

ESTIMAR-SE EN LA IMPERFECCIÓ



Modalitat: Social-humanístic

Data: 21/10/2019

2n de batxillerat

ÍNDEX:

INTRODUCCIÓ	8
- PART TEÒRICA:	
1. Línia cronològica de la figura de la dona en l'art.....	10
1.1. La dona a la prehistòria (X-3281a.C)	10
1.2. La dona durant l'edat antiga, els clàssics (3281a.c-476d.c)	12
1.3. La dona durant l'edat mitjana (476-1453d.c)	14
1.4. La dona durant l'edat moderna (1453-1789).....	16
1.5. La dona durant l'edat contemporània (1789d.c- actualitat).....	18
2. Visualització de la dona en l'actualitat	30
2.1. Estereotips.....	32
2.2. Moda	34
2.2.1. Entrevista a la Mari González	43
2.3. Existeix la Perfecció?	45
2.3.1. Famoses influenciades per la perfecció.....	47
2.4. Publicitat	49
2.5. Màrqueting.....	50
2.5.1. La Barbie (joguina)	50
2.5.2. La dona comercialment	55
2.6. Fotografia	56
2.7. Filmació	58
2.8. Curiositats	61
- PART PRÀCTICA:	
1. Enquesta	63
2. Catàleg.....	69
CONCLUSIONS	79
OPINIÓ PERSONAL	80
BIBLIOGRAFÍA	81

ÍNDEX D'IMATGES

- Part teòrica

○ Figura 1	10
○ Figura 2	11
○ Figura 3	11
○ Figura 4	11
○ Figura 5	12
○ Figura 6	12
○ Figura 7	13
○ Figura 8	15
○ Figura 9	15
○ Figura 10	16
○ Figura 11	17
○ Figura 12	17
○ Figura 13	17
○ Figura 14	19
○ Figura 15	19
○ Figura 16	20
○ Figura 17	20
○ Figura 18	21
○ Figura 19	21
○ Figura 20	21
○ Figura 21	22
○ Figura 22	23
○ Figura 23	23
○ Figura 24	24
○ Figura 25	24
○ Figura 26	25
○ Figura 27	25
○ Figura 28	25
○ Figura 29	26
○ Figura 30	26
○ Figura 31	27
○ Figura 32	28
○ Figura 33	29
○ Figura 34	29
○ Figura 35	30
○ Figura 36	31
○ Figura 37	31
○ Figura 38	36
○ Figura 39	37
○ Figura 40	37
○ Figura 41	37

- **Figura 42** 37
- **Figura 43** 38
- **Figura 44** 38
- **Figura 45** 38
- **Figura 46** 39
- **Figura 47** 39
- **Figura 48** 39
- **Figura 49** 40
- **Figura 50** 40
- **Figura 51** 40
- **Figura 52** 41
- **Figura 53** 41
- **Figura 54** 42
- **Figura 55** 42
- **Figura 56** 42
- **Figura 57** 42
- **Figura 58** 42
- **Figura 59** 44
- **Figura 60** 44
- **Figura 61** 44
- **Figura 62** 44
- **Figura 63** 44
- **Figura 64** 44
- **Figura 65** 45
- **Figura 66** 46
- **Figura 67** 47
- **Figura 68** 47
- **Figura 69** 47
- **Figura 70** 47
- **Figura 71** 48
- **Figura 72** 48
- **Figura 73** 48
- **Figura 74** 49
- **Figura 75** 50
- **Figura 76** 50
- **Figura 77** 50
- **Figura 78** 51
- **Figura 79** 51
- **Figura 80** 51
- **Figura 81** 51
- **Figura 82** 52
- **Figura 83** 52
- **Figura 84** 52
- **Figura 85** 52

○ Figura 86	53
○ Figura 87	53
○ Figura 88	53
○ Figura 89	54
○ Figura 90	54
○ Figura 91	54
○ Figura 92	54
○ Figura 93	54
○ Figura 94	55
○ Figura 95	55
○ Figura 96	55
○ Figura 97	57
○ Figura 98	57
○ Figura 99	57
○ Figura 100	57
○ Figura 101	57
○ Figura 102	58
○ Figura 103	59
○ Figura 104	59
○ Figura 105	59
○ Figura 106	59
○ Figura 107	60
○ Figura 108	60
○ Figura 109	60
○ Figura 110	61
○ Figura 111	62
○ Figura 112	62
○ Figura 113	62

- Part pràctica

Enquesta

○ Gràfic 1	63
○ Gràfic 2	64
○ Gràfic 3	65
○ Gràfic 4	65
○ Gràfic 5	66
○ Gràfic 6	67
○ Gràfic 7	67
○ Gràfic 8	68
○ Gràfic 9	68

Catàleg

○ Imatge 1	70
-------------------------	-----------

- **lmatge 2** 71
- **lmatge 3** 71
- **lmatge 4** 71
- **lmatge 5** 72
- **lmatge 6** 72
- **lmatge 7** 72
- **lmatge 8** 73
- **lmatge 9** 73
- **lmatge 10** 73
- **lmatge 11** 73
- **lmatge 12** 73
- **lmatge 13** 73
- **lmatge 14** 73
- **lmatge 15** 73
- **lmatge 16** 74
- **lmatge 17** 74
- **lmatge 18** 74
- **lmatge 19** 74
- **lmatge 20** 75
- **lmatge 21** 75
- **lmatge 22** 76
- **lmatge 23** 76
- **lmatge 24** 76
- **lmatge 25** 76
- **lmatge 26** 76
- **lmatge 27** 76
- **lmatge 28** 76
- **lmatge 29** 76
- **lmatge 30** 76
- **lmatge 31** 76
- **lmatge 32** 76
- **lmatge 33** 76
- **lmatge 34** 76
- **lmatge 35** 77
- **lmatge 36** 77
- **lmatge 37** 77
- **lmatge 38** 77
- **lmatge 39** 77
- **lmatge 40** 77
- **lmatge 41** 77
- **lmatge 42** 77
- **lmatge 43** 77
- **lmatge 44** 77

INTRODUCCIÓ

El meu treball de recerca consisteix en fer veure a la gent que l'ideal de perfecció no existeix. Que aquest cos "perfecte" que se'ns mostra tan a casa com al carrer (gràcies a als mitjans de comunicació, a la publicitat...) és fictici. Que fins i tot el que ens pot semblar perfecte, té algun defecte o alguna cosa que fa que ja no ho sigui i que les coses sempre es poden veure de dues maneres.

Els motius pels quals vaig voler triar aquest tema, van ser varis.

Principalment, un dels factors pels quals vaig decidir tractar sobre aquest tema va ser l'interès que he tingut sempre per conèixer amb més profunditat tot aquest tema de l'existència del cos perfecte de la dona i del verdader significat que hi ha rere aquest.

Però, per què de la dona només? Perquè crec que la dona sempre s'ha tractat com a un ésser inferior davant de l'home i de la societat, i perquè crec que en aquest aspecte també ha tingut un "camí" més difícil (tot i que l'home també ha tingut, i té un perfil molt marcat parlant del cos ideal).

La dona al llarg de la història ha tingut unes normes a seguir per ser mínimament acceptada pels altres, perquè si no eres com tothom volia que fossis eres rebutjada, i per canviar-ho no podies fer res més que canviar-te a tu mateixa. I això malauradament encara passa en l'actualitat.

Avui en dia, les noies ens sentim sotmeses a molta pressió per ser acceptades per tothom. Veiem contínuament imatges que certament són irrealment mitjançant moltes fonts d'informació, xarxes socials..., sentim comentaris respecte del nostre físic (simplement perquè encara hem de fer el canvi i els nostres òrgans reproductors encara han de créixer), i tot perquè tothom espera que siguis com la societat ens ha dit que hem de ser: unes noies altes, guapes i amb un "bon cos". Però per què dic tot això? Perquè certament jo mateixa ho he viscut. Quan era més petita (quan feia segon i tercer de la ESO), sentia contínuament comentaris referents al meu físic. Els nens de la classe em deien planxa de surf, simplement perquè encara havia de fer el canvi. Enviaven missatges d'aquest tipus pel grup de l'escola que anaven per mi, i fins i tot gent que ni em coneixia utilitzava expressions com la de: "Aquesta paret està més plana que la Jana Vivet".

Certament, aquest tipus de crítiques, es poden mirar des de dos punts de vista. Des del punt de vista en que els altres, d'alguna manera o altra, et tenen enveja, o, des del punt de vista en que els que et diuen això, ho fan per fer-te sentir malament i insegura de tu mateixa, quan en realitat són ells els qui se senten així i l'única manera que saben d'amagar-ho és actuant d'aquesta forma. A partir d'aquí, hi ha dos tipus de persones: aquelles que eviten aquests comentaris i tiren endavant (com va ser el meu cas, tot i que en el fons m'afectessin aquests comentaris), i les que s'enfonsen. I és a aquí quan comencen els problemes. Aquestes persones, al sentir-se rebutjades, la seva autoestima baixa i així són més dèbils als insults i als comentaris que se'ls pugui fer. Com que les crítiques van relacionades amb el

físic, creuen que canviar el seu cos és la solució per tal que els que la critiquen i es burlen d'ella parin, i és així com comencen els trastorns alimentaris i totes aquestes malalties relacionades amb el tema de l'aspecte físic i el voler arribar a aquesta perfecció inexistent per falta d'autoestima.

Però, tot això comença molt abans de l'adolescència. Tristament ja se'ns mostra des de ben petits. Si, des de petits. Se'ns mostra a través de pel·lícules, contes, vídeos que volten per internet... Creixem envoltades de contes com el de la princesa i el cavaller Sant Jordi, on aquesta princesa és una princesa bella, fina i delicada, i on és l'home qui mata el drac per defensar-la. Creixem envoltades de pel·lícules com les de Disney, on totes les princeses són boniques. I seguim creixent. Creixem envoltades de publicitat que mostra fotos de noies guapes amb roba interior i que llueixen un cos "perfecte". "perfecte", ja comencem a fer servir aquest terme. Un terme molt innocent, i que crec que poca gent el sap utilitzar correctament, perquè de veritat existeix aquesta perfecció? Existeix aquest cos ideal que tothom voldria tenir? Tothom l'utilitza, però, realment és cert?

Actualment els mitjans de comunicació tenen molta importància en les nostres vides, ja sigui per informar-nos o per entretenir-nos. La televisió i les xarxes socials, concretament, són uns mitjans dels quals la nostra societat en fa un gran ús, i que a més a més són els que tenen un major pes entre els adolescents, ja que contínuament els utilitzen. I per això aquestes fonts cada vegada tenen un impacte més gran, ja que els mitjans de comunicació estan plens de mentides. Estan plens d'imatges que no són reals. Imatges de noies "perfectes" lluint un cos "perfecte". I és per això que s'ha de començar a conscienciar la gent que aquesta "perfecció" és inexistent.

Amb aquest treball vull conèixer tota la evolució d'aquest ideal de bellesa i de perfecció del cos de la dona i tot el que una foto on hi surt un cos "perfecte" comporta, tan per la model, com per la marca, com per l'impacte que pot tenir en els adolescents, etc. Ja que tots aquestes temes relacionats amb les fotos que veiem a través de les xarxes, pel·lícules..., són temes que vulguis o no se'ns mostren diàriament, i que certament tenen una influència en el dia a dia de totes i tots. Són uns temes que cada vegada estan causant més danys, uns danys que són innecessaris i que crec que haurien de desaparèixer per pròpia salut, ja que pràcticament les principals persones que ho pateixen són els adolescent, i tots aquests danys tenen seqüeles que vulguis o no et queden de per vida.

El meu treball de recerca es divideix en dos grans apartats:

En el primer, que seria la part teòrica, es descriuen els canvis que hi ha hagut al llarg de la història sobre el concepte de cos ideal femení, els perills als quals es veuen sotmeses moltes persones per tal d'aconseguir-lo i la relació que té amb el tema de la moda, el modelatge, la fotografia, els estereotips, etc.

I el segon, que seria la part pràctica. Dins d'aquest apartat, la meua part pràctica consta de dos punts: una enquesta que toca una mica tots aquests temes que esmento durant la part teòrica, i un catàleg de fotos.

PART TEÒRICA

1. LÍNIA CRONOLÒGICA DE LA FIGURA DE LA DONA A TRAVÉS DE L'ART

Igual que les modes i els costums, el cànon de bellesa femenina ha tingut una marcada evolució a través dels segles. Hem passat de venerar cossos rodanxons i pells de porcellana a voler tenir el cos gairebé esquelètic cobrint res més que un munt d'ossos.

1.1. La dona a la prehistòria (x-3281a.c)

Antigament, a l'època prehistòrica, el model ideal del cos d'una dona eren les anomenades *Venus*, unes figures petites normalment de marfil o pedra amb forma femenina, que podien tenir diversos significats culturals (amulets, deesses, representacions de la bellesa o fertilitat...). Però es creu que principalment simbolitzaven la fertilitat, ja que les dones en aquesta etapa s'encarregaven de cuidar els nens; i totes les feines que feien com anar a recollir aigua, recol·lectar fruits... ho feien amb ells.

Durant aquest període de temps, la bellesa en el cos de la dona es veia reflectit a través d'un ventre inflat, d'uns atributs sexuals molt marcats, i sovint d'un estat de gestació avançada (quedant clarament destacats els pits, els malucs i els òrgans genitals).

La resta de les seves parts del cos apareixen desdibuixades: els braços són molt petits, els peus amb prou feines es veuen i la cara sol ser en general inexistent (sense descripció en els rostres). Aquestes escultures tenen grandàries modestes, fins a diminutes, oscil·lants (entre els 4 i els 25 centímetres aproximadament) i amb una forma esfèrica, oval o cònica.

Aquestes característiques ens fan pensar que utilitzaven aquestes *Venus* en diverses ocasions com una representació de la fecunditat, fetes per enriquir o assegurar abundància d'alguna manera, i mostren una gran uniformitat que amb el temps, la figura bàsica es va adaptant i simplificant cap a formes esquematitzades.

Els cossos de les dones a aquesta època, inclouen una idea i una potència: la força primordial de la vida que assegura la continuïtat de l'espècie.

A continuació s'exposen diversos exemples de models de cos ideal femení al llarg de la prehistòria. Exemples:



Figura 1: *Venus de Willendorf*,
Museu d'Història Natural de Viena

Una de les estàtues més conegudes, és l'anomenada *Venus de Willendorf*, trobada a Àustria l'any 1908. Es creu que té entre 22.000 i 24.000 anys d'antiguitat. És una figureta de pocs centímetres d'alçada (12 centímetres), llaurada en pedra, ressaltant extraordinàriament el ventre i els pits, mentre que les cames són insignificants, els braços lleugers i el cap sense cap rostre aparent.



Figura 2: *Venus de Malta*, Museu Nacional d'arqueologia de la Veletta

D'aquesta *Venus*, la *Venus de Malta* de 230.000 anys enrere no se'n ha trobat el cap, però les altres parts del cos es poden distingir molt bé. Aquesta té un cos més natural que les altres *Venus*, les quals tenien exagerades diverses parts del cos. Podem observar com el braç dret es recolza sobre la cuixa dreta i com el braç esquerre es recolza sobre l'abdomen. Les cames tenen unes proporcions normals a l'igual que l'abdomen, que ja no és tan exagerat. Es pensa que era una figura a la qual se li feien cultes a la fertilitat ja que es va trobar dins d'un temple a Malta.

Aquesta *Venus* del 25.000 a.C., la *Venus de Laussel* a diferència de l'anterior, sosté un corn a la mà dreta, el qual simbolitza l'abundància per uns i la fertilitat per uns altres. Mesura uns 45 centímetres aproximadament i està esculpida a pedra. El cap i els peus tornen a trobar-se en un segon pla, ja que el cap té cabells però la cara no està esculpida com els peus els quals gairebé no es poden apreciar.

Les parts que més exalten tornen a ser els pits, ventre, malucs i cuixes.

Està tallada en pedra de tipus calcària. Es creu que la peça formava part en el seu origen d'un deixant de major grandària, un bloc paral·lelepípede de gairebé 120 cm d'alçada en el qual s'incrustava aquest petit relleu que amb prou feines arriba als 50 cm; segons els estudis realitzats el gran bloc de pedra sobre el qual es va tallar la *Venus* seria la peça central d'un altar. Aquest es disposaria a manera de cella donant lloc a un santuari segurament relacionat amb el culte a la fertilitat.



Figura 3: *Venus de Laussel*, Museu de Saint Germain-en-Laye, París



Figura 4: Altres exemples de *Venus* prehistòriques podrien ser la *Venus de Tan-Tan* o la *Venus de Berejat Ram*, etc.

1.2. La dona durant l'edat antiga, els clàssics (3281a.c-476d.c)

Durant aquesta època, les dones ja començaven a tenir un rostre a la cara i a mostrar una proporció del cos respecte a la mida i a l'edat anterior, és a dir, ja no era un cos tan obès. No ressaltaven tant els atributs sexuals de la dona, sinó que, contràriament, ara passaven més desapercebuts mostrant un ventre poc inflat i uns pits més petits comparats amb els de l'època anterior. Tot i això, seguien sent símbol de la fertilitat ja que durant aquesta edat la dona estava destinada a ser una esposa perfecta, encarregada de la casa i del benestar de la família.

A continuació s'exposen diversos exemples de models de cos ideal femení al llarg de l'edat antiga. Exemples:



Figura 5: Venus de Milo,
Museu del Louvre

Venus de Milo, és una estàtua de marbre de grans dimensions (poc més de 2 metres d'alçada) datada cap el 130-100 a.C. . Està esculpida detalladament, per la qual cosa hi podem apreciar perfectament cada part del cos (exceptuant els braços que manquen). Ja es poden diferenciar les diverses parts de la cara, els cabells treballats i el ventre que ja no és tan ample. També s'observa que la cintura ja és més estreta que les de les representacions anteriors, les cames són més llargues, els pits ja no són tan voluminosos i la figura és més esvelta.

Els historiadors pensen que devia ser Afrodita, deessa que representava la bellesa i l'amor. La Venus dels romans deu el seu nom al fet que es va trobar a l'illa de Melos (Milo), al mar Egeu. Actualment està exposada al museu del Louvre de París.



Figura 6: Venus de Cnido,
Museu Nacional del Vaticà

L'*Afrodita de Cnidos* ens és coneguda per diverses còpies romanes. Ha estat considerada ja des de l'antiguitat com a l'obra mestra del seu autor, Praxíteles. L'original, que era al temple d'Afrodita de l'antiga Cnidos (Àsia Menor), va desaparèixer en un incendi a Constantinoble, on l'havia portat l'emperador Teodosi. Datava del 360 a.C, i mesurava un total de 205 centímetres d'alçada. Mostra una postura sensual, on es poden observar les característiques del model del cos de la dona d'aquesta etapa (pits petits, ventre poc inflat...atributs sexuals no tan marcats). Tothom la considerava la primera estàtua femenina nua, tot i que va ser rebutjada pels habitants de Cos, que s'estimaren més una de vestida. De les seves còpies, es considera que la millor és la que es conserva als Museus del Vaticà (la *Venus Colonna*).

La popularitat de l'obra va inspirar-ne d'altres, però amb notables variants:

- *Afrodita de Cnido cridada la Venus Colonna*, una còpia romana localitzada al Museu Pio-Clementino que forma part de la col·lecció dels Museus Vaticans a la Ciutat del Vaticà. Està considerada com una de les millors còpies romanes.
- *Venus de Belvedere*, obra trobada i regalada al papa Pau III, i posteriorment modelada en bronze a demanda del rei Francesc I de França. Actualment es troba al Museu Pio-Clementino, Vaticà.
- *Afrodita Braschi*, una altra de les millors còpies d'aquesta escultura, ubicada a la Gliptoteca de Munic.
- *Afrodita de Cnido* (Ludovisi), Museu del Palau Altemps, Roma. El tors i cuixes són una còpia romana, mentre que el cap, braços, cames i el drapejat van ser restaurats posteriorment.
- *Cap Kaufmann*, el 150 a.C. . Trobada a Trales, adquirida a la col·lecció CM Kaufmann de Berlín i conservada al Museu del Louvre (París), es considera una reproducció romana molt fidel del cap de l'escultura original.
- *Cap d'Afrodita de Cnido*, còpia romana del segle II a. C., Museu del Louvre.
- *Cap d'Afrodita còpia romana*, segle III a. C., Museu del Louvre.
- *Afrodita de Cnido* o *Venus púdica*, còpia del segle II a. C., Museu del Prado.
- *Cap d'Afrodita de Cnido*, Museu Arqueològic d'Olímpia.
- *Cap d'Afrodita de Cnido*, Museu Arqueològic Nacional d'Atenes.
- *Cap d'Afrodita de Cnido*, còpia romana al Museu del Prado, Madrid.
- En Vila Adriana, prop de Tívoli, (Itàlia), hi ha una recreació del segle II del temple de Cnido amb fragments d'una rèplica de l'*Afrodita* al centre.

