



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

“REPRESENTACIONES DE LA FIGURA FEMENINA EN MEDIOS
VISUALES”

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Multimedia y
Producción Audiovisual con Mención en Producción Audiovisual

Profesor Guía

Mstr. María del Carmen Benítez

Autora

Andrea Estefania Pazmiño Villa

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este proyecto a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación

MARÍA DEL CÁRMEN BENÍTEZ
Mstr. En Educación
C.I.: 1710017706

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoria, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

ANDREA ESTEFANIA PAZMIÑO VILLA
C.I.: 1803356961

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer infinitamente a mis padres que me enseñaron que las mejores cosas solo se logran con trabajo y sacrificio.

A mi lolita, que siempre tiene un consejo oportuno para dar.

A mi hermana, que ha sido siempre mi antítesis perfecta.

A mis amigos, que han estado presentes en esos momentos especiales de la vida.

Y a todas esas personas que me han llenado de fortaleza y han ayudado en mi formación personal y académica.

DEDICATORIA

A mis padres, que me dejaron emprender mi propio viaje persiguiendo mis sueños. Ellos son el faro que nunca se apaga y al que siempre quiero regresar.

RESUMEN

Se propone la realización de un producto visual utilizando a la mujer como eje central para que los espectadores y realizadores reflexionen sobre la utilización de la figura femenina en los medios visuales.

La sociedad actual está saturada de información proveniente de los medios de comunicación que venden estereotipos inalcanzables de belleza y muestran a la mujer como un objeto de venta y no como un sujeto empoderado de sí mismo.

A lo largo de la historia la mujer ha sido representada de diversas maneras en grandes obras de arte, en fotografías, en videos. Pero dentro de que parámetros se puede considerar que algo es artístico y no, más aun cuando se involucra a la sexualidad y erotismo siempre presentes en el cuerpo de una mujer.

Este proyecto pretende recopilar información sobre dichas representaciones de la figura femenina en varios medios visuales y artísticos para poner en evidencia que los ideales de perfección y belleza que se muestran a través de un cuerpo femenino cosificado, no son reales.

Mediante entrevistas a expertos y la revisión de material académico y bibliográfico pertinente, se ha podido conseguir referencias suficientes que servirán posteriormente para la construcción del producto final.

El presente proyecto ha sido elaborado como una invitación a la creación e indagación de nuevas formas de representación de la imagen de la mujer y así generar nuevas miradas a esta clase de temas sociales.

El resultado final, después de la investigación, es la campaña Mujer: Arte y Diversidad que consta de 3 spots, cada uno con un mensaje que busca la reflexión acerca de los cánones de belleza, los estereotipos de género y la

utilización de la figura femenina como un objeto de venta. Es una campaña diseñada para medios audiovisuales.

ABSTRACT

The present project consists of a visual product using women like central axis. It will make viewers and filmmakers think about the utilization of female body in the media production.

Nowadays society is saturated with information, much of which comes from mass media promoting unrealistic female stereotypes that are hard to reach. These stereotypes generally portray a women's body like merchandise and not like human owner's of their own attributes.

Throughout history, women have been represented in a variety of artwork, photos, videos, and more. But inside what parameters would it be considered artistic, especially when sexuality and eroticism are always present in the women's body?

This research project aims to collect information about this kind of representation of a female's body in the media, and to put in evidence the false idea of perfection and beauty, which the media sells to people through a woman's body.

Through interviews with experts and the accurate revision of academic material, it has been possible to get plenty of references to be used later for the construction of the final product.

This project has been developed like a contribution for the filmmakers inviting them to find new ways to create and to use women's body and in the same way to guide viewers to have new perspectives of this kind of social issues.

The final result, after a research work, is the campaign: Women: Art and Diversity, consisting of 3 spots, each one with a direct and short message inviting people to think about the beauty stereotypes, gender stereotypes and the utilization of female's body like a way to sell It is a campaign designed for audiovisual media.

ÍNDICE

1. LA FIGURA FEMENINA EN EL ARTE	1
1.1 La Representación.....	10
1.2 La Representación Física	11
1.2.1 El Cuerpo femenino.....	12
1.2.2 Cánones de belleza.....	15
1.3 La Representación Psicológica	17
1.3.1 Violencia Sexual.....	18
1.3.2 Estereotipos de Género	19
1.4 La Representación Social	20
1.4.1 La cosificación de la mujer	22
2. ROMPIENDO ESQUEMAS	23
2.1 Modernismo.....	24
2.2 Posmodernismo.....	26
2.3 Visión de la mujer sobre la mujer	27
2.3.1 Frida Kahlo.....	28
2.3.2 Eleanor Antin.....	32
2.3.3 Martha Rosler.....	33
3. CÁNONES DE BELLEZA Y ROLES EN MEDIOS AUDIOVISUALES.....	35
3.1 Fotografía: Cindy Sherman.....	37
3.2 Cine	43
3.3 Publicidad	46

