B

Philip Kemp (2011). *Cine toda la historia*. Barcelona: Blume

Porzecanski, T. (2008). *El cuerpo y sus espejos*. Montevideo: Planeta

Real Academia Española (2018). *Diccionario de la lengua española* [en línea]. Disponible en: <<https://dle.rae.es/?id=KsRzX3u>> [visitado el 20/7/18].

Restrepo, S. (2011). *Cine 'mainstream'*. *El Heraldo* [en línea], 28 de abril. Disponible en: <<https://www.elheraldo.co/cine/cine-mainstream-18872>> [visitado el 10/10/2017].

Santoro, S. (2014). "El nuevo lujo es tener una prenda éticamente buena". *La socióloga Susana Saulquin analiza los significados de la moda en la actualidad*. Página 12 [en línea], 12 de julio. Disponible en: <<https://www.pagina12.com.ar/diario/dialo-gos/21-251667-2014-07-28.html>> [visitado el: 27/5/2018]

Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós.

The Underpinnings Museum (Museo online de historia de la ropa interior) Disponible en: <<https://underpinningsmuseum.com>> [visitado el: 2/3/2019]

Veblen, T. (2000[1899]). *Teoría de la clase ociosa*. Barcelona: El Aleph.

Fuente de imágenes**Figura 1. Mae West en *No soy un ángel*. 1933**

<<https://thestylepenthouse.wordpress.com/tag/mae-in-may/>> [visitado el:12/5/18]

Figura 2, 3 y 4. Década del cuarenta, Rita Hayworth

<<https://imgur.com/gallery/1b1vi/comment/1100113155>> [visitado el:12/5/18]

Figura 5. *Soutien cosido en espiral*, <<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/spiral-stitched-nylon-tulle-bra-by-java-lusso/>> [visitado el: 10/12/19]

Figura 6. Faja diseñada por Marcel Rochas en 1948

<<https://www.pinterest.com/pin/495114552763120975/?nic=1a&sender=477029922938825222>> [visitado el:19/8/18]

Figura 7. Anuncio *soutiens* marca “Warner” 1953.

<<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/each-time-you-breathe-your-bra-size-changes-advertisement-for-alure-by-warner/>> [visitado el:18/07/17]

Figura 8. *New Look* Nueva silueta creada por Christian Dior en 1947

<<https://www.vintag.es/2015/04/1940s-fashion-and-style-trends-in-40.html>> [visitado el:9/8/17]

Figura 9. *New Look* Nueva silueta creada por Christian Dior en 1947.

<<http://www.vintageinn.ca/2017/11/the-fashions-of-christian-dior-1947-1957/>> [visitado el:12/5/18]

Figuras 10 y 11. Escena de “Los caballeros las prefieren rubias”, protagonizada por Marilyn Monroe y Jane Russell en 1953.

<<http://conarte.org.mx/cineteca/los-caballeros-las-prefieren-rubias/>> [visitado el:10/5/17]

Figura 12. Escenas de “Los caballeros las prefieren rubias”, protagonizada por Marilyn Monroe y Jane Russell en 1953.

<<https://www.fakt.pl/wydarzenia/swiat/marilyn-monroe-byla-lesbijka/9237z7x#slajd-2>> [visitado el:18/8/18]

Figura 13. Portada de *The outlaw* 1946.

<<http://josecarlosrincon.blogspot.com/2018/09/el-codigo-hays-o-la-censura-en-el-reino.html>> [visitado el:19/7/17]

Figura 14. Elizabeth Taylor *La gata sobre el tejado de zinc* 1958.

<<https://www.alohacriticon.com/cine/actores-y-directores/elizabeth-taylor/>> [visitado el:5/11/19]

Figura 15. Sophia Loren película *Orgullo y pasión* 1957.

<<https://www.diariocritico.com/cine/mejores-peliculas-sophia-loren>> [visitado el: 5/11/19]

Figuras 16 y 17 *Soutien* fines de 1950 principios 1960. Nylon. Contiene los pechos dejando los pezones descubiertos.

<<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/no-bra-sheer-nylon-bra-by-rudi-gerneich-for-exquisite-form/>> [visitado el:25/07/17]

Figura 18. *Soutien* con aro y relleno. Nylon y tul de lycra. Elastizado. Adaptable al pecho del usuario, 1960.

<<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/young-you-teen-bra-by-silhouette/>> [visitado el:25/07/17]

Figuras 19 y 20. “Papelera de la libertad”. Protesta Atlantic City 1968.

<<https://sentado-frente-al-mundo.blogspot.com/uy/2010/10/la-famosa-quema-del-brassiere.html>> [visitado el: 12/08/17]

Figura 21 Peggy Moffitt usando un *non-bra* (significado: “sin *soutien*”). 1964.

<<https://www.pinterest.ru/pin/316096467589018958/>> [visitado el: 30/07/17]

Figuras 22 y 23. Mia Farrow modelando la minifalda.

<<https://vistelacalle.com/632418/mia-farrow-otro-icone-sesentero-para-inspirarnos/>> [visitado el:15/09/18]

Figura 24 Atlantic City. Protesta feminista 1968.
 <<https://www.t13.cl/noticia/mundo/tendencias/bbc/la-verdad-sobre-las-feministas-que-quemaron-sus-sostenes-hace-50-anos>> [visitado el:25/07/17]

Figura 25. Audrey Hepburn *Desayuno en Tiffany's* 1961.
 <<http://tienda.meristation.com/posters-de-famosos-cat-3-4-1-5/audrey-hepburn-cat-219/poster-audrey-hepburn-cuerpo-ref-4454.html>> [visitado el:20/8/19]

Figura 26. *Soutien* de lurex sin aro ni relleno diseñado por Mary Quant en 1970
 <<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/lurex-bralet-by-mary-quant/>> [visitado el: 16/08/18]

Figura 27. Olivia Newton en película *Grease* 1978.
 <<http://mossacres.ru/cz1qb3VybmFscGFydHl3a-Gl0bmV5LmJlYXVmb29kLnJ1JnA9MzEyND-YzNy0yNC10cmVuZl0kZGFydHktdGVtYXR-pYy12YXNlbGluYS1pbm43Lmh0bWwmaT03>> [visitado el: 17/04/18]

Figura 28. Olivia Newton en película *Grease* 1978
 <<https://www.thestar.com.my/lifestyle/style/2019/11/01/olivia-newton-john-is-auctioning-off-her-039grease039-outfits>> [visitado el: 17/04/18]

Figura 29. Raquel Welch vestuario película *The magic christian* 1970.
 <<https://www.moviestillsdb.com/movies/the-magic-christian-i64622/goebo9>> [visitado el: 18/04/18]

Figura 30. Portada de programa de ejercicios de Jane fonda. 1984
 <<https://www.bestbuy.com/site/jane-fonda-easy-going-workout-dvd-1984/25968415.p?skuId=25968415&cmp=RMX&intl=nosplash>>

Figura 31. Jane Fonda luciendo *body*, cuerpo tonificado con pechos grandes.
 <<https://interamaiscom.wordpress.com/2016/08/29/dicas-de-como-usar-body/>> [visitado el: 06/05/18]

Figura 32. *Soutien* de encaje tipo *bustier* con breteles regulables.
 <<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/prelude-longline-purple-lace-bra-by-warner/>> [visitado el:20/07/17]

Figura 33. Sacos con grandes hombreras
 <https://archzine.com/fashion/80s-fashion-total-dissaster-or-genius-style/?image_id=4751> [visitado el:2/10/17]

Figura 34 . Kate Omara y Joan Collins. *Dinasty*. 1981.
 <<https://ventanavariante.blogspot.com/2017/10/hombreras-una-constante-en-el-mundo-de.html>> [visitado el:18/10/17]

Figura 35. Escenas de *Scarface* protagonizada por Michelle Pfeiffer. 1983.
 <<https://smoda.elpais.com/moda/michelle-pfeiffer-y-todo-lo-que-esconde-el-camison-mas-erotico-del-cine/>> [visitado el: 14/06/18]

Figura 36. Escenas de *Scarface* protagonizada por Michelle Pfeiffer. 1983.

<<https://i.pinimg.com/originals/20/09/73/200973be1f97d50e47a7d3f708c6b266.jpg>> [visitado el: 14/06/18]

Figura 37: *Soutien* de encaje armado con aro, con opción de almohadilla extra. 1980.

<<https://underpinningsmuseum.com/museum-collections/stretch-and-guipure-lace-underwire-bra-high-cut-brief-by-la-perla/>> [visitado el: 11/02/18]

Figura 38. Inserción mundial del *wonderbra*. Modelo: Eva Herzigova. 1994.

<<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2859211/Wonderbra-Lingerie-celebrates-20-years-advert-showstopping-catwalk-Madrid.html>> [visitado el: 04/05/18]

Figura 39. Escena de *Mujer bonita* Protagonizada por Julia Roberts en 1990.

<<https://www.biobiochile.cl/noticias/2015/03/18/elenco-de-mujer-bonita-se-reune-por-primera-vez-para-celebrar-los-25-anos-de-la-cinta.shtml>> [visitado el: 03/07/18]

Figura 40. Escena de *American beauty* protagonizada por Mena Saruvi estrenada en 1999.

<<https://www.infobae.com/teleshows/infoshow/2017/11/28/asi-esta-hoy-mena-suvari-la-actriz-que-protagonizo-la-escena-mas-famosa-de-belleza-americana/>> [visitado el: 13/07/18]

Figura 41 : Jennifer Aniston junto a su compañera de elenco de *Friends* 1995.<<https://www.insider.com/jennifer-aniston-hair-evolution-the-rachel-2019-1>> [visitado el: 11/07/18]

Figura 42. Jennifer Aniston en serie *Friends* 1995.

<<https://www.insider.com/jennifer-aniston-hair-evolution-the-rachel-2019-1>> [visitado el: 11/07/18]

. Figura 43. Campaña “mujer real” por la marca *Dove* en 2004.

<<https://uy.emedemujer.com/actualidad/campana-por-la-belleza-real-de-dove-la-mejor-del-siglo-xxi/>> [visitado el: 22/05/18]

Figura 44. Angelina Jolie en escenas de *Sr y Sra Smith* en 2005.

< <http://www.lineblog.co/angie-screen-team-bra-size.htm> > [visitado el 23/10/18]

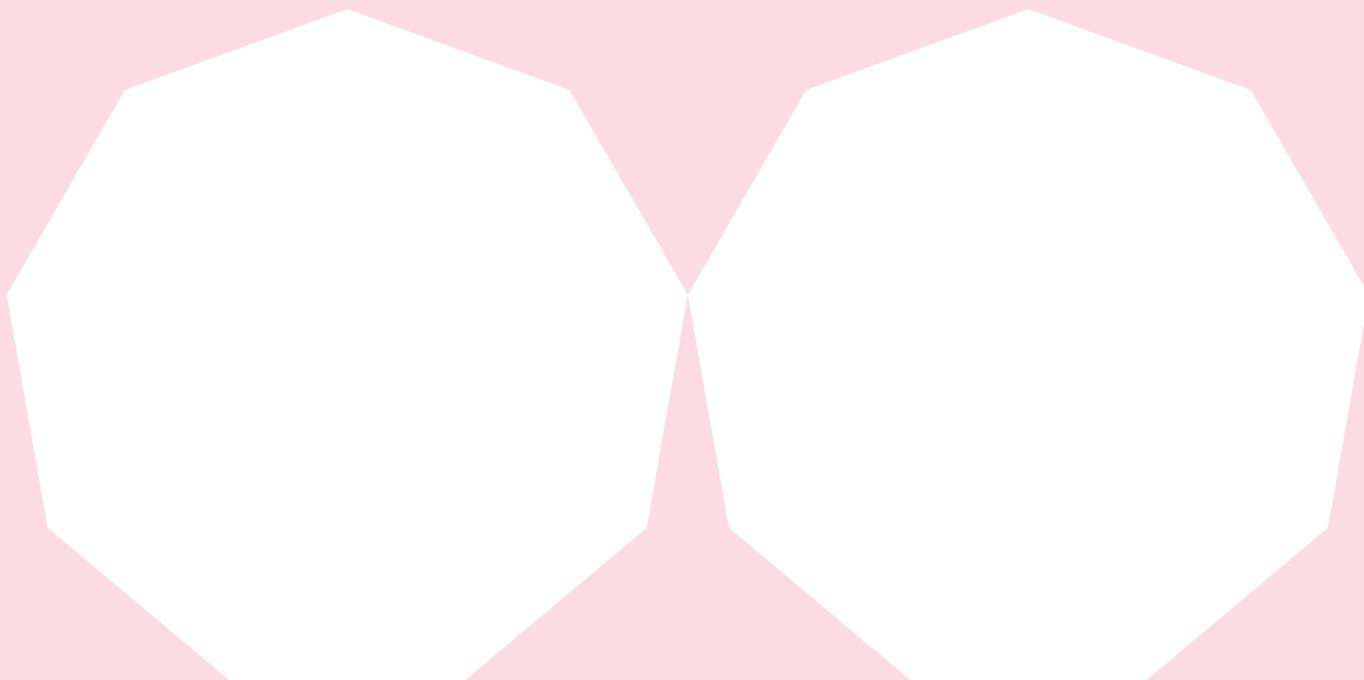
Figura 45. Angelina Jolie en escenas de *Sr y Sra Smith* en 2005.

<<https://dievca.wordpress.com/2018/04/19/iconic-lingerie-movies-women/angelina-jolie-in-mr-and-mrs-smith-2005/>> [visitado el 27/06/19]

Figura 46. Afiche película *Kill Bill 1* dirigida por Quentin Tarantino y protagonizada por Uma Thurman en el año 2003.

< <https://www.themoviedb.org/movie/24-kill-bill-vol-1/images/posters?language=lt-LT> > [visitado el 15/09/19]

Anexos



1. Entrevistas

- a. *Antropólogos.*
Anabella Loy y Daniel Vidart
- b. *Diseñadora de ropa interior.*
Ana Clara Mendez
- c. *Docente de historia de la moda.*
Graciela Ortega
- d. *Fotógrafo de moda.*
Juan Landarin

a. Antropólogos. Anabella Loy y Daniel Vidart

Entrevista Anabella Loy y Daniel Vidart, antropólogos, autores de libros fundamentales para el marco teórico del trabajo: “Cuerpo vestido, cuerpo desvestido”(2008) y “Los cuerpos de Eva”(2015). Las entrevistas se realizaron en dos etapas, la primera previa a su libro “Los cuerpos de Eva”.

Etapas 1:

Entrevista semi-estructurada.

Presencial.

Fecha: 08/03/2014.

Etapas 2:

Entrevista estructurada.

Email.

Fecha: 30/07/2017

Etapas 1:

Hay autores que plantean la distinción entre el cuerpo natural o biológico y el cultural, ¿cuál es su postura al respecto?

En realidad, nosotros, si hay otros autores, entre esos autores nosotros nos consideramos que sí, que hay un cuerpo natural y un cuerpo cultural, ahora bien, el cuerpo natural es el cuerpo biológico pero no es totalmente natural por que en el momento de nacer un recién nacido, el tratamiento que haya recibido de su mama, el tipo de alimentación que haya recibido durante la vida intrauterina, (inclusive en seguida su grupo) hay una serie de cosas que hacen que no se nazca de la misma manera en un grupo indígena o en una sociedad occidental, no es lo mismo nacer abajo de un sauce con una mama de cuclillas que nacer adentro de un sanatorio con todo una tecnología alrededor, con vacunas , con prevención de la ceguera, haciendo al bebé un test a ver cual es el nivel de vitalidad, entonces en ese sentido hacemos una disquisición previa, una aclaración, sobre qué es un natural, antes de hablar de una naturaleza como si fuera algo dado e intocado que no es exactamente así , por la mama se vacuna la mama tiene una cantidad de cosas en una sociedad occidental que no las tiene en una sociedad etnográfica, hecha esta puntualización, diríamos que sí, que la cultura realiza sobre el cuerpo una cantidad enorme de modificaciones, algunas son visibles y otras no son visibles, pero todas están y todas significan cosas, entonces eso es lo que la cultura le hace al cuerpo, le coloca cosas adentro, encima o simbólicamente.