Un altre exemple:

Venus, la deessa romana de l'amor, (*Afrodita* per als grecs) representava la bellesa en tots els seus aspectes receptius femenins que lliurava a l'home desitjat sent aquest el seu únic objectiu, el de conrear l'amor i gaudir a través de la sensualitat.

El seu domini és el de la sexualitat sagrada i el de l'art de l'amor. Representa a la dona que encarna l'essència d' "Eros" que és l'impuls a unir-nos i relacionar-nos. *Venus* conrea la bellesa i la seva característica és l'autoestima i la seguretat del seu poder en l'aspecte femení. Mostra una postura de sensualitat respecte al cos de l'home, i es pot observar el canvi de tipologia física comparada amb la de l'etapa anterior. Data del Segle I (62-79 d.C.), mesura 96x91 cm i està representada en un mural.

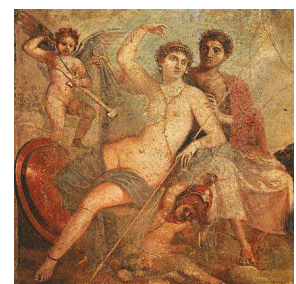


Figura 7: *Mart i Venus*, Museu Arqueològic Nacional

1.3. La dona durant l'edat mitjana (476-1453d.c)

Les característiques del cos de la dona en aquesta època, coincideixen molt amb les de l'edat anterior. El pits segueixen sents petits, el ventre poc inflat (tot i que ara aquest canvi es veu més, és a dir, ara el ventre és respectivament més petit de mida), la pell és blanca, i segueix representant la fertilitat, la sensualitat i la bellesa ja que durant aquesta edat, les dones s'encarregaven pràcticament de totes les feines de la casa i algunes del camps. Eren el nucli de la parella, dels treballs de la casa i de l'educació dels fills. El matrimoni va suposar una millora per la dona i la seva sensualitat.

El seu paper durant aquesta època era la de "filla de ", "dona de ", "vídua de ", "mare de ", "sogra de " On els homes controlaven la virginitat de les dones, el dret a les seves cuixes, l'alletament dels fills del senyor, etc. La dona no es tenia en compte per ella mateixa sinó per qui era el seu pare, el seu marit o el seu germà. No tenien accés als estudis reglats i no tenien massa eixides laborals més enllà del servei domèstic. Tot i això hi havia algunes dones lletrades que dirigien negocis...

Durant l'edat mitjana les dones nobles o d'estaments més alts tenien bàsicament dues opcions o sortides a la vida, que eren el matrimoni o la vida religiosa. La majoria de vegades era el *pater familias* qui decidia el futur de les seves filles ja que les dones vivien sotmeses durant la seva existència a ser filles o esposes sota el domini jurídic i econòmic de l'home. En les cultures anteriors a l'edat mitjana, filòsofs, teòlegs, moralistes i juristes consideraven les dones éssers inferiors, febles, influenciables i irracionals. Molts d'aquests pensaments tenien la seva inspiració en sant Pau (una figura clau en el desenvolupament, l'evangelisme i la predicació del cristianisme al món conegut de l'imperi romà, important intèrpret dels ensenyaments de Jesús de Natzaret i venerat com a sant en tota la cristiandat). Tot i que no va ser ell el primer personatge de la història a ser misògin.

El matrimoni era el mitjà més adequat per a establir la frontera entre el que era lícit i il·lícit, el que és pur i el que és impur. Amb el matrimoni les dones no sols representaven l'honor d'una família sinó també la seva economia. L'aixovar era important així com el dot que era una garantia de futur per a la futura dona. L'Església (que controlava a tothom) autoritzava les dones a consagrar-se als 12 anys, la mateixa edat en què podien casar-se i que més tard va ser elevada als 16 anys gràcies al concili de Trent (el 1545). El fi o objectiu del matrimoni era la procreació.

La dona era educada per portar a terme papers eminentment passius: casament, gestació, lactància, etc. L'activitat femenina consistia a rebre i acceptar, fets molt diferents a consagrar la seva vida a la religió (l'altra alternativa al casament) amb un cert dret a decidir i a no dependre d'un home a casa.

Després hi havia les dones que anaven un pas més enllà i escollien les lletres, qualsevol manifestació escrita com una presa de decisió personal, la de posar-se a escriure, escollir un tema, un gènere i crear una història.

Les dones en l'edat mitjana es presentaven habitualment des de punts de vista oscil·lants que aniran des del menyspreu fins a l'adoració; l'àngel i el diable, la maternitat i la sexualitat, la prostituta i la mare, una visió molt simplificadora. L'acceptació de les dones arribarà segles després, no sols com a model femení sinó com a multiplicitat d'imatges.

Un exemple d'una dona que no va triar dur a terme una vida religiosa i la qual se li va imposar aqueta sortida, va ser:



Figura 8: *Emma de Barcelona* (abadessa repobladora)

Emma de Barcelona, l'abadessa repobladora tercera filla de Guinedilda i Guifré, que tot i no triar el seu futur religiós, s'hi va adaptar a la perfecció amb una personalitat carismàtica i grans dots de gestió la qual va acabar fundant la primera comunitat de monges de Catalunya.

Emma era la petita, i als germans grans els tocava repartir-se els comtats de Barcelona, Girona, Osona, la Cerdanya i Besalú. I a ella, els pares li van assignar el monestir de Sant Joan, al Ripollès, que acabaven de crear per impulsar i controlar el repoblament de la zona. Per això el 885, quan ella només tenia cinc anys, la van lliurar com a oblata.

A continuació s'exposen diversos exemples de models de cos ideal femení al llarg de l'edat mitjana. Exemples:



Figura 9: *Venus adorada per set amants llegendaris*, París Museu del Louvre

La *Venus adorada per set amants llegendaris*, mostra la bellesa i el poder que tenia el cos d'una dona en aquells anys. Es veu el cos d'una dona de pell molt blanca, amb els pits pràcticament petits i el ventre poc inflat. Es pot observar, que ara, el cos de la dona ja és una mica més prim respecte a les altres etapes i èpoques.

Entre l'edat antiga i l'edat mitjana coincideixen moltes de les característiques que hi ha en cada etapa i època. Hi apareix el concepte de l'àngel i el dimoni. On la venus representa l'àngel i els set amants els dimonis. Aquesta obra data de l'any 1360 d.C.



Figura 10: Obres que representen la dona durant l'edat mitjana

1.4. La dona durant l'edat moderna (1453-1789)

Aquesta edat està formada per tres etapes: l'era de l'explotació, el renaixement i el barroc; provocant que el perfil de les *Venus* o deesses canviessin. En general, el físic d'aquestes, ara era més natural; ja no era tan exagerat, tot i que l'ús que se'n feia d'aquestes seguia sent el mateix: representaven la bellesa, la fertilitat... Ja que les dones durant aquesta edat aprenien doctrina cristiana, a llegir i a escriure, la costura i, a vegades, música. Educaven a les dones per ser filles, esposes submises i bones mares. Concretament:

Les dones de la noblesa: s'encarregaven de l'educació dels fills i dirigien als seus servents.

Les dones camperoles: realitzaven tot tipus de tasques (netejar, preparar el menjar, cuidar els animals, curar i teixir).

I les dones de casa no privilegiades compaginaven el treball domèstic amb la del taller.

A més a més, la bellesa de les dones durant aquesta edat va ser considerada una senyal visible de la bondat interior i d'una condició social notable, mentre que l'antiestètica ho era d'inferioritat i de vici.

Poc a poc es van començar a fer pintures (a més d'escultures) on podien plasmar més color i detalls.

Durant el Renaixement (S. XVI), eren les dones de pell blanca, de cabells clars i de cos una mica carnós les que representaven aquests ideal de bellesa.

Durant el Barroc (S. XVII- S.XVIII) en canvi, les dones tornaven a ser una mica més grasses com en la primera etapa. Tant el color de la pell com el propi cos era més carnós i gras, però a part d'aquestes diferències seguien tenint el cabell llarg i amb tons clars.

A continuació s'exposen diversos exemples de models de cos ideal femení al llarg de l'edat moderna. Exemples:

Exemples de les dones durant el Renaixement:

La *Venus de Urbino*, la jove de llargs cabells i voluptuoses formes, apareix completament nua però tapant amb una mà el seu sexe pel que ens trobaríem davant d'una venus púdica. Mostra l'ideal de la bellesa, i es diu que és la figura de major bellesa sortida del pinzell de Tiziano.

La alegoria eròtica és molt clara en la representació de *Venus* (deessa de l'amor) com a una dona sensual i exquisida que mira fixament l'espectador i que no pot ignorar la seva bellesa. La llum i el color clar i càlid del cos de Venus, en contrast amb el fons i els coixins obscurs, ressalten el propi erotisme i els seus cabells llargs i rossos. També es pot observar el seu cos voluminós, on les corbes a aquí, són pràcticament inexistent. Tiziano aconsegueix l'objectiu de representar la perfecta dona del Renaixement que, com Venus, esdevé un símbol d'amor, bellesa i fertilitat.

Aquesta obra, medeix 119cm d'alçada i 165cm d'amplada, i data de l'any 1538d.C.



Figura 11: *Venus de Urbino*, Florència, Galeria dels Uffizi



Figura 13: *El Naixement de la Venus*, Botticelli, Museu dels Uffizi de Florència

Aquest quadre pintat al segle XV d.C., representa *El Naixement de la Venus*, amb el qual ens tornem a trobar amb una dona amb corbes més discretes que l'anterior. Té el cabell ros i la pell molt blanca (que en aquella època, era una mostra de riquesa). La *Venus* celestial, simbolitza la bellesa divina que transcendeix en el món visible. Medeix 172,5cm d'alçada, i 278'5cm d'amplada.

Exemple de la dona durant el Barroc:

Segons la mitologia grega, *Les Tres Gràcies* eren les deesses de la naturalesa, la bellesa i la fertilitat entre d'altres. En aquest quadre podem observar com les 3 Gràcies tenen un cos voluminós i clar.

Aquests quadre medeix 221cm d'alçada i 181cm d'amplada, i va ser pintat al barroc cap al segle XVII d.C.



Figura 12: *Les Tres Gràcies*, Rubens, Museu del Prado

1.5. La dona durant l'edat contemporània (1789d.c- actualitat)

Al llarg d'aquesta etapa el cos perfecte de la dona ha anat variant. Primerament seguia sent el d'un cos voluminós, però al final ha passat a l'altre extrem; així que el perfil ideal del cos de la dona durant aquesta època no es pot definir com en les altres edats, ja que no té un únic perfil, sinó que en té varis.

Al principi, aquest perfil del cos de la dona ideal seguia sent el del cos voluminós, amb poques corbes i amb la pell clara (tot i que ara el cabell ja no era clar, sinó més fosc).

A més a més, ara ja no representen només la fertilitat, sinó que també representen la bellesa, la sensualitat i la dona treballadora. I ara més aviat, la bellesa, la sensualitat i la dona treballadora s'han imposat per davant de la fertilitat, deixant a aquesta enrere. Ja que ara no només s'encarrega de les feines de la casa, del treball i dels fills la dona, sinó que ara és l'home qui també exerceix aquestes tasques. I ara la dona també pot representar en totes les professions.

A continuació s'exposen diversos exemples de models de cos ideal femení al llarg de l'època contemporània. Exemples:

▪ 1790-1800

Trets físics

Les dones seguien tenint un cos una mica voluminós. Ara el cos de la dona ja començava a tenir més corbes, i comparat amb les altres èpoques, el cànon de bellesa es trobava amb les dones morenes i de cabell llarg i recollit. La pell d'aquestes, era blanca, i els pits i el maluc mitjanament grans.

Trets psicològics i costums

Durant el S. XIX, les dones patien discriminacions de tipus polític (no podien votar ni presentar-se a eleccions o càrrecs públics, etc.), econòmics (respecte a la possibilitat de tenir propietats, realitzar negocis, demanar crèdits, exercir professions, etc.), educatius (analfabetisme per la escassetat d'escoles de nenes, no poder fer estudis superiors, etc.) i jurídics (limitacions del codi civil i penal: considerades com menors davant la llei, dependent del pare o marit).

Les dones eren considerades inferiors físicament. Eren guiades pel seu úter mentre que els homes ho eren pel seu cervell. La fisiologia femenina: menstruació, embaràs, situava a les dones en un estat constant de malalties físiques que anaven acompanyades del trastorn de les seves facultats mentals i morals.

Alguns Exemples:

La Maja nua, és una obra d'art que segueix la tipologia tradicional de la deessa *Venus* estesa sobre el llit. Aquesta obra és una de les més cèlebres obres de Francisco de Goya, on plasma la bellesa de l'època en aquest quadre, pintant-hi una dona nua amb una postura de sensualitat, mirant cap al receptor.

El quadre és una obra d'encàrrec pintada abans de 1800, en un període que estaria entre el 1790 i el 1800, i medeix 97 cm d'alçada i 1,9 m d'amplada.



Figura 14: *La Maja nua*, Madrid Museu del Prado

La Gran Odalisca és un quadre de Dominique Ingres . Obra orientalista pintada en 1814 que representa una dona nua. Es tracta d'un quadre a l'oli de manera apaïxada, que mesura 91 centímetres d'alt i 162 d'ample. El pintor Ingres vol pintar una bellesa individualitzada, pintant així a una dona girada d'esquena, però tombant el cap cap a l'espectador.

La paraula odalisca, designa una dona del harem¹. On aquesta dona, és un ésser particularment llarg (un defecte segons els crítics de l'època).

A l'obra, apareixen accessoris que li donen el seu toc oriental: el ventall, el turbant i la pipa. Amb gran precisió reflecteix la textura de les teles.



Figura 15: *La Gran Odalisca*, París, Museu del Louvre

¹ El terme harem o harem designa al mateix temps el conjunt de dones (concubines o, simplement, dones boniques) que envoltaven a un personatge important, així com el lloc en el qual elles residien. En algunes llengües occidentals, el terme s'ha utilitzat en un sentit més estricte, associat a la dona confinada. El sentit donat pels orientals és el de "prohibit als homes". El terme harem deriva de la paraula herâm que serveix per designar tot allò que és tabú, prohibit per la religió. <https://es.wikipedia.org/wiki/Har%C3%A9n>

▪ 1900 "La noia Gibson"



Figura 16: "La Noia Gibson" més famosa: Marlene Dietrich

"La noia Gibson" va ser el primer ideal femení pròpiament dels Estats Units. Era considerada la dona perfecta (sobretot per a les noies joves). Aquest model era la imatge de la bellesa, la moda i l'èxit social, la qual cosa significava que era un model a seguir per moltes de les dones de l'època. L'autor, Charles Dana Gibson, va atribuir a aquesta dona els ideals i costums que havien de tenir les noies d'aquella època, manifestant els trets que l'atreïen d'una dona. Aquesta noia va ser una de les primeres *pin-ups*². I aquesta obra està considerada un retrat romàntic dels trets femenins.

"La noia Gibson" va mostrar un canvi d'època on la dona era més lliure, tenia oportunitats laborals i educatives... No abandonava els seus estudis i era l'època on podien començar a escollir elles mateixes l'home amb el qual volien començar una relació i no les seves famílies. Fins i tot es començaven a veure algunes noies esportistes.

Trets físics:

Parlant del cos, havia de tenir: La silueta corba, el pit i natges voluminosos, la cintura estreta, altes i primes.

Parlant dels trets facials: Es destacava la mirada i els seus ulls havien de ser grans, el nas i la boca petits, la seva cabellera havia de tenir un recollit voluminós propi de la moda.

Trets psicològics i costums:

Havia de ser molt educada, ben vestida i elegant, seductora, enginyosa, crítica, independent i que transmetés seguretat.

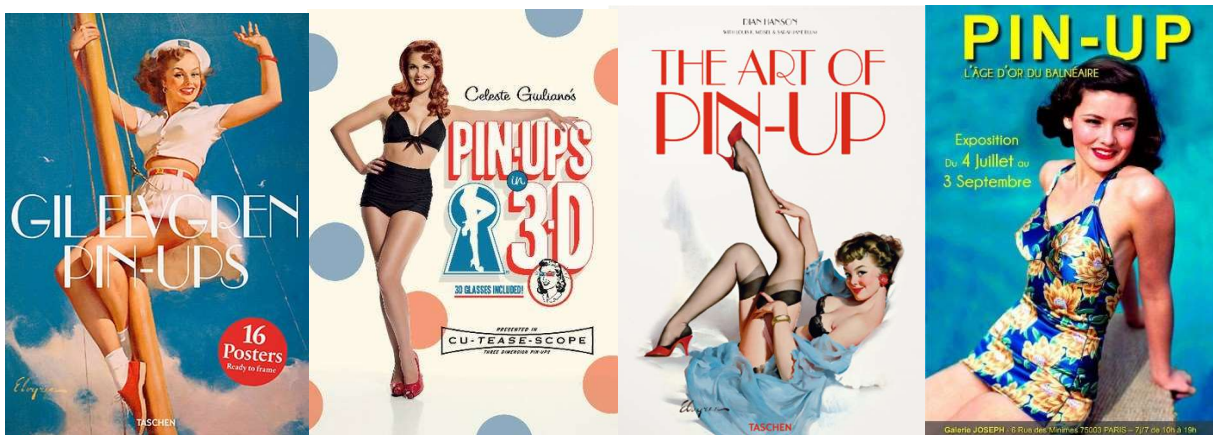


Figura 17: Exemples de les portades de les revistes *Pin-up*

² Una *pin-up* és una fotografia o un altre tipus de il·lustració d'una persona (home o dona) en actitud suggerent o simplement somrient, saludant o mirant a la càmera fotogràfica, que sol figurar en les portades de revistes, còmic-books o calendaris, etc. <https://es.wikipedia.org/wiki/Pin-up>

▪ Del 1920 al 1930 “Les Flappers”

Flapper era l'arquetip de noia alliberada en aquella dècada. Desafiava les lleis o el que estava acceptat com a bona conducta social.

L'origen de les *flappers* va ser el canvi social després de la Primera Guerra Mundial, que es va adquirir un nou sentit de llibertat i va haver-hi un canvi radical de la percepció de la bellesa. Es va produir un gran canvi a la moda. La dona va aconseguir alliberar-se una mica de l'opressió masculista i va començar a treballar. El paper de ser mare va quedar en segon pla perquè les joves somiaven en ser ballarines, actrius i assemblar-se a elles. La moda la dictaven les actrius, els artistes, els pintors, escriptors... I no l'aristocràcia.

Als Estats Units van fer la Llei Seca i molts bars van haver de tancar, però això va donar pas a que es fessin clubs de jazz privats. Aquesta diferència entre la realitat del consum habitual d'alcohol i el moviment religiós de no prendre alcohol y respectar a la llei, va provocar menyspreu a l'autoritat. L'actitud de les *Flappers* la qual era feminista va influenciar sobre moltes altres dones de les èpoques posteriors.

Les *Flappers* escoltaven música no convencional per a aquella època, anomenada jazz i també el ballaven, bevien begudes alcohòliques, fumaven, conduïen amb molta velocitat i tenien conductes similars a les d'un home.

Trets físics:

Es maquillaven molt, fins i tot portaven pintallavis fixadors.

La seva silueta era aplanada, la qual cosa ocultava els pits i la cintura. Eren primes, i ja es començaven a veure cossos més esportius.

El bronzejat estava de moda (fet que abans simbolitzava el treball en el camp), ja que en aquella època començava a simbolitzar la bona salut.

Els seus vestits mostraven els turmells i ja no eren cenyits al cos. Van deixar d'utilitzar la cotilla.

Un dels trets més significatius de les *Flappers* parlant del seu físic era el seu tall de cabell a l'estil 'bob' sovint tenyint de negre atzabeja o de ros platí.

Trets psicològics i costums:

Les *Flappers* eren rebels, feministes i volien ser lliures.



Figura 18: La noia *Flapper* més famosa: Coco Chanel



Figura 19: Exemple de *Flappers* de l'època



Figura 20: Exemple de *Flappers* de l'època

▪ Des del 1930 al 1940

Les noies de la dècada dels anys trenta van fer a principis de segle un canvi molt notori, als anys vint hi va haver el major llibertinatge sexual, però al 1933 es va provocar un canvi de rols on la dona s'assemblava més a una dona que dominava els homes sexualment. Era més ben vista, com a una deessa, i els homes eren submisos a ella. Per als homes era un amor masoquista, i per a una dona, era inabastable. Les noies volien tornar a ser femenines i sensuals i tenien necessitat de potenciar la seva silueta.

Les models d'aquella època no mostraven el seu cos perquè per als homes havien de ser percebudes com a un tresor per descobrir.

Els anys 40, van ser l'època de la llenceria (perquè l'amor d'aquella època, més que romàntic era luxuriós), però va ser un època més especial i recordada per la incorporació del pantaló a l'armari de les dones, la peça de roba que fins a aquell moment només havia sigut per als homes.