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	49
4.1 Método Lógico:.....	49
4.2 Método de Observación y análisis de discurso de imagen:	49
4.3 Enfoque Multimodal o mixto:	49
4.4 Objetivo General	49
4.5 Objetivos Específicos.....	49
4.6 Determinación de la población.....	50
4.7 Técnicas de investigación	51
4.8 Sistematización de la Investigación.....	51
4.9 Análisis de la Investigación.....	62
4.10 Conclusiones de la Investigación.....	67
5. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	68
5.1 Pre Producción	68
5.1.1 El Guion	68
5.1.2 Búsqueda de locaciones	71
5.1.3 Casting	72
5.1.4 Storyboard.....	72
5.1.5 Plan de Rodaje.....	72
5.1.6 Presupuesto	74
5.2 Producción.....	75
5.2.1 El Rodaje.....	75
5.3 Post Producción	75
5.3.1 Edición Digital	76

6. LIBRO DE PRODUCCION “Mujer: Arte y Diversidad” ..	77
6.1 Introducción	77
6.2 Pre Producción	77
6.2.1 Idea	78
6.2.2 Objetivo	78
6.2.3 Sinopsis.....	78
6.2.4 Argumento.....	79
6.2.5 Tratamiento	80
6.2.6 Guion Literario.....	81
6.2.7 Guion Técnico	81
6.2.8 Casting	82
6.2.9 Propuesta de Arte	82
6.2.10 Storyboard.....	87
6.2.11 Desglose de la Producción.....	87
6.2.12 Búsqueda de Locaciones	87
6.2.13 Elaboración del Presupuesto	87
6.2.14 Elaboración del Plan de Rodaje	88
6.3 Producción.....	88
6.3.1 Rodaje.....	88
6.4 Post Producción	89
6.4.1 Bajada del Material.....	89
6.4.2 Edición	89
6.4.3 Post Producción y Colorimetría	92
6.4.4 Musicalización	94
6.4.5 Renderizado.....	94

6.5 Evaluación	94
7. CAPÍTULO VII.....	105
7.1 Conclusiones.....	105
7.2 Recomendaciones	106
REFERENCIAS	108
ANEXOS	112

1. CAPÍTULO I . LA FIGURA FEMENINA EN EL ARTE

Antes de profundizar en las diversas representaciones de la figura femenina en el arte , es pertinente responder a la siguiente interrogante: ¿qué es el arte? Platón definía el arte como una imitación, pero es difícil comprobar su proposición ya que en la Atenas de aquel tiempo no existía nada más que fuera llamado arte. Fue Aristóteles, quien aplicó este concepto en sus tragedias griegas que, a su modo de pensar, no eran más que imitaciones de acciones. Sin embargo, lo que se sabe hoy en día es que hay bastante arte no imitativo. Arthur C. Danto sostiene que si algunas de las obras de arte no son nada más que una imitación y otras no, entonces la mencionada palabra no encajaría con la definición de lo que filosóficamente se entiende como arte (Danto, 2013).

Por su parte, Gombrich (2011) menciona que el Arte realmente no existe y que sólo hay artistas, pero el concepto de lo que es un artista también es bastante amplio. Por ejemplo, en otros tiempos, se consideraba artistas a los hombres que empleaban tierra y dibujaban formas toscas sobre las paredes de cuevas, quienes en la actualidad podrían ser los hombres que dibujan y trazan carteles para las estaciones del metro. Lo importante es resaltar que la palabra artista posee múltiples significaciones, de acuerdo al espacio y época.

Hoy en día hay artistas recientes que incluso no relacionan su arte con categorías que se consideraban esenciales en el pasado, como por ejemplo: la belleza. Pero es hasta la década del 60, con el emerger de tendencias artísticas como el pop art, minimalismo y arte conceptual, que se pudo romper con el concepto de que el arte era imitativo. A partir de ahí todo era posible, era válido; por lo tanto, obtener un concepto único del arte como tal ha sido complejo. Así, los primeros esteticistas decidieron que no se puede definir al arte, por tanto es un concepto abierto (Danto, 2013).

Pero, las razones por la cuales una obra de arte pueda o no gustar al espectador suelen ser las equivocadas. En general, lo bello de la naturaleza

atrae a cualquier espectador, pero la hermosura de una obra no está en su tema. La confusión es provocada por la multiplicidad de criterios existentes sobre la belleza. Pero, se puede apreciar también una obra que no sea bella dentro de lo que se considera como bello y que no esté correctamente dibujada (Gombrich, 2011).