¿Puedo agregar algo? yo soy de ... un vecino estudio, era doctor, observó que en determinados pueblos, en determinados climas, y con determinados regímenes alimenticios, y daba el ejemplo de Galicia: cuando entran los Celtas, los Iberos que ubicaban prácticamente todo el país, que eran relativamente bajos, son corridos a las montañas, muy pobres en productos alimenticios, y se quedan dueños de riadas que tienen mucho pescado y muy buena agricultura, al cabo de mucho tiempo los manolitos, (los gallegos chiquitos), me acuerdo de haber leído en su libro, que tenían la cuarta parte de una hectárea por familia para vivir, heredando uno y otra generación esa carencia de sales minerales y de vitaminas dan, culturalmente, porque los Celtas traían espadas de bronce, y con las espadas de bronce echaron para arriba la cultura e hizo que comieran muy mal los que estaban mal armados y que no podían resistir desde el punto de vista guerrero, bélico, por la gente que los condenó culturalmente a tener un cuerpo distinto.

Lo mismo sucede hoy entre los japoneses y los chinos que en una o dos generaciones aumentan una cantidad de cm, comparativamente con sus padres y abuelos.

Un antropólogo norteamericano, (Boas) advirtió que comiendo bien se crecía más, hasta superando 10 cm a las generaciones pasadas, y ahora hay más cambios que hace un siglo cuando este antropólogo lo advirtió...

¿Las culturas etnográficas se asemejan más al cuerpo natural o es un cuerpo distinto?

Con respecto al cuerpo en las sociedades etnográficas, lo que se le hace al cuerpo no es exactamente lo mismo que se le hace en la sociedad occidental, pero la cantidad de modificaciones y significaciones que le imprime al cuerpo una sociedad etnográfica muchas veces son tanto o más complejos que las nuestras, porque por ejemplo, el hecho de que en una sociedad etnográfica, de tipo ecuatorial o selvática, en una zona cálida, la gente anda mucho más desnuda de lo que podemos andar nosotros, eso no significa para nada que el cuerpo sea más natural que el nuestro, el cuerpo es igualmente cultural, porque para ellos el desnudo tiene una significación, y el hecho de que una niña ande con un cinturón de vegetales, eso significa para ellos que está vestida, como para nosotros puede significar toda la indumentaria que tenemos puesta, interior, exterior, pero para ellos está tan vestido alguien, o con pintura corporal, o con escarificaciones, o con mutilaciones sexuales o con un adorno de plumaria en la cabeza, o con una pulsera, o una tobillera, puesta en algún lugar de los brazos o las piernas, o con lo que sea, o con una pollerita de corteza o de fibras vegetales, (o con cuello de jirafa), o con los anillos que utilizan las mujeres Birmanas, todo eso es lo que la cultura le pone al cuerpo, es diferente a lo que le ponemos nosotros, pero no es menos cultural que lo que hacemos nosotros.

¿Qué rol cumplen la vestimenta y la moda para las mujeres de la sociedad uruguaya?

Pertenecemos a la civilización de occidente, no es solamente la uruguaya, tu abres una revista francesa, y el diario el país y vas a ver que está el mismo tipo de ropa de indumentaria porque se ha globalizado de tal manera, el fenómeno de la moda, el de los tipos de tejidos, las formas en que tiene la ropa, si tu ves a tu bisabuela con aquellas bombachas que se atan acá, y tu con una bombachita que te tapa apenas el pubis, sí se puede decir que antes no hace mucho tiempo, en campaña, ahora no, ahora está muy homologado, la mujer conservaba la pollera, los zapatos (las trenzas) yo recuerdo muy bien, mirá qué ejemplo interesante, en un pueblo en canelones, cercano a donde está el gran núcleo de canarios, Canelón chico, que todavía tiene la costumbre, llevaban en las manos los zapatos de taco alto e iban de alpargatas, dejaban en la farmacia las alpargatas, y se ponían los de taco alto para la fiesta de los muertos, la fiesta, iban al cementerio llevaban flores, inclusive comían, pasaban el día con los muertos, una vieja y ancestral costumbre, convivir con los muertos, porque ese día los muertos están vivos, pero hablando de la ropa, evidentemente se veía una diferencia, en este momento una muchacha, no hablo de una estancia, porque las tareas obligan a otro tipo de ropa, una lechera por ejemplo tiene que usar un tipo de falda distinta a la tuya, porque está ordeñando y se va a ensuciar, pero que en general se ha homologado en el mundo de occidente, no en otras partes, no en otras partes pero como en el mundo de occidente la famosa globalización se ha extendido hoy tu te fijas una fotografía de niñas japonesas si bien está el kimono como traje nacional, decorativo y honorífico, las chiquilinas visten absolutamente igual que en nuestra sociedad.

En relación a la globalización, ¿Qué pasa con la morfología de los cuerpos de los distintos lugares?

Lo que pasa es que lo que se globaliza no es estrictamente lo somático, aunque lo somático también se globaliza, es decir hay una parte que sí y una parte que no, nosotros no podemos por ejemplo por más que el modelo de belleza sea el de una mujer nórdica, alta rubia delgada de ojos azules, eso no lo podemos fabricar, digamos, no nos podemos colocar 15cm suplementarios de altura ni podemos modificar nuestra estructura corporal básica, los huesos que tenemos, son los huesos que tenemos a menos que hagamos una enorme modificaciones de cirugía plástica, eso no va a ser posible, pero si existe un modelo globalizado de belleza, que apunta a que todas las mujeres sean más o menos iguales, en las distribución de su grasa, en las zonas que se destacan como pueden ser los pechos o los glúteos, cosa que la cirugía estética explota muy bien evidentemente por que por ejemplo las mujeres japonesas que tienen una estructura física diferente a la nuestra, son más menudas, no tienen caderas evidentes, se ponen implantes de glúteos, se ponen implantes de senos para parecerse a las mujeres occidentales, porque además les llamó siempre mucho la atención que las mujeres tuvieran pechos más hinchados digamos (apuntá la palabra: tienen braquisquenia, es decir que tiene las piernas cortas en relación al tronco) eso no lo pueden modificar , pero sí modifican esos aspectos que tienen que ver con las caderas y con el busto , y otra cosa que modifican para parecerse a las mujeres occidentales son los ojos, se operan los ojos porque los asiáticos tiene el pliegue palpebral que hacen que los ojos parezcan más pequeños eso se lo modifican y se hacen ojos artificiales, digamos, a semejanza de

los nuestros que son más redondos, los de ellos son más alargados, entonces vas a ver un montón de mujeres japonesas hoy, en fotos, películas, por ejemplo donde las mujeres tienen los ojos bastante parecidos a las de occidente eso quiere decir que el modelo hegemónico de belleza, el que se ha impuesto como el más valioso es el de la mujer occidental en general blanca aunque hay aspectos que tienen que ver con la cultura africana, siempre denigrada, como por ejemplo el hecho de que las caderas, hoy, los glúteos se vean como un elemento positivo, eso viene de las mujeres africanas normalmente tienen glúteos más evidentes más salientes que las mujeres del resto de occidente, entonces de alguna manera se ha construido un modelo de belleza ideal que toma alguna cosa de África pero fundamentalmente las toma de Europa y de EEUU.

Con respecto a la función de la vestimenta y la moda, que a veces es tomada como una herramienta para pertenecer a determinados grupos, y otras como limitantes o imposiciones, ¿Cuál es su postura?

Bueno es interesante la pregunta, ¿no?.. herramienta puede tener dos sentidos, herramienta de acuerdo con los oficios que se practican, en el sentido de que una mujer oficinista va a ser muy distinta a la que trabaja en un frigorífico, la vestimenta herramienta, pero en cambio como herramienta de seducción, como todo lo que se pone en la mujer a través de la difusión enorme de lo que hay de lo que Anabella siempre llama el deseo de la eterna juventud de vestir como una joven, de tener los senos erguidos, de tener terso el cutis, de tener una cara sin grietas, de tener glúteos,

como los tuyos, jóvenes, no caídos, todo ello lleva a que condicionándose a un cuerpo que se desea joven haya una vestimenta también juvenil en mujeres de 60 años por ejemplo, tu las ves, vestidas de chiquilinas, de pebetas..

Hay algo que tu dijiste y que nosotros estamos totalmente de acuerdo, de alguna manera nosotros planteamos en nuestros libros (cuerpo vestido, cuerpo desvestido, y en otro que va a aparecer pronto), las imposiciones que la moda le ha colocado al cuerpo femenino en algunos periodos de la historia la han convertido en un ser oprimido en un ser cuyo cuerpo está controlado desde afuera la moda del *corset* es lo más evidente, ¿no? pero el hecho de que la mujer tuviera que utilizar una cantidad enorme de prendas una superpuestas con las otras o que haya usado un miriñaque para aparentar que la zona inferior es más grande que lo que es desde el punto de vista anatómico, todas esas imposiciones logran que la mujer especialmente la de clases más elevadas, sea un ser sometido a presiones, es decir, un ser cuyo cuerpo no es libre y eso a través de la historia a habido una transición a una especie de liberación cuando durante la primera guerra mundial el *corset* desaparece por imposiciones bélicas, la mujer aparentemente empezaría a tener una autonomía mayor, una flexibilidad corporal mayor, y un control de sí misma que no había tenido desde el punto de vista social hasta el momento, pero a la vez se configura ese ideal estético de delgadez y de juventud eterna que le crea a la mujer otro tipo de imposición, incluso en algunas capas de la sociedad de operarse permanentemente para mantener ese modelo, entonces de alguna manera se ha liberado de algunas ataduras, pero ha quedado sometida a un conjunto nuevo de ataduras

¿Creen que es posible generar una propuesta de diseño que colabore con la aceptación de la mujer con su propia anatomía?

Mira, hay, y lo ponemos en el libro, las diseñadoras han trazado entre 8 y 12 tipos, más o menos geométricos, de reloj de agua, tú los has visto, no? (triángulo invertido, pera) y dan consejos de acuerdo con el cuerpo que usted tiene, de ponerse tal ropa para que determinados detalles sean disimulados u otros exaltados, es un tema interesante que tiene que ver con el diseño que es lo que se pone arriba del cuerpo, que es la ropa del mundo de occidente, que tiene como tu lo sabes 3 capas: la capa íntima, la capa de la ropa interior, la capa intermedia que es el vestido, y finalmente el abrigo, la exterior, abrigo de pieles o el de materiales sintéticos, actuales y el tema que decía Anabella está vinculado también con la adaptación del medio, la gente que vivía cerca de los 40 bramadores, vientos terrible, australes vivían (murieron) desnudos, no sentían frío, se ponían una piel para el lado de la lluvia, porque eran lluvias muy grandes, y lo demás estaba absolutamente desnudo, hay fotografías de Onas pintados desnudos absolutamente, y hay 3° bajo 0, ¿comprendes?, quiere decir que también hay una adaptación del organismo al medio, es importante, porque fijate que el tema del europeo cuando iba al África tenía que tener un atuendo especial, rebajar el peso de, fijate lo que significaba en el año 1910-1920 las muchachas y los jóvenes que iban a la playa de pocitos, con camisas largas y los hombre con los puños duros, almidonados, las muchachas con sus grandes polleras, pasando calor, sudando espantosamente, actualmente tengo la impresión de que es mucho más funcional la ropa, inclusive se ha logrado con materiales especiales, ropas livianas y abrigadas, cosa que antes no se podía.

Con respecto a lo que tu preguntabas, si los diseñadores pueden aportar algo digamos a que el modelo femenino sea de alguna manera, diferente al habitual, yo creo que pueden aportar mucho, no se si tanto los diseñadores, pero si, los diseñadores y la moda son dos caras de la misma moneda, ¿no? yo creo que debería haber una necesidad de que la moda se adaptara a los cuerpos de las mujeres comunes y corrientes y no que plantearan que la ropa siempre queda bien en un cuerpo de 45 kilos y un 1,70 m porque buena partes de las mujeres que vivimos en el mundo no nos vamos a adaptar jamás a ese sistema, porque nunca vamos a pesar 50 kilo porque nunca vamos a medir 1,70m, porque además el cuerpo cambia con los años, y con las maternidades y con la vida y con el envejecimiento, me parecería interesantísimo que los diseñadores, y los uruguayos, y ya con esto los desafío, crearan de alguna manera formas de vestimenta, o piezas de vestimenta, que estuvieran realmente adaptadas a las distintas edades y las distintas conformación físicas de las mujeres, porque no lo queda bien el mismo vestido a una mujer que mide 1,40m que a una de 1,80m pero eso es evidente pero debe haber alguno que le quede mejor a la de 1,40m que lo consigue en el mercado, fijate que por ejemplo hay talles hasta determinado número, y fuera de ese determinado número, te dicen ah! no pero talles grandes no tenemos.

Hay un especie de combate entre la funcionalidad del diseño y la novedad de la moda, la moda muchas veces te presenta cosas que aparentemente son ridículas pero que le deben quedar muy mal a una gorda utilizar ropa que en pasarela es maravillosa y una mujer que no pesa 55 kilos como dijo Anabella y no tienen 1.75 de altura no le queda bien.

Estaría interesante plantear que no existe un cuerpo existen muchos cuerpos, entonces tienen que haber muchas modas, muchas opciones de moda y tener en cuenta que además no todo el mundo tiene que vestirse como si tuviera 16 años

¿La moda busca la insatisfacción de las mujeres?

Naturalmente, la moda está muy vinculada con el mercado, y el mercado está vinculado con el consumo, por lo tanto la moda por un silogismo simple está vinculada con el consumo y en ese sentido la necesidad permanente de cambiar y estar insatisfecho está planteada, pero la insatisfacción no viene por la prenda en sí viene por el hecho de que esa prenda la sustituyen en un mes o 15 días por otra más moderna.

Coco Chanel dice que “la moda es lo que pasa de moda”, entonces en ese sentido la insatisfacción es un aspecto muy evidente, pero se puede hacer moda de otra manera, o se podría eventualmente hacerla, de manera que la mujer, que es la especial usuaria, los hombres también, estuvieran satisfechas de cómo se ven, de si están cómodas, otro tipo de cosas, siempre y cuando nos pongamos de acuerdo cuál es la función de la vestimenta, la importancia de la vestimenta que no es igual para todos los seres humanos

¿Para ustedes cuál es la función de la vestimenta?

Para los antropólogos, para nosotros, tiene que ver con la seducción, aunque las funciones primarias son la higiene, la protección y el abrigo, pero sabemos que la mayor parte de la gente no se viste, o no se acicala, o adorna por temas de protección o de abrigo sino que fundamentalmente para gustar, o para diferenciarse del resto de nuestros congéneres animales

Sí, y eso se ve en el traje aldeano, porque ves a las chicas con grandes polleras, pero siempre andan con escote, una cosa para mostrar la mujer en sí. El tema del pudor, como indica Anabella, está vinculado con las zonas erógenas que la cultura decreta

De alguna manera lo que no se puede mostrar, lo que está sujeto a un tabú en el cuerpo, femenino o masculino, en nuestra cultura, evidentemente, son las áreas genitales que a lo largo de la historia de occidente, se han cubierto para que la visión pública no las aprecie directamente, en otros pueblos etnográficos el pudor está puesto en otros lugares no necesariamente está puesto en las áreas sexuales, puede estar dado por los hombros, o puede estar dado por la cabeza, en algunas sociedades que se cubren la cabeza, o puede estar dado por cualquier zona que la cultura determine que no debe ser mostrado y la misma cultura va variando en cuanto a las exigencias de lo que sí se debe mostrar y lo que no, hay épocas en que la moda muestra el ombligo y épocas en que lo cubre, hay épocas en que se muestran los hombros, y otros en lo que se cubren, en el barroco, en el siglo XVIII se mostraban los senos pero los hombros se debían cubrir, es decir, la

cultura siempre le va a poner un énfasis a la cobertura corporal según el momento histórico y según lo que los diseñadores también determinen

¿Por qué es tan trascendente el cuerpo femenino en relación al masculino?