Trets físics

Les dones d'aquesta època emfatitzaven els seus pits, la cintura i els malucs. Ho destacaven amb vestits cenyits. Tenien la pell pàl·lida, les celles esculpides, els llavis sempre vermells i el cabell ros platí.

Trets psicològics i costums

Eren sensuals i volien un físic impactant.



Figura 21: La noia de la dècada dels trenta més famosa: Mae West

▪ Des del 1940 al 1950

Les dones d'aquesta època es van trobar en un moment dur quan tots els homes se'n van anar a la Segona Guerra Mundial. Van haver de començar a treballar en els llocs on els homes havien deixat de fer-ho, van haver d'encarregar-se de la casa i dels nens. Com eren temps difícils, el cànon de bellesa ideal per a una dona era que fos adulta i sensual, però no provocativa.

A finals d'aquesta dècada, les dones van fer un altre gran canvi, ja que s'havia acabat la guerra. *Christian Dior* va crear el '*new look*' i aquest estil va retornar a les dones la seva elegància i feminitat que havien perdut amb els últims anys de guerra. El '*new look*' d'aquest famós dissenyador es basava en accentuar la silueta de cos de la dona, marcant el bust, comprimint la cintura i utilitzant grans volums.

Trets físics

El maquillatge era senzill i sobri, abundaven els tons mats i empolsats. Els ulls estaven alineats per una ratlla negra, però abans s'aplicaven ombres de colors verds, blaus o marrons. Les galtes portaven una mica de rubor i la boca de fàstic va ser una revolució. Els recollits i els tupès van causar furor a una època on no hi havia bona economia. En cas que el cabell estigues solt, llavors abundaven les ratlles al mig i amb ondes.

Trets psicològics i costums

Havien de ser competitives al treball, enèrgiques però sense deixar la seva part femenina i en la vida privada molt comprensives.



Figura 22: La noia d'aquesta dècada més famosa: Rita Hayworth



Figura 23: La noia d'aquesta dècada més famosa: Rita Hayworth

▪ Els anys 50

Els anys cinquanta van marcar l'època d'or, de la feminitat, la sensualitat i el glamur. En aquesta època, l'exuberància femenina és el cànon de bellesa ideal, també destacaven les nenes amb cos de dona, però s'intentava evitar el màxim possible per les evidents connotacions pedofíliques.

En aquells temps, l'estil '*pin-up*'³ va prendre més importància.

Trets físics

El maquillatge era obligatori, el cutis havia d'estar ben cuidat i perfecte.

La pell estava matisada amb una capa de pols de color carn.

Els ulls ametllats, es portaven amb ombres de colors cridaners i ratlla. A més a més, a partir del anys 50 ja es començaven a utilitzar les pestanyes postisses.

Les celles eren més arquejades i fins i tot fetes amb llapis.

Els llavis i les ungles llargues els pintaven de color vermell.

El rubor⁴ es va començar a utilitzar més encara.

Els pentinats eren molt importants, eren prims i sofisticats. El cabell havia d'estar perfecte i el pentinat es feia a diari, a més el color de cabell per excel·lència era el ros. Els pentinats més comuns eren: el recollit en un monyo, una cua alta i els rinxols s'esculpien.

El cos havia de ser amb corbes marcades, voluptuositat, cames primes, ossos ben folrats, però a la vegada havien de ser cossos petits i prims.

Trets psicològics i costums

Les dones volien ser exuberants i explosives.



Figura 24: La noia d'aquesta dècada més famosa: Marilyn Monroe. "El cos està destinat a ser vist, no a estar tot cobert"



Figura 25: Marilyn Monroe

³ Una pin-up és una fotografia o un altre tipus de il·lustració d'una persona (home o dona) en actitud suggerent o simplement somrient, saludant o mirant a la càmera fotogràfica, que sol figurar en les portades de revistes, còmic-books o calendaris, etc.

⁴ Un rubor és un producte elaborat a força de talcs que té com a objectiu harmonitzar l'aparença del cutis i donar-li un toc de color natural a les galtes. Hi ha una gran varietat, tan de tons com de mètodes d'aplicació **pel** rostre.

▪ Els anys 60

La dècada dels seixanta va suposar un “boom” per la indústria de la bellesa. Les dones per veure's bé consumien sense control, i aquesta va ser la seva manera de festejar el seu desig d'independència.

Al 1968 va començar la revolució coneguda per la famosa frase que la identificava com a: “Fes l'amor i no la guerra” (aquesta època va ser una revolució sexual).

Durant els anys seixanta hi van haver grans canvis polítics y socials. Era l'època on el sexe, la societat, la moda, la música i la política van canviar per sempre. La revolució sexual, la alliberació femenina i la lluita contra la discriminació sexual van ser els detonants.

El *rock and roll* es va tornar molt important i influent. Les guerres que hi havia hagut abans d'aquell moment eren motiu per estendre una filosofia pacifista, els *hippies* van ser un element important en la moda del anys seixanta.

Van ser anys de diversió i de constant cerca d'identitat.

Trets físics



Figura 26: La noia d'aquesta època més famosa: Twiggy Lawson

El maquillatge es va tornar més atrevit. Els ulls eren els protagonistes. Fer-se la ratlla era indispensable, i es difuminava amb ombra de color negre. El rímel era obligatori. Els llavis eren pintats amb colors pàl·lids.

Tot era bastant acolorit, fins i tot es van crear els lluentons per a maquillatge com a eyeliner.

El món del cabell va embogir, es movia entre el tall gràfic, les línies asimètriques o l'estil *Bob* adaptat per *Mary Quant*.

També estava el tall del noi de *Jean Seberg* o el monyo voluptuós de *Brigitte Bardot*.

El cos havia de ser prim i estilitzat i les cames llargues i suaus.

Trets psicològics i costums

Volien ser lliures i independents.



Figura 27: Hippies dels anys 60



Figura 28: Hippies dels anys 60

▪ Els anys 70

Els anys setanta, promovien la llibertat social i sexual i el culte al cos i al rostre. Es permetien tot tipus de llibertats, deixant enrere les limitacions.

Les dones començaven a anar a la universitat i a adquirir llocs de treballs més importants.

A conseqüència de que les dones volien ser cada vegada més primes, va començar a aparèixer l'anorèxia.

Trets físics

El maquillatge era glamurós. Destacava el rostre de color mel i lluminós.

Les celles es dibuixaven naturalment, el rímel s'aplicava generosament i, encara que a aquesta època volien semblar el més natural possible, els ulls es ressaltaven amb ombres acolorides inspirades en la música disco.

El món del pentinat era molt creatiu. Els cabells es volien amb volum, es portaven amb permanent, degradats i desfilats. Els cabells cardats i enrinxolats, eren els principals i també el cabell perfectament allisat. Van descobrir la laca i l'assecador que fins a aquells moments només ho utilitzaven els perruquers.

Els cossos s'anaven aprimant i estilitzant. Els pits anaven tenint més protagonisme i sent més voluptuosos. La dona ideal era prima i bronzejada.

Trets psicològics i costums

Eren innocents i volien ajudar els altres, però eren lliberals.



Figura 29: La noia d'aquesta època més famosa: Farrah Fawcett.



Figura 30: La noia d'aquesta època més famosa: Farrah Fawcett.

- **Els anys 80**

En els anys 80, les dones ja començaven a tenir més protagonisme a les pantalles. Eren dones professionals que no tenien temps per al romanç i que adquirien els mateixos llocs de treball que els homes. Va néixer la dona de negocis.

Van ser els anys de l'excentricitat i els excessos. Les dones van anar prenent el poder sense descuidar la seva feminitat. A la dona perfecta se l'anomenava 'dona deu'.

Trets físics

El maquillatge tenia colors elèctrics i matisats. El rímel va començar a ser resistent a l'aigua, l'*eyeliner* era negre i amb la ratlla el més gran possible. Les galtes el més ruboritzades possible. Els llavis eren vermells i més tard fins i tot marrons. Es va crear el *glos*.

Els pentinats eren grans i cardats, extravagats i sofisticats. Els cabells es portaven amb efecte fregit, metxes de colors cridaners, cues amb tupès desfets i el cabell solt i amb un volum extrem.

El cos havia de ser molt prim i amb pits molt grans. La cirurgia estètica va ajudar a fer millor els cossos de les que no podien ser com la dona ideal, llavis i pòmuls prominents...

Trets psicològics i costums

Eren ambicioses i motivades.



Figura 31: Exemple de les dones durant els anys 80

▪ Els anys 90



Figura 32: La noia d'aquesta època més famosa: Pamela Anderson

Els anys 90 van ser els anys de les millors models. Es va produir un gran canvi, ja que la dona ideal era encara més prima. Es va crear un cànon de bellesa pràcticament impossible. Malgrat això totes les dones el volien imitar. La talla de pits va augmentar, i la cirurgia estètica solucionava aquest problema a les dones que no arribaven a tenir aquestes grans mides.

Trets físics

El maquillatge dels ulls era amb ombres negres, es delineaven l'ull i es posaven rímel. Tota la part de l'ull la portaven bastant fosca. El coloret no s'utilitzava en gran quantitat i els llavis ja no eren tan marcats amb colors molt cridaners, eren pintats amb colors més càlids.

El cabell havia de ser voluptuós. Durant aquells anys es va produir una gran diversificació.

La gent va voler començar a anar molt més casual, cosa que va provocar que fos difícil el fet d'escollir un pentinat per excel·lència. Tot i així, era molt comú portar el cabell solt, i com més volum i llarg millor. Si era enrinxolat, era més bonic.

Parlant del seu cos, volien ser molt primes, però a la vegada volien tenir els pits grans. Com més grans millor (encara que fos exagerat). Destacaven les dones amb pòmuls i llavis prominents i amb pell bronzejada.

Trets psicològics i costums

Les dones eren més lliures i més independents, ja no depenien tant del físic de les altres i es començava a veure normal que hi hagués més estils diferents.

▪ Les dones del 2000

Amb l'inici del nou segle, la bellesa es va tornar un sinònim d'estar prim (que fins i tot arriba a ser insà). Moltes dones presumien de tenir un cos sense corbes. Les anomenaven models esquelètiques.

Però, a mesura que passa el temps sortim d'aquest cànon de bellesa i arribem a l'actualitat, on tot canvia dràsticament en pocs anys, ja que ara mateix el cànon de bellesa ideal és estar prima però no en excés, tenir uns pits grans, amb malucs pronunciats i un cos tonificat.

Trets físics

Ja no podem parlar d'un maquillatge que totes les dones imitin, ja que això suposa una lliure decisió. No hi ha un maquillatge ideal. L'únic, són unes pestanyes i cabells llargs. Parlant de la pell, el bronzejat continua tenint el mateix protagonisme. Els pentinats també s'han tornat una decisió totalment independent, encara que el que més triomfa es portar el cabell llarg i solt.

Trets psicològics i costums

En aquesta època podem parlar de dones bastant incloses en la societat i lluitadores per arribar a aconseguir la igualtat total. Tot i que estem a prop de la igualtat, encara ens queda un llarg camí per arribar a aconseguir-la.

Conclusió:

Al llarg de la història els cànons de bellesa han anat canviant a vegades més dràsticament que altres, però sempre varien segons l'època.



Figura 33: La noia d'aquesta època més famosa: Irina Shayk



Figura 34: La noia d'aquesta època més famosa: Irina Shayk acompanyada de la seva parella Bradley Cooper

2. VISUALITZACIÓ DE LA DONA EN L'ACTUALITAT

Realment no existeix un cos perfecte, tan sols existeix a la nostra imaginació, els anuncis que veiem dia a dia i a les fotografies de les revistes on hi figuren dones i homes que no són reals.

La nostra societat i els mitjans de comunicació ens han convençut que el cos perfecte és una cosa que pots assolir, que pot ser real. Ens asseguren que si comprem els seus productes podrem arribar a ser aquella dona o home perfecte de l'anunci, quan realment no és així.

En primer lloc, moltes fonts afirmen que no existeix el cos perfecte i que totes les fotografies que apareixen a les revistes són retocades, fet que es repeteix en els anuncis que veiem a la televisió i que ens fan estar descontents amb el nostre cos i que ens porta a l'obsessió per posseir un cos perfecte. Tan sols el 0.03% de les dones té aquest tipus de cos, és a dir, que el 99,97% de les dones no ens assemblen a aquest tipus de cos que surt als anuncis.

En segon lloc, també hi ha el tòpic del 90-60-90, 90 de bust i malucs i 60 de cintura, que aquestes serien les mesures que tindria una dona perfecta.

Altres factors importants a tenir en compte serien l'alçada, ja que una dona alta sembla més prima que una dona baixa; el coeficient⁵ cintura-malucs (ICC), que el que més agrada als homes és el de 0,7 (tot i que a altres regions pot variar fins al 0,6 a la Xina o 0,8 a zones com ara Sud-àfrica o Sud Amèrica); i el IMC⁶ (Índex de Massa Corporal), on esmenta la relació que ha d'haver entre estatura i pes. Exemple:

Una persona que pesa 54 quilos i medeix 1'68 metres, té un IMC de 19,13; i segons els estudis, es troba en un pes normal.

IMC	classificació
<18,5	pes insuficient
18,5-24,9	normopès
25-26,9	Sobrepès grau I
27-29,9	Sobrepès grau II (preobesidad)
30-34,9	Obesitat de tipus I
35-39,9	Obesitat de tipus II
40-49,9	Obesitat de tipus III (mòrbida)
> 50	Obesitat de tipus IV (extrema)

Figura 35: IMC segons els estudis

⁵ L'índex cintura-maluc és la relació que resulta de dividir el perímetre de la cintura d'una persona pel perímetre del seu maluc (valors en centímetres). S'obté mesurant el perímetre de la cintura a l'altura de l'última costella flotant (aproximadament dos dits per sobre del melic), i el perímetre màxim de la maluc, a nivell dels glutis. És un mètode indirecte que serveix per determinar la distribució del greix abdominal. Aquesta característica varia segons s'avança en edat. https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice_cintura/cadera

⁶ L'IMC s'utilitza per classificar l'estat ponderal de la persona. És el càlcul de pes entre talla a partir de la fórmula: pes (kg) / talla (m²). <https://www.seedo.es/index.php/pacientes/calculo-imc>

Per aconseguir aquest coeficient cintura-malucs ideal, no només s'ha de perdre pes, sinó que també s'ha de fer exercici.

Actualment, el que la societat entén com al cos perfecte femení, és aquell que compleix unes característiques: ha de ser alt, amb un ventre llis, igual que la pell, la qual també ha d'estar bronzejada, amb uns ulls i boca grans, però amb un nas petit i uns llavis carnosos. El cabell ha de ser llarg, a l'igual que les cames, i els pits han d'estar fermes. I per acabar, ha de coincidir amb les mesures del 90-60-90 esmentades anteriorment.

Avui en dia, també es considera que la joventut forma part del cànon de bellesa femenina, tot i que aquesta bellesa no es vegi igual a tot arreu del món. Hi ha diverses parts del món on la bellesa no s'entén per lluir un bon cos com aquí, sinó per altres factors que depenen de la cultura de cada país, és a dir, que la manera de veure la bellesa depèn de la cultura de cada indret. En països orientals com ara Birmània, la bellesa de cada dona es mesura pel nombre de cercols que porta al coll, i al Japó, per la blancor de la pell. A altres llocs com Etiòpia, a les dones se'ls posa uns discs d'argila als llavis, fet que els deforma, i finalment a Papua Nova Guinea, a les dones se'ls estira els pits fins que quedin caiguts.

Alguns exemples de models en l'actualitat:



Figura 36: Kelly Brook, model i actriu

Aquesta model i actriu va ser votada pels homes com la dona amb millor figura en una enquesta feta a una revista anglesa. Les seves mesures són de 81-61-89.

Aquesta actriu, en canvi, va ser escollida com a dona perfecta matemàtica i científicament per uns investigadors anglesos ja que el seu coeficient cintura-malucs és de 0,7. Les seves mesures són de 85-62-85.18



Figura 37: Jessica Alba, actriu

2.1. Estereotips

Tipus d'estereotips

Els estereotips socials són un conjunt d'idees i creences fixades respecte a les característiques de determinats temes o conjunts col·lectius. Poden ser imatges mentals (que són simplificades amb molt pocs detalls), o bé poden ser expressions lingüístiques (que ens corresponen de l'herència cultural).

Els estereotips són necessaris per a la socialització, és a dir per al desenvolupament i la integració de persones en la societat. Si no hi hagués estereotips el món seria un lloc inestable, quant a la societat. Però els estereotips són imatges basades en la veritat subjectiva, no en l'objectiva; per tant, la majoria de vegades, no són certs. Ens poden portar a jutjar els altres i a mantenir actituds que mantenen un tracte immerescut, que això provoca que a vegades actuem com si coneguéssim a qui no coneixem en funció de característiques superficials que veiem. Per tant, els estereotips poden ser positius o negatius. Són positius quan la reducció i simplificació és favorable a un col·lectiu i, fins i tot, es sobrevalora; i són negatius quan les valoracions injustificades són negatives, que aleshores els anomenem prejudicis. Aquests els definiríem com a “estar completament segur d'una cosa que no se sap” (Gordon Allport, psicòleg nord-americà).

També són culturals, i a vegades ens serveixen com a orientació al llarg de la nostra socialització. El problema és quan aquests són acceptats com a veritats i passem de tenir-los com a una mera orientació a actuar sempre sota la seva influència. Pel que fa a l'home i la dona en la societat trobem molts estereotips i també models als que enquadrar-nos i amb els que interpretar les persones que ens envolten, ja sigui en el cinema, la televisió, els còmics, la literatura, l'art, etc.

Els seus orígens depenen de la societat i la idea de l'època (depèn de quina sigui la imatge que cadascú consideri més bona).

Hi ha diferents tipus d'estereotips socials depenent del tema en que s'agrupen. Els tipus d'estereotips principals són religiosos, polítics, racials, de classe, de país, de gènere, sexuals i físics.

Religiosos: Atribueixen certes característiques a les persones segons la seva fe i les seves creences religioses.

Polítics: Atribueixen característiques a les persones segons la seva forma de pensar políticament, de quin partit són...

Racials: Atribueixen diferents característiques a una persona només per la seva ètnia o color de pell. En funció de la cultura en la qual es produeix el contingut serà diferent. (Hi ha països on el racisme està molt antiquat...)

De classe: Relacionats amb les creences associades a determinades posicions socials i la quantitat de diners que es guanyen; per exemple: empresaris, obrers, polítics o funcionaris.

De país: Basats en la nacionalitat d'una persona. Classifica a les persones segons el seu lloc d'origen (el país que va néixer).

De gènere: Atribució d'una sèrie de valors i característiques generals que només creiem que poden ser d'un gènere determinat en funció de si algú és un home o una dona.

Sexuals: Basada en el conjunt de característiques a una persona amb base al gènere de les persones amb les quals se sent atret. És a dir l'orientació sexual que té una persona.

Físics: Conjunt de característiques que forma el cos d'una persona i segons la imatge social de moment es compara i es jutja dependent de com és la teva constitució. Per exemple, si ets grassa, prima...

Relacionats amb la visualització del cos de la dona, els estereotips que van més relacionats (no només en la actualitat, sinó mirant també en l'antiguitat), són principalment els físics, racials i de país.

El físic i el racial serien els estereotips amb més influència a l'hora de veure la figura d'una dona.

La influència de les xarxes socials

Les xarxes socials representen la inauguració de nous espais de relació. Creen espais molt rellevants de socialització, d'intercanvi i de coneixement; un món virtual en el qual tothom es coneix i els estereotips i la imatge perfecta vetllen per sobre de tot, fins al punt de tenir unes greus conseqüències (malalties, etc.).

Les xarxes han començat a dominar els nostres estils de vida fins a un grau en que en comptes d'establir un límit ens deixem portar pel que les xarxes socials ens dicten, i és aquí on es comencen a crear els estereotips i els models de conductes.

Conseqüències

Els estereotips creen una gran problemàtica a la vida de les persones. Sobretot en l'àmbit escolar el percentatge en l'abús, l'anorèxia, la bulímia, la discriminació i els suïcidis, entre d'altres, que cada dia augmenten i degut als estereotips. En l'àmbit escolar es discrimina tant directament com indirectament els joves per no "estar a la moda" o ser "diferents" quan tots som iguals i formem part de la mateixa societat. Tot això crea que un jove tingui problemes amb el seu creixement com a persona com que no es sent part d'aquesta imatge que nosaltres creem i fa el que sigui per poder formar part fent-se mal i veient-se afectat per trastorns alimentaris, depressió...

2.2. Moda

La moda, actualment, provoca un gran impacte en el tema de la influència.

Tot aquest món busca la perfecció absoluta, i aquesta perfecció no només la donen a veure "influencers", sinó també les marques de roba, de llenceria, de maquillatge, etc.