El arte en sí quizás es uno de los grandes logros de la civilización. Cuando se observa una obra, la pregunta que emerge es si realmente esa pieza es arte. Así como hay diferencias entre lo que es arte y no, también hay diferencias entre “algo que sea arte” y saber si algo “es arte”. Cuando se habla de belleza en el arte, se puede argumentar que dicha palabra no tiene una implicancia directa, puesto que el arte puede ser arte sin ser bello.

Dado el abanico de posibilidades, es difícil definir al arte. Solamente se pueden descubrir algunas condiciones necesarias para que algo pueda ser considerado como arte. Con esta definición no se quiere afirmar o negar que cualquier creación puede ser considerada arte, sino exponer las condiciones que una obra necesita para alcanzar este título, que estará sujeto a los cambios generacionales y a factores externos propios de cada época. (Danto, 2013).

Entonces, ¿con qué mirada ha sido explorado el cuerpo de la mujer en las diferentes manifestaciones artísticas?

Como lo señala el antropólogo, André Leroi-Gourhan, en el Paleolítico, la sociedad asumía que el mundo animal y humano estaban conformados por dos mitades antagónicas y complementarias a su vez: lo masculino y lo femenino. Siendo la mujer símbolo de abundancia y dominancia de las fuerzas de la naturaleza, los primeros rastros artísticos dan cuenta de la primacía que se le otorgaba como recolectora y cazadora. Se expresa, asimismo, la veneración a su capacidad reproductiva, lo cual la convirtió en la llamada a procurar la conservación de la especie humana. Este conocimiento ha quedado registrado

en los vestigios artísticos de las primeras obras de arte de hace aproximadamente unos 30.000 años (Olária,1999).

De esta manera, la imagen femenina durante el período Paleolítico se centra en la representación simbólica de su sexualidad. Así, Carmen Olária Puyoles (1999, p.15), anota: “la mujer fue pues el principio universal de fecundidad, ocupando un lugar central en la mitología religiosa paleolítica, como fuente de vida y como lazo de unión entre los animales y la naturaleza”. Es decir, se relacionó directamente con la fertilidad y la conservación de la humanidad.

Más adelante continuó el mismo patrón artístico. De modo que la vinculación de la mujer con la naturaleza se mantuvo también presente en el Arte de la Antigüedad. Por ejemplo, en Egipto, la desnudez fue observada y tratada con naturalidad. El arte del desnudo representó los acontecimientos que se consideraban importantes en la vida de la civilización: el nacimiento, la maternidad, el matrimonio, la realeza e incluso, la muerte. En el arte en general representaba a la mujer con el cuerpo delgado, a pesar de que la mayoría de las mujeres egipcias entraban en fases de embarazo entre la pubertad y la menopausia pero el embarazo se lo representaba en pocas ocasiones, exclusivamente en el arte formal (Robins,1993).

Además, en Grecia se conformaron las primeras manifestaciones artísticas humanistas, es decir, el ser humano era considerado el principal elemento de estudio. Los griegos afirman el rol social de hombres y mujeres. Es así que la mujer pertenece al espacio de la casa y los hombres se involucran en la vida pública, los negocios y la política. Lo cual condujo a imponer la concepción de que la mujer y el hombre se movían a distintas velocidades: lo femenino más despacio y pasivo, mientras que lo masculino se definió por un movimiento acelerado y más activo. De manera que se dispuso la imagen de la mujer hogareña e invisible (Sánchez, 2005).

No hay cuerpo vivo tan bien proporcionado, armonioso y bello como el de las estatuas griegas. Pues en esa época ya se habían establecido ciertos cánones de belleza, por lo que se cree que muchos artistas, al contemplar los cuerpos de los modelos, eliminaban lo que no les gustaba. Es decir, omitían lo que les parecía desagradable o feo y en cambio lo sustituían con mejoras para alcanzar su ideal de un cuerpo perfecto (Gombrich, 2011). La representación femenina en el Arte arcaico griego era la Koré, una figura de rostro amable y un hermoso vestido bordado. Su variante masculina: el Kouros, una figura desnuda que representaba a atletas y héroes mitológicos. Por más de dos siglos, el paisaje dominante en los santuarios de todas las ciudades griegas lo conformaban mujeres vestidas y hombres desnudos, siendo notoria dicha particularidad.

Con ello, el desnudo femenino tardó en aparecer en el Arte Griego. Para la segunda mitad del siglo V a. C., se inicia la exploración de la sensualidad femenina por parte de los artistas de Grecia. De sus primeras representaciones está la figura de Afrodita, ubicada en el frontón principal del Partenón. Afrodita, la diosa del amor, no muestra su cuerpo sino más bien lo sugiere a través de su vestido pegado a la piel. Es la primera vez que el cuerpo femenino se ofrece de tal manera a la mirada masculina cargada de erotismo (Sánchez, 2005).