Bueno, el tema es que se ha organizado desde hace bastante tiempo una sociedad machista, y esta sociedad machista tiene de algún modo una doble vertiente, por un lado el desprecio a la mujer como un ser inferior en inteligencia, en capacidad, etc., pero por otro lado maldición del paraíso de Eva, atraerás con tu cuerpo a tu marido y él te dominará, es decir que el efecto más clásico es el de los árabes a las mujeres las tapan totalmente para que desde afuera no la vean, el ejemplo máximo “ Hidschāb “ llevan una rejillita y un traje de 7k, es un bulto que camina, pero por dentro le sacan eso y están a la moda de París, las mujeres de los señores del petróleo y aún menos, están vestidas esplendorosamente por dentro, maravillosamente desnudas vestidas con lo más sumario, entonces fijate que interesante que ese aspecto inclusive en Irán, a las mujeres le impiden el meneo del cuerpo, aún vestidas así no se pueden menear, tienen que ir derechas, si menean la cola ya están atrayendo al hombre, y el hombre que las mira también cae en delito, porque tiene que tener ese doble... porque es tan hipócrita, pero son culturas hipócritas, para nosotros... la reto porque caminaba así ... y el otro cuestiona por qué la miraba ... están vestidas de negro, parecen fantasmas, pero una mujer elegante un poco elegante un poquito ceñida puede mover los glúteos y atraer hombres .. y el tipo la miraba... no la critiques porque tu estas en pecado...

Acercas de las enfermedades, como la bulimia y la anorexia:

La bulimia y la anorexia son enfermedades donde coinciden dos aspectos de la cultura, mejor dicho, coinciden el aspecto cultural y el aspecto psíquico, entonces se transforma en una enfermedad que tienen las dos raíces, por un lado está esa imposición de un modelo de delgadez como obligatorio para una muchachita que está en la etapa de la pubertad, y que ve que bueno, los modelos en la tv son flaquitas, que las actrices son flaquitas, que las mujeres que bailan en tv son flaquitas, entonces el único modelo admisible es el de ser delgadita, o tener 90 60 90 era en mi época, ahora yo que sé, será 95 60 95, eso por un lado le genera la necesidad de pertenecer, y además está el hecho de discriminación terrible que se hace de las niñas gordas en las escuelas públicas y privadas, lo he visto yo, bueno eso obliga que las niñas se sometan, desde muy jovencitas, a dietas de adelgazamiento, y a partir de eso se pueden generar problemas psíquicos importantísimos como por ejemplo la anorexia que es dejar de comer, puede ser que haya una disposición previa en la jovencita, nosotros no somos psiquiatras, pero sí sabemos que la sociedad, es la que, la anorexia en general se da en la sociedad occidental, no solo con mujeres, también con algunos varones, que dejan de comer y especialmente entre los bailarines, eso se da con mucha frecuencia porque no tienen opción, tienen que ser muy delgaditos, entonces probablemente en una sociedad como la de principios de siglo, la anorexia fuera bastante diferente porque el modelo era de la mujer con formas, llenita por lo menos, entonces eso bueno, está muy vinculado con el modelo cultural del cuerpo

Y son dos factores, por un lado el social, mira todas tus compañeritas tiene cuerpo de espiga de trigo, no comas, pero pasas por una vidriera y para una niña de 14 años hay una chaquetita para una de 12, entonces no me la puedo poner, soy una desgraciada, tengo que llegar a esta flacura para podérmela poner, hasta el diseño mismo está imponiendo la anorexia.

Etapa 2:

¿Por qué crees que los ideales corporales son tomados sobre todo de Estados Unidos?

Empecemos por una precisión: los ideales corporales, incluso en nuestro mundo globalizado, solamente alcanzan a las clases medias y altas. Pero no todos los ideales corporales responden a modelos occidentales, cosa que a menudo perdemos de vista. Buena parte de Oriente, África y lo que queda del mundo etnográfico, generalmente no adhiere al mismo.

Los ideales corporales se van conformando en función de las hegemonías que ejercen algunos países sobre el resto del mundo, y la influencia ejercida por EEUU durante un largo período del siglo XX, dio lugar a que muchas mujeres intentaran asemejarse a las estadounidenses, fundamentalmente a aquellas de status elevado, generalmente blancas, delgadas y bien vestidas. Se difundió un modelo de “glamour” difícilmente alcanzable.

¿Qué fenómeno llevó a que así sea?

El papel básico del cine como promotor de un modelo corporal –que a su vez fue variando con el avance del tiempo– fue fundamental (y no sólo norteamericano). Las mujeres han querido ser como Claudette Colbert, Rita Hayworth, Brigitte Bardot, Sofía Loren, Rachel Welch, Jane Fonda o Kim Basinger. A eso se sumaron el resto de los medios

masivos de comunicación, como la TV, la prensa y la proliferación de revistas, femeninas y no específicas. La moda también fue una fuente de identificaciones para muchas mujeres, pero los centros de creación estuvieron, mucho antes, en Europa, en París específicamente.

¿Cómo crees que influye la cultura mainstream en los ideales corporales?, ¿y específicamente en Uruguay?

La cultura mainstream influye mucho en los ideales corporales, específicamente inoculando en la sociedad la identificación de belleza femenina con delgadez general y abundancia en las zonas correspondientes a los caracteres sexuales secundarios: caderas y busto. A pesar de las –justas– reivindicaciones del feminismo en este plano, referidas a la diversidad natural de los cuerpos y a la –deseable– aceptación de los cuerpos que no se corresponden con el ideal, en la cultura existe, en algún punto, la idea de la mujer bella que es delgada, cuidada y que se alimenta sin excesos. Eso se refleja, además, en el auge de las industrias derivadas de lo descripto: la de la alimentación “diet”, “light”, “natural”, etc.; el deporte con su proliferación gimnasios y técnicas para eliminar adiposidades, y, finalmente, la cirugía plástica, que repara los eventuales errores de la naturaleza y los que derivan del envejecimiento. El Uruguay no es ajeno a estos fenómenos. La influencia de los medios de comunicación argentinos enfatiza estas conductas, tendientes a la adaptación de las formas al ideal proclamado.

¿Qué influencia tuvo la industria del cine en los ideales corporales femeninos entre 1950 y 2010?

Si bien esto fue respondido antes, me gustaría agregar un dato importante: la influencia del cine después de la Segunda Guerra fue de tal entidad que en Japón, por ejemplo, donde el cuerpo típico presenta poco busto y caderas, estas operaciones comenzaron a ser solicitadas a los cirujanos plásticos, a punto de partida de la observación de la abundancia de las actrices. También la operación de ojos, que remueve el pliegue epicántico ampliando el tamaño de los mismos y asimilándolos a los de los occidentales, se ha puesto de moda.

¿Por qué crees que el pecho femenino tiene tanto peso simbólico?

El pecho femenino tiene peso simbólico en el ámbito de la sexualidad occidental, aunque no es la única zona, llamémosle “llamativa”, de la mujer. El peso relativo que se le atribuye a una u otra zona de la anatomía, depende de la época –hoy el modelo es de abundancia del busto, por ejemplo–. Se trata de un área que ha sido cubierta y descubierta por la moda, según sus arbitrarios vaivenes, en un tiempo u otro. Y es justamente la visión de lo que durante mucho tiempo estuvo escatimado a la vista, por motivos religiosos, morales, etc., lo que incrementa el interés sobre tal zona. Pero, además, los pechos femeninos se asocian con la madurez y la salud sexual, tengan la forma que tengan y que será, en cada caso, la que se relaciona con el concepto de belleza del grupo que se integra.

¿Crees que se vincula con su función biológica? ¿Es un fetiche?

Los senos se vinculan con la función reproductiva, pero no se agotan en ella. Constituyen, además y fundamentalmente, una zona erógena y, además, las mujeres generalmente saben cómo insinuarlos o remarcarlos para provocar atracción. No considero que los pechos sean un fetiche; un fetiche sería, por ejemplo, un *soutien*, transformado en objeto erótico necesario o como sustituto del pecho mismo para lograr la excitación.

¿Cuáles crees que fueron los cambios más importantes en los ideales de los pechos femeninos?

Siempre en contexto occidental, los pechos han sido exhibidos sin pudor, por ejemplo, en el período denominado Barroco, o han sido ocultados como elementos más o menos vergonzantes por motivos asociados con la religión, “las buenas costumbres” o cualquier clase de argumentos “morales” durante el resto de los tiempos, exceptuando las últimas décadas. De todos modos, los ideales han ido variando; el modelo reducido o abundante ha estado de moda. Hay una especie de vaivén que fluctúa entre esos extremos. En los años 20 el modelo femenino era andrógino, delgado, con escasas curvas y bustos planos. En los años 50, durante el “baby boom”, el ideal, especialmente en EEUU, fue de abundancia y se correspondió con un período natalista, explicable en el contexto de posguerra. Luego el vaivén ha continuado; hoy es común ver modelos muy delgadas pero con mucho busto, que no coincide con su estructura física.

¿A qué se asocian dichos cambios?

Se asocian con el modelo de sociedad vigente y con el papel de la mujer en ella, con su visibilidad o invisibilidad, con la consideración primordial de la mujer como casta, como madre o como mujer libre y, por supuesto, con los dictados de la moda, que a menudo ejerce una especie de dictadura sobre los cuerpos de quienes la siguen.

¿Por qué crees que a lo largo de la historia el cuerpo de la mujer ha sido objeto de estudio, es decir por qué se le da tanta importancia al cuerpo femenino, y no de igual manera al masculino?

Yo aventuraría una hipótesis: la mujer ha sido asociada, históricamente, con el cuerpo, con lo terrenal, con lo menos elevado; y del mismo modo su corporalidad ha sido, a menudo, juzgada como sucia, peligrosa, pecaminosa o letal. Al mismo tiempo lo masculino era considerado lo elevado, lo excelso, lo superior. Esa inferioridad genérica, esa subestimación de sus potencialidades en otras áreas, la habría dejado en ese contexto: ser cuerpo. Pero hay algo más. En Occidente, tradición a la que pertenecemos, lo femenino se ha asociado, históricamente, con un solo valor positivo: la maternidad, la reproducción, que es un hecho visiblemente corporal. El cuerpo del hombre ha importado menos, aunque, evidentemente, la situación actual es extremadamente distinta hoy; las mujeres siguen avanzando en su emancipación en todas las áreas y los varones también cuidan sus cuerpos para que se asimilen a los modelos ideales.

¿Crees que en la actualidad la mujer es más libre con relación a su cuerpo, o ha cambiado la manera de manipulación cultural pero no disminuido?

Sin dudas la mujer occidental es más libre en relación con su cuerpo, fundamentalmente en cuanto a su libertad de movimientos, a su libertad de decisión, a su autonomía y a su sexualidad. Sin embargo, desde la sujeción física y a la vez social que suponía la mujer encorsetada, antes de la Primera Guerra Mundial, la eliminación del corsé no liberó por completo a la mujer; los ideales de belleza, en gran medida, constituyeron y constituyen un corsé ideológico que da lugar a la perpetuación del modelo de delgadez, y, con más frecuencia que la deseada, a patologías alimentarias como la anorexia y la bulimia y a la culpabilización de la mujer que come o que engorda.

¿Qué rol crees que cumple el diseñador en los cambios de ideales corporales?, O ¿cómo crees que se involucra el diseñador en estos procesos de cambio?

Pienso que existe una especie de dialéctica entre sociedad, cuerpo y diseñador. El diseñador capta las tendencias sociales y las expresa como moda, pero a la vez genera conductas en relación con el producto que elabora y vende. Creador y creación se reformulan permanentemente. La moda es lo que pasa de moda, sostenía Coco Chanel. Y, por lo tanto, el cuerpo responde y se adapta a la moda para intentar no pasar de moda.

¿El diseñador de ropa interior cumple un rol distinto al del diseñador del resto de la indumentaria?

No, el diseño de ropa interior responde a las mismas influencias que experimenta el diseñador de indumentaria en general.

¿Qué década te parece de mayor relevancia con respecto al cuerpo de la mujer y rol? ¿Por qué?

Todas las décadas han expresado ideales y mandatos relacionados con la mujer y su cuerpo. Pienso que en la actualidad existen dos tendencias contrapuestas: una de ellas es que la moda cambia con una velocidad inusitada, como nunca en la historia de la humanidad. Me refiero tanto a la vestimenta como a la tecnología de moda o al consumo de cualquier producto. Pero, a la vez, aparecen colectivos de mujeres que apuntan a no prestarle demasiada atención a los mandatos, a los modelos ideales, y destacan la comodidad y la libertad de opción. Bienvenidos sean.

¿Crees que los ideales corporales son cíclicos? Y con respecto a la lencería, ¿es posible volver a la época del *corset* por ejemplo?

Los elementos externos de la moda son cíclicos; posiblemente los ideales corporales no tanto. Desde hace casi un siglo, las gorditas han quedado bastante alejadas del ideal de la moda. Evidentemente existe la moda de los talles XL o superiores, pero su inclusión tiene más vinculación con el consumo por parte de ese nicho de mercado que con la aceptación de ideales más variados. Las modelos de pasarela pueden ser más o menos delgadas, pero son diferentes de la media de la mujer del común y no sé si eso podrá cambiar en el futuro. En cuanto a la segunda parte de la pregunta: la historia no retrocede, el tiempo no retrocede. Si bien es posible rescatar tendencias estéticas del pasado e introducirlas en productos actuales, la época del corsé – que no era usado por mujeres trabajadoras, por ejemplo, sino por las de clases más elevadas– respondió a una ideología del cuerpo femenino, que debía modelarse desde afuera hacia adentro, a una posición de privilegio –se necesitaba de asistentes para colocárselo– y, a la vez, de inmovilización de la mujer, a la que se consideraba débil y vulnerable, así como elemento decorativo en las veladas burguesas. De todos modos el corsé tuvo su retorno, no demasiado triunfal, siendo prenda de lencería o de uso externo, en la década de los años 90, con una finalidad muy diferente a la de su ilustre antecesor.

¿Qué hace a una actriz volverse un ícono?, ¿Por qué una actriz se vuelve referente o modelo corporal a seguir?

La difusión de la imagen de una actriz –o de un actor– que es vista por millones de personas, se convierte en un ícono. Los actores, especialmente los que son bellos, se transforman en una especie de espejo para los espectadores, que desean parecerse a ellos; se visten, se peinan como ellos. Esto ha sido visible desde los comienzos del cine. La moda ha aprovechado esas identificaciones para vender sus productos. Hoy, no sólo son modelos en lo corporal, aunque sus imágenes aparecen asociadas con productos de consumo, sino también sus opiniones son tenidas en cuenta a los efectos de seguir sus recetas; los famosos son íconos en todos los ámbitos. Un pésimo ejemplo en este sentido es la actriz Gwyneth Paltrow, cuya popularidad le permite llegar a millones de mujeres y que, desde ese lugar privilegiado, difundir creencias y prácticas “de belleza” que pueden resultar peligrosas porque carecen de aval científico.

b. Diseñadora de ropa interior.