Una de les marques que provoca més influència és la de Victoria's Secret. Una marca que no només causa un impacte per les models de la marca, sinó també per les desfilades de roba interior que fan cada any. Però, per entrar en aquest món has de complir tota una sèrie de requisits (estereotips).

Primerament, per entrar i poder participar en una d'aquestes desfilades es fa una àmplia selecció de més de 1.000 possibles models, on cada una ha de passar per un seguit de proves. A més a més, a part d'això, també han de complir uns requisits. Per desfilat per la famosa marca de llenceria Victoria's Secret, les models han de complir cinc estrictes requisits:

1. La noia ha de mesurar entre 1,70 i 1,85 metres, i les seves mesures han de ser 86 cm de bust, 61 cm de cintura i 86 cm de maluc .
2. Les candidates han de tenir entre 18 i 22 anys . Les aspirants que no entrin en aquesta franja d'edat no solen ser elegides si no compten amb una gran experiència en el sector .
3. La firma exigeix que els seus models tinguin una pell suau, un cos tonificat i el cabell acurat i brillant. A més, els trets facials han de ser molt marcats.
4. La model ha de tenir energia, intel·lecte i simpatia perquè el públic senti empatia i admiració per ella.
5. Aquestes, han de tenir agent. Actualment les agències més destacades i amb major nombre d'àngels contractades són Ford Modeling Agency i Elite Model Management.

Un cop es fan les seleccions, aquestes models són anomenades àngels, ja que es considera que són un model de bellesa perfecte.

Molta gent busca o desitja aquest estil de vida, ja que es deixen influenciar per la bellesa que aporten aquestes models no només a la marca, sinó també a la societat en sí. Però no tot és com sembla. Totes somriuen, totes ballen i totes semblen passar-ho genial, però el backstage de la desfilada guarda molts secrets. Moltes de les models que participen en el xou han denunciat dietes extremes, fortes rivalitats i fins i tot baralles entre companyes, a més de patir humiliacions per part de la marca si s'equivocaven.

El diari «The Sun» ha fet un recull d'aquest costat fosc de la desfilada més brillant de l'any 2018.

No hi ha àngel que es lliuri de la polèmica. Abans del seu debut amb la marca l'any 2015, Kendall Jenner va haver de complir una dieta que amb prou feines li aportava 400 calories al dia, el 20% de les 2.000 calories que hauria de consumir una dona adulta.

«Quan li van dir que havia estat escollida, va gaudir 10 minuts de la notícia. Després va començar a matar-se de fam », va denunciar un amic de la model a « TMZ ».

Totes les models se sotmeten a exàmens per estar perfectes (el que la marca entén per perfectes) per a la data.

Així, una de les models, Adriana Lima va revelar que un nutricionista mesura fins i tot la retenció de líquids de les models, i que dies abans del xou només poden beure batuts de proteïnes a base d'ous. De fet, 12 hores abans de la desfilada tenen prohibit beure per no inflar.

Erin Heatherton, antic àngel de la marca, va revelar a la revista «Time» que va ser obligada a baixar de pes entre el 2012 i el 2013 per participar en el xou.

«Menjava sa i feia exercici dues vegades al dia, però vaig arribar un punt en què, com que no aconseguia baixar de pes, mirava el plat pensant que no hauria de menjar »

Aquests són unes de les coses que aquesta marca amaga sota la bellesa de les models. Altres coses que han de fer són:

Un dur entrenament

De fet, els entrenaments físics de les models són bastant severos per complir les mesures que exigeix la firma. Les joves entrenen fins a sis vegades a la setmana, amb taules que inclouen una hora de carrera, pilates, boxa o ballet.

I no, amb aquests entrenaments tampoc aconseguen passar el filtre.

El 2014, Gigi Hadid va ser rebutjada pel seu pes. «Va treballar molt dur per a això. Va practicar la boxa a diari, i té una figura envejable, però no complia els requisits», va lamentar la seva mare, Yolanda Hadid.

Rivalitat pels focus

Un dels rumors més estesos és que les models no tenen tan bona relació com sembla, especialment a l'hora de lluir el “Fantasy Bra⁷”.

⁷ El Fantasy Bra és la peça estrella de la desfilada anual de Victoria Secret, un sostenidor que **triguen** mesos a confeccionar, i no només perquè només es fan servir els fils més fins del món, sinó perquè s'utilitzen algunes de les gemmes més valuoses del món. És una peça plena de brillantors que es tradueix en milions de dòlars. <https://www.hola.com/moda/modelos/galeria/20171027101176/fantasy-bra-victorias-secret-modelos-fotos/1/>

Un dels treballadors del xou assegura que hi ha hagut fins i tot llàgrimes quan la resta de competidores s'han quedat sense portar la peça principal. Aquesta peça fins i tot ha comportat el ressentiment de moltes de les noies de cara a l'escollida.



Figura 38: Exemples del Fantasy Bra al llarg de la seva història

Actualment la marca ha tancat la passarel·la de cossos impossibles pels quals els seus models tot just menjaven i entrenaven intensament des de dies abans de la desfilada.

Aquest fet és degut al canvi de paradigma, una imatge massa sexualitzada i irreal de les seves models, un rebuig frontal a incorporar a models trans i de talles grans i la potència del #MeToo ⁸.

Victoria 's Secret porta més d'un any en dificultats financeres, i el 2018 va perdre gairebé el 50% del seu valor. Una cosa al que s'afegeix una altra encara més important: la de la imatge. La desfilada celebrada el 8 de novembre, s'emetia amb mínims històrics: tot just 3,3 milions d'espectadors, la xifra més baixa des que es va començar a emetre, el 1995. El 2017 l'havien vist 5 milions de persones, i en anys anteriors solia rondar els 10 milions.

El maig passat la CNBC ja va avançar que la desfilada del 2018 podia ser l'últim d'aquestes milionàries i cèlebres desfilades. Llavors la matriu de Victoria 's Secret afirmava que la televisió no era el "canal més adequat" per a l'esdeveniment i on confirmava la seva intenció de crear un "nou estil de xou". "La moda és un negoci de canvi. Hem d'evolucionar i

⁸ El Moviment *Me Too* (escrit en forma d'etiqueta com a #MeToo) és un moviment viral iniciat a les xarxes socials durant l'octubre del 2017 per tal de denunciar situacions d'agressió sexual o abús sexual arran de l'escàndol d'abusos per part del productor Harvey Weinstein.

L'expressió, utilitzada durant molt de temps per alguns activistes, va ser popularitzada per l'actriu Alyssa Milano, que va animar a les dones a "tuitejar" les seves experiències per demostrar la prevalença de comportaments misògins i masculistes en la societat. Des de llavors, l'etiqueta ha estat utilitzada per centenars de milers de persones, particularment gran quantitat de celebritats del món de l'espectacle i la cultura.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Me_Too_\(movimiento\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Me_Too_(movimiento))

canviar per créixer. Amb això en ment, hem decidit repensar la tradicional desfilada de Victoria 's Secret. En 2019 i d'ara endavant, ens centrarem en el desenvolupament de contingut emocionant i dinàmic i en un nou tipus d'esdeveniment, que es difondrà entre els nostres clients en altres plataformes enganxades a l'actualitat". Ja que ni els àngels estaven d'acord amb el prototip de la marca.

Gisele Bündchen, una de les supermodels brasileres més famoses de tots els temps, compta en les seves memòries que se sentia insegura i "cada vegada menys relaxada" desfilant amb tan poca roba. La seva compatriota, Adriana Lima va assegurar que no es tornaria a treure "la roba per una causa buida". "Estic cansada de les imposicions; nosaltres, com a dones, no hauríem de continuar vivint en un món amb aquests valors superficials. No és just per a nosaltres, i més enllà de la justícia, és insà físicament i mentalment com la societat ens imposa com hem de ser ".

La marca veient tots aquests factors, ha hagut de fer un canvi. I per fer-ho, ha donat un pas endavant. L'any passat la firma va incorporar una model canadenca amb vitiligen⁹, Winnie Harlow entre els seus àngels; i a l'abril va anunciar a Lorena Duran com a la primera a l'equip a desfilat amb *plus-size*.

Victoria 's Secret estava condemnada des de fa anys a evolucionar. El canvi de paradigma, l'arribada del *Me Too*, la inclusió i acceptació de tots els cossos, l'apoderament femení, el rebuig a l'excés de retoc fotogràfic, l'auge de la bellesa real, el consum de roba interior més prosaica... Tot això ha deixat pas a l'estranyesa i incomoditat davant el *xou*, expressats cada vegada de forma més oberta a causa d'aquesta perfecció tan irreal que ha acabat amb una marca que sí, venia fantasia, però amb un passat i fins i tot amb vergonya.



Figura 39 :Model canadenca amb vitiligen, Winnie Harlow



Figura 40: Model canadenca amb vitiligen, Winnie Harlow



Figura 41: Lorena Duran, la primera model de la marca amb *plus-size*

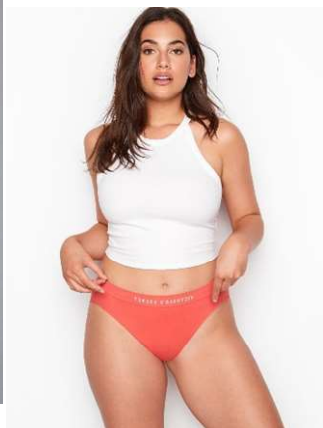


Figura 42: Lorena Duran, la primera model de la marca amb *plus-size*

⁹ El vitiligen és una malaltia de la pell en la qual apareixen taques blanques com a resultat de la pèrdua de pigment. Qualsevol part del cos pot afectar. Normalment afecten banda i banda del cos per igual de forma simètrica. Les àrees més comunament afectades són la cara, llavis, mans, braços, cames i àrees genitals.

<https://www.hscor.com/ca/cartera-de-serveis/dermatologia/malalties/vitiligo>

A més a més, la marca va anunciar el seu últim fitxatge: Valentina Sampaio, la primera model transgènere que treballarà per a Victoria 's Secret i que sens dubte s'unirà a la llista de les models més icòniques que van marcar un abans i un després dins de la casa. La contractació de Valentina Sampaio suposa un gir en la política de contractació de models de la marca, que es veia cada vegada més pressionada per les acusacions per la seva falta de diversitat. De fet, moltes veus dins el món de la moda han vist en aquest moviment un intent de Victoria 's Secret per intentar salvar la seva reputació i el seu futur després dels últims escàndols.

Per ara, Victoria 's Secret no ha parlat oficialment de l'ingrés de Sampaio a les seves files.



Figura 43: La imatge amb la qual va informar del seu treball per a Victoria 's Secret (IG:



Figura 44: Valentina Sampaio abans de ser dona

Victoria's Secret sembla haver aconseguit així punts al seu favor al fitxar a aquestes models després d'una recent polèmica per Barbara Palvin que es va incorporar a la marca el passat març, i que va ser definida com una "model plus size" malgrat que mesura 1,75 m, pesa 55 quilos i medeix 86-61-86 de bust, cintura i malucs.



Figura 45: Barbara Palvin, considerada una model de talles grans

A part d'aquestes models, unes de les models més famoses que han treballat amb la firma, que han desfilat per la passarel·la i que han canviat respectivament d'aspecte i de pes a causa de les exigències de la moda actual són:

Bella Hadid

Aquesta model va firmar amb la marca Victoria's Secret per desfilat els anys 2016, 2017 i 2018 com a model convidada.

Amb només 21 anys, Bella Hadid s'ha convertit en una supermodel d'èxit i en un dels rostres més coneguts del món de la moda. A més, no és la primera en la seva família que es dedica al món de la moda i al modelatge, ja que la seva mare, Yolanda Hadid, va ser la primera en desfilat per les millors firmes del món. Posteriorment la seva germana, Gigi Hadid, també es va iniciar com a model en el món de la moda.

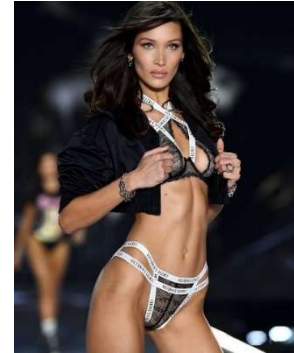


Figura 46: Bella Hadid en la desfilada de la marca el 2018

Tot i que la model Bella Hadid és una de les cares més belles del món de la moda actual, es creu que la seva bellesa no només prové dels seus antecedents de família i de la naturalesa en sí, sinó de la cirurgia estètica. Es creu que s'ha sotmès a diverses operacions estètiques.

En la cultura popular, shows televisius, xarxes socials i mitjans de comunicació es parla constantment sobre les cirurgies plàstiques que Bella Hadid s'ha realitzat a la cara i cos des de molt jove "per poder convertir-se en model"; i ella és el blanc de moltes crítiques a causa d'aquest tema. Tot i que la model no ha confirmat mai aquestes operacions.



Figura 47: Evolució del físic de la famosa model Bella Hadid

Una de les altres crítiques de cara ella, és el seu pes.



Figura 48: Foto que va penjar Bella Hadid en els fittings de la marca de roba Victoria's Secret, i que va causar un impacte en els *followers* de la famosa

"Avui en els fittings per a Victoria 's Secret! No puc esperar a que veieu els precisos *looks*. Estic tan agraïda de formar part d'aquest espectacle de nou, sentint-me més feliç i més saludable que mai (tots els tipus de cos són diferents i reaccionen de manera diferent a un bon entrenament i a una dieta saludable) ", escriu a costat d'unes instantànies en llenceria i amb ales.

A què es pot deure aquesta explicació? A que, potser per sorpresa d'alguns, Bella està més prima del que és habitual. I ella revela que està entrenant "com un àngel, és a dir, com una

atleta” per a la desfilada i menjant més sa. Res estrany per a la vida d'una model però que, si escau, en comptes de proporcionar-li un cos atlètic el que li fa és perdre pes.

Com bé explica Bella, l'exercici intens i l'alimentació sana no tenen els mateixos efectes sobre tots els cossos. I, el seu, ha canviat considerablement com veiem a les fotos encara que declara sentir-se 'més saludable que mai'

Aquesta foto va provocar un bombardeig de comentaris negatius en referència al seu cos:

"Mai entendré per què els ossos sortint per la pell es consideren bells".

"Ets només ossos. Deixa de promoure això, és insà. Ets suposadament un model a seguir. Actua com a tal".

"Menja alguna cosa. Tot el que veig són ossos".

"Victoria Secret promovent anorèxia i bulímia com una cosa normal. Vull dir ... no és saludable. Puc comptar cada un dels ossos que té".

"Aquests ossos fan por".

"Puc veure les teves costelles. Ets bella, però aquesta foto ha disparat el meu trastorn alimentari".

I és que, el cos de Bella Hadid ha canviat considerablement amb fa uns anys, quan tot just va començar en el tema del modelatge.



Figura 49: Bella Hadid el 2014



Figura 50: Bella Hadid el 2019

Una altra model, és la seva germana gran, Gigi Hadid:

Gigi Hadid

Gigi va entrar en el debut l'any 2015, i des d'aquell any, porta desfilant per la marca tres anys seguits.

El seu nom original és Jelena Noura Hadid, però és més coneguda com a Gigi Hadid. És una model nord-americana que va ser contractada per IMG Models el 2013.



Figura 51: Gigi Hadid a la passarel·la de Victoria's Secret l'any 2015

Al novembre de 2014, Hadid va fer el seu debut en la llista de les 50 millors models en Models.com. El 2016, va ser nomenada Model Internacional de l'Any pel British Fashion Council. També ha tingut aparicions en *Real Housewives of Beverly Hills*, on apareix la seva mare, l'ex model neerlandesa Yolanda Foster.

Des de que va començar la seva carrera com a model, el seu físic ha canviat respectivament.



Figura 52: Canvis físics de la famosa model

Tot i aquest model de dona perfecta que hi ha en aquest món de la moda, ara cada vegada més s'està trencant aquest ideal i les marques de moda estan començant a acceptar la diversitat de cossos que hi ha, i la possibilitat de veure-hi bellesa en ells també.



Figura 53: Diversitats de cossos en la passarel·la

Aquest principi de trencament de l'ideal del cos perfecte de la dona, ha sigut gràcies a les protestes contra els estereotips marcats que se'ns demana que siguem a les dones. Molta gent s'hi ha enfrontat. S'han format molts grups que van en contra d'aquest ideal, grups com el de les "anti àngels", un grup format per un seguit de dones que denuncien els estereotips de bellesa que difonen les firmes de roba com les de Victoria's Secret.

Aquest grup, el de les anomenades "anti àngels", el dijous 7 de desembre del 2017, van sortir a la ciutat de Nova York com les noies de la desfilada "anti Victoria 's Secret" amb el propòsit de denunciar els estàndards de bellesa tan específics de bellesa que van difondre la marca de llenceria de Victoria's Secret aquella mateixa setmana amb una de les seves famoses desfilades.

Una de les integrants (la model i activista del moviment " *body positive* " ¹⁰, Khrystiana), va dir que moltes de les dones que el van veure, es van sentir molt disgustades amb els seus cossos i cares i menyspreades, i que per això van voler donar una "llició" als estereotips i a les marques que difonen una realitat fictícia. Van imitar una desfilada de Victoria's Secret, i la van fer al mig del carrer, incloent a gent de tot tipus de procedència (ja sigui asiàtica, sud-africana, etc.), d'edat i de diferents talles i mides. A més a més també es van canviar la roba interior.



Figura 54: hrystiana Kazakova, model i activista del moviment *body positive*



Figura 55: Totes les dones que van participar en la desfilada "anti Victoria's Secret al mig de Nova York



Figura 56: Dones imitant la desfilada de Victoria's Secret



Figura 57: Dones passant al mig de Nova York



Figura 58: Canvi de roba interior en la desfilada

10 Moviment "*body positive*": És una crítica a indústries com la moda, l'esport, la farmacològica i els mitjans per intentar crear una imatge falsa de la dona i de l'home; busca l'equilibri entre la salut, el benestar i el nostre propi cos. https://as.com/deporteyvida/2018/06/02/portada/1527952166_266528.html

2.2.1 Entrevista a la Maria González

1. A quina edat i com vas començar a entrar en el món del modelatge?

Vaig començar amb 15 anys. Anava amb la meva família per Barcelona i em van veure. En una setmana ja van contactar amb els meus pares.

2. Abans d'aparèixer l'oportunitat, t'ho havies plantejat alguna vegada o no formava part del teu futur?

Hi havia pensat algun cop com a possibilitat, ja que em cridava l'atenció tot això de la moda, però no m'hagués imaginat que tot fos tant sobtat.

3. Entrar en aquest cercle, com sabem, no és fàcil, què es necessita per poder tenir-hi accés?

Jo crec que es necessita una mica de sort, ser espontani, ser fotogènic i sobretot que t'agradi molt i una actitud molt positiva.

4. El món del modelatge sempre ha atret molt als i les joves, ¿algun consell per a tots aquells i aquelles que vulguin iniciar-se en aquest món?

Que no tinguin por a intentar-ho i que sobretot sempre es mostrin molt naturals.

5. Creus que la societat li dona molta importància i és esclava de la moda?

Jo crec que cadascú li dona una importància diferent, tot i que si que és veritat, que la gent segueix molt les noves tendències, però crec que no hi està esclava, simplement li agrada o li crida l'atenció.

6. Explica'ns una mica sobre les teves agències / escoles de models. Quin tipus de cursos feu?

Jo estic en una agència, i ella és la que em representa i em promociona cap a les firmes o marques de moda. Sí que hi ha escoles, suposo que són com les escoles d'actors però mai he estat en cap i tampoc sé com va.

7. Algun dissenyador preferit?

Sí, Gabrielle Chanel, més coneguda com a Coco Chanel, perquè mai va deixar de fer el que a ella li agradava.

8. Sabem que estar en el món de la moda només dura uns anys, normalment sol ser una carrera relativament curta, però et garanteixes un bon futur amb això?

Depèn si treballes molt o no, però jo crec que si vas fent i tot et va bé sí. També crec que s'ha de tenir una carrera o algun tipus de formació.

9. No és un món fàcil, creus que troben la mateixa duresa els nois que les noies?

Sí clar, és igual per als nois que per a les noies. Tot i que la moda, en el sentit de la roba i en el que es promociona, és diferent.

10. Molts models han arribat al capdamunt per casualitat, de manera fortuïta, per estar en el lloc exacte i moment precís ... això vol dir que preval la sort?

Una mica sí, suposo que és un equilibri entre el destí, la sort, l'esforç i les ganes que tinguis.

11. Creus que demanen uns cànons molt severos?

No, exigeixen una sèrie de normes com a tots els treballs, però no són durs.