Más tarde, en la Edad Media, el Cristianismo se adueñó de la cultura. La vida terrenal carecía de importancia y era concebida solamente como un paso hacia la vida eterna. En este tiempo, la mujer es despojada de su propio cuerpo y reducida a objeto que debía actuar según las normas de una sociedad patriarcal. Estas cuestiones culturales se reflejan en el arte de la época:

en efecto, es evidente la posición central que ocupa la mujer en la sociedad medieval, por lo que consecuentemente, el arte como plástica expresión del contexto cultural en el que se desarrolla ha de reflejar los diversos aspectos de su presencia en la vida social y espiritual (Azcárate, 1986, p.404).

Sin embargo, es en el Renacimiento que la pintura se llena de ninfas, diosas y doncellas que representan lo divino y el poder universal (Burgos,1996). Los artistas renacentistas representaban en sus obras la sensualidad y la divinidad de los cuerpos desnudos (véase fig. 01). Así lo afirma Omar López Mato (2008, p.14): “Botticelli (1445 - 1510) muestra en *El nacimiento de Venus* lo que por siglos había quedado vedado a la vista del público: el brillo sensual de la piel desnuda, escondida tras el oscurantismo y la hipocresía que imponía la iglesia medieval.” Que la Iglesia haya perdido el poder que mantuvo en el Medioevo, provocó que el Renacimiento se constituya como el renacer del arte, apartando el atraso que la Edad Media había producido en el ámbito artístico.

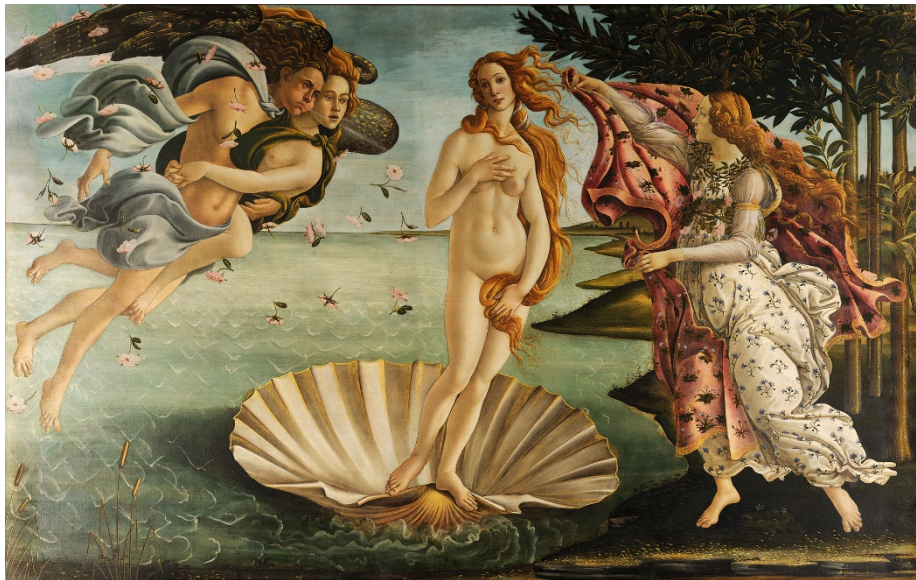


Figura 1. El nacimiento de Venus (1484). Sandro Botticelli.

Tomado de: Wikipedia.org

Más adelante, en el Barroco, al cuerpo femenino que ya era mostrado en público se le contrapone el egoísmo de los rostros desde el punto de vista psicológico, lo que vuelve a éstas obras misteriosas y complicadas de descifrar (Eco, 2004). Por ejemplo: la *Venus del espejo* de Velázquez (véase fig. 02) es la representación de una mujer desnuda, de espaldas, de la cual se aprecia el

rostro solamente a través del reflejo del espejo. El cual sostiene Cupido, convirtiéndolo en el mediador de la escena. El desnudo femenino recostado fue un tema de gran utilización en la pintura veneciana del Renacimiento (Prater, 2007)



Figura 2. Venus del espejo (1647-1651). Diego Velázquez.

Tomado de: Wikipedia.org

Contrario a lo que se esperaba, en la Edad Moderna pervive el estigma que la época medieval dejó como herencia: la desconfianza sobre el cuerpo, en específico al femenino. Por ello, se puede afirmar que este tiempo está basado en la relación antagónica de lo clásico ligado al mundo antiguo, incluyendo la cultura humanista del siglo XV y lo romántico de lo que fue el arte de la Edad Media. Jean Auguste Dominique Ingres (1780-1867), cuya obra circula entre lo neoclásico y el romántico, presenta figuras femeninas con aires góticos. Así lo describe Omar López Mato (2008, p.54): “el baño turco de Ingres es un cuadro

voluptuoso, erótico, y sensual (...)"'. Mujeres de senos pequeños y estómagos voluptuosos fueron una constante de su trabajo.