Ana Clara Méndez

Entrevista a Ana Clara Méndez, técnica en vestimenta egresada de la UTU, actualmente diseñadora y encargada de la marca uruguaya de ropa interior “Anémona”, su propuesta de diseño incluye la consideración de los diferentes cuerpos, con esto no quiere decir que sea una marca sólo para talles grandes.

Entrevista semi estructurada.

Presencial.

Fecha: 18/05/2016

¿De qué va tu marca?

En realidad mi marca empezó hace tres años y la arranque porque yo estaba estudiando lencería y como una necesidad personal porque yo no encontraba cosas para mí que estén buenas o siempre tenía que ir a la sección viejas, y me di cuenta que este mercado capaz que no estaba explotado y en realidad ahí arranque y mi idea más que nada es hacer lencería para talles grandes, aunque en realidad no solo para talles grandes porque hago pila de talles pero sino como que para todos los cuerpos, es medio difícil abarcar todos los cuerpos pero eso es como la idea general

¿Qué te motivó?

Eso (*no encontrar talles*), sumado a que estaba estudiando lencería y ahí empecé a explorar y a probar y ahí arranque.

¿Cuándo vos decís que se ajusta a distintos cuerpos, eso como haces? ¿Con la moldería o las telas?

No, por ejemplo al principio trabajaba con 10 talles, después era una locura tener producción de 10 talles y lo acorté, ahora hago 7 aunque hago dos as por encargue y este año además hago del 3 al 7 por producción, los más chicos y los más grandes los hago por encargue, en realidad trato de hacer como una mordería que se pueda escalar para que lo usen los talles más chicos y más grandes, y a la hora de diseñar también pensar en que sea funcional para todo tipo de cuerpo, porque en realidad cuando lo haces para talles

mas grandes tenés que tener en cuenta otras cosas como que sostenga bien, entonces en base a eso pienso que funcione para todos los talles.

Cuando vas a diseñar ¿tenés en cuenta las tendencias o necesidades del mercado?

En realidad no sigo mucho las tendencias miro si en qué andan mis colegas, para no hacer lo mismo, no es copiar el diseño, pero si ella usó violeta y rojo, no lo hago, aunque nadie me conozca, por una cuestión ética, y después tendencia global miro en qué andan la movida plus size de centro América o EEUU y capaz que alguna cosa digo está bueno lo podría utilizar, pero es difícil por telas avíos, porque los tenés que reinventar acá. Pero tendencia no sigo.

¿Cuándo cambias de colección?

En realidad trato de hacer una por año y después fin de año hago mallas pero de ropa interior hago una por año porque no me dan muchos los tiempos, pero por ejemplo ahora estoy intentando hacer distintas colecciones tipo por familia, por ejemplo todos los que tienen cinta detalles de distintas cosas, pero no porque me base en una colección inspirada en tal tema.

Cuando decís que no te dan los tiempos, ¿es porque vos producís todo acá? ¿Coses vos?

Hago los moldes, hago toda la parte de muestras y experimentos de cómo queda esta prenda en este cuerpo y en este otro, someterlo al lavado y sol y después producir y vender.

¿Crees que eso hace a tu diseño “de autor”?

No sé si de autor, pero me considero más lencería artesanal como el valor de hecho a mano, es lo que más diferencia, o que una clienta venga y me diga este talñe no me queda pero si hacemos la cintura un poco mas chica como medio a medida también

Ponele ahora mi fuerte son los *soutiens*, que acá no se usa mucho pero hago las copas B, C, D, DD y eso, es un poco a medida, si bien la gente no está acostumbrada acá al tipo de copa y contorno, entonces a la gente la llama la atención y te dice “ ah, hacés a medida!” y en realidad no es que hago a medida, esos talles existen pero acá no se usan, ponele vos sos 90 de contorno cuanto mayor sea tu busto en relación a tu contorno es la letra que seas B es como el relacionamiento ideal o normal y C, D, DD es cuando mas busto tenés y espalda chica.

¿Las telas y avíos son de acá de Uruguay?

Si, por ahora sí, bueno algunos no, algunos los importo, porque los compro en una página de estados unidos que son los aros porque acá no se encuentran en ningún lado.

¿Y esas copas no encontrás porque es un talle distinto al de acá o porque no hay?

Porque no hay en realidad, cuando empecé, yo buscaba aros grandes y me decían “sí, grande 95” y 95 es como el más chico que hago.

¿Diseñas solo ropa interior?

Si.

¿Cómo son tus clientas?

Hay todo tipo de clientas pero por ejemplo las edades más o menos 25 a 45., hay de menos y más pero la mayoría esa. Generalmente son curvilíneas, como les decía mis *soutiens* son el fuerte y entonces son más que nada con busto grande.

Y después de los *soutiens* ¿qué es lo que más se vende?

Baby dolls, mallas, que por suerte este año se reveló la de dos piezas y salió, que venía costando que se animaran a usar y se vendió bien, porque era también, una malla que tenía aro entonces todas aquellas que habían tenido problemas estaban felices.

¿Qué tipo de cuerpo predomina en Uruguay?

No sé, yo creo que es como un poco más grande que lo preestablecido o el mercado como estética a seguir, es con más busto y cadera, es como más curvilíneo de lo que la gente cree.

Yo creo que tenemos un problema, como que ahora hace un tiempo a esta parte se está predicando con aceptarse y bueno así somos nos queremos, pero en realidad la mujer no quiere eso es como un engaño, quiere seguir eso de ser ese cuerpo que no es o de apretar y aparentar algo que no es. Ahora está de moda eso y creo que es un auto-engaño

¿Y qué rol crees que cumple la ropa interior en la búsqueda de ese cuerpo? ¿Ayuda a modelarlo?

Yo como diseñadora no me gusta moldearlo, creo como que no está bueno que cada uno acepte y acepte su propio talle pero si varias clientas desean moldearse, a través de un *soutien* o me piden un body con faja bikini con faja, que yo no hago y trato de que se lleven su talle, no uno que le quede chico y moldee, que en realidad no la está moldeando, la está desmoldeando.

A la hora de diseñar o de decidir tener tu emprendimiento ¿te costo abstraerte de ese cuerpo ideal, o lo tenés en mente para ir en contra?

Siempre lo tengo en cuenta, porque es como es para ese cuerpo, o sea no es como ese cuerpo sino es muy loco todos los cuerpos pero es un poco eso, no

importa el cuerpo que tengas sino que vos lo puedas usar, pero es un poco complicado, ahora como está un poco de moda no es tan difícil, ahora a la gente no le choca ver una foto de una persona gorda en ropa interior pero a mí me pasó cuando yo empecé hace tres años que fui a una feria de diseño y yo tenía fotos de la ropa interior y no eran gordas sino rellenitas y la gente pasaba y decía “mira ropa interior de gordas” y seguía, o sea no se le podía ocurrir que había tallas para más delgadas, o que le podía parecer atractivo. A mí me parecía muy zarpado ese pensamiento lineal, capaz que si yo veo una persona delgada me paraba a ver igual pero al revés no, y ahí me di cuenta que hay un problema y que voy contra la marea y ahí tuve que empezar a hacer otras fotos de personas más delgadas y mecharlas para que ahí la gente se parara a ver y que se enganchara con lo que hacía hoy en día me parece que no, que hay una moda de plus size o será que yo estoy más metida en esos temas que la gente no le impacta tanto.

La publicidad en este caso ¿juega un rol importante?

Si, es como dar ese mensaje, yo cuando hago las fotos intento transmitir eso de que todas se pueden ver bien, no importa el cuerpo. Yo no tengo talles para todas, porque me ha pasado de que sea una persona realmente obesa y que yo su *soutien* no lo tengo porque el aro no está, no es un molde que haya probado y no sé si le va a quedar bien, es complicado la gente se puede ir para los dos lados, pero si la publicidad juega en pila, ponele antes me pasaba eso de que era medio rechazado, pero ahora (no sé si por ese auge) la gente más le gusta ver de rellenitas que de flacas, lo

veo cuando por ejemplo comparto una foto en fb la reacción de la gente es distinta entonces o es que la gente se está despertando, o no se pero está cambiando.

Mismo cuando hacés una campaña de foto, creo que la mayoría de marcas de lencería tienen un problema que hacen la campaña pensando como en seducir a un hombre o a alguien pero en realidad están como en esa pose de seducción y si vos haces una foto más simple, como que se esté riendo, que la mujer sea la que se sienta identificada con esa foto y no que la foto le atraiga a un hombre (o a una mujer) va a tener más aceptación- creo que si vos lo hacés como más simple, yo siempre trato de sacar alguna que la modelo se esté riendo que esté como más despojada y creo que la mujer se va a sentir más identificada.

c.Docente de historia de la moda.

Graciela Ortega

El fin principal de ésta entrevista fue despejar dudas del capítulo *cronología de los pechos*. A partir de esta entrevista se decidió ajustar el recorte temporal de este trabajo.

Entrevista semi-estructurada.

Presencial.

Fecha: 28/10/2016.

Por ahora partimos de los años 20 a la actualidad. Cada década la vamos a asociar con una figura del momento, que represente ese cuerpo que los estamos apuntando a figuras de cine, para acotar

¿No les podría venir mejor acotarlo aún más? , ¿de los años 50 hacia adelante?. No se olviden que la segunda guerra mundial marca también, Dior con su new look volvió al cuerpo femenino consecuencia de la guerra. Va de acuerdo a las guerras, y de acuerdo a los problemas económicos

Contexto es la palabra correcta, depende a quienes apunten, si ustedes apuntan a estrellas de cine, cuidado, ahí se vienen otras ramas, o sea, se viene qué cuerpo se quiere imponer y que tendencias sociales se quieren imponer a través del cine.

O sea yo les digo fue paradigmático Marilyn Monroe con la comezón del séptimo año, que fue una peli que se consideraba “pornográfica” que cuando se hizo la publicidad le sacaron varias fotos, y ella usaba *culote*, porque en esa época ese era el modelo que se utilizaba, y todas las fotos donde veía el *culote* fueron eliminadas, porque era una mujer si bien voluptuosa la que se tenía que dar la imagen en el cine tampoco era algo que mostrara la ropa interior en los años 50 donde se volvía a una a una mujer maternal, porque después de la guerra se precisaban hijos, o sea un poco si ese andrógino era un poco para sustituir a los hombres en los 20 que usaban el *corset* alisador, en los 50 ya se buscaba una mujer que llamara la atención pero que destacara todas sus zonas reproductivas, por eso se vuelve al *corset* para que haya mayor tasa de

nacimiento, para dar la idea de maternidad, para que hubiera mayor cantidad de nacimientos porque había poca gente

No pierdan de vista que no es solo político, es social es eco es de todo, como ustedes dijeron contexto en general un diseñador tiene que pensar muy bien a quien se dirige y el contexto en el que está

¿Qué rol cumple el diseñador?

Dior estaba muy influenciado por su madre, él siempre lo cuenta, siempre se acordaba cuando era chico, tenía una muy buena posición económica, su madre se iba a muchas fiestas con su padre, y ella le iba a dar un beso de buenas noches, y él siempre recordaba el sonido del “flu flu” de la ropa y el perfume y que su madre adoraba las flores

Entonces cuando él empezó a diseñar, empleo a diseñar con la cantidad de ropa que hiciera ese ruido y que le hiciera acordar a las flores, más bien se fue, hacía un aspecto maternal, era su madre la que lo inspiraba, y él va a triunfar en el 47, cuando termina la guerra, en respuesta a una necesidad y a algo que se pedía en el cine

Los 50 son muy ricos porque empiezan a predominar los jóvenes y ya los jóvenes no quieren la ropa como el *culote*, y ya les gusta más a las chicas jóvenes el *soutien* con aro, que llame más la atención, vuelve el *corset*, nunca desaparece, todavía sigue, es algo que se corre pero da buena figura, cuánta necesidad tiene una persona de tener buena figura, yo me asombro cuando voy a “si si” y me veo esos *culotes* con relleno, no sé.

Ya les digo, las fábricas siempre tienen ginecólogos que cuando se presenta el diseño aprueba o desaprueba, las grandes marcas hablo.

¿Qué puede aprobar o no aprobar?

Primero las telas, las telas dejan respirar o no dejan respirar, no se olviden que uno de los temas más serios, es el cáncer de mama, en Alemania aconsejan siempre que se use algodón, obviamente la lycra y todos esos materiales son mucho más cómodos y hacen mejor figura que el algodón, pero el algodón deja respirar.

Nunca se pudo conseguir que un ginecólogo lo firme, pero los *soutien* con aro, clavar el aro, provoca cáncer de mama. Provoca tumores, nunca lo firmaron

Ellos miran si sostiene bien o no sostiene, cuánta presión hay en determinados aros, o en determinados tirantes, todo eso es lo que mira un ginecólogo

¿Siempre hubieron ginecólogos en las marcas o a partir de cuándo?

Eso yo te diría que a partir de los 80, y tampoco le hacen un caso súper súper, si un modelo les parece que va a ser atractivo lo largan, es una opinión un asesor, no es un control de calidad

No se olviden que hay muchas mujeres que se hacen operaciones para reducir las mamas, porque causan muchos problemas, si no se hace bien un *soutien* puede producir mucho dolor, y no se olviden también que ahora que hay mucho diseñador que ha hecho mucho dinero con *soutien* con prótesis, aunque ahora están intentando evitar hacer amputación de seno.

Es amplísimo, les van a pedir que reduzcan, es extenso, tienen, Los 20 tienen todo el vestido andrógino, porque lo tienen hasta los 30, en que los 30 no se olviden que la zona erógena pasa a ser la espalda, por lo tanto los vestidos de fiesta son hasta la cintura o más abajo, corte sirena, el *soutien* para la noche desaparece, las mujeres para usar esos vestidos no tienen que tener mucho busto, sino no se puede sostener bien

Los 40 estamos casi en época de crisis entrando en la guerra, pero ahí la mujer mantiene esas características de tipo reloj de arena, prácticamente mantiene esa forma.

Durante la guerra usan lo que pueden, no se olviden que las mujeres jóvenes, que son las que se preocupan en la guerra, entonces si usan *soutien*, pero tiene que ser *soutien* que sostenga, lo más cómodo posible

Después tenemos a Madona con sus *soutiens* en punta.

No nos olviden de los 60 y 70 los famosos hippies, es famosísima la quema de *soutiens* como signo de femineidad, ellos consideran que esa es una prenda que oprime, iban a las plazas y hacían las quemadas de *soutiens*, el *soutien* pasa a ser una prenda de opresión masculina y es eliminado.

¿Cuándo nace el movimiento feminista?

El movimiento feminista nace bien definido a principios del siglo XX, hay movimientos durante el siglo XIX, pero bien bien a principios del 20, en 1910 en Inglaterra llevan a mujeres presas por movimientos feministas, por manifestaciones que hacían, pero ya te vas a antes de los 20. Yo acortaría, creo que del 50 para acá.

También tienen la lencería fina y la lencería para todos los días (¿eso cuando nace?)

Yo diría que eso nace en los 20, la diferencia entre el uso de encajes, de las medias seda, bueno las medias eran de seda, porque el nylon aparece después, sobre todo la diferencia entre una prenda de algodón y una prenda de encaje, no es lo mismo usar una prenda de algodón que es cómodo a un *soutien* de encaje, algún viso o enagua de encaje, no se olviden que los visos, estaban adornados con encaje, la enagua de cintura, también estaba, poco a poco ese elemento se va sacando, pero se va guardando para cuando se iba al médico, en los 50 lo usaban todas las mujeres, pero en los 60 ya prácticamente la enagua estaba guardada para cuando se iba al médico, no estar tan desnuda.