Figura 59: Maria Gonzalez per Tous



Figura 60: Maria Gonzalez per Murad Skincare



Figura 61: Maria González per MO Multiópticas



Figura 62: Maria Gonzalez per MM93 New Collection



Figura 63: Maria Gonzalez per Sfera



Figura 64: Maria González per Carolina Cerrutti

2.3. Existeix la perfecció?

El dia 15 de maig del 2018 a les 18:28, la pàgina web d'adolescents.cat va penjar un article a través del seu compte d'Instagram que tractava sobre aquest tema. Què deia:

Aquest és el cos perfecte? De veritat?

Són les 00:41 minuts de la nit de dimarts i arriba la notificació d'un "direct" a l'Instagram d'Adolescents.cat (http://instagram.com/adolescents_cat). És una seguidora que ens escriu: «Bona nit @adolescents.cat! Sabent que és tard i que possiblement teniu molts DM potser no ho llegireu.. Però us envio el missatge per si podríeu fer referència en alguna de les vostres publicacions a la web o fent una història sobre això:



Figura 65: Intsa story de la influencer francesa Mathildtantot

La captura és d'una *story* de la *influencer* francesa @mathildtantot amb més d' 1,2 milions de seguidors penjant una foto publicada per @iblowurmind Com pot ser que en ple s.XXI encara hi hagi influencers que pengen coses així? Fent-ho donen clarament una "suposada" imatge de la "perfecció" totalment idealitzada: la d'un "esquelet amb pell" (sense voler ofendre tots els que són així per constitució) El més greu és que aquestes "influencers" tenen molta repercussió en les/els adolescents quan cada cop més se'ls fa creure que la perfecció és això. I no és així. No és real. Fa temps veig en comptes d'aquest mateix estil missatges com el que us he enviat. Però és que aquesta vegada... Aquest cop he pensat que ja no es podia deixar córrer... Us agrairia que ho tinguéssiu en compte i que encara que fos amb una petita referència en un dels vostres posts, podeu ajudar molts adolescents influenciats per imatges com aquestes per fer-los prendre consciència que el que es veu a la imatge no és real. És a dir, un cos així no és la "perfecció". La perfecció la tenim cadascú de nosaltres en la nostra forma de ser i d'acceptar-nos tal com som.»

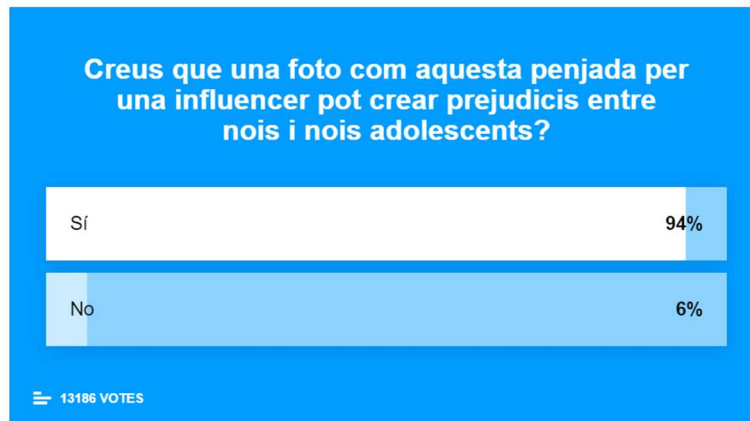


Figura 66: Enquestes que van fer la pàgina web d'adolescents.cat

Aquest terme, el de “la perfecció”, es pot veure des de molts punts de vista. Probablement cadascú tingui la seva opinió pròpia, però la seva definició la defineix com el grau màxim d'assoliment o completesa d'un ésser o esdeveniment.

Aquest terme s'aplica sobretot a l'ètica i l'estètica, essent la persona perfecta aquella que reuneix una conducta admirable i bellesa física. Una obra mestra és un treball perfecte segons uns canons ètics i estètics. En un altre sentit pot referir-se a una relació amb una altra persona, adient o escaient, com per exemple el mite de la parella perfecta o ideal, o per dur a terme una tasca.

Personalment, crec que aquest terme és difícil de considerar, ja que penso que no hi ha res que realment sigui perfecte. Crec que aquesta paraula té dues cares, la cara que tothom veu però que ningú sap i la que ningú sap; és a dir, per posar un exemple, algú pot veure com és una persona i considerar-la perfecta, però realment sabem si ho és? Crec que per posar aquesta etiqueta, en aquest cas, s'hauria de saber quina vida porta aquesta persona, si té problemes, etc. Perquè crec que sempre hi ha alguna cosa amagada i que no se sap què impedeix aquesta “perfecció”.

2.3.1. Famoses influenciades per “la perfecció”

Kylie Jenner

Kylie Kristen Jenner és una socialité, empresària, dissenyadora i model nordamericana. Va aconseguir certa notorietat a la premsa rosa i en programes televisius de vanitat arran de la seva aparició en el *reality show* autopromocional de la família Kardashian, *Keeping Up with the Kardashians*.

Segons la revista Forbes, el valor net de Jenner s'estima en mil milions de dòlars americans, cosa que la converteix als 21 anys, en la multimilionària més jove del món a partir del març del 2019. Tanmateix, la noció de Jenner de fer-se a si mateixa va fer crítica, argumentant que ella prové d'un context privilegiat. El novembre de 2018, New York Post la va acreditar per ser la celebritat més influent de la indústria de la moda.

Aquesta fama normalment va acompanyada de moltes crítiques, i a vegades aquestes crítiques comporten un malestar, i just per aquesta raó, Kylie Jenner va començar a fer-se alguns canvis en el seu cos.

En total, ella afirma que s'ha fet:

1. Injecció als llavis
2. Rinoplàstia al nas
3. Operat la mandíbula
4. Posat *botox* a les celles
5. Transferència de greix

Però assegura que no s'ha sotmès a una cirurgia estètica, sinó que ha augmentat de pes naturalment, cosa poc creïble per molta gent.

This type of puberty is called money



Figura 67: Kylie amb 16 anys (54 quilos)

Figura 68: Kylie actualment (22 anys, 55 quilos)



Figura 69: Canvi del físic de Kylie Jenner



Figura 70: Canvi del físic de Kylie Jenner

Kim Kardashian

Kimberly "Kim" Kardashian West és una model, actriu i empresària estatunidenca. És coneguda pel seu programa *Keeping Up with the Kardashians*, un *reality show* al qual hi fou convidada el 2007, després d'un *sex tape*. El 2010, Kardashian era la celebritat més pagada dels *reality show*, amb uns guanys estimats en 6 milions de dòlars.

Kim s'ha sotmès a diverses cirurgies. S'ha fet:

1. Cirurgia de glutis
2. Rinoplàsties (canvi de la mida, forma o proporció del nas)
3. Augment de mames
4. Retocs facials i tractaments estètics
5. Plasma (Kim Kardashian és addicta al plasma, el qual es col·loca amb freqüència a la cara. És ric en plaquetes i consisteix en l'aplicació intradèrmica de factors de creixement continguts en les plaquetes)
6. Estètica dental
7. Lipoescultura (per recuperar la seva figura després de tenir al seu fill North i així poder perdre els 24 quilos que va augmentar durant l'embaràs).



Figura 71: Abans i després de les cirurgies a les quals es va sotmetre Kim Kardashian



Figura 73: Abans i després de les cirurgies a les quals es va sotmetre Kim Kardashian



Figura 72: Kim Kardashian abans i després del part

Totes aquestes famoses i marques de roba busquen la perfecció, però realment existeix aquesta perfecció?

2.4. Publicitat

La publicitat és la comunicació d'un missatge destinat a influenciar la conducta dels compradors de productes o serveis, divulgats per un mitjà pagat i emès amb fins comercials. També es proposa crear un desig d'adquirir alguna cosa, la qual s'haurà de materialitzar el més aviat possible en compra. La publicitat implica una forma de comunicació orientada a difondre. És un negoci mitjançant el qual, l'anunci influeix a les persones al oferir-los solucions a les seves necessitats i problemes.

Dins d'aquest àmbit també hi apareixen els estereotips. Podem trobar tres tipus d'estereotips generats al voltant de la dona dins de la publicitat. Aquests són:

- La dona bella, aquella que cuida la seva aparença, representant l'ideal de la dona en el seu dia a dia.
- La dona eròtica-sexual, considerada com un objecte sexual i de desig.
- La dona-mestressa de casa, aquella que es dedica a la cura de la llar i els seus membres.

Actualment, la publicitat va molt relacionada amb el màrqueting, ja que aquesta la majoria de vegades s'utilitza per vendre alguna cosa, per atreure l'atenció i per persuadir el receptor; i per fer això s'utilitza mitjançant la publicitat.

També va molt relacionada amb la fotografia, que aquesta inclou el photoshop sobretot. Normalment, quan es vol vendre qualsevol producte: marques de roba, electrodomèstics... s'utilitzen diferents fonts per donar a conèixer i poder vendre allò que es vol. S'utilitzen revistes, diaris, pàgines web, aplicacions, la televisió... En totes i cada una d'elles, es fa mitjançant una imatge d'allò que es vol vendre per mostrar com és, i per tant, la fotografia té molta importància en la publicitat. Hi té molta influència.



Figura 74: Representació de la publicitat

2.5. Màrqueting

El màrqueting és un dels molts factors que influeixen en com es fa la publicitat. A més a més del rerefons cultural i social que regeix la publicitat, el màrqueting té un pes molt important. “El màrqueting és el conjunt de tècniques programades, coherents i dinàmiques, orientades a perfeccionar el procés de comercialització millorant l'eficiència en la producció, la distribució i la venda de productes o de serveis”. Resumint, el màrqueting es relaciona amb la compra-venda del producte i per tal que aquesta sigui eficaç utilitza un conjunt de tècniques. Dins d'aquestes tècniques, ens trobem amb les que fan ús de la publicitat i dins d'aquesta el sexisme. Els que creen els espots publicitaris busquen cridar l'atenció al públic, però sobretot als individus que, segons ells, puguin identificar-se més amb l'anunci. Per això, utilitzen imatges amb missatges subliminals o creen audiovisuals de caràcter “morbós”, en els quals la dona és utilitzada normalment i on es denigra la seva figura. Aquest fet no el trobem només en la publicitat, sinó que podem trobar-lo en molts altres llocs, com per exemple en videoclip de cantants famosos, pel·lícules o sèries.

La influència de les joguines (nines)

2.5.1. La Barbie (joguina)

La Barbie és una popular joguina infantil, una nina que fou comercialitzada per primer cop el 9 de març del 1959, i fabricada per l'empresa Mattel. La seva història comença quan va ser creada per Ruth Handler i el seu marit Eliot, l'any 1936. La idea va ser de Ruth en veure la seva filla Barbara amb nines de paper que es podien canviar de roba. Al veure-la, va tenir la idea de crear una nina que es pogués canviar de roba.

En una escala normal la seva alçada seria d' 1.75m, i les seves mesures serien de 91cm de bust, 46cm de cintura i 84cm de maluc. És rossa i d'ulls blaus.



Figura 75: Ruth Handler i el seu marit Eliot crean la famosa Barbie



Figura 76: Ruth Handler i el seu marit Eliot amb la primera Barbie de la història



Figura 77: Ruth Handler amb Barbies

Associada a la moda, la Barbie presentava faccions adultes, a diferència de les nines de l'època. Així, la imatge de la Barbie sempre va ser la d'una *top model*, símbol de bellesa refinada i de joventut.



Figura 78: Evolució de la Barbie al llarg dels anys



Figura 79: Barbie a l'any 1959



Figura 80: Barbie actualment

Aquesta, té dues modes principals. Una és la més clàssica: la de princesa bella, amb el seu clàssic vestit, llaç i sabates rosa. D'altra banda hi ha la *fashion*: amb els seus jeans o minifaldilla, cinturó, polsera brillant, botes llargues, i pèl llarg. Altres modes són: biquinis, vestits curts, superheroïnes, núvies, ballarines. La moda de *Barbie* és també utilitzada per les nenes que són les seves seguidores.

Actualment, s'han fet còpies de l'original Barbie (que tenen relació amb ella). La Barbie té tres germanes.

- Chelsea té entre 6 i 9 anys.
- Stacie té entre 10 i 12 anys.
- Skipper té entre 14 i 16 anys.
- Barbie és la més gran i té entre 17 i 20 anys



Figura 81: La Barbie i les seves germanes

Aquesta joguina ha tingut un gran impacte a nivell físic i estètic en la societat d'avui en dia. És un exemple clar del cos idealitzat i perfecte d'una noia jove; i vulguis o no, aquest ideal ja se'ns mostra des de ben petits (fet que provoca que molta gent assimili o agafi de referent aquestes tipologies tan estèticament com físicament).

La influència d'aquesta joguina ha sigut tanta que ha provocat que molta gent s'obsessioni per tenir un cos perfecte i una cara bonica sotmetent-se a operacions (posant la seva vida en joc), només per assemblar-se a aquest prototip de nina infantil.

Algun d'aquests casos són:

Valeria Lukyanova

Aquesta model ucraïnesa, de 29 anys, és coneguda com la Barbie Humana per les seves faccions i mesures, que són molt similars a la nina de Mattel. Ella assegura que únicament s'ha operat el bust per aconseguir aquesta aparença, el que per a molts és poc creïble.

Aquesta noia, ha fet diferents pel·lícules de terror per Hollywood

El diari *The Mirror* va publicar que per cuidar la seva figura es va alimentar amb petites quantitats de peix cru, suc de fruita fresca; a més, no beu ni fuma.

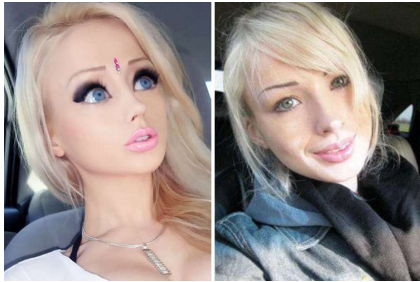


Figura 82: Valeria Lukyanova abans i després de les operacions



Figura 83: Valeria Lukyanova maquillada com la Barbie



Figura 84: Valeria Lukyanova vestida de Barbie

Angelica Kenova

Es tracta d'una noia russa de 26 anys, descoberta recentment per la premsa internacional, que assegura que el seu aspecte és natural i que no ha passat pel bisturí.

Kenov és producte de l'obsessió dels seus pares, que des de nena van cuidar la seva dieta i el seu entrenament físic.

"Em van criar com una princesa. Mai m'han deixat sortir ni tenir nuvi. No estic preparada per a la vida real, sóc una nina ", va dir la Barbie russa al diari espanyol ABC.

nina russa

Angelica Kenov ha estat vestida com una Barbie des del seu naixement. Els seus pares s'han ocupat que cada vegada s'assemblés més a la popular nina.



Figura 85: Angelica Kenova simulant a la Barbie

Un altre cas, és el de:

Amanda Ahola

Amanda Ahola, una jove oriünda de Finlàndia, va voler triomfar convertint-se en una 'nina humana', però va estar a punt de morir. Les operacions estètiques sempre amaguen un risc i més encara quan es fan recurrentment i tot per una obsessió.

La seva història es va iniciar als 9 anys, quan va descobrir que les cirurgies plàstiques serien el seu 'objecte del desig', sobretot, els implants al pit. Ella va esperar fins a complir els 18 anys per realitzar el seu primer augment de pits, però quan es va sotmetre a aquesta operació, al despertar va tenir una convulsió i va quedar en coma durant diversos dies. Els metges li van dir que el problema venia de l'anestèsia, de manera que va estar a punt de morir; però tot i aquesta experiència propera a la mort, segueix tan addicta com sempre a la cirurgia plàstica. Els doctors intenten posar remei als procediments quirúrgics que van sortir malament.

"Posar-me implants va ser un dels millors dies de la meua vida, encara que no van ser tan grans com jo volia" (Amanda en el nou episodi del programa nord-americà 'Botched' d'E!)

"Després del meu segon treball de bubis, em vaig adonar que tenia una addicció perquè vaig descobrir el feliç que m'havia fet. Diria, fins i tot, que la cirurgia plàstica és millor que el sexe, molt millor" (Amanda en el nou episodi del programa nord-americà 'Botched' d'E!)

Amanda Ahola somia amb ser una "nina sexual de la vida real", i tot i que gairebé va perdre la vida en la seva primera cirurgia, continua amb la idea en el seu cap i no deixarà de "donar-se un cop de mà" cada vegada que pugui.



Figura 86: Amanda Ahola abans de sotmetre's a les operacions



Figura 87: Amanda Ahola després de les operacions



Figura 88: Amanda Ahola com a la nina sexual de la vida real que vol ser

I aquests només són uns dels molts casos que hi han actualment.

Aquests és el perfil de noia “perfecta” que se’ns mostra ja des de petits, i amb el que no som conscients en el moment de comprar-la per als nostres petits. Perquè, qui no ha tingut mai una nina de com la Barbie? Qui no sap qui i què és la Barbie?

Actualment, la societat ja és més conscient que no només hi ha un perfil de dona (si més no comparat amb els altres anys), sinó que cadascú té el seu propi, tot i que s’ha de normalitzar molt més encara; i és per això que els creadors de la Barbi, a diferència de fa anys, han canviat el prototip de la Barbie, és a dir, ara ja no té un únic perfil sinó que en té molts.

Un exemple serien aquestes:



Com veiem a la foto, l’estatura, la fesomia de la cara i la del to de pell, són diferents. Veiem diferents models de Barbies actuals, on una és baixeta, morena i primeta, l’altre és alta, prima i amb un color de pell fosca i d’altres de pell clara, alta i amb un pes una mica més omplert.

Figura 89: Exemples de la diversitat de Barbies que hi ha actualment

També se n’han fet per gent amb algun tipus de malaltia o minusvàlua.



Figura 90: Exemple d’una Barbie amb càncer

Fins i tot, s’han fet Barbies de personatges de pel·lícules i de gent famosa. Com:



Figura 91: Exemple de les Barbies en forma de princeses Disney



Figura 92: Exemple de la Barbie en forma de Frida Kahlo



Figura 93: Exemple de la Barbie en forma de Marilyn Monroe

2.5.2. La dona comercialment

A banda del màrqueting en si, també ha existit i existeix (des de fa segles) la comercialitat del cos de la dona i d'ella pròpiament dita. És a dir, el paper que ha tingut la dona en els negocis, la feina, etc. Perquè, qui no ha anat mai a un bar i s'ha trobat en que la cambrera era una noia "perfecta"? Crec que tothom. I tot i que ara aquest perfil ja no es vegi tant, fa més de 40 anys, aquest tema era molt més present. Anaves a un bar i totes les cambres que veies eren noies guapes i amb un bon cos (no veies una dona baixa i amb sobrepès). Per no parlar del vestuari amb el que anaven també. I aquest fet es veia com a una injustícia per moltes de les dones que no tenien aquell perfil, ja que si no eres com et demanava la societat no valies per la feina o no s'interessaven per tu. I aquests fets passaven en moltes de les professions que existien en el moment, i que malauradament segueixen passant ara en l'actualitat (tot i que no passava a tot arreu, i que ara, com he dit abans, no passa tant freqüentment).

Aquests fets no només els vivien les dones de l'època, sinó que també els filmaven. Durant aquell temps es van filmar moltes pel·lícules on es podia veure clarament quin era el lloc que ocupava una dona amb una cara bonica i un bon cos i quin era el d'una dona amb poca altura i uns quilos de més. A més a més de a les pel·lícules, també es podia veure en anuncis i en la publicitat de l'època.



Figura 94: Vestuari amb el qual anaven les dones que treballaven als bars de l'època dels 80



Figura 95: Actores de la pel·lícula el bar Coyote



Figura 96: Anuncis de l'època dels 80

2.6. Fotografia (photoshop...)

Actualment, la fotografia es troba a tot arreu. És una font d'informació. S'utilitza a nivell publicitari, en el màrqueting, com a un negoci en sí, etc.

El tema de la fotografia en la visualització del cos de la dona, hi té molta influència i importància, ja que gairebé cada dia veiem fotos (ja sigui a alguna xarxa social com a l'Instagram, el Twitter..., a la televisió, etc.) on hi surt una noia o model molt guapa amb un bon cos. Qui no ha pensat alguna vegada que voldria ser com ella? tenir aquelles cames tan llargues i definides, aquella cintura prima i marcada que té, els pòmuls de la cara marcats...? La majoria algun cop o altre ho ha pensat, i és que... actualment 7 de cada 10 dones nord-americanes després de veure fotografies de diversos models, es senten més molestes o deprimides que abans de veure-les, i posaria la mà al foc a que 7 adolescents de cada 10 els passa el mateix, o potser més que 7 de cada 10 i tot.