Por otro lado, el Realismo significó la liberación marcada por la representación de la gente considerada como normal, *de la calle*. Los protagonistas de estas obras ya no eran los nobles y dioses. Esta tendencia es una descripción, de la realidad. El artista, Gustave Courbet (1819-1877) fue el mejor exponente del Realismo a pesar de que recibió críticas de la sociedad y la academia por sus representaciones de temas ordinarios como la pobreza. No obstante, su obra *El origen del mundo* (1866) es una de las más destacadas dentro del Arte, la misma que escandalizó en su época. Esta pintura al igual que otras como *El sueño* (1866) retrataron el cuerpo humano tal cual lo percibía el artista, apartando de una vez por todas la idealización de periodos anteriores. Las mujeres desnudas que se aprecian en sus obras son de contextura gruesa, contrarios a los cánones de belleza impuestos a la época (Gompertz, 2013).

Con el Impresionismo, Renoir (1841-1919) se destacó como el gran representante de la figura femenina. Las mujeres que aparecen en sus obras, de apariencia voluptuosa y seductora, parecen estar fascinadas de la misma manera que el pintor al plasmarlas (Brodskaia, 2014).

Hasta aquí, el desnudo será una representación constante al plasmar la figura femenina. A pesar de que en ciertos periodos, como en el arte académico, se convirtió en una conceptualización sin vida al producirse una ruptura con el pasado, apuntando hacia el arte conceptual. *Las señoritas de Aviñón*, de Picasso (1881-1973) y *El Desnudo azul*, de Matisse (1869-1954) son dos ejemplos de obras en busca de relaciones abstractas. Matisse a su vez no dejará su obsesión por el cuerpo femenino y su estilización, mientras que Picasso tendrá una evolución hacia la metamorfosis (Frances, 2005).

La obra de Picasso estuvo inspirada en gran parte por las mujeres y el universo que rodeaba a éstas. *Dora Maar au Chat*, una mujer sentada con un gato cerca de su hombro, es un cuadro inspirado en una de sus amantes. La significación de sus obras van más allá de una expresión artística, el pintor explora la

metamorfosis del cuerpo, rompiendo con la estética tradicional. El desnudo femenino cobró mucha importancia. El cuerpo de la mujer a las manos de Picasso se convierte entonces en una desnudez simple y primitiva (Charles, 2011).

Más tarde, la revolución surrealista concibió a la mujer como musa inspiradora de artistas y literatos, a pesar de que el sello masculino seguía presente. Si se observa *Je ne vois pas la (femme) cachée dans la forêt*, de René Magritte (1898-1967) de 1929, los hombres que aparecen en la obra son figuras del movimiento surrealista, entre ellos: Salvador Dalí (1904-1989), Luis Buñuel (1900-1983), entre otros (véase fig. 03). Hay dos posibles interpretaciones. En la primera, los hombres con los ojos cerrados y en actitud indiferente al cuerpo de la mujer indican que no hay intento de posesión o abuso. Mientras que, en el segundo análisis, se trata de la objetualización de la mujer, ya que los ojos cerrados más bien pueden significar el deseo, sueño o fantasía que provoca el cuerpo desnudo femenino (Aliaga, 2004).



Figura 3. Je ne vois pas la (femme) cachée dans la forêt. (1929). René Magritte.

Tomado de: literaryvisuality.files.wordpress.com

Pero será el siglo XX la etapa del resurgimiento del arte y la mujer, donde las obras no representarán solo la belleza femenina sino que, como dice Gumersindo Puche Estevan (2007, p.30), se “(...) va a utilizar un cuerpo que no necesita estar apoyado en ningún modelo predeterminado. En el arte contemporáneo, la mujer va a mostrar un cuerpo diferente al que el hombre ha erigido”.

Ya en pleno siglo XXI, las representaciones de la mujer como objeto sexual se potenciaron con el auge de la publicidad. En este periodo particular del recorrido histórico se quiere hacer énfasis sobre los autores que aportaron una visión de la figura femenina diferente. Por ejemplo: Jenny Saville (1970) es una pintora que se ha destacado por los desnudos femeninos que realiza. Los cuerpos de sus cuadros generalmente son robustos, sin buscar la belleza ni la idealización (véase fig. 04).



Figura 4. Branded (1929). Jenny Saville.

Tomado de: albairate.blogolandia.it

En sí, el arte de las últimas décadas ha tenido como objetivo privilegiar el discurso sobre el cuerpo, como territorio que acoge muchos signos, y que a su vez es un punto de partida hacia un nuevo pensamiento. Hay perspectivas contrapuestas al hablar de la relación de lo corporal con la mujer. Por un lado, el pensamiento tradicional califica a esta asociación de mujer y cuerpo como una disminución de su capacidad de sujeto social y racional. Y por otro lado, el feminismo contemporáneo ha logrado rescatar esta relación como un camino político hacia la transformación (Martínez, 2008).