Letrero ginecólogo decía “por favor no venir con pantalones”. Se usaba porque la mujer parecía que salía desnuda si no tenía la enagua.

En los 50 se usaban a full, y no se olviden en los 50 la cantidad de enaguas de cintura que se usaban, porque se tenían las faldas poncho, en el rock, saltan y se ven todas las enaguas, las faldas poncho para dar volumen

¿Lo cambios de ropa interior están asociados a la música?

Si, el tango o sea, se bailaba con la vestimenta que se tenía, y obviamente si ustedes han visto como se baila el tango, son un montón de fruletes que la mujer con la vestimenta que tenía le costaba mucho bailar, y había una bailarina profesional, Argentina, que una amiga le regala una faldita corta con un tajo, obviamente ahí ya no podía usar enagua, ahí corta, se saca la enagua, debe haber sido 30 o 40, en esa época el tango todavía era considerado prostibulario, una mujer que sé que se considerara decente, no bailaba tango

Y si como el rock, y además no nos olvidemos, con el rap y todas esas vestimentas que usan, deben tener determinada ropa interior, cuanto menos mejor

¿Se fue reduciendo la cantidad de ropa interior?

No, yo creo que es como ustedes dijeron, es cíclico, hay épocas en que se usa poco, hay épocas en que se vuelve a usar mucho, y eso tiene mucho que ver con las grandes compañías, las grandes compañías cuando ven que se puede comprar, empiezan a largar enorme cantidad de modelos, cuanto más cantidad de modelos, más caros, para ganar más dinero

Si hay una crisis económica la ropa en general es lo mínimo posible. No nos olvidemos otra cosa que desapareció que está dentro de la corsetería que son los portaligas, salvo en alguna situación especial, aparece el portaligas.

Los portaligas desaparecieron, no solo porque aparecieron las pantys, que las pantys eran fundamentales porque el portaligas no sostenía bien, sino porque ahí los ginecólogos si se la jugaron, y dijeron que los portaligas al tener tironeado de las medidas, bajaba los órganos, y justo surgieron las pantys

Hoy en día se usa como algo sexy, también porque hoy en día con la ropa que se usa no se podrían utilizar, Surge la minifalda, se te veía el portaligas, la ropa interior siempre acompaña la ropa exterior.

¿Que diferencia la lencería de la ropa interior?

Ropa a interior es lencería y corsetería, algunos autores dan la diferenciación

Soutien, bombacha, bikini, seria corsetería, Enagua, salto de cama, camisón, *baby doll*: lencería.

Otra cosa, el *baby doll* fue furor en la época de Doris Day, fines de los 40 y los 50. Hay otra actriz que es más famosa que ella que es la que impone el *baby doll*, yo no me acuerdo cual es.

¿Cuál fue la época donde hubo más cambios (o más importantes) en la ropa interior?

Del siglo XX, para mí los 50, no por los cambios sino por la importancia que se le dio, estaba la lencería y la corsetería, ambos, la ropa interior, para todos los días y la ropa interior fina, entonces muchas mujeres sentían placer, la satisfacción de ir y comprarse una enagua de encaje carísima, era un satisfacción, no solo para mostrarse al marido, para ella ponérsela y verse, o sea no se olviden otra cosa también, que además en los 50, ya los anuncios publicitarios mostraban mujeres sexys, mostrando la ropa interior las enaguas, los camisón, porque antes no se permitía la publicidad con modelos, era todo dibujado, después a las modelos ponían las modelos con una malla, color carne y por encima la ropa, fuera lo que fuera.

¿Eso cambia en los 50?

Si hay una cosa, hay una situación, no se olviden que acá viene la guerra, la guerra termina en el 18, pero en realidad no termina, es lo que se llama periodo de inter-guerra entonces del 18 al 39 que empieza ya antes, es una situación que todo el mundo está viviendo inestabilidad, económica, política, no nos olvidemos que en el 29 es la gran crisis.

¿Qué cambia en la mujer como para decir “ahora puedo mostrarme”?

Lo que cambia es el cine, porque el cine son todas mujeres hermosa con ropa hermosa, y se insinuaba mucho más de lo que se podía mostrar, recordemos la famosa película de Gilda, en los 40, que lo más sexy era cuando se sacaba un guante. No mostraba la ropa interior.

¿Tiene que ver con el empoderamiento femenino?

Las mujeres se quieren parecer a las actrices de cine, porque quieren conquistar a un novio, o a un hombre, actuando como las mujeres del cine, entonces no es que reivindiquen su poder de mujer, eso de la mujer de ver su cuerpo y decir, que me sirve a mí, eso es precioso pero a mí no me sirve, yo voy a buscar lo que a mí me sirve, y yo como mujer reivindico mi empleo, mi rol en la sociedad es muy moderno, la mujer a ha venido luchando, y yo creo que sigue luchando

En el siglo XXI sigue peleando por conseguir el mismo sueldo que el hombre.

O sea, eso de que la mujer ya ganó un terreno, es clave en los 60 y 70, en sentirse libre, eso gracias a la píldora.

Se siente como libre, que ahora yo no voy a tener relaciones y voy a quedar embarazada, o voy a estar temblando que voy a quedar embarazada, y ahora quizás una reivindicación mayor esa es la píldora del día después, esa famosa píldora que se toma el día después para estar tranquila.

Eso reivindica a la mujer que maneja su cuerpo como maneja el hombre.

Sí, eso también era antes, porque ahora con el ADN, ya no es tuve relación, yo digo no es mi hijo, o sea, antes el hombre tenía una libertad que la mujer no tenía, pero de todas formas igual reconoce al hijo, pero la mujer es la que tienen que tener al hijo y tener toda la responsabilidad.

El *soutien* es el símbolo de opresión masculina, nunca entendí por qué, sentían que el símbolo de opresión masculina, quizás vaya por una relación erótica, de la atracción que tiene el hombre por los senos, que si vamos a Freud, viene de su relación maternal, que las mujeres sienten que tienen que tener un busto bien formado, que eso se los da el *soutien*.

Pero en ese momento fue así, fue la liberación de la opresión masculina, por eso los tiraban

¿Dejar el corset influjo en la liberación femenina?

Sí, siempre lo he dicho. A principios del siglo XIX muere una chica de 17 años, sin causa aparente, y los padres piden autopsia, y había muerto por el

uso del *coset*, la costilla flotante la presiono tanto que perforó los pulmones. Y los usaban hasta las empleadas domésticas.

El *corset* estaba y había gente obesa, que usaba *corset* y era obesa. (*¿el corset te permitía ser obesa tener buena figura?*) No, piensen que los rollitos por más que los comprimen, salen por algún lado, y tampoco es saludable.

Los cambios fundamentales, en los 50 se fomentó muchísimo el uso de la lencería, porque había que mantener contentos a los novios, a los esposos, sobre todo los esposos, que cuando vinieran a la casa vieran una mujer bonita y llamativa y sexy como aparecían en las películas, la idea de seguir el hilo conductor con las películas está muy bueno, porque las va a ir guiando.

d. Fotógrafo de moda.

Juan Landarin

Elegimos entrevistar a un fotógrafo de moda, específicamente a Juan que ha trabajado para campañas de ropa interior. Entendemos importante relevar la visión de un profesional que se encarga de materializar las ideas que quieren comunicar las marcas, que trabaja constantemente con estas campañas, pero que al no pertenece a ninguna puede tener una visión más externa y crítica.

Entrevista estructurada.

Email.

Fecha: 04/07/2016

Al momento de realizar una producción fotográfica para una marca de ropa interior, ¿cuáles son los principales conceptos que se buscan transmitir?

Por lo general, los clientes buscan comunicar sensualidad, juventud y erotismo. Algunas veces el acting representa a una mujer empoderada, fuerte, segura y otras se sumergen en un clima naive, inocente y vulnerable.

Estos ¿son previamente discutidos con el cliente?

Sí, los límites los pone el cliente y muchas veces se está acotado a determinada referencia. Es difícil encontrar un cliente osado, que confie tanto en el valor de su prenda como para construir identidad desde otro lugar.

¿En base a qué crees que se construyen estos conceptos?

A los canones de belleza que existen en los tiempos que corren. Porque es más fácil seguir el ritmo establecido que animarse a generar un cambio radical.

¿Varían mucho según la marca o lo que se busca transmitir es más o menos lo mismo en las distintas marcas?

Las variaciones son ínfimas. Varían los públicos objetivos a donde enfocan las campañas, pero hasta los que hablan de la belleza real o comunican con modelos plus size, también terminan banalizando a la mujer.

**Los cuerpos de las modelos utilizadas
¿tienen algo en común?**

Son cuerpos jóvenes, delgados, con curvas delicadas.

**¿Crees que responden a un modelo
de belleza establecido?**

Sí.

**Si la respuesta es afirmativa, ¿cuál
crees que sea el origen?**

Los medios de comunicación, el cine y la publicidad son los pilares que sostienen, manipulan y reproducen los cánones de belleza. Luego de las caderas anchas y curvas redondeadas de los 50 comenzó un culto por el cuidado del cuerpo, la delgadez como prototipo a seguir, luego del busto exuberante siguió la flacura extrema y ahora respiramos la moda andrógina (que tampoco es nuevo porque en los veinte ya se revelaron contra los estereotipos de la mujer). Quizás, la diferencia más notoria de estos tiempos no es la masculinización de la femineidad sino la gran feminización de la masculinidad.

**¿Crees que la publicidad influye en la
percepción del cuerpo de las mujeres?
Si es afirmativo, ¿De qué manera?**

El problema es que el mercado está continuamente bombardeado de imágenes estereotipadas que para nada representa a la mujer promedio. Crea un estado de inseguridad, de no representación, donde para ser exitosa, tener sexo, amor o amigos tenés que ser de determinada manera.

**En tu tiempo de trabajo, ¿has visto algún
cambio en lo que una marca de ropa
interior busca comunicar con sus fotos?**

En casos muy puntuales, pero no son consecuentes. No se me ocurre ahora una marca que tenga el coraje.

**Al momento de post-producción, ¿hasta
donde crees que está permitido alterar
la morfología del cuerpo de la modelo?**

La idea siempre es no modificar el cuerpo. Al menos eso intento con mis clientes. una cosa es remover tatuajes, corregir el color, la piel erizada o manchitas y otra muy grande es modificar caderas, rostro, piernas o agrandar busto.

2. Fichas de películas:

- a. *The outlaw* 1943
- b. *Gentlemen prefer blondes* 1953
- c. *Breakfast at Tiffany's* 1961
- d. *The Rosemary's baby* 1968
- e. *Grease (Grease)* 1978
- f. *Scarface (El precio del poder)* 1983
- g. *Pulp Fiction (Tiempos violentos)* 1995
- h. *Pretty Woman (Mujer bonita)* 1990
- i. *There's something about Mary* 1998
- j. *American Beauty (Belleza americana)* 1999

Título: The outlaw (*El forajido*)

Año: 1943

Productora: Howard Hughes productions

Director: Howard Hughes

País: Estados Unidos

Género: Western

Elenco principal: Jack Buetel, Jane Russell, Walter Huston, Thomas Mitchell, Mimi Agúglia y Joe Sawyer



Resumen:

Doc Hollyday (Walter Huston) llega al pueblo en busca de su caballo robado, donde la pide ayuda a su amigo sheriff Pat Garret (Thomas Mitchell), encuentran a Billy el Niño (Jack Buetel) allí ambos tienen un desencuentro con el sheriff y éste los echa de la ciudad.

Aparece Río (Jane Russell) e intenta matar a Hollyday por matar a su hermano. Luego Billy es herido y Doc le encarga a Río que cuide de él. Ella se enamora de él.

La tía de Río, Guadalupe no quiere cuidarlo, pero ella lo hace igual hasta que se recupera. Ellos pasan la noche juntos y se enamoran, él la deja atada pero luego vuelve por ella y así es como los atrapan, al verse en problemas deben huir los cuatro (Billy, Doc, Paty y Río) donde son perseguidos por los indios. Finalmente Billy y Río se van juntos.

Apuntes de observación:

- Western . El sheriff tiene el poder.
- Blanco y negro.
- Aparecen todo hombres hasta que aparece ella. Río. (Ver figura)
- Luego aparece la tía también que tiene una silueta similar a la de ella. (Ver figura)
- “Puedes llamar al cura mañana” le dice porque se va a quedar con él.
- Esta muy mal visto que se acuesten, “¿qué ha pasado? ¿estabas borracha?” le pregunta Doc cuando la ve salir del cuarto de Billy.
- No muestran nada de ropa interior, ni cuando se saca la falda. Insinúan sexo pero no muestran nada.
- Billy le da a elegir a doc, entre quedarse con ella o con el caballo. / mujer como pertenencia.
- Las mujeres se encargan de la comida.
- Mucho plano donde resaltan los pechos de ella.
- El afiche es bastante más sugerente que la película.



Figura b. Presentación Río



Figura c. Silueta

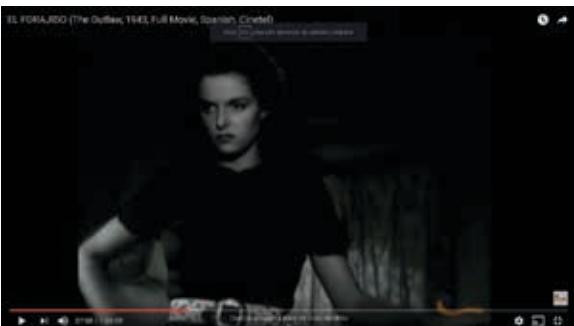


Figura d. Pechos



Figura e. Las dos mujeres



Figura f. Pechos



Figura g. Pechos

Fuente:

Figura a: <<https://truewestmagazine.com/theoutlaw/>> [Visitado el 06/11/2019]

Figuras b-g: <<https://www.youtube.com/watch?v=CIk20WBTet8>> [Visitado el 06/11/2019]

Título: *Gentlemen prefer blond* (Los caballeros las prefieren rubias)
Año: 1953
Productora: 20th Century Fox
Director: Howard Hawks
País: Estados Unidos
Género: Comedia musical
Elenco principal: Marilyn Monroe, Jane Russell, Tommy Noonan, George Winslow, y Elliott Reid.



Resumen:

Lorelei (Marilyn Monroe) y Dorothy (Jane Russell) son dos amigas, cantantes y bailarinas. Lorelei sueña con casarse con un hombre rico, que resuelva su futuro económico, mientras Dorothy busca divertirse y tener aventuras con distintos hombres. La película transcurre en un barco en el que ellas viajan hacia Francia para que Lorelei se encuentre con Gus (Tommy Noonan) un hombre millonario, que a pesar de la desaprobación de su padre accede a casarse con la bailarina.

El padre de Gus, desconfiando de Lorelei, decide contratar un detective privado para que viaje con ellas y las vigile y así mostrarle a su hijo que lo único que busca Lorelei es su dinero. En el intento de acercarse a ellas, Malone (Elliott Reid), el detective se enamora de Dorothy.

Mientras tanto, Lorelei conoce Piggy (Charles Coburn) millonario propietario de una mina de diamantes, lo cual la seduce y comienza a coquetear con él.

El detective toma varias fotos en situaciones comprometedoras para Lorelei, que más tarde las chicas, que ya descubrieron al detective, y usando la seducción de Dorothy a su favor, las recuperan.

Hay un malentendido en el que la policía piensa que Lorelei robó una tiara de diamantes que pertenece a la esposa de Malone, Dorothy se hace pasar por Lorelei con una peluca rubia y se presenta al juicio donde logra que se le retiren los cargos.