Crec que la influència en els adolescents és major degut a que no només veiem moltes més fotos de l'estic??? cada dia (ja sigui perquè seguim a moltes influencers, models, famoses...a les xarxes socials), sinó que també perquè estem a l'època de creixement tant físicament com mentalment, i això comporta a que tot el que veiem ens afecti d'una manera o altra, amb major o menor quantitat, ja que ens estem acabant de definir. Estem en una època en què no saps ben bé qui ets, i en què tot o gairebé tot ens condiciona o ens ajuda a "trobar-nos" i a definir-nos com a persones. Tot i això, la majoria de noies som conscients que moltes de les fotos que veiem han estat retocades abans de ser publicades tan a les xarxes socials com en qualsevol dels mitjans de comunicació. Malgrat tot, hi segueix havent un tant per cent de noies que no n'acaba de ser conscient, i això condiciona i influeix molt en la persona, ja que pensen que si són com elles, seran acceptades per tothom, perquè actualment, si no ets com la societat vol que siguis (aquest ideal de dona perfecte) ets jutjada per molta gent.

Per editar aquestes fotos que veiem constantment publicades, es poden utilitzar diverses aplicacions, però la més famosa, és el photoshop.

L'Adobe Photoshop, és un editor de gràfics rasteritzats desenvolupat per Adobe Systems (empresa de programari). És utilitzat principalment per al retoc de fotografies i gràfics, i el seu nom en català significa literalment "taller de fotos". És líder mundial del mercat de les aplicacions d'edició d'imatges. Domina tant aquest sector que el seu nom és àmpliament emprat com a sinònim per a l'edició d'imatges en general.

Ofereix un conjunt complet d'eines de fotografia professional per convertir les obres instantànies en obres d'art independentment de si pretens fer edicions corrents o de si prefereixes fer una transformació total. El photoshop ajusta, retalla, elimina objectes, retoca i repara fotografies antigues. Juga amb els colors, els efectes i molt més per convertir el que és normal en una cosa extraordinària.



Figura 97: Foto abans de l'edició Figura 98: Foto després de l'edició

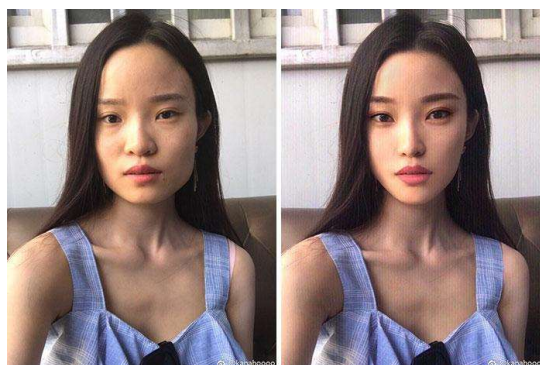


Figura 99: Foto abans de l'edició

Figura 100: Foto després de l'edició

Aquestes fotos mostren clarament el que aquest programa pot fer. Pot canviar totalment l'aspecte d'una persona fins al punt de que no la puguem ni reconèixer, i que sembli una altre persona totalment diferent a la persona "original" de la foto. Per tant, si ho relacionem amb totes aquelles fotos que veiem i que ens influeixen tant a vegades, abans de pensar que volem ser d'aquella manera, hauríem de reflexionar i saber realment si el que estem veient és un muntatge o és real.



Figura 101: Eslògan de l'editor de gràfics rasteritzats

2.7 FILMACIÓ

Actualment en el món de la publicitat i de la filmació, el tema dels estereotips, de la figura de la dona perfecta i de la inferioritat d'aquesta és molt comuna. Realment, aquests estereotips se'ns mostren ja des de petits, amb pel·lícules com:

La blancaneus

Digue'm mirallet, qui és la més guapa?

Aquesta frase, entén els conceptes d'ideal de bellesa o cànon estètic i el seu component subjectiu i canviat segons els factors socials. Relaciona els valors culturals amb la imatge projectada pels seus integrants.

Els ideals de bellesa no representen la imatge real de la dona de la societat sinó que es una distorsió influenciada per diferents factors en cada moment històric.

Estereotips i sexisme

Quan veiem una pel·lícula de Disney, l'existència d'estereotips de gènere i de sexisme, es poden apreciar clarament a través de dues vies: a partir de la caracterització de les princeses i a partir del llenguatge utilitzat.

La caracterització de les princeses:

Físicament, totes les princeses Disney segueixen el mateix patró. Totes són molt primes, amb uns ulls grans, amb els colls llargs, amb uns pits grans, amb unes cintures estretes i maquillades. Reprodueixen un cànon de bellesa que no és real i menys per a adolescents que estan entre els 14-18 anys, ja que són representades com adultes.

A això se suma, dos aspectes més:

- En moltes escenes utilitzen el seu físic per seduir i aconseguir el que volen. Jasmine ho fa amb Jafar, el Tambor de Bambi és seduït per una conilla amb grans ulls i pestanyes (es sexualitza el món animal), Mowgli al final és seduït per una jove del llogaret, Megara utilitza el seu físic per enganyar* Hèrcules ... En tots aquests casos el patró es repeteix, sedueixen amb la mirada i són objecte de desig.
- Sempre apareixen perfectes, ben maquillades i pentinades, tant si s'acaben de despertar com si els hi plou.



Figura 102: Princeses Disney

En definitiva, es pot dir que durant molt de temps aquestes pel·lícules han transmès valors que simplifiquen el món, classifiquen i etiqueten. Un immobilisme que ha plasmat rols propis de la societat patriarcal: els homes són forts i valents, mentre que les dones submises, guapes i incompletes sense la protecció de la figura masculina exceptuant-ne dues: Mèrida i Vaiana.

Sobre això, la societat va començar a reclamar que es plasmés un altre model i tractament de la figura femenina, i va ser el 2012 amb l'estrena de Brave, quan la factoria va trencar amb la princesa Disney tradicional. En aquesta pel·lícula no hi ha cap personatge masculí de pes, la protagonista total és la princesa i la figura del príncep no existeix. S'explora en un altre tipus d'amor (mare / filla o germanes), el físic és més real, la princesa no sempre és perfecta, i el més important, lluita i aconsegueix les coses per si mateixa. La princesa d'aquesta pel·lícula, és Mèrida, que acompanyada de Vaiana, són les dues úniques princeses que representen el que són: adolescents d'entre 15-16 anys, amb menys maquillatge, una imatge més acriaturada, amb un cos més proporcionat i no tant prim, amb uns pits no molt grans ni amb una cintura minúscula. No sempre estan perfectes.

Aquest nou model de princesa, va ser molt ben rebut per la societat i sembla que Disney va prendre consciència que havia de seguir per aquesta via traient el 2016 Vaiana, l'últim exemple. Sembla a ser que han començat a trencar amb els estereotips de gènere que durant 70 anys ha estat reproduït.



Figura 103: Pel·lícula Brave, estrenada el 2012



Figura 104: Princesa Mèrida



Figura 105: Pel·lícula Vaiana, estrenada el 2016

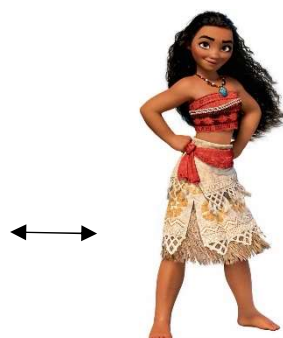


Figura 106: Princesa Vaiana



Figura 107: Realitat sobre les princeses Disney

"... La princesa es va preguntar per què durant tant de temps havia estat desitjant un príncep i per què (de fet moltes vegades) s'havia sentit que no era res si no en tenia un al seu costat. És més, necessitava que l'estimés i la brillantor dels seus ulls per ser feliç i sentir-se bella, especial i adorable. Ara sabia que per molt que seguís volent un príncep en la seva vida, mai podria tornar a ser la llum de la seva vida, ja que s'estimava prou a si mateixa per ser feliç ... "



Figura 108: Princeses

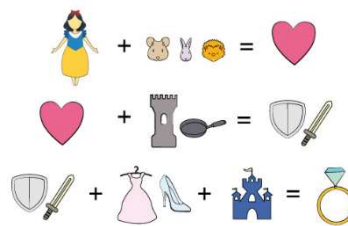


Figura 109: Realitat sobre les princeses a través d'uns dibuixos

2.8. CURIOSITATS

L'indignant mòbil “només per a dones” creat per Xiaomi

Fa tan sols uns mesos, Twitter esclatava en queixes contra la coneguda marca de rellotges Casio per haver tret a la venda una calculadora de color rosa que havia estat creada específicament per a dones treballadores, tot i que poc a poc consideràvem que la terrible divisió de 'rosa per nena i blau per nen' estava completament desapareguda.

Els comentaris negatius i els “memes” inundaven les xarxes, amb la qual cosa s'entenia que la marca òbviament s'havia equivocat amb el seu pla de màrqueting . Doncs resulta que no és l'única a enfocar equivocadament l'anunci del seu producte. Ara arriba Xiaomi.

La famosa marca ha anunciat a la Xina la seva nova gamma de smartphones Xiaomi CC enfocada al públic femení. Exacte, mòbils només per a dones perquè s'uneixen per primera vegada el maquinari i programari de bellesa més avançat. Aquesta marca ha agregat aplicacions pensades per augmentar la bellesa i potenciar els “selfies”, una cosa que segons ells, s'adhereix directament a la manera de ser de les dones.

És preocupant que hi hagi no només aquest tipus de productes, sinó un equip de màrqueting que aposta per un article com aquest i per la idea que, amb les qualitats “tan femenines” que porta, s'adhereix a les dones i a la manera de ser d'elles.

Xiaomi, va anunciar que les últimes actualitzacions del seu sistema operatiu afegirien uns filtres i retocs especials per a dones: una funció de modelatge corporal que busca realçar la figura, més alçada, un cos més prim i més delicadesa. Després ens demanen que tinguem confiança, seguretat i que ens estimem tal com som, quan l'entorn, i sobretot la tecnologia (junt també a la pressió social de xarxes com Instagram) proporcionen “eines” per donar una imatge pròpia falsa que respon a uns cànons ficticis.

Algunes persones no es veuen afectades per aquests anuncis ni se senten al·ludides però si l'oferta apareix és perquè la demanda també existeix. El problema és potenciar aquesta suposada imatge ideal.

Està a les nostres mans entendre que en la diversitat, en les diferències i en els nostres tan diferents cossos i rostres la bellesa ja ve inclosa.



Figura 110: Mòbil Xiaomi CC/Xiaomi Mi 9 “només per dones”



Figura 111: Anunci del mòbil Xaomi Mi 9 al Twitter



Figura 112: Alguns dels comentaris dels usuaris de Twitter respecte a aquest mòbil



Figura 113: La calculadora Casio rosa "per dones"

PART PRÀCTICA

La meva part pràctica del treball es divideix en dos: Una enquesta i un catàleg de fotos.

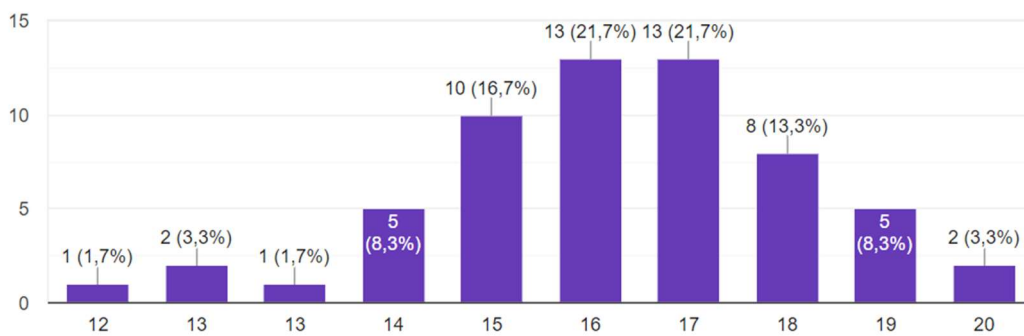
1. Enquesta

La idea de fer l'enquesta ha sigut per veure realment com n'és de conscient la societat de tots aquests temes que tracto en la part teòrica. He fet aquesta enquesta amb el propòsit de saber què en pensa la majoria de noies sobre tots aquests tòpics, i amb el de saber quin tant per cent del total pensa diferent que l'altre.

En total he aconseguit 60 respostes.

L'enquesta consta de 10 preguntes:

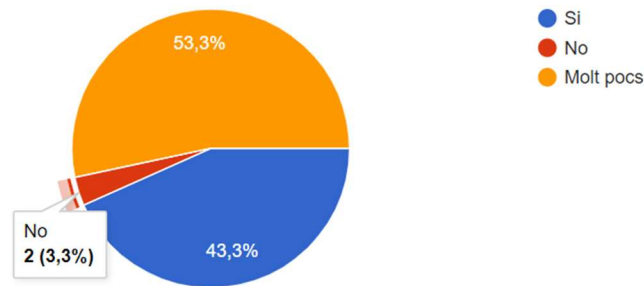
1. Quants anys tens?



Gràfic 1: Edat

Com es pot observar a la imatge, la majoria de gent que ha fet l'enquesta són de la franja d'edat de 15, 16, 17 i 18 anys que són els grups més abundants, sent el de 16 i 17 anys els primers de la llista amb un total de 13 persones cada un. Seguidament, el que es trobarien en la segona posició serien les de 15 anys amb un total de 10 persones, i en tercer lloc les de 18 anys. Després, ja amb menys quantitat vindrien les de 14 i 19 anys amb 5 persones cada una, les de 13 anys amb tres persones i finalment per acabar, les de 20 anys amb dues persones i les de 12 anys amb una sola persona.

2. Tens coneixements sobre quin ha sigut l'evolució que ha fet físicament el cos de la dona que es considerava perfecte en cada moment?



Gràfic 2: Evolució del físic de la dona perfecte en cada moment

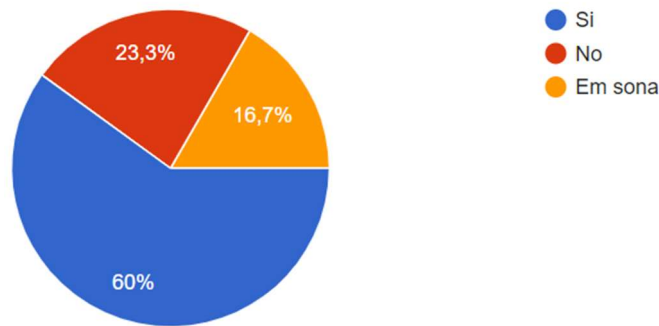
Com podem observar, el 43,3 % de les noies que van respondre aquesta pregunta, afirmen saber quina ha sigut l'evolució que ha fet el cos de la dona "perfecta", mentre que el 53,3% tenen molt pocs coneixements i el 3,3% no en tenen.

3. Actualment, creus que hi ha un únic perfil del cos de la dona ideal? Si és així, quin cos creus que està considerat com a cos perfecte?

En aquest cas, les respostes han sigut vàries. Moltes de les noies coincideixen en que actualment sí que hi ha un únic cos "perfecte", i és que aquest és aquell que és prim, amb la pell fina, els cabells llargs i cuidats, de talles 90-60-90, amb corbes, alt, esvelt, amb tetes i cul... però sense estries, cel·lulitis ni grans. Aquell cos que és com el de les models, un cos "esquelètic". Altres pensen que sí que hi ha un únic cos definit com a perfecte, però que personalment creuen que tots ho són, que tots els cossos són bonics i diferents. Altres creuen que no, que no existeix aquest perfil de dona perfecte, i que cap cos ho és. Tot i això, en molts dels comentaris i opinions, hi apareixen els termes del cos "reloj de arena", el de cossos quasi anorèxics, el dels cossos que apareixen en la publicitat (on dins d'aquest inclouen el de Victoria's Secret i el de la Barbie), el del cos maniquí i els que es basen en tòpics irrealistes com el de les noies "slim thick" (esvelt gruixut en català).

En general, la majoria estan d'acord en que tristament hi segueix havent un únic cos considerat com a bell, sent aquest el primer esmentat anteriorment.

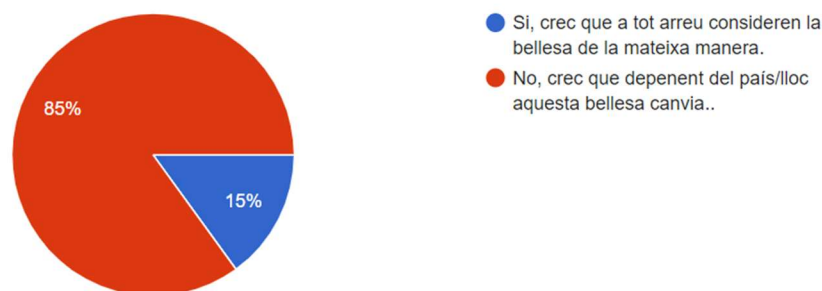
4. Has sentit a parlar del tòpic 90-60-90?



Gràfic 3: Tòpic 90-60-90

Com es pot observar al gràfic, el 60% de noies que van fer l'enquesta han sentit a parlar d'aquest famós tòpic, el tòpic 90-60-90. Contràriament, el 23,3% no n'han sentit a parlar mai, i el restant 16,7% ho han sentit en algun lloc, però no acaben de saber gaire què és i a què fa referència.

5. Creus que la bellesa està considerada a tot arreu per igual? Creus que els cànons de la bellesa son iguals a tot arreu?



Gràfic 4: Bellesa i cànons de bellesa

Com podem veure, aquesta imatge ens diu que el 85% de les noies que van contestar l'enquesta creuen que la bellesa varia depenent del lloc/país en el que vagis. Contràriament, el 15% creuen que sí, que la bellesa està considerada a tot arreu per igual.

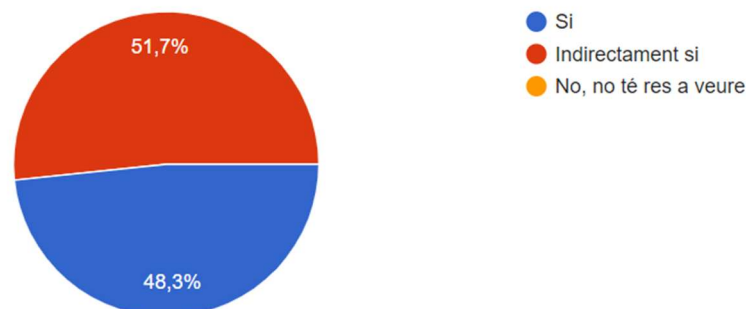
6. Saps què són els estereotips? Creus que la dona hi està influenciada? Si és així, per què?

En aquest cas (com en la pregunta 3), hi han hagut diverses opinions. Totes les noies saben què són els estereotips i totes elles coincideixen en que les dones hi estem influenciades, i per tant hi ha hagut respostes molt similars. Algunes de les respostes pel que fa a la pregunta de per què creuen que estem influenciades han sigut molt relacionades amb el paper que tenen les xarxes socials i nosaltres mateixes, és a dir, el molt que ens arriben a influenciar inconscientment.

Relacionat amb aquesta pregunta una noia creu que són com uns patrons que ens ensenyen el que vindria a ser la perfecció, i que les dones hi solem estar molt influenciades degut a que es valora més el nostre físic que no pas la nostra personalitat. Altres pensen que la societat ens pressiona molt per assemblar-nos a aquest ideal de noia perfecta i a complir amb tots aquests estereotips que la pròpia societat ens ha marcat (comparant aquest model amb el d'un model tot i que ni el 70% de la població és com aquets ideal marca), perquè si no els complim ens sentim malament. Que tenim molta pressió social, i que aquests cànons de bellesa es visualitzen molt en joguines, influencers, anuncis, revistes, publicitat, marques de roba..., que realment no t'ensenyen com és de veritat l'ésser humà femení.

Una altra opinió és que els estereotips poden portar a jutjar els altres i a exercir actituds que comporten un tracte immerescut ja que si surts del que es considera normal ets criticat i jutjat per gairebé tothom, i a causa d'això, a vegades actuem com si fóssim una altra persona per por a no per ser acceptades socialment si som nosaltres mateixes. També ha sortit el tema del patriarcat. Algunes diuen que la societat espera d'elles el que el patriarcat ha dictat fins ara.

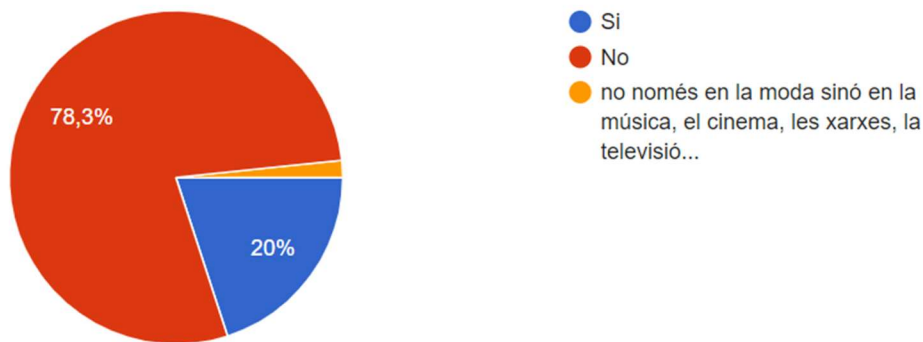
7. Creus que la moda influeix en el tema de la visió del cos "perfecte" de la dona?