1.1 La Representación

La mujer ha sido representada como figura mítica, literaria; ha sido incluida en diversos relatos, plasmada en grandes obras pictóricas, así también en esculturas, fotografías, televisión y hasta en películas (Mariño Espuelas, 2010). ¿Pero cómo se ha construido esta representación? Tal como lo afirma Alicia Mariño Espuelas:

Sus autores las trajeron al mundo de los vivos para paliar posiblemente una decepción o para eternizar un deseo de perfección y de absoluto, un imposible a final de cuentas. Pero ahí reside quizá la esencia del arte, en una emoción de belleza hacia la que nos guía el artista mediante la mitificación o la sublimación de la realidad (Mariño Espuelas, 2010, p.233).

Así, la representación es otorgar un concepto a algo o alguien para que exprese un mensaje. Alrededor de la mujer se han construido varios conceptos, cada uno de ellos dependiendo de la época, la cultura y la sociedad. Estas representaciones han utilizado el arte como una herramienta de registro. Por ejemplo, André Breton (1896-1996) y sus colegas, dentro de la corriente surrealista en 1924 aproximadamente, construyeron una concepción de la sexualidad que propuso a la mujer como un objeto de veneración. Se estructuró una imagen de la misma como una fuente de inspiración para los artistas y a la cual se podía desnudar con la mirada y pensamiento (Aliaga, 2004).

Esta propuesta no ocultaba su sello masculinista, en un país como Francia en el que ya se había producido la separación del Estado y la Iglesia. Pero todavía la Iglesia Católica tenía poder. Cuando las mujeres comenzaron a cuestionar los patrones ya establecidos, y solicitaban su participación como ciudadanas, la modernidad emergió y con ella una transformación de la sociedad (Aliaga, 2004).

Con ello, varios grupos feministas, que defienden los derechos de la mujer, señalan como denigrantes ciertas representaciones utilizadas en la publicidad, pues los acusan de utilizar la imagen femenina como objeto sexual con el fin de vender un producto. Es así que, la posibilidad de que la mujer pueda representarse a sí misma, teniendo en consideración que siempre fue representada como “objeto” bajo la mirada masculina, nunca como sujeto, ha sido una inquietud latente a lo largo de los últimos años (Martínez, 2008).

1.2 La Representación Física

El cuerpo es un elemento natural que poseen todos los seres humanos y que está diferenciado en función de los genitales: el sexo, que biológicamente diferencia a los hombres de las mujeres. Sin embargo, hay que establecer una diferencia entre sexo y género, ya que al hablar de estas dos palabras, se trata dos cosas completamente diferentes (Aliaga, 2004).

Por un lado, el género, como lo explica Joan W. Scott, es la parte que integra las relaciones sociales y que se basa en las desemejanzas que se advierten entre los sexos (Aliaga, 2004). Lo cual implica que el género es un conjunto de actitudes, valores, comportamientos, etc., socialmente construidos en una cultura y que su sociedad asigna a hombres y mujeres como considera apropiados, según su sexo.

Cuando se habla de una representación física, no sólo se trata de representar al cuerpo tal cual se muestra al espectador, sino de integrar toda esa estructura

social, física y emocional para poder tomarlo como un campo de estudio. Sobre esto Carla Donoso apunta:

De esta manera el cuerpo aparece como fenómeno social, a partir del cual surgen estudios y revisiones acerca de lo que se ha dicho y no se ha dicho del cuerpo y de cómo se construyen históricamente en las distintas sociedades (Donoso, 2002, p.80).

También, en la representación física se puede abordar el desnudo femenino, como una batalla donde se involucran varios factores: lo permitido y lo que no. Pintores como Goya (1746-1828), Manet (1832-1883), Picasso (1881-1973), entre otros, plasman el cuerpo desnudo según su propia visión construida alrededor del concepto de la mujer. Una vez más, Picasso representaba a sus amantes con connotaciones sexuales. La imagen corporal, tanto en su representación física como cognitiva, incorpora posturas de aceptación y rechazo importantes para entender el dominio de los medios de comunicación en la gente (McPhail, 2002).

1.2.1 El Cuerpo femenino

Al hablar del cuerpo se hacen presentes tres dimensiones. Primeramente, la dimensión subjetiva, que se refiere a cómo viven personalmente hombres y mujeres su cuerpo dentro de una sociedad y cultura específica. En segundo lugar, está la dimensión social, referente al cuerpo y su relación con las normas y las instituciones. Tercero, la dimensión simbólica que se refiere a la significación que cargan las representaciones de los cuerpos (Donoso, 2002).