La película termina en el casamiento de ambas, Lorelei con Gus, y Dorothy con el detective.

Apuntes de observación:

- Cuerpos que responden a los ideales de la época: pequeña cintura, grandes caderas y pechos. (Ver figura a, b y c)
- Uso del cuerpo como forma de seducción.
- Mujer rubia mostrada más inocente o atontada.
- Mujer morocha más autónoma e inteligente.
- La rubia (Marilyn Monroe) busca casarse con millonario.
- La Morocha (Jane Russell) desea tener varias aventuras con diferentes hombres sin importar su dinero.
- La vestimenta deja claro registro de la década.
- Los vestuarios de ellas son extravagantes comparados con los de otras mujeres de las películas (recurso para resaltarlas).
- Se muestra a la mujer joven como amenaza de las adultas.
- Los hombres las rodean.
- El futuro marido de la protagonista accede a todo pedido de ella si se lo pide de manera sensual.
- “Si una muchacha se pasa el día preocupada porque no tiene dinero, ¿de dónde va a sacar tiempo para amar?” Lorelei
- “Un hombre rico es igual que una chica guapa, ¿No se casaría usted con alguien sólo por su belleza?” Lorelei.
- “ Puedo ser inteligente cuando me conviene, pero eso no le gusta a los hombres” Lorelei.
- “Siempre lo digo es igual de fácil enamorarse de un hombre pobre como rico, pero en cuanto son guapos, altos y morenos se enamora sin importar su situación financiera” Lorelei, en referencia a Dorothy.
- A pesar de que trabajan (bailan y cantan), durante la película se da a entender que la mujer depende económicamente del hombre o que a pesar de que trabaje, la única manera de ser rica es casándose con alguien rico.
- También se resalta la importancia que tiene aspirar a ser rico, por ejemplo a la amiga no le interesa y ella la ve como que hay que “educarla”.

Imágenes:

Fuente: https://uy.qubit.tv/pelicula/los-caballeros-las-preferen-rubias/0c0c261d-7a7a-45b9-bfc5-d48b9a4c3d9d_GentlemenPreferBlondes1953/detalle

Figura a: <<http://cinestonia.blogspot.com/2012/06/los-caballeros-las-preferen-rubias.html>> [Visitado el 06/11/2019]

Figuras b-c: <> [Visitado el 06/11/2019]



Figura b. Vestidos con cintura marcada y escote, usado por las protagonistas para sus *shows*

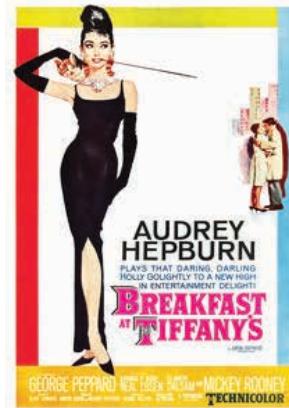


Figura c. Silueta

Figura d. Vestuario de cabaret



Título: *Breakfast at Tiffany's*
(Desayuno con diamantes)
Año: 1961
Productora: Jurow-Shepherd /
Paramount Pictures
Director: William Blake Crump
País: Estados Unidos
Género: Comedia romántica
Elenco principal: Audrey
 Hepburn y George Peppard.



Resumen:

La película trata sobre una chica soltera que vive en Nueva York que si bien no se dice explícitamente que se dedica a la prostitución en múltiples escenas ella vuelve de cenas con hombres ricos los cuales ha dejado plantados al darle plata para ir al tocador. Holly (Audrey hepburn) es una chica a simple vista inocente y alegre que vive sola en un apartamento en Nueva York donde realiza fiestas para personas con dinero con el fin de conquistar uno para casarse.

La vida de ella cambia cuando conoce a su nuevo vecino, Paul un hombre con aspiraciones a escritor que es mantenido por una mujer rica a cambio de sexo.

La película no contiene ninguna escena de sexo ni ninguna escena donde sea obvio que la protagonista se dedicaba a prostitución, pero sí muestra como Holly (audrey hepburn) visita todas las semanas a un mafioso en la cárcel a cambio de 100 dólares o cómo los hombres la van a buscar a su apartamento

No tiene preocupaciones, horarios ni responsabilidades.

De hecho en la película Holly se casa con un Brasileño millonario a pesar de estar enamorada del escritor.

Apuntes de observación:

- Aún se mantiene la forma del busto cónica pero no es exclusiva como en los 50. (ver fig 1)
- La cintura se sigue marcando pero las caderas son más pequeñas.
- Algunos de los vestidos utilizados por la protagonista no son ajustados (ver figura 2)
- Figura más suave que la de los años 50, no es tan voluptuosa ni está muy marcada.
- La película no contiene escenas de sexo a pesar de dar a entender que la protagonista es prostituta.
- La protagonista no tiene, horarios, responsabilidades ni preocupaciones.
- Se la muestra inocente.
- La protagonista realiza fiestas en su casa.
- Igual que en “los caballeros las prefieren rubias” muestra como único interés de la mujer el poseer joyas a través del dinero de los hombres.
- La protagonista vive sola.
- Ella fuma y bebe alcohol. (ver figura 3)
- Siempre está maquillada.

- A pesar de ser soltera e independiente ve como único camino a la estabilidad económica el casarse con un millonario.
- Luego de ver la película, leyendo sobre la misma , vimos que ésta está inspirada en un libro donde la protagonista es claramente prostituta, además de consumir drogas y ser bisexual. Esto nos puede dar una idea de lo que la industria cinematográfica quería transmitir en la gran pantalla.

Imágenes:

Fuente: <<https://www.anuevayork.com/escenarios-breakfast-at-tiffanys-nueva-york/>> [Visitado el: 17/5/2019]



Figura b. Vestido sin marcar silueta



Figura c. Protagonista fumando



Figura d. Protagonista fumando



Figura e. Cuerpo delgado



Figura f. Escote alto

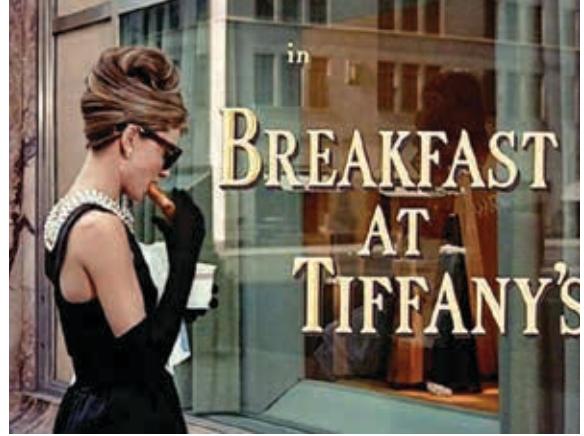
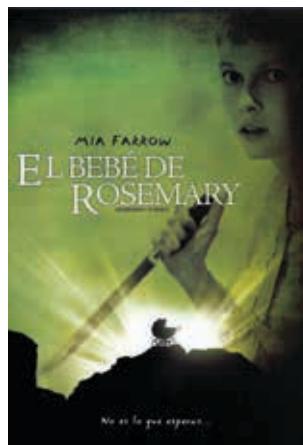


Figura g. Brazos al descubierto, pelo recogido



Figura h. Protagonista durmiendo, mantiene peinado

Título: *The Rosemary's baby* (El bebé de Rosemary)
Año: 1968
Productora: William Castle Productions / Paramount Pictures
Director: Roman Polanski
País: Estados Unidos
Género: Terror dramático
Elenco principal: Mia Farrow, John Cassavetes, Ruth Gordon, Sidney Blackmer, Maurice Evans y Ralph Bellamy.



Resumen:

Rosemary (Mia Farrow) es una joven ama de casa, casada con Guy, un actor de teatro no muy reconocido. La película comienza cuando esta pareja encuentra una casa a donde mudarse y por fin formar una familia. La casa es un antiguo edificio reciclado en Nueva York. El apartamento donde se mudan es de una difunta señora, fallecida unas semanas antes.

Antes de mudarse el apartamento luce oscuro y avejentado, pero la pareja no duda en mudarse y empezar a realizar cambios.

La pareja es una pareja clásica de la época, ella ama de casa dedicada a las tareas del hogar mientras él es un actor que lo único que busca es alcanzar el éxito profesional. Al mudarse, Rosemary conoce a Terri Gionoffrio (Victoria Vetri) una joven vecina que vive en el mismo edificio con una pareja de tercera edad que los describe como sus padres sustitutos, ellos son Roman Castevet (Sidney Blackmer) y Minnie Castevet (Ruth Gordon). La joven le cuenta a Rosemary que de no ser por ellos, ella estaría en situación de calle con problemas de

drogas. Mientras le cuenta esto, le muestra a Rosemary un amuleto que le regaló la pareja, una especie de dije que contiene en su interior una raíz con muy mal olor, pero que asegura que es de la buena suerte.

Pasados unos días la pareja, volviendo a la casa nota que en la puerta del edificio se encuentran varios patrulleros y bomberos. La nueva amiga de Rosemary se habría tirado por la ventana, suceso que deja muy conmovida a Rosemary. Es ahí donde la joven pareja conoce a la pareja adulta.

Al día siguiente Rosemary y Guy van a cenar a la casa de los Castevet para consolar su pérdida y entablan una relación muy cercana con ellos. Tan así, que la pareja decide regalarle el amuleto a Rosemary. Ella comienza a desconfiar de la pareja y busca alejarse un poco, pero Guy no.

Al poco tiempo, Guy consigue un papel en una obra en la que anteriormente había sido rechazado, después de que el actor que iba a aparecer, misteriosa e inexplicablemente, se queda ciego.

Guy y Rosemary acuerdan tener el hijo tan deseado, y planean la fecha ideal para que ella quede embarazada. Aquella noche, Rosemary tiene un extraño sueño e inquietante sueño en el que se encuentra en la habitación, rodeada de personas incluidos los vecinos, todos están desnudos diciendo frases inentendible y alguien comienza a violarla.

Al día siguiente cuando despierta se encuentra unos rasguños en la espalda y le pregunta a su marido, qué fue lo que pasó. El se excusa de haberle hecho el amor con la excusa de que era la fecha ideal para que ella quede embarazada

Al poco tiempo se confirma el embarazo y comienza sus controles con el Dr.Hill. Pero al contarle a los Castevet ellos le recomiendan a otro médico que utiliza medicinas alternativas, Rosemary accede y comienza a tomar las medicinas naturales que el Dr. Abraham le recomienda.

Durante los primeros tres meses del embarazo, Rosemary sufre fuertes dolores abdominales, le toma el gusto a la carne cruda y el hígado de pollo, y pierde mucho peso. El médico le dice que los dolores desaparecerán y que siga consumiendo la bebida. Hutch un amigo de Rosemary, ve que Minnie le agrega la extraña “raíz Tanis” al jugo de Rosemary, y le molesta mucho, por lo que decide investigar lo que ocurre.

El día que Hutch decide contarle a Rosemary lo que descubrió de la bebida que le estaban preparando cae misteriosamente en coma, muriendo 3 meses después. Pero éste le deja un libro de brujería a Rosemary para que ella descubra que es lo que está sucediendo

El libro dejaba en evidencia que su vecino era hijo de un brujo y que por lo tanto el también lo es. Rosemary comienza a darse cuenta que sus vecinos

están complotados con su marido para quedarse con el hijo que llevaba en su vientre para utilizarlo en rituales de brujería.

Cuando su marido ve el libro, lo tira y le dice que está paranoica producto del estrés de estar embarazada.

Finalmente el día que comienza con contracciones el Dr Abraham y su marido la sedan y al despertar le dicen que lamentablemente el bebé falleció en el momento del parto.

Aun así le hacen sacarse leche y tomar una medicina (pero ella no lo hace) cuando pregunta qué hacen con la leche, una enfermera torpemente dice que la tira, ella desconfía. Al tiempo cuando se recupera comienza a buscar en la casa y descubre una puerta secreta que da a la casa de sus vecinos, al mirar por la cerradura ve una cuna y un motón de gente alrededor incluido su marido.

Rosemary entra a la habitación mira la cuna y se horroriza viendo que los ojos de su bebé están completamente rojos

Su marido le pide disculpas, su vecino le da al niño y le dice que no es necesario que se una a la secta si no quiere.

La película termina con Rosemary arrojando al niño y meciendo la cuna lentamente.

Apuntes de observación:

- Rosemary siempre está con vestidos cortos y líneas rectas (Ver fig a y b)
 - Usa medias de Nylon.
 - La mujer toma la iniciativa sexual.
 - En más de una ocasión ella no lleva puesto *soutien* y cuando lo lleva es sin aro ni relleno. (ver Fig d y e)
 - Se nota una clara diferencia en cuanto al vestuario entre las mujeres jóvenes y adultas.
 - La mujer adulta le comenta a Rosemary que “Hoy en día las mujeres hacen lo que quieren” refiriéndose al embarazo.
 - Tanto Rosemary como su vecina toman la misma cantidad de alcohol que los hombres, pero a ellas se le señala.
 - El hombre es quien decide qué actividades van a realizar, salidas a comer, cine, etc.
 - También es él quien decide cuando empezar a buscar un hijo, como forma de agradecimiento a la paciencia de ella.
 - El cuerpo de ella es hiper flaco, cara delicada, labios finos.
 - Cuando muestran su deterioro la hacen aún más flaca, pálida y con pómulos marcados.
 - Cuando queda embarazada decide cortarse el pelo bien corto (más corto que su esposo) a pesar de a que a nadie le gusta, ella está contenta y no busca aprobación de nadie. (ver figura 3)
 - Se hace referencia a la marihuana.
 - Los hombres fuman después de comer mientras las mujeres lavan los platos.
 - El hombre no participa activamente en el embarazo, no la acompaña a ningún médico.
- Rosemary se muestra ingenua y sumisa cuando está con su esposo. Cuando está sola se la ve más decidida.
 - Las mujeres adultas tienen pasatiempos como tejer y bordar, mientras que los de ella son escuchar música y leer. Además de coserse su propia ropa y adornos para el hogar.

Imágenes:

Fuente: <https://ok.ru/video/272565996091>



Figura b. Vestido recto sin marcar cintura ni escote, largo de falda por encima de rodilla.



Figura c. Vestido recto sin marcar cintura ni escote, largo de falda por encima de rodilla.



Figura d. Protagonista se corta el pelo.



Figura e. Desnudo, pechos pequeños con aspecto naturalista.



Figura e. Bikini sin relleno ni aro.

Título: *Grease (Grease)*
Año: 1978
Productora: *Paramount Pictures*
Director: Randal Kleiser
País: Estados Unidos
Género: Musical / Comedia / Romance
Elenco principal: John Travolta, Olivia Newton-John, Stockard Channing y Jeff Conaway.



Resumen:

La historia comienza con la imagen de dos adolescentes: Danny y Sandy, que tienen un romance de verano. Ellos se despiden ya que ella se iría con su familia a Australia y él a su ciudad de origen.

Casualmente hay un cambio de planes en la familia de Sandy por lo que, sin saberlo, acaban juntos en el “Instituto Rydell”.

Sandy se hace nuevas amigas y les cuenta su verano de amor, en cambio Danny, a sus amigos de siempre, les cuenta otra versión de su verano: una repleta de sexo y locuras.

Cuando ella se encuentra con Danny, nota que él ha cambiado su comportamiento, cuando está acompañado de sus amigos la trata como si no le importara. Esto hace que Sandy se aleje de él.

Danny se inscribe para hacer deportes en busca de llamar la atención de Sandy, ella lo nota y vuelven a estar juntos, pero luego, en el baile, a donde acuden juntos, él se pone a bailar con una de sus ex-novias y Sandy se va.