Gràfic 5: La moda com a influència de la dona perfecte

Com es pot observar a la foto, el 51,7% de les noies que va respondre l'enquesta creuen que la moda influeix d'una manera indirecta, mentre que el 48,3% creu que si.

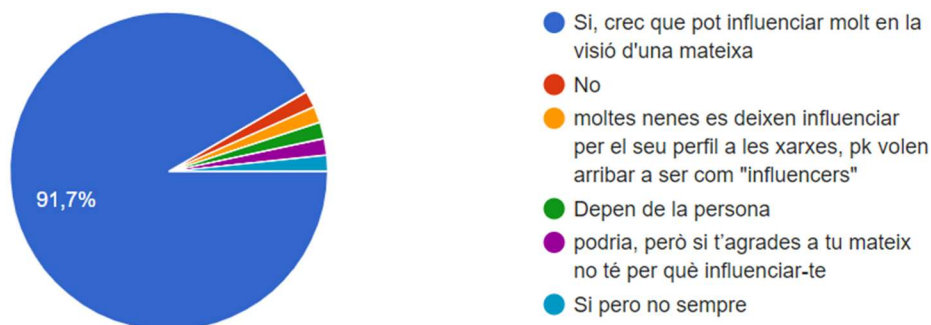
8. Creus que tot el que la societat ens imposa és sa tan físicament com mentalment per totes les noies i dones que estan en el món de la moda?



Gràfic 6: Societat en les dones i noies que estan al món de la moda

La foto ens indica que el 78,3% de les noies que van respondre l'enquesta, creuen que no, que el que la societat d'avui en dia ens diu i ens "obliga" no és sa ni físicament ni mentalment per aquelles nenes, noies i dones que es dediquen al món de la moda. Contràriament, l'altre 20% creuen que sí, i tan sols un 1,7% (una persona), creu que no només en la moda sinó en la música, el cinema, les xarxes, la televisió...

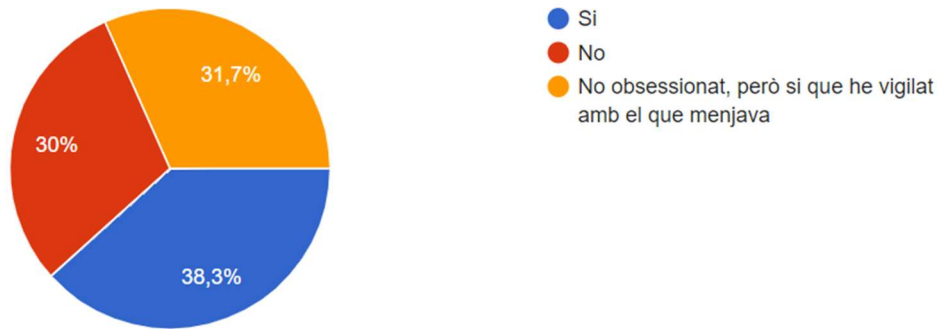
9. Creus que una foto de les xarxes socials, una pel·lícula, un anunci... pot crear perjudicis entre les noies adolescents?



Gràfic 7: Perjudicis entre les noies adolescent per culpa d'una imatge en les xarxes socials, pel·lícules...

En aquest cas, la imatge ens mostra una més àmplia varietat del que serien les opinions de les noies que han respòs l'enquesta. La gran majoria, el 91,7% concretament, creu que una foto de les xarxes socials, una pel·lícula,, un anunci... pot crear perjudicis entre les noies adolescents. Un 1,7% creu que no, que no crea perjudicis, Un altre 1,7% creu que moltes nenes es deixen influenciar per el seu perfil a les xarxes perquè volen arribar a ser "influencers", un altre 1,7% creu que això depèn de cada persona, L'altre 1,7% creu que podria, però que si t'agrades a tu mateix no té per què influenciar-te, i el restant 1,7% creu que sí però que no sempre.

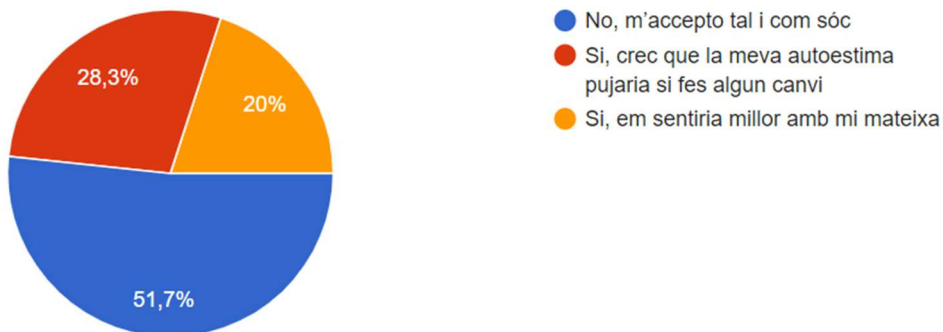
10. T'has obsessionat mai amb el teu pes i cos?



Gràfic 8: Obsessió pel pes o cos

Com podem veure a la imatge, en general, el 70% de les noies s'han preocupat algun cop per el seu pes i cos. Concretament, el 38,3% han arribat al punt d'obsessió, i el 31,7% a tenir cura del que menjaven. Contràriament, el 30% no ha arribat a aquest punt.

11. Canviaries alguna cosa del teu físic? Et realitzaries alguna cirurgia estètica?



Gràfic 9: Cirurgia estètica i canvi físic

En aquest gràfic podem observar que una mica més de la majoria de noies, el 51,7% concretament, no canviarien res del seu físic ni tenen la intenció de realitzar-se cap cirurgia estètica ja que s'accepten tal i com són. A diferència de la primera opció, el 28,3% sí que canviarien alguna cosa del seu físic i es realitzarien alguna cirurgia estètica ja que creuen que així pujarà la seva autoestima. El restant 20% també canviarien alguna cosa del seu físic i es realitzarien alguna cirurgia estètica ja que creuen que així se sentiran millor amb elles mateixes.

2. Catàleg

La part més important dins de la part pràctica del meu treball, és el catàleg.

He fet un catàleg amb un seguit de fotos que tenen relació amb tot el que he anat parlant durant la part teòrica.

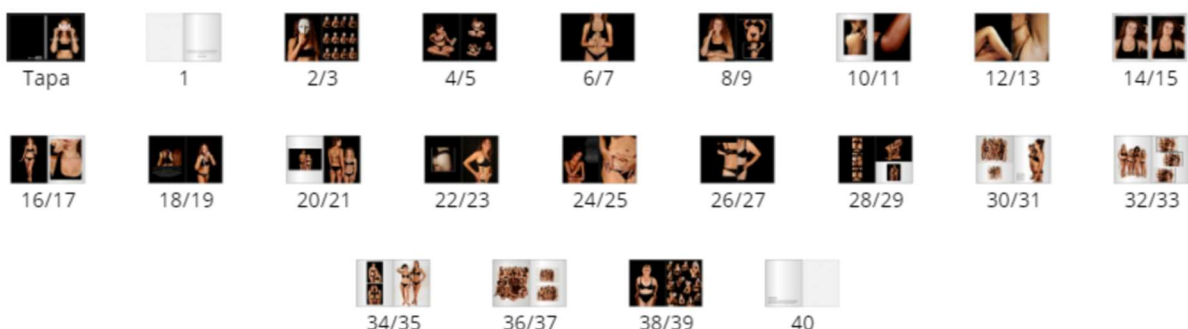
La meua inspiració a l'hora de fer el catàleg de fotos ha tingut a veure amb la influència que poden generar les fotos, unes fotos que moltes vegades no són ni reals sinó que estan retocades però que veiem dia a dia en diferents llocs com en les xarxes socials, als diaris, a les televisions, etc.; i el fet de que si no ets com la societat et diu que siguis, ets criticada.

Per fer el catàleg primer vaig necessitar una idea de com fer-lo. Vaig pensar la gent que volia per fer les fotos, el tipus de foto que volia fer i com les volia distribuir.

Primer vaig buscar fotos d'inspiració per fer durant la sessió de fotos, i vaig començar a pensar a qui li podria dir per anar a fer les fotos com a models. A partir d'aquí, un cop les vaig tenir totes, les vaig anar distribuïnt per grups i una mica per ordre de com voldria que anessin al catàleg. Les vaig endreçar per ordre a partir de la idea que tenia, i després, un cop organitzades, vaig contactar amb una fotògrafa per què em portés la sessió de foto, i vaig començar a passar la informació a totes aquelles noies i dones que havia anat pensant mentre buscava les fotos d'inspiració. Després de passar-los la informació, vaig buscar un estudi on poder fer les fotos, i vaig contactar amb un dels integrants de l'associació "Foto Club Sallent" per poder llogar una sala. Arribat a aquest punt, vam quedar el dia 21 de setembre a les 10 del matí, i vam dur a terme la sessió de fotos.

Un cop vaig tenir totes les fotos, vaig començar a estructurar el catàleg. Com que les fotos d'inspiració ja les havia ordenat una mica amb la idea de com seria el catàleg, em va facilitar molt la feina.

L'estructura del catàleg es divideix en diferents parts que van relacionades amb els temes que tracten. El seu índex seria aquest:



➤ **Primera part:** (de la pàgina 2 fins a la pàgina 23, incloent-hi la tapa i la pàgina 39) La primera part, la he definit com a la part més reivindicativa del catàleg. Aquesta part del catàleg està formada per fotos relacionades amb els estereotips que ens ha imposat la societat tan a través de fotos com a través de joguines. També hi surten tot de cossos que ens mostren realment la veritat d'un cos humà femení. Dins d'aquesta apartat hi distingim diferents parts:

- **Part reivindicativa:** (de la pàgina 4 a la 23 incloent-hi la tapa) Dins d'aquestes parts, hi entren tot de fotos que tenen relació amb els temes de la influència que provoquen les fotos, les models, les marques de roba o llenceria, algunes joguines...
 - Fotos relacionades amb la temàtica de la joguina Barbie: Dins d'aquesta part, hi trobem la portada, la pàgina 6 i 7 i la pàgina 8 i 16. Totes elles tenen una relació amb el tema de la Barbie i aquesta perfecció idealitzada que mostren.
 - Barbie (portada): Aquesta foto està relacionada amb tot el tema del màrqueting i del món de la perfecció a través d'una famosa joguina com és la Barbie. Amb aquesta foto, intento donar a entendre que actualment si no ets com la societat et diu que has de ser no ets acceptada per tothom. Que la societat ens ha imposat tot un seguit d'estereotips que se'ns mostren constantment en molts dels temes actuals (i no tan actuals), com el de les joguines Barbie, les pel·lícules Disney, la publicitat en el tema de la moda i en el dels requisits que posen les marques a les models seguin aquest ideal, etc. Ens influeixen amb cossos que no són reals i ens fan creure que si no ets com ells ens diuen que siguem, si no segueixes aquest patró de perfecció que busca tot aquest món de la moda, de la publicitat..., no ets ningú i no ets acceptada socialment pels altres. Per això, moltes vegades fingim ser una cosa que no som.

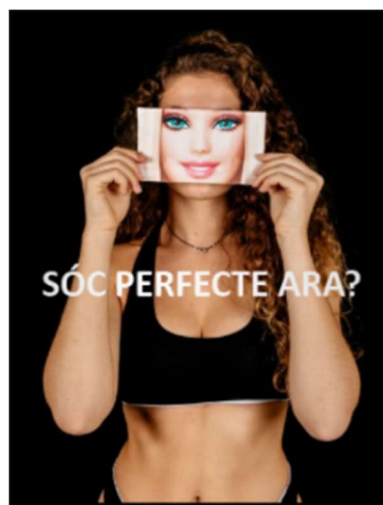


Foto 1: Foto de la portada. Barbie

- Barbie (Pàgina 6 i 7): Aquestes dues pàgines també van relacionades amb la temàtica de la Barbie. Mostren una imatge bastant impactant, on al centre de la imatge s'hi posiciona una Barbie, i al darrera d'aquesta, una noia (en aquest cas jo mateixa) que la manté agafada, i que té el cos senyalitzat, ple de ratlles. Aquestes ratlles representen el referent que et dibuixen els cirurgians plàstics moments abans d'operar-te, i en aquest cas, l'operació representa que és per tenir el mateix cos o un cos similar al de la Barbie.



Foto 2: Temàtica de la Barbie (foto de les pàgines 6 i 7 del catàleg)

- Perfecció idealitzada (pàgina 8 i 16): Aquesta pàgina fa més referència a la perfecció idealitzada que ens mostren totes aquestes influències com ho és la de la Barbie. Aquesta foto plasma el missatge que ens aporten totes aquestes influències, el missatge de la perfecció.



Foto 3: Perfecció idealitzada (foto de la pàgina 8 del catàleg)



Foto 4: Perfecció idealitzada (foto de la pàgina 16 del catàleg)

- Fotos relacionades amb la influència de la moda, les models i la imatge:
Dins d'aquest apartat hi trobem les fotos de la pàgina 4 i 5. En aquest cas aquest apartat fa referència a tot el món de la moda, i per tant al de les models i marques i a la fotografia.

Amb aquestes fotos he volgut representar a totes aquelles noies i dones que es deixen influenciar per alguna foto que veuen i que no saben ni si és real.

En aquestes fotos es veu a una noia mirant una foto on es veu una model amb un cos "perfecte" i amb banyador, i ella agafant-se el greix donant a entendre que ella també vol tenir aquest cos i lluir com la model.



Foto 5: Model mirant una foto on hi surt una noia amb banyador (Foto de la pàgina 4 i 5 del catàleg)

- Fotos relacionades amb el tòpic 90-60-90: Dins d'aquest apartat, hi trobem les fotos que hi han a la pàgina 9 i a la 19. A la pàgina 9 hi surten dues fotos que mostren dues models totalment diferents que es mesuren la cintura amb un cinta mètrica. I a la pàgina 19, una que està en posició de boxa amb les cintes mètriques a la mà.

Amb aquesta foto ho volgut donar el missatge que no sempre hem de ser com els altres ens diuen, sinó com nosaltres vulguem. Simbolitza "la lluita" contra aquest tòpic que ha establert la societat i que conserven moltes de les marques actuals.



Foto 6: Tòpic 90-60-90 (fotos de la pàgina 9 del catàleg)



Foto 7: Tòpic 90-60-90 (foto de la pàgina 19 del catàleg)

- Fotos relacionades amb la naturalesa d'un cos femení real: Aquesta part inclou les fotos que van de la pàgina 10 a la 13. Totes aquestes fotos tenen a veure amb les realitats que pràcticament totes les marques de roba volen amagar. Es tracta de les estries i els pèls, que des de fa anys s'han convertit en paraules tabú.



Foto 8: Estries (foto de la pàgina 10 del catàleg)



Foto 9: Estries (foto de la pàgina 11 del catàleg)



Foto 10: Pèls (foto de la pàgina 12 del catàleg)



Foto 11: Pèls (foto de la pàgina 13 del catàleg)

Dins d'aquest apartat, també hi trobem les fotos de la pàgina 22 i 23. La foto de la pàgina 22 mostra també les estries, l'únic que ara estan pintades. Relacionat amb les estries pintades, a la pàgina 23, hi trobem una foto amb una model ensenyant els seus tattsos.



Foto 12: Estries pintades (foto de la pàgina 22 del catàleg)



Foto 13: Tattsos (foto de la pàgina 23 del catàleg)

- Fotos relacionades amb el photoshop: Dins d'aquest apartat hi trobem les fotos de la pàgina 14 i 15.

Aquestes dues pàgines estan formades per 2 fotos, una que està editada, i l'altra d'abans de l'edició. A la pàgina 14 es troba la foto abans d'editar-la, i en canvi a la pàgina 15, la foto que ja ho està.



Foto 14: Abans de l'edició (foto de la pàgina 14 del catàleg)



Foto 15: Després de l'edició (foto de la pàgina 15 del catàleg)

- Fotos relacionades amb el poder de la opinió de la societat, en com ens veuen els altres: Aquesta part inclou les fotos de la pàgina 17, 18, 20 i 21.

Totes donen el mateix missatge, tenen relació amb com la societat ens controla en general. Et diuen que has de ser així, i has de ser així, perquè si no ets com et diuen no t'accepten, i així és com acabes sent una persona que en realitat no ets. Ens manipulen tan per el físic com per la ment pròpiament dita. T'estableixen un cànon de bellesa, i en funció de com el compleixis o no, et posicionen en una banda o altra de la societat.

I al final t'acabes obsessionant amb la posició que tens, i amb quina imatge dones de cara als altres, però només depèn de tu que deixis que això t'influeixi i t'afecti o no.



Foto 16: Opinió de la societat (foto de la pàgina 17 del catàleg)



Foto 17: Opinió de la societat (foto de la pàgina 18 del catàleg)



Foto 18: Opinió de la societat (foto de la pàgina 20 del catàleg)



Foto 19: Opinió de la societat (foto de la pàgina 21 del catàleg)

- Part de les màscares: (pàgina 2, 3, 38 i 39) Aquestes fotos van una mica relacionades amb les anteriors, ja que amb aquestes fotos intento mostrar que vivim en un món on la gent s'amaga darrera una màscara. On aquesta màscara amaga realment qui ets, amaga la teva personalitat i per tant la definició d'un mateix, per por al què diran els altres, per por a mostrar-me tal i com sóc, tant amb les meves virtuts com amb els meus defectes.

La màscara simbolitza tot el que la societat ens diu que hem de ser i com hem de ser. Perquè al final depèn d'un mateix de si te la vols treure o no, i de i mostrar-te tal i com ets.

Al principi del catàleg hi han les fotos de les dones i noies que van fer de models amb les màscares posades, i al final amb les màscares tretes. Per què al principi la porten posada i al final treta? Perquè aquest catàleg l'he fet amb la fi que la gent s'adoni realment que vivim en un món on ens controlen, ens controlen per allà on poden i al final és un mateix qui decideix si es vol alliberar o no de totes les falsedats que romanen en l'actualitat (tots els estereotips, totes les imatges irreals...), i el catàleg simbolitza una mica aquesta idea, la idea de posar fotos on es vegi com la societat vol veure un cos femení i de plasmar com és realment un cos femení, i la bellesa que hi ha en tots ells.



Foto 20: Model amb la màscara (foto de la pàgina 3)



Foto 21: Model sense la màscara (foto de la pàgina 39)

- Segona part: (de la pàgina 24 a la 38) Aquesta segona part l'he definit com a la part on es mostra realment la naturalesa i la bellesa de la diversitat de cossos i de perfils que hi ha actualment. Aquesta part inclou fotos individuals, en parella, i en grups de més de dues:

- **Fotos individuals:** Aquesta part inclou a la pàgina 24, 25, 26, 27 i 38. Són fotos que et mostren com és un cos femení real, sense photoshop, sense amagar el que creiem imperfecte de nosaltres mateixos, i veient com evoluciona, des d'un cos jove fins a un cos més gran.



Foto 22: Model abraçant-se, cos natural (pàgina 24 del catàleg)



Foto 23: Foto de la model ensenyant les cicatrius, cos natural (foto de la pàgina 25 del catàleg)



Foto 24: Model mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 26 del catàleg)



Foto 25: Model mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 27 del catàleg)



Foto 26: Model mostrant el seu cos i rient, cos natural (pàgina 38 del catàleg)

- **Fotos en parella:** Aquesta altra part està formada per les fotos de la pàgina 28, 29, 34 i 35, que mostren també la diversitat de cossos, però aquest cop en parella.



Foto 27: Models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 28 del catàleg)



Foto 28: Models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 28 del catàleg)



Foto 29: Models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 28 del catàleg)



Foto 30: Models mostrant el seu cos rient, cos natural (pàgina 29 del catàleg)



Foto 31: Models mostrant el seu cos rient, cos natural (pàgina 29 del catàleg)



Foto 32: Models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 34 del catàleg)



Foto 33: Models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 34 del catàleg)



Foto 34: Models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 35 del catàleg)

- **Fotos en grups de més de dos models:** Aquestes fotos s' inclouen a les pàgines 30, 31, 32, 33, 36 i 37. En aquesta part es pot veure clarament que no només hi ha un cos perfecte i idealitzat, sinó que es veu la veritat que hi ha darrera d'aquesta farsa.



Foto 35: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 30 del catàleg)



Foto 36: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 30 del catàleg)



Foto 37: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 31 del catàleg)



Foto 38: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 32 del catàleg)



Foto 39: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 33 del catàleg)



Foto 40: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 33 del catàleg)



Foto 41: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 33 del catàleg)



Foto 42: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 36 del catàleg)



Foto 43: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 37 del catàleg)



Foto 44: Grup de models mostrant el seu cos, cos natural (pàgina 38 del catàleg)

➤ **Tercera part:** (pàgina 1, 18, 24, 31 i 40) Aquesta part està formada per el text i els agraïment que he afegit al catàleg.