Específicamente, el cuerpo femenino desde siempre ha estado estrechamente relacionado con el arte figurativo. Es así que su representación ha sido un tema repetitivo bajo distintos conceptos. Dentro de este abanico de ideas se puede señalar dos como las más relevantes: por un lado la manifestación sexual enlazada con prácticas y creencias mágico-religiosas en las cuales el simbolismo juega un papel fundamental, y por otro lado se encuentra el

concepto de satisfacción erótica pertenecientes a civilizaciones más complejas y desarrolladas (Arriaga Flórez, 2006).

En Latinoamérica, la sociedad aún se muestra un poco reacia a cuando se ve expuesta a temas sexuales que involucren mujeres y desnudez.

En el proyecto *Casa de Vidrio*, un experimento artístico realizado en el Centro de Santiago de Chile, en el año 2000, a pocos pasos del Palacio de Gobierno, la instalación consistió en una casa pequeña con paredes de vidrio que proporcionaban la visión completa de todo lo que sucedía en el interior, donde habitaba una mujer (una joven estudiante de actuación que fue contratada por los creadores del experimento). Alrededor del proyecto se generó una serie de discusiones y debates. Tuvo gran atención de los medios y la prensa, que informaban principalmente la posibilidad de ver a una mujer completamente desnuda cuando realizaba tareas cotidianas.

Los jóvenes creadores de la instalación señalaron que el objetivo era generar debates sobre los límites de la privacidad y lo público. Días posteriores muchas personas se dieron cita en la *Casa de Vidrio* para conocer a la habitante y se desencadenaron actos violentos contra la joven actriz, presionándola para que se desnudara y tomara una ducha. Las críticas surgieron por la idea de haber utilizado una mujer que, de acuerdo con los patrones culturales establecidos, era atractiva a la atención de los hombres, apartando el ideal de reflexión sobre lo público y lo privado. La respuesta de los jóvenes creadores fue que su experimento pretendía exponer el cuerpo femenino como *noción de pecado*, cambiando la reflexión inicial que tenía este proyecto.

En suma, este acontecimiento demuestra que las poblaciones mantienen cierta represión en torno al tema de la sexualidad, en el cual la exposición de un cuerpo desnudo genera violencia y morbo. El problema no fue el desnudo como tal, sino la reacción por parte de los asistentes que fueron incapaces de reprimir sus instintos sexuales. Por otro lado, la mujer que colocaron en el interior de la *Casa de Vidrio* representaba un sesgo cultural del experimento,

puesto que no era un cuerpo neutral desnudo, sino un cuerpo joven femenino que carga consigo muchas connotaciones culturales que generalmente son asociadas al erotismo (Donoso, 2002).

Experimentos como éstos contienen aparentemente tintes revolucionarios pero en su análisis no logran su cometido. No hay una explicación concreta de las razones que llevaron a los creadores a escoger una mujer joven para habitar la *Casa de Vidrio*. Pero se puede entender su lógica al analizar lo que Carla Donoso anota:

El cuerpo de una mujer joven es el único desnudo aceptado en la expresión pública, como lo demuestran las imágenes de la pornografía, la publicidad e incluso algunas manifestaciones artísticas (Donoso, 2002, p.82).

Es decir, solamente los cuerpos que poseen ciertas características, tienden a ser más atractivos que otros porque se ajustan a las expectativas de lo que se considera como bello y erótico. Así también, se puede reflexionar en torno a la privacidad del desnudo, que en *Casa de Vidrio* se convierte en algo público. Las escenas de desnudez fueron las que captaron más la atención de los espectadores. Por ello, la escena de la ducha es utilizada y explotada con gran amplitud en el cine, la publicidad y la televisión en general, ya que es un acto cargado de erotismo que nutre el deseo masculino (Donoso, 2002).

Cabe señalar que el cuerpo femenino entra en un constante campo de lucha. Por un lado, en muchas culturas, ha representado la sexualidad reprimida, y por otro lado la libertad sexual. Ambos puntos de vista han transformado al cuerpo de la mujer en un debate a favor y en contra de la censura, auspiciando así una creciente violencia sistemática hacia las mujeres. Donoso señala que “en ambas posiciones, el cuerpo femenino es un objeto que puede ser exhibido, ocultado, tocado o censurado en nombre de la “libertad” o de la “protección moral” (Donoso, 2002, p.83).

1.2.2 Cánones de belleza

La belleza nunca ha sido algo absoluto e inalterable, es más bien una cuestión cultural que se ha transformado de acuerdo a la época e historia. Este rasgo cambiante es aplicado a la belleza física no solamente de los seres humanos, sino a los santos, dioses, entre otros. En cierto periodo histórico, los pintores y escultores veneraban un modelo de belleza de seres humanos, naturaleza, e ideas y la literatura, otro. El ideal de belleza que las sociedades aceptan ha dependido de los registros visuales que se han generado a lo largo de la historia.