Finalmente él va a correr una carrera y Sandy decide recuperarlo, por lo que lo va a ver, pero esta vez su vestimenta es completamente diferente. Muy similar a la de el protagonista.

La película culmina con ellos cantando una canción, donde luego se suman todos.

Apuntes de observación:

- Las películas dejan registro de las modas de la época , de las temáticas , ideales et.
- Grease década 70
- Temática de hombres y mujeres
- Rubia , porrista se viste de colores claros
- Chico malo
- Morocha pelo corto es la más “alocada”, tiene vida sexual activa
- El varón fuma
- Cambia la actitud cuando está con los amigos
- Ella es ingenua
- En la escena que hacen pijamada muestran que una hace ejercicio para levantar los pechos
- Fuman cigarrillo
- Muestran la imitación y la competencia entre ellas
- Los chicos están vestidos todos iguales
- Son los que tienen auto
- Tienen que tener un buen auto
- Musical
- Todos el mismo peinado
- Ella le pide monedas a él, no maneja plata
- El se pone a hacer deporte para conquistar
- Le da vergüenza tener novia
- La amiga cuando tiene el pelo rosa dice Alguien que me diga que hacer, un ángel que hacer / Cómo Debbie Reynolds en dany (referencia al cine de Hollywood)
- Seduce al del auto para que las lleve / Mujer usa su cuerpo para conseguir cosas
- Las mujeres dependen de que los hombres las lleven y les den plata
- Hay un conductor de la tele y “es lo más“ / Todos los adolescentes se emocionan al verlo
- Bailan , son atléticos , musculosos (ver figura f)
- Las reglas del concurso muestran valores de la época
- Pechos medianos, levantados
- Caderas medianas,cuerpos tonificados
- Bastante escote , bretel fino (ver figura l)
- Muestran la cola a la cámara y les dicen que los va a buscar el fbi
- Muestran los auto-cines
- Van de cita al auto-cine (ver figura m)
- Cuando él va a tocar el pecho, ella se enoja y se va
- El gana la carrera
- A las chicas les dice “Entre ud puede haber una futura Eleanor Roosevelt” (mujer de un presidente) y a los hombres les nombra presidentes / Mujer considerada como acompañante de un hombre / La política es de los hombres / Mujer acompañaña
- Ella cambia su vestimenta / Estética más “rockera”

Imágenes:

Fuente: Figuras a - m:
 <<https://www2.pelisplus.movie/pelicula/grease>>
 [Visto el: 05/10/2019]



Figura b. Porristas faldas largas y amplias.



Figura c. Cuerpos atléticos.



Figura d. Escena pijamada. La más rebelde sin camisón, la más inocente con camisón largo y manga larga.



Figura e. Prueba cigarrillo.



Figura f. Coreografías.



Figura g. Grupo de amigos mixto.



Figura h. Baile / faldas amplias.



Figura i. Adultos / Diferencia en ropa, peinado y maquillaje.



Figura j. Falda en movimiento/ se ve body debajo de la falda.



Figura k. Falda en movimiento



Figura l. Falda amplia/ tirantes finos/ escote



Figura m. Figura m. Cine al aire libre.

Título: *Scarface (El precio del poder)*

Año: 1983

Productora: *Universal Pictures*

Director: Brian De Palma

País: Estados Unidos

Género: Drama / Gangsters

Elenco principal: Al Pacino, Steven Bauer, Michelle Pfeiffer, Mary Elizabeth Mastrantonio y Robert Loggia.



Resumen:

La película comienza con la llegada a Miami de un barco de cubanos, (referencia al éxodo de Mariel de 1980) en una sala los americanos los interrogan para deliberar su entrada a EEUU.

Tony Montana (Al Pacino) y su amigo Manny Rivera (Steven Bauer), son recluidos en un centro a la espera de una resolución política.

Ellos conseguir salir del centro por matar a un político que una persona influyente Frank López (Robert Loggia) les pide. Él mismo les ofrece vender marihuana, pero Tony quiere algo mejor, y así es como lo envían a hacer un trato con un Colombiano, les advierten que es peligroso.

En el motel donde realizaron el trato, los colombianos intentan engañarlos, se da una violenta pelea, donde uno de los de Tony muere pero logran salir con la droga y el dinero. Tony decide que debe entregar el dinero en persona a Frank.

En la mansión de López, Tony y Manny son recibidos por este, les dice que quiere contratarlos por sus habilidades y los invita a cenar con su esposa Elvira (Michelle Pfeiffer), con la cual Tony queda impactado.

Al tiempo Manny y Tony se han enriquecido trabajando con Frank, y Tony vuelve a con su familia, su hermana Gina (Mary Elizabeth Mastrantonio) lo recibe felizmente, pero su madre (Miriam Colón) no aprueba su vida con los narcotraficantes. Manny queda fascinado con su hermana, pero Tony le advierte que no se fije en ella.

Tony y su compañero Omar vuelan a Bolivia para hacer un trato con un narcotraficante llamado Sosa (Paul Shenar) Tony cierra un trato con Sosa, y este mata a Omar por ser informante de la policía.

Cuando vuelve a Miami, Frank se enoja con Tony, y pospone el trato con Sosa ya que le parece muy riesgoso

Por la noche, Tony y Manny van al Club Babylon y ven a Gina bailando con un hombre. Tony se enfurece, pero Manny lo detiene antes de que pueda hacer algo.

Entonces, un hombre, Mel Bernstein (Harris Yulin), un policía corrupto, se acerca a Tony para hablar con él, este lo reconoce como Mel Bernstein (Harris Yulin), un policía corrupto, y tras la conversación Tony se da cuenta que Frank lo traicionó.

Más tarde, cuando Tony ve a Elvira y se acerca a coquetear con ella lo cual hace que que Frank se enoje con ambos. En ese momento Tony ve que Gina va al baño con el hombre y la sigue, allí la rezonga violentamente, no está de acuerdo con que se drogue o tenga sexo. Tras la discusión Many la lleva a casa, donde Gina lo invita a salir, pero él la rechaza por miedo a la reacción de Tony. Tony enfrenta a Frank, quien al verse acorralado termina confesando su traición y le ofrece darle dinero y a Elvira, a cambio de su vida, lo cual es rechazado por Tony, que igualmente se queda con ambas cosas.

Manny comienza a estar en desacuerdo con algunas actitudes de Tony, que se volvió millonario, adicto, que no trata bien a Elvira. Many empieza un romance con Gina a espaldas de Tony, .

Al tiempo muestra como se empieza a deteriorar la vida de Tony, quien es arrestado por lavado de dinero y evasión de impuestos, y abandonado por Elvira. Para intentar salvarse de la cárcel, se compromete a matar a un hombre a pedido de Sosa, pero al ver que está la familia de este hombre en el auto que debía explotar, se retracta, lo que genera una guerra con Sosa.

Tony descubre que Gina se fue con Manny, y al encontrarlos lo mata y se la lleva a ella a su mansión.

Finalmente todos los que pertenecer al bando de Tony mueren en un largo ataque de Sosa a su mansión. En la escena final aparece tendido en una fuente de agua en la entrada principal de la casa, que contiene un globo grande con su frase: *The world is yours* (El mundo es tuyo).

Apuntes de observación:

- Dice que las películas le enseñaron / en referencia al padre “solía llevarme a ver las películas y aprendí ... de ellos aprendí modales”
- Le preguntan si es homosexual como algo negativo, para entrar a EEUU.
- Se queja del comunismo porque tienen que ser todos iguales. Crítica al comunismo.
- Dice que fue preso político en Cuba por comunismo.
- “No hay nada que puedan hacerme que Castro no me haya hecho antes”
- “Mira esas tetas”
- Pasan las jóvenes y son flacas y las veteranas gordas.
- Demoran en subir a ver a sus amigos porque se quedan mirando a una mujer.
- Escenas violentas / sangre / se muestra. (Ver figuras c y d)
- No tiene puesto *soutien*, tiene los pechos levantados y marcados. (Ver figura i)
- Bailan juntos (Tony y Elvira) y le dice que es linda.
- Ella lo discrimina por inmigrante.
- Las chicas que se muestran como bellas tienen silueta similar. (Ver figuras : l, n, k y m)
- El dinero te da poder.
- El poder te da mujeres. (Ver figura a)
- Toman cocaína.
- La hermana de él también es flaca, cintura marcada y pechos pequeños.
- “Su hijo triunfo mamá” “Quiero que vean la clase de hombre que soy” dice Tony y saca del bolsillo U\$1000.
- No quiere que Manny se acerque a su hermana.
- Usa chaquetas y escotes. (Ver figuras g y o)
- Violento se enoja con la hermana.
- Frank le ofrece llevarse dinero y a su mujer , “te doy a Elisa” / como si fuera todo su propiedad.
- El poder vinculado al dinero y las mujeres.
- “puedes dejar de hablar de dinero, es aburrido” le dice Elisa
- El le pone la Peluquería a su hermana.
- Insulta a Elvira por “no darle un hijo”.
- Tiene un tigre, gastar dinero en cosas excéntricas , mostrar el dinero
- Mata al amigo porque está con su hermana.
- Finalmente muere solo abajo del cartel que dice “El mundo es tuyo”. (Ver figura q).

Imágenes:

Fuente: Figuras a-q: <<https://www2.pelisplus.movie/pelicula/el-precio-del-poder-scarface>> [Visitado el: 14/07/2019]



Figura b. Auto descapotable. Chica bella se detiene



Figura c. Silueta flaca y tonificada



Figura d. Violencia explícita



Figura e. Violencia en la calle



Figura f. Presentación Elvira



Figura g. Espalda descubierta y bretel fino



Figura h. Pechos



Figura i. Club



Figura j. Tony y Elvira bailan juntos



Figura k. Silueta chica bella 1



Figura m. Silueta chica bella 2



Figura n. Silueta chica bella 3



Figura n. Gina Silueta



Figura o. Elvira silueta



Figura p. Elvira usa chaqueta



Figura q. Elvira, Tony y Many

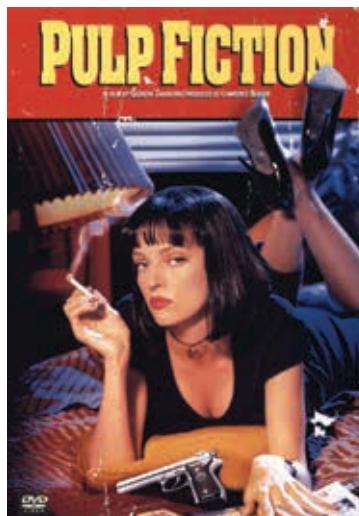


Figura r. Escena final



Figura s. Escena final

Título: *Pulp fiction* (*Tiempos violentos*)
Año: 1994
Productora: A brand apart / Jersey films / Miramax films
Director: Quentin Tarantino
País: Estados Unidos
Género: Thriller, gánsteres, comedia negra
Elenco principal: John Travolta, Uma Thurman, Bruce Willis, Samuel L. Jackson, Harvey Keitel, Tim Roth, Amanda Plummer, Maria de Medeiros, Ving Rhames, Eric Stoltz, Rosanna Arquette, Christopher Walken



Resumen:

La película relata varias historias en paralelo, las mismas están conectadas en diferentes puntos. Comienza con una pareja desayunando en una cafetería, donde deciden asaltarla. Salta a la introducción.

Comienza la historia de Jules Winnfield (Samuel L. Jackson) y Vincent Vega (John Travolta), son dos asesinos a sueldo que trabajan para Marsellus Wallace (Ving Rhames) afamado gangster.

Esta pareja tiene como encargo recuperar un maletín (que nunca llegamos a saber que tiene adentro). A su vez, a Vincent se le encarga cuidar de Mia Wallace (Uma Thurman), la pareja de su jefe quien saldrá de la ciudad por unos días. Jules, y más adelante otros hombres, advierten a Vincent acerca del poder de seducción que tiene la mujer, y discuten varios minutos acerca de la carga sexual que puede tener un masaje de pie.

En paralelo, el boxeador Butch Coolidge (Bruce Willis) es sobornado por Marsellus para perder una pelea muy importante, pero él decide ganar la pelea y escapar.

Vincent lleva a Mia a cenar y bailar, pasan una excelente noche pero al final ella sufre una sobredosis y deben reanimarla. Finalmente cuando recuperan el maletín, su historia se cruza en el desayuno en la cafetería de la primer pareja.

Apuntes de observación:

- Violencia
- Estética años 80.
- Música característica
- Hablan de la esposa de Marsella como si fuera su propiedad.
- Masaje de pie / Se discute si es sensual o no.
- Piercing / Cuando le preguntan a la chica por que tiene piercing en la boca responde que “es algo sexual”. (Ver figura c.)
- Heroína. (Ver figura d.)
- Muestran como se clava la aguja / explícito.
- El auto se lo rayan / “No se mete con el auto de un hombre” / auto-hombre-poder.
- Ella está en una cabina y vigila todo / Lugar de la mujer muy diferente a las películas de otras décadas. (Ver figura e.)
- Se droga también. (Ver figura f.)
- El la espera a ella. Presentación de ella por partes / sensual / intrigante
- Está vestida de camisa y chaqueta. (Ver figura g.)
- Tiene actitud.
- En el bar hay actores icónicos de Hollywood como Marilyn. (ver figura i.)
- Dice que va al baño a empolvase la nariz y va a tomar cocina.
- Bailan swing. (Ver figura j.)
- En el escote de ella se ve un poco del *soutien*. (Ver figura k.)
- Cuando le abren la blusa tiene un bustier. (Ver figura l.)
- *Soutien* parecido al corset pero más corto y no tan duro, con aro.
- Todos tienen tvs en las casas.
- Se menciona el placer sexual de la mujer.

- Aparecen con ropa interior, o apenas tapados, cuando sale de la ducha por ejemplo.
- Genera que el televidente empatice con los “malos”.
-

Imágenes:

Fuente: Figura b: <<https://andina.pe/ingles/noticia-despues-19-anos-se-reestrenara-pulp-fiction-441990.aspx>> [Visto el: 16/11/2019]

Figura c-l: <<https://www.netflix.com/watch/880640?trackId=13752289&tctx=0%-2C0%2C559ff27144076e2ff5f4a1d54dc70c-82680db4ef%3Ab8208d39ba994a187572d734d-d3aefb81781e2c3%2C%2C>> [Visto el: 16/11/20019]



Figura b. Primer pareja desayuno



Figura c. Piercing



Figura d. Heroína



Figura e. Presentación Mia



Figura f. Espejo y pote de polvo con heroína



Figura g. Mia usa camisa y chaqueta



Figura h. Siluetas



Figura i. Actrices icónicas. Marilyn



Figura j. Bailan swing. Silueta

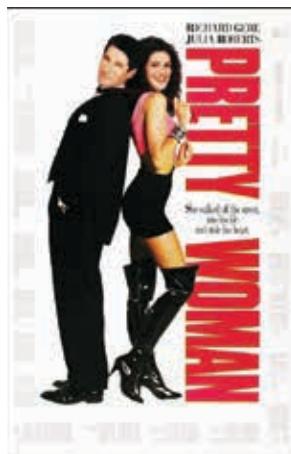


Figura k. Se le ve el soutien



Figura l. Bustier

Título: *Pretty Woman (Mujer Bonita)*
Año: 1990
Productora: Touchstone Pictures / Silver Screen Partners IV
Director: Garry Marshall
País: Estados Unidos
Género: Comedia romántica
Elenco principal: Richard Gere, Julia Roberts, Ralph Bellamy, Jason Alexander, Laura San Giacomo, Héctor Elizondo, Amy Yasbeck, Hank Azaria y Andrea Parker



Resumen:

El protagonista, llamado Edward Lewis, representado por el actor Richard Gere, es un adinerado hombre de negocios que se acaba de divorciar.