- **Text pàgina 1:**

Les teves estries em diuen que el teu cos ha canviat amb els anys, les teves cicatrius em diuen que segueixes sent forta després de tot el que has passat, les teves arrugues em diuen que ja has viscut la teva pròpia història, i el teu somriure em mostra tal i com ets.

- **Text pàgina 18:**

Vivim obsessionats de tot allò que veiem i veuen els altres de nosaltres.

Envoltats de preguntes, preguntes que l'únic que fan és que ens obsessionem encara més per les coses.

Com em deu veure la gent? Què deuen pensar de mi? El que veuen és suficient?

Però... Per què no acceptem les coses tal i com són sense jutjar-les?

Realment hem de ser com els altres ens diuen que hem de ser? Hem d'acceptar que siguin ells qui ens defineixin? o hem de ser nosaltres mateixos?

Per què només ens fixem en allò que és "perfecte"?

Realment existeix aquesta perfecció?

- **Text pàgina 24:**

La perfecció absoluta no existeix i per molt que la vulguis no l'aconseguiràs, perquè sempre voldràs més del que tens i ets, i al final allò que havia de ser perfecte i que t'havia de fer sentir millor, se't posarà en contra i et farà sentir més insegur de tu mateix. Perquè els humans no som perfectes, perquè realment estàs buscant una cosa que no et defineix, ja que al cap i a la fi tot el que creiem imperfecte, totes aquelles imperfeccions que odiem tant i que volem amagar, formen part de nosaltres. Són les que ens fan únics i les que ens defineixen com a tal. I cadascú les hauria d'acceptar perquè acceptant-les, t'acceptes a tu mateix, i així és com ho veus tot d'una altra manera, una manera molt més simple del que la societat ens fa veure.

- **Text pàgina 31:**

Sigues tu mateix/a, que ningú et digui com has de ser; i sobretot estima't, estima el teu cos i estima't a tu mateix/a. No et deixis manipular pels altres.

- **Agraïments pàgina 40:**

Fotògrafa: Yasmina Saus

@yasminasausfotografia

Amb la col·laboració com a models de: Clara Rivero, Neus Sánchez, Clara Escudé, Marina Santasusana, Joana Berengueras, Bethelhem Manzano, Jana Torreblanca, Bel Torralbo, Txell Puigbò, Jana Xixons, Mireia Berengueras i Rosa Collell.

CONCLUSIONS

Al llarg del treball he après l'evolució que ha fet la dona. He après el canvi que han fet parlant del cos i també del què simbolitzaven. He après que no tot el que veiem és real, sinó un muntatge. Que darrera cada marca hi ha una història, i que no sempre és tan bonica com sembla. Que la visió que té la gent sobre aquests temes és molt errònia ja que la majoria de la gent s'ha deixat influir inconscientment pel que veu i no pel que realment és, i que aquest problema és molt més present del que ens sembla.

Personalment crec que com més naturals siguem millor. Que malgrat com és la societat actual, hem d'actuar sempre com nosaltres creguem, i que si als altres no els està bé que es fotin. Cadascú hauria de ser com és sense jutjar els altres per les aparences, ja que aquest fet també és molt comú avui en dia. Jutgem sense saber realment com és una persona, li posem una etiqueta que potser no és la que li correspondria. De fet, a ningú li hauríem de posar etiquetes. Cadascú hauria de ser i mostrar el que és sense ser superficials de cara als altres, i sense amagar el que es creu imperfecte. Tothom s'hauria d'estimar en la imperfecció, i això és un gran aprenentatge que opino que tothom hauria de dur a terme.

Relacionat amb el propòsit que em vaig plantejar al principi de tot, crec que l'he complert, ja que he aprofundit els coneixements que tenia sobre aquests temes i he aconseguit fer veure (a través del catàleg) que hem de ser nosaltres mateixos i que no només hi ha un únic cos que es consideri perfecte, sinó tots aquells que ens representen. Si que és veritat que ja tenia coneixements sobre aquests temes, però el saber no ocupa lloc, així que he pogut aprofundir més sobre aquests temes i descobrir coses que no sabia.

OPINIÓ PERSONAL

Al principi del treball, no sabia com començar, no tenia les idees gaire clares però de mica en mica vaig anar fent, cada vegada em sentia més segura i a gust a l'hora de fer el treball.

En la part teòrica no vaig tenir gaires dificultats. Si que és veritat que en la part de la cronologia em va costar una mica trobar la informació i que en alguna etapa em vaig fer una mica d'embolic, però al final crec que me n'he sortit prou bé. En canvi, en la part pràctica, a l'hora de fer les fotos pel catàleg i de buscar gent disposada a ajudar-me fent de models, sí que vaig tenir més dificultats. Es podria dir que aquest últim punt ha sigut probablement la part més difícil de gestionar. La meua intenció a l'hora de buscar a les models, era agrupar a noies i dones amb uns perfils més diferents, és a dir, que els seus cossos no fossin tant semblants i que hi hagués més diversitat, però a l'hora de demana'ls-hi la participació, totes les noies o dones que els hi vaig dir, i que tenen una mica de sobrepès em van dir que no, que es sentien insegures del seu cos i de si mateixes i que els hi feia vergonya. Contràriament, a les noies que els hi vaig dir que eren més primes, també em van dir que no. Al final, tot i aquests inconvenients, crec que vaig poder aconseguir que vingués gent amb caires bastant diferents i que les fotos i el catàleg en sí m'han quedat molt bé.

I per últim, crec que la majoria de gent a l'hora de realitzar aquest treball pensa que és per aprofundir en un tema que es va triar al principi i que no serveix gaire de res, però jo crec que és molt més que això. Crec que és aprendre sobre el tema que has triat prèviament, a gestionar el temps, a saber estructurar un treball, a aprendre a parlar en públic exposant un tema del teu interès (malgrat a alguns ens costi més que a d'altres), a confiar en professor que t'ajuda i et guia durant aquest procés, i sobretot a confiar en tu mateix.

BIBLIOGRAFÍA

El Naixement de Venus [en línia] <http://blogs.sapiens.cat/socialsenxarxa/2012/02/11/botticelli-el-naixement-de-venus/> [Consulta: 21/07/2019]

La venus de Milo [en línia] <http://blogs.sapiens.cat/socialsenxarxa/2012/08/29/la-venus-de-milo/> [Consulta: 23/06/2019]

Veus de Malta [en línia] <http://el-arte-de-ser-madre.blogspot.com/2011/10/venus-de-malta.html> [Consulta: 21/07/2019]

Amanda Ahola [en línia] <http://www.ladbible.com/now/weird-this-22-year-old-has-spent-almost-40k-trying-to-look-like-barbie-20180727> [Consulta: 18/07/2019]

Venus Laussei [en línia] <https://arte.laguia2000.com/escultura/venus-laussei> [Consulta: 29/06/2019]

Princeses Disney [en línia] <https://bwayinspain.com/2015/09/10/buenas-noches-princesas/> [Consulta: 10/10/2019]

Estereotips [en línia] https://ca.wikipedia.org/wiki/Estereotips_socials#Tipus_d'estereotips_socials [Consulta: 13/05/2019]

Kim Kardashian [en línia] https://ca.wikipedia.org/wiki/Kim_Kardashian [Consulta: 19/07/2019]

Victoria's Secret [en línia] https://elpais.com/elpais/2019/07/30/gente/1564508253_689356.html [Consulta: 26/08/2019]

Afrodita de Cnido [en línia] https://es.wikipedia.org/wiki/Afrodita_de_Cnido [Consulta: 29/07/2019]

La gran odalisca [en línia] https://es.wikipedia.org/wiki/La_gran_odalisca [Consulta: 18/07/2019]

Venus de Willendorf [en línia] <https://patrimoniointeligente.com/la-venus-willendorf/> [Consulta: /05/2019]

Pompeia [en línia] <https://universalis.mforos.com/1222858/8104020-las-pinturas-de-pompeya-con-su-esplendor-original/> [Consulta: 15/06/2019]

La Maja Nua [en línia] <https://www.almendron.com/artehistoria/arte/pintura/goya-realidad-e-imagen/la-maja-desnuda/> [Consulta: 21/07/2019]

Afrodita de Cnido [en línia] <https://www.artehistoria.com/es/obra/afrodita-de-cnido> [Consulta: 23/06/2019]

Bella Hadid [en línia] <https://www.glamour.es/celebrities/noticias/articulos/bella-hadid-antes-despues-cirugia-retoque/40405> [Consulta: 24/07/2019]

La Barbie actual [en línia]

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=BCE_XfWAJ7WGhblPp82n4A8&q=barbie+2019&oq=barbie+2019&gs_l=img.3..0j0i30i9.13642.15096..15482...0.0..0.173.525.4j1.....0....1..gswizimg.....35i39j0i67.ERNBzDV0u7U&ved=0ahUKEWj1ksSsyNriAhU1Q0EAHafmCfwQ4dUDCAY&uact=5#imgdii=vw3vS0c_VhhAYM:&imgcr=fulqpySlTq6HaM:

[Consulta: 29/07/2019]

Princesa Tiana [en línia]

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNR4zKK5uF3XuzDqPA0YsRAGwA_qw%3A1570739517302&sa=1&ei=PZWfXcCOEo2igAae1LqgBg&q=Tiana&oq=Tiana&gs_l=img.3..0i67j0i67j0i7.81304.83158..84025...1.0..0.78.386.5.....0....1..gswizimg.....10..35i362i39j35i39.s9CFD7kSJMw&ved=0ahUKEwiAodrXxJLIaHUNEcAKHR6qDmQQ4dUDCAc&uact=5#imgcr=-3oN5u6rL6g2nM: [Consulta: 10/10/2019]

Princesa Bella Dorment [en línia]

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNT63malQJ13ChaSFDr_xWdyI7IDA%3A1570739507402&sa=1&ei=M5WfXcaeGMWMLwSviLTQAQ&q=bella+durmiente&oq=bella+durmiente&gs_l=img.3..0i3j0i30i7.6231.8517..9113...0.0..0.89.688.9.....0....1..gswizimg.....35i39j0i10i30.OTO9kTYtIU&ved=0ahUKEwiGhP7SxJLIaHVFxoUKHS8EDRoQ4dUDCAc&uact=5#imgdii=YsrMlixujEEPxM:&imgcr=CQk6cm3oRuUZdM: [Consulta: 10/10/2019]

Princesa Rapunzel [en línia]

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNRfrkLP5BtDnlZM1Dm3a3sUXd5tVA%3A1570739968453&sa=1&ei=AJefXdywG46egQbq_lfIBg&q=rapunzel&oq=rapunzel&gs_l=img.3..0j0i67j0i67j0i6.125388.127590..127816...1.0..0.89.581.8.....0....1..gsw-wiz-img.....10..35i362i39j35i39.Gst_JjzShyQ&ved=0ahUKEwjcsOquxpLIaHUOT8AKHWr-AWkQ4dUDCAc&uact=5#imgdii=ob-FsEiyJ6VKGM:&imgcr=DN_EdZjwyaqY8M: [Consulta:

10/10/2019]

Gigi Hadid [en línia]

https://www.google.com/search?q=gigi+Hadid+Victoria%27s+Secret&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi89eryvqPkAhUH2aQKHYQkAf4Q_AUIESgB&biw=1920&bih=969#imgdii=UQGXd5WDFnCuIM:&imgcr=yCd3YZGjnWuyjM: [Consulta:

02/08/2019]

Khrystyana Kazakova [en línia]

https://www.google.com/search?q=Khrystyana&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&sxsrf=ACYBGNT-lgqR7LjBsOEt3jhj9w73gSXCCw:1570564586234&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiPjYmCuY3IAhUS8BQKHZxhCZMQ_AUIEigB&biw=1920&bih=969#imgdii=vWLlIMT57aykhAM:&imgcr=PgZKTbFUCNrMxM: [Consulta: 10/10/2019]

Kylie Jenner [en línia]

https://www.google.com/search?q=kylie+jenner+operaciones&tbm=isch&tbs=rimg:CfdQc5rYjB NXIij2jgslb_1WYi0LIUEGOMxnjguw3QeIQV7aJFMtnCiDyuapEqDIDqAEakv4g2zOvqhT_1DqgXNp5 JHyoSCfaOqyVv9ZiLEcScm445FHNGKhIJQuVQQbQzGeMR8hKIKsX98b8qEgmq7DdB6OpXNhHV_1D5iDWln1SoSCYkUy2dyIPK5EbHpyzIEAEKHKhIJqkSoOUOoARoR1Gm6dB7ykWoqEgmS_1iDbM6 gFBFbFrMpmYXMSoSCf8OqBc2nkkfEfv06lQf1lz5&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjg_pWRh9rjAhW YBWMBHWewApsQ9C96BAgBEBs&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgdii=xrc0Lz1at8h5CM:&imgr c= w6oFzaeSR8pmM: [Consulta: 29/07/2019]

Les Tres Gràcies [en línia]

https://www.google.com/search?q=les+tres+gr%C3%A0cies&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjRucSS3sbjAhXIBGMBHV1DVoQ_AUIESgB&biw=1920&bih=969 [Consulta: 21/07/2019]

La Maja Nua [en línia]

https://www.google.com/search?q=maja+desnuda&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjLOYKe68bjAhXa8uAKHQIuDEYQ_AUIESgB&biw=1920&bih=969#imgrc=NqGlyed_7l62SM: [Consulta: 21/07/2019]

Mart y Venus [en línia]

https://www.google.com/search?q=Marte+y+Venus,+casa+de+Marte&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjUg7uSib_jAhXvDmMBHShBBk0Q_AUIESgB&biw=1920&bih=969#imgrc=kTIDkiVIR0jxoM: [Consulta: 29/07/2019]

Princesa Mèrida [en línia]

https://www.google.com/search?q=princesa+M%C3%A8rida&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&sxsrf=ACYBGNStA7v6rk46eMdlmbnNzxmMGfST3w:1570736551637&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi9s8jRuZLIAhXYDmMBHDr0CiQQ_AUIEigB&biw=1920&bih=969#imgrc=JLcPctmHbbie-M: [Consulta: 10/10/2019]

Ruth Handler [en línia]

https://www.google.com/search?q=Ruth+Handler&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj5oca5ytrjAhWvDWMBHRzjAlwQ_AUIESgB&biw=1920&bih=969#imgrc=qgmJ-eNfuxd6uM: [Consulta: 29/07/2019]

Venus adorada per sis amants llegendaris [en línia]

https://www.google.com/search?q=Venus+adorada+por+seis+amantes+legendarios&rlz=1C1CHBF_esES827ES827&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiv67OYuchjAhWMxoUKHfM BB-AQ_AUIESgB&biw=1920&bih=969 [Consulta: 23/06/2019]

Winnie Harlow [en línia]

<https://www.google.com/search?q=winnie+harlow+victoria+secret&tbm=isch&sa=X&biw=1920&bih=969&dpr=1&ved=0ahUKEwiGvpKphKPAhURzhoKHZFzBtUQgowBCCgoAA#imgdii=gGXfG RELrkfhMM:&imgrc=1zzQ6PC46zYdWM>: [Consulta: 27/07/2019] en línia

Princesa Venafocs [en línia]

https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esES827ES827&biw=1280&bih=610&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNTtAeE8jKYd16100zS7jcHYLcdP1A%3A1570873797979&sa=1&ei=xaGhXZK7O4eFjLsP1aubiAl&q=Ventafocs+princesa#imgdii=jT-jzmcqftY2DM:&imgrc=b4zjsYnFEBEU6M:

[Consulta: 12/10/2019]

kim Kardashian [en línia]

https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esES827ES827&biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=0UY_XcHfMPPTgweY5a74Bw&q=kim+Kardashian+&oq=kim+Kardashian+&gs_l=img_3..35i39j0i9.218655.218655..218748...0.0..0.79.79.1.....0....1..gswizimg.yPRA7MJrDHM&ved=0ahUKEwiBjPuy7NriAhXz6eAKHZiyC38Q4dUDCAY&uact=5#imgrc=NAGj7-2ZXbYmwM:

[Consulta: 27/08/2019]

kim Kardashian [en línia]

https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esES827ES827&biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=n3JlXya8MsHClwSbga2wAg&q=kim+kardashian+despues+del+embarazo&oq=kim+kardashian+despues+del+embarazo&gs_l=img_3...236148.238678..239795...0.0..0.92.892.12.....0....1..gswizimg.....35i39j0i7i30j0i8i30j0i24j0i8i7i30.n_Pbi36xTZ0&ved=0ahUKEwjGh53C06PkAhVB4YUKHZtAcYyQ4dUDCAY&uact=5#imgrc=Jlb6WQnAZumw9M: [Consulta: 19/07/2019]

Princesa Megara [en línia]

https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esES827ES827&biw=1920&bih=969&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNTwkFP75n_D1o9neGX_5RIZBQh0A%3A1570739268656&sa=1&ei=RJSfXZTgJ8ydgQalwZPYBg&q=princeses+disney+sexualitzades&oq=princeses+disney+sexualitzades&gs_l=img_3...125694.136347..136523...5.0..0.110.2514.33j1.....0....1..gswizimg.....10..35i362i39j35i39j0i67j0i0i10j0i30j0i8i30.QMSg1TeBJzU&ved=0ahUKEwiUkpLhw5LIAhXMTsAKHaXgBGsQ4dUDCAc&uact=5#imgrc=EK4moeflyTz2M: [Consulta: 10/10/2019]

Angelica Kenova [en línia]

https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esES827ES827&tbm=isch&q=Angelica+Kenova&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwiI89bXuNriAhX1BGMBHRBHB8MQBQg7KAA&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgdii=q-WZBgy6z6_w9M:&imgrc=zvc4GnHsV4rRiM: [Consulta: 29/07/2019]

Princeses Disney [en línia]

https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esES827ES827&tbm=isch&sxsrf=ACYBGNRKUpDdhfgOMtUv3xjhQuxLZm87g:1570727369885&q=princeses+disney+estereotipos&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwiD5q63l5LIAhXFzIUKHed6B5EQBQg5KAA&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=jAFZ14kd-S-k5M: [Consulta: 10/10/2019]

Valentina Sampaio [en línia]

<https://www.hola.com/moda/modelos/20190805147003/valentina-sampaio-victorias-secret-modelo-transgenero-mm/> [Consulta: 27/08/2019]

Venus Paleolítiques [en línia] <https://www.ihistoriarte.com/2014/04/las-venus-paleoliticas/>

[Consulta: 25/06/2019]

<https://www.observatoridelesdones.org/wp/wp-content/uploads/2015/03/AP01.pdf>

[Consulta: 27/08/2019]

Barbie [en línia] <https://www.prensalibre.com/vida/escenario/algunas-personas-quieren-ser-barbies-a-toda-costa/> [Consulta: 29/07/2019]

Maria González per Carolina Cerrutti [en línia] <https://www.unomodels.com/en/news/18823-maria-gonzalez-for-carolina-cerrutti/> [Consulta: 16/10/2019]

Maria González per MM93 *New Collection* [en línia] <https://www.unomodels.com/en/news/22023-maria-gonzalez-for-mm93-new-collection/> [Consulta: 16/10/2019]

Maria González per Tous [en línia] <https://www.unomodels.com/en/news/22428-maria-gonzalez-for-tous/> [Consulta: 16/10/2019]

Maria González per Murad Skincare [en línia] <https://www.unomodels.com/en/news/23120-maria-gonzalez-for-murad-skincare/> [Consulta: 16/10/2019]

Maria González per Sfera [en línia] <https://www.unomodels.com/en/news/23825-maria-gonzalez-for-sfera/> [Consulta: 16/10/2019]

Maria González per Multiópticas [en línia] <https://www.unomodels.com/en/news/24148-maria-gonzalez-for-mo-multiópticas/> [Consulta: 16/10/2019]

La Venus d'Urbino de Tiziano [en línia] <https://www.visituffizi.org/es/obras-de-arte/la-venus-de-urbino-de-tiziano/> [Consulta: 21/07/2019]

Terme Harem [en línia] <https://es.wikipedia.org/wiki/Har%C3%A9n> [23/08/2019]

Terme *Pin-up* [en línia] <https://es.wikipedia.org/wiki/Pin-up> [21/08/2019]

Índex cintura/maluc [en línia] https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice_cintura/cadera [15/09/2019]

IMC [en línia] <https://www.seedo.es/index.php/pacientes/calculo-imc> [15/10/2019]

Fantasy Bra [en línia]

<https://www.hola.com/moda/modelos/galeria/20171027101176/fantasy-bra-victorias-secret-modelos-fotos/1/> [23/28/2019]

Moviment *Me Too* [en línia] [https://es.wikipedia.org/wiki/Me_Too_\(movimiento\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Me_Too_(movimiento)) [26/28/2019]

Malaltia vitiligen [en línia] <https://www.hscor.com/ca/cartera-de-serveis/dermatologia/malalties/vitiligo> [27/08/2019]

Moviment *Body Positive* [en línia]

https://as.com/deporteyvida/2018/06/02/portada/1527952166_266528.html [08/10/2019]