Su ex-mujer se quedó con la casa por lo que él se aloja en el *Regent Beverly Wilshire*, la suite más costosa del hotel de Los Ángeles. Este hombre conoce a Vivian Ward (Julia Roberts), una prostituta que se encontraba en el *Boulevard*, su relación con ella es un tanto ambivalente desde el comienzo, Edwin se detiene para preguntar como llegar a su hotel, ella lo acompaña por U\$S20 y él decide llevársela al hotel, donde le paga, no solo por una hora de sexo, sino por toda la noche. Al otro día, su compañero de trabajo le pide que vaya acompañado a una reunión en la noche, y decide contratar a Vivian por los seis días que va a estar en Los Ángeles y llevarla a la reunión.

Él le da dinero a ella para que se compre ropa, y así empieza una relación extraña en la cual empiezan a enamorarse. A ella le cuesta adaptarse al estrato social de Edwin, y el gerente del hotel la ayuda.

Las cosas iban bien entre ellos dos, hasta que él le cuenta a su compañero que ella es prostituta y el otro la trata despectivamente. Superan esta discusión, pero los días que habían acordado llegan a su fin, y Edwin le propone pagarle un apartamento para que Vivian viva sin tener que trabajar, lo cual no la convence, tras una charla con su amiga Kit, con quien vivía anteriormente, decide irse.

Finalmente él la va a buscar y le propone la vida de princesa que siempre soñó y terminan juntos.

Apuntes de observación:

- “No importa lo que digan, siempre quieren dinero“ Dice voz en off al comenzar la película.
- La presentación del personaje es en ropa interior, en una de las primeras escenas. Conjunto de encaje. (Ver figuras b y c)
- Muestra que no usa medias. Mal visto (Ver figura e)
- Típico relato de Hollywood , el “golpe de suerte”
- Cualquier persona podría estar en ese lugar / la espectadora se identifica fácilmente.
- El protagonista se muestra cómo un “buen partido”: apuesto con plata y poder . Por más que muestra varios aspectos negativos, no se le da importancia: paga para que ella lo acompañe y sus ex novias lo dejan porque no les mostraba interés.
- Todos los hombres se quedan asombrados con el cuerpo de ella.
- La discriminan en la tienda por qué no está vestida como clase alta.
- Silueta reloj de arena pero más delgada (que en el 50) y pechos redondeados (no puntiagudos). (Ver figura d,f,g, k y l)
- Usa un baby doll con aro , de encaje y seda (Ver figura h)
- Ella cambia el estilo la ropa pero la silueta es la misma . Clase alta y baja misma silueta
- En varios momentos se muestra la importancia de mostrarse adinerado. Ejemplo: dice ella: “ y si no te gustan las alturas por qué te sientas acá ? “ responde él:”Porque es el mejor lugar” en relación al palco de ópera, y también lo repite en relación al PH del hotel.
- Termina con una voz en off que dice: “esto es hollywood, hay tiempo de soñar, sigan soñando “

Imágenes:

Fuente imágenes: Figura a. Afiche: <<http://www.flashcr.com/online/2015/03/25/pretty-woman-cumple-25-anos-conoce-sus-25-curiosidades/>> [Visitado el 10/11/2019]

Figuras b-1 . Escenas película: <<http://gnula.nu/comedia-romantica/ver-pretty-woman-mujer-bonita-1990-online/>> [Visitado el 10/11/2019]



Figura b. Presentación del personaje en ropa interior / Conjunto de encaje, *soutien* con aro.



Figura c. Presentación del personaje en ropa interior / Conjunto de encaje, *soutien* con aro.



Figura d. Silueta



Figura e. No usa medias



Figura f. Pechos



Figura g. Silueta



Figura h. *Baby doll* con aro de encaje y seda



Figura i. Se compra medias



Figura j. *Wonder-bra* o *push up*. Ropa interior armada con encaje



Figura k. Pechos



Figura l. Silueta

Título: *There's something about Mary (Loco por Mary)*

Año: 1998

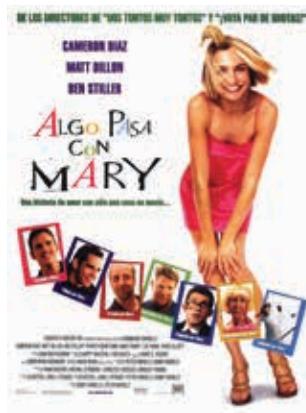
Productora: 20th Century Fox

Director: Peter Farrelly-Bobby Farrelly

País: Estados Unidos

Género: Comedia romántica

Elenco principal: Cameron Díaz , Ben Stiller, Matt Dillon , Chris Elliott , Lee Evans y Lin Shaye



Resumen:

La película comienza con una típica situación en una secundaria de Estados Unidos, un joven no muy popular llamado Ted (Ben Stiller) preocupado y resignado a no tener cita para el baile de graduación sueña con ir acompañado de Mary (Cameron Diaz) la chica de sus sueños.

Accidentalmente Ted termina defendiendo de una pelea a Warren (w. earl brown) el hermano de Mary y a modo de agradecimiento, Mary termina invitando a Ted al baile. La situación no termina como Ted lo esperaba, debido a que no concurren al baile por un accidente que tiene Ted en el baño de Mary antes de salir. Luego de eso no se ven más y el relato se adelanta 13 años después, en la actualidad (1998) donde Ted continúa enamorado de Mary a pesar de no haberla visto desde hace 13 años.

Luego de una sugerencia de su mejor amigo Dom (Chris Elliot) Ted decide contratar un detective privado llamado Pat (Matt Dillon) un personaje que transmite desconfianza y poco profesionalismo. Pat

localiza a Mary en Miami pero termina enamorándose de ella igual que Ted, por lo que cuando éste le pregunta por ella, el lo engaña diciéndole que ha cambiado físicamente y que ya no es una mujer hermosa.

A pesar de eso Ted decide ir en busca de Mary, cuando llega a Miami con su amigo Dom, se dan cuenta que Pat lo ha engañado para salir con ella.

A su vez Pat descubre que el supuesto amigo y compañero de trabajo Tucker (Lee Evans) también ha estado engañando a Mary para conquistarla.

Ted logra conquistar a Mary, todo va bien hasta que Mary recibe una carta anónima revelando que Ted había contratado a Pat para que la localizara y siguiera. Mary lo deja, y tras varias situaciones, todos se terminan encontrando y revelando que están locos por ella y que se han comportado de maneras insólitas, incluso el mejor amigo de Ted está enamorado de ella.

Finalmente Mary decide quedarse con Ted luego de una declaración romántica.

Apuntes de observación:

- La película comienza ambientada en los años 80 cuando los protagonistas son adolescentes, se muestra ropa interior de la época, Soutiens adaptados a las necesidades de las prendas, en este caso sin breteles. (ver fig a)
- La película deja claros registros de la moda de la época
- Se ve un catálogo de lencería de la época. Soutiens armados con aro y relleno.(ver fig b)
- La protagonista no siempre usa soutiens
- Se muestra a la mujer como independiente sin necesidad de un hombre al lado
- Se la muestra inocente y alegre
- Protagonista flaca, responde a los ideales de la época, hiper flaca, con pechos grandes (aunque no exagerados)
- La protagonista describe al hombre ideal como un hombre libre e independiente
- Mujer adulta viuda busca un nuevo comienzo se dedicó a tomar alcohol, fumar cigarrillo y broncearse todo el día.
- Se fuma marihuana
- Mary le aconseja a Ted que se mude y se case con ella.
- Se ve a la protagonista practicando deportes como Golf o Beisbol
- Escena de un bar, las camareras son mujeres que están vestidas con pequeños bikinis, se nota claramente los pechos grandes operados y extrema delgadez (ver fig c)

Imágenes:

Fuente: Figuras a -c:<<https://www.locopelis.com/pelicula/12763/loco-por-mary.html>>
[Visitado el: 10/10/2019]



Figura b. Escena ambientada en los años 60, *soutien* sin aro ni relleno



Figura c. catálogo de ropa interior, *soutiens* tipo *Wonderbra*

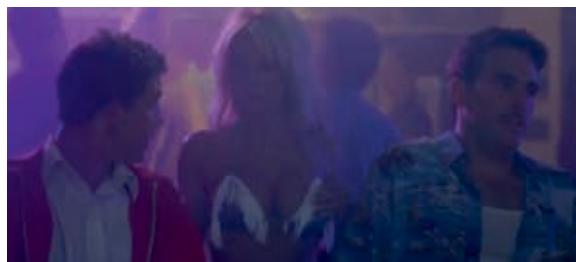


Figura d. camareras de bar, pechos operados



Figura e. *soutien* tipo *Wonderbra* con relleno



Figura f. Silueta



Figura g. Escote

Título: *American beauty* (*Belleza americana*)

Año: 1999

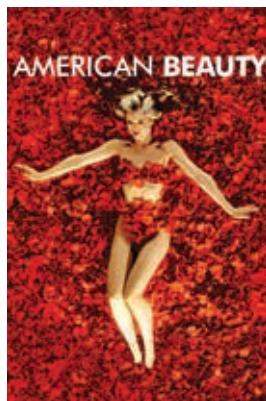
Productora: DreamWorks Jinks/Cohen Company

Director: Sam Mendes

País: Estados Unidos

Género: Drama

Elenco principal: Mena Suvari, Kevin Spacey, Annette Bening, Thora Birch, Wes Bentley y Chris Cooper.



Resumen:

La película es relatada por Lester Burnham (Kevin Spacey) padre de Jane (Thora Birch), y esposo de Carolyn (Annette Bening).

Al comenzar muestran imágenes su hija pidiéndole a alguien que lo mate. La voz en off confirma que él ha muerto y la historia transcurre un año antes.

Lester explica en la voz en off que se sentía un fracasado.

Él trabaja en publicidad, y su esposa es agente inmobiliario, es una familia que conserva las apariencias, hasta que Lester decide hacer un cambio en su vida y renuncia a su trabajo. Él no tiene buena relación ni con su esposa, que está muy preocupada por su carrera profesional, ni con su hija, adolescente que siente que no es escuchada ni apoyada por su padre.

Junto a los Burnham se acaban de mudar los Fitts, familia compuesta por Frank Fitts, padre de familia, ex coronel de la Marina, su esposa Bárbara, una mujer de comportamiento extraño, y Ricky, un adolescente particular, que vende marihuana y está

obsesionado con capturar con su filmadora la belleza de la vida cotidiana. El padre de la familia muestra su homofobia cuando unos vecinos homosexuales se acercan a darles la bienvenida.

Lester, por insistencia de la madre, asiste a ver a su hija a un partido de Basket donde ella participa como porristas, y ahí es donde se enamora de su amiga Angela Hayes (Mena Suvari), una adolescente aspirante a modelo quien se presume que todos fantasean con ella y afirma que la belleza física es una gran cualidad en una mujer.

Más tarde, Lester escucha que Ángela dice que se acostaría con él si estuviera más ejercitado, por lo que él comienza a hacer ejercicio. A su vez, él conoce a Ricky, su vecino, quien le empieza a vender marihuana.

Las tensiones en la casa de los Burnham aumentan, Carolyn comienza un romance con su exitoso colega y Jane está cada vez más enojada con su padre por no escucharla y fijarse sexualmente en su amiga Angela.

Por otra parte, en la casa de al lado, Frank comienza a tener sospechas de las actitudes de su hijo e interpreta que puede ser homosexual y mantener relaciones con Lester.

A pesar de que Ricky está con Jane.

Cuando Frank enfrenta a Ricky, éste decide rebelarse y decirle que está con Lester (por más que no sea cierto). Tras ser echado de su hogar, Ricky invita a Jane a fugarse juntos y ella accede, en ese momento Frank va a ver a Lester, todo parece que lo va a matar pero hace un giro y se le insinúa a Lester, y este lo rechaza.

Angela se encuentra sola porque su amiga se va a ir y decide acostarse con Lester, pero él se da cuenta de que no es una buena idea. Finalmente Frank entra a la casa y mata a Lester.

Apuntes de observación:

- El padre dice que su hija “como todas las chicas de su edad quiere agrandar sus pechos”.
- Tiene las rosas a la altura de los pechos.
- La madre usa traje de falda y chaqueta.
- Ella trabaja , es decidida, se ve segura y poderosa.
- Se presiona con ser una mujer fuerte.
- El padre es torpe.
- Le gusta la amiga de la hija.
- En la fantasía la imagina como si le salieron pétalos de los pechos.
- La amiga de la hija es una adolescente flaca con pechos grandes, labios grandes.
- Se acostó con un fotógrafo para conseguir trabajo de modelo.
- Otra la insulta diciéndole que se vio gorda en las fotos que hizo.
- Ella fuma.
- El padre acompaña a la madre a una fiesta de negocios . Le dice que tiene que vender una imagen.
- Ropa interior . Conjunto.
- Ella la rubia quiere llamar la atención.
- El padre se ejercita para ser más atractivo.
- Hablan del éxito asociado trabajo.
- “Para tener éxito en la vida hay que proyectar una imagen de éxito todo el tiempo“ dice el otro agente inmobiliario.
- Infidelidad / parejas infelices / la típica familia clásica americana fracasa.
- “No puedes contar con nadie, excepto contigo misma“. Le dice la madre a la hija.
- La hija usa push up. Es flaca con pechos super grandes.
- Aún sin soutien tiene pechos firmes / juventud.
- La homosexualidad mal vista.
- El padre se compra un auto descapotable.
- La madre es flaca , no tiene pechos grandes.
- “son cosas materiales , se han vuelto más importantes para ti que la vida“ padre a la madre.
- La hija había juntado plata para operarse los pechos.
- La amiga de la hija se avergüenza de ser virgen , tiene miedo de no ser lo suficiente buena.
- Cuestiona la belleza o la subjetiviza.



Figura b. Jane busca paginas para aumentar sus pechos



Figura c. Jane se mira los pechos en el espejo



Figura d. Cena familiar



Figura e. Lester conoce a Angela



Figura f. Silueta



Figura g. Ropa interior

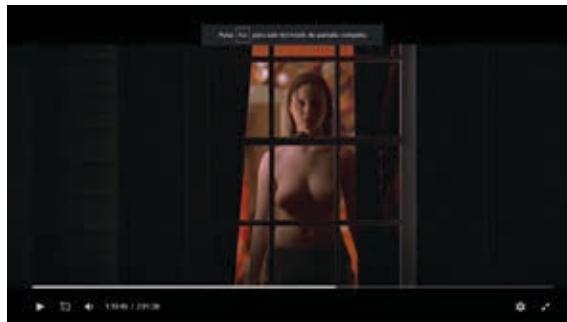
Figura h. Soutien *Push up*

Figura i. Pechos

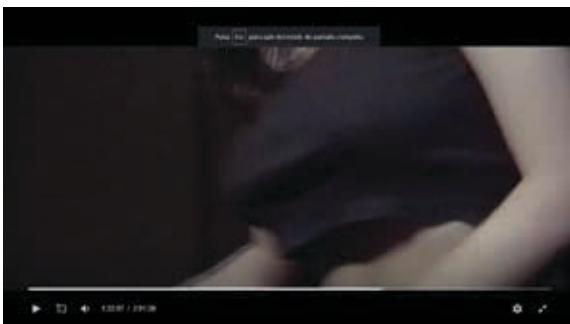


Figura j. Cámara de video. Filma sus pechos



Figura k. Pechos

Imágenes:

Fuente: Figura a.: <<https://jachtaj.wordpress.com/2016/03/16/belleza-americana/>> [Visistado el: 17/05/2019]

Figura b-k: <<https://www.elitestream.org/peliculas/belleza-americana-espanol-latino-1080p/>> [Visistado el: 17/05/2019]