Esto quiere decir que los seres humanos han engendrado un criterio de lo que es bello y no, acorde a la información que receptan del mundo exterior. La misma que está documentada a través de obras de arte, pues los artistas explican su opinión de lo bello o no a través de sus obras. En la actualidad la percepción de la belleza ya no solo se la obtiene del arte sino también de otras plataformas de información como son: la publicidad, televisión, el cine comercial que presentan imágenes con el objetivo de satisfacer impulsos (Eco, 2004).

Según los patrones establecidos, se juzga como bello a algo bien proporcionado. En la antigüedad, la belleza se identificó con la proporción, a pesar de que en el mundo latino y griego lo bello también dependía de la luz y el color. Este ideal de belleza y proporción cambia a lo largo del tiempo pese a los principios aritméticos y geométricos (Eco, 2004).

No obstante, hasta la actualidad se sigue hablando de belleza eterna, un concepto establecido por el arte griego, que propone a la belleza como dependiente de la inteligencia, algo que trasciende mas allá de la sensibilidad. Sin embargo, en la sociedad contemporánea se ha producido una ruptura estética – filosófica, y algunos artistas han revolucionado estos cánones. Mientras Aristóteles (384 a. C – 322 a. C) proclamaba que lo bello depende de

la equidad y la armonía, la revolución romántica expuso un concepto que consiste en la subversión de esta armonía (Madrado, 2006).

Por otro lado, el Arte vanguardista propone la belleza como un problema, ya que se sobreentiende que las imágenes artísticas son de por sí bellas. Es así que la provocación vanguardista rompe con todos los cánones estéticos que se respetaban hasta ese entonces. Las imágenes de belleza natural y armónica ya no son proporcionadas por el arte. Más bien, se pretende interpretar con una mirada diferente el mundo exterior (Eco, 2004).

Ahora bien, a pesar de que dicha ruptura diera paso al emerger de nuevos conceptos de belleza, desligados de la proporción y armonía, también surgió la belleza de consumo, imperativo de la sociedad hasta hoy en día. Los cánones de la moda, ropa de marca, el maquillaje, según lo que dictan los medios de comunicación masivos, han establecido parámetros de belleza basados en el consumo comercial. Esto, en palabras de Humberto Eco, se ha convertido en una contradicción con el arte vanguardista:

¿Cómo hay que interpretar esta contradicción? Sin pretender explicarla: es la contradicción del siglo xx. El visitante del futuro deberá preguntarse, por tanto, cuál ha sido el modelo de belleza propuesto por los medios de comunicación de masas, y descubrirá que se ha producido una doble censura a lo largo del siglo (Eco, 2004, p.418).

Así, las imágenes que proporcionan los medios de comunicación podrían ser importantes en el modo en el que se percibe y evalúa el cuerpo. Varios estudios indican que la imagen del cuerpo está asociada con el autoestima. Los estereotipos de la mujer occidental se unen con el deseo de obtener esa belleza ideal, y para los hombres esto representa un sentimiento de satisfacción al obtener a la mujer que posea esa condición, bajo una creencia universal: "la belleza cuesta" (Mc Phail, 2002).

Actualmente, es común observar en el cine, la televisión, la fotografía, la pintura, y en otras expresiones artísticas que los cánones de belleza no

coinciden con los cuerpos de la realidad. A la imagen femenina le añaden ciertos parámetros para ser socialmente aceptada. Además, es utilizada para vender y transmitir mensajes con connotaciones principalmente sexuales. De manera que la sociedad asimila esta información y la impone como una aspiración de vida.

En una sociedad que abrazaba con alegría la llegada de productos y objetos de consumo, la mujer se convertía en uno de los más destacados: no sólo era la destinataria y usuaria de los artículos del hogar, sino el epicentro de la belleza. Belleza orquestada a base de aditamentos cosméticos, lo que comportaba toda una serie de desventajas, al transformarla en un ser cosificado, con unas connotaciones clara o subliminalmente eróticas (Vicente Aliaga, 2004, p.47).

1.3 La Representación Psicológica

A medida que las sociedades se desarrollan, nuevos productos y objetos han surgido para la adquisición comercial. La mujer se presenta como receptora de una serie de productos, en los que pervive su rol social como la encargada de la crianza de sus hijos y de los asuntos domésticos. Así, la publicidad ha establecido ejes que separan simbólicamente la representación del hombre y de la mujer. (Suárez, 2006). Al mismo tiempo que en el medio consumista, la mujer también ha sido capturada por el ideal de una belleza, construida a partir del uso de productos cosméticos.

De esta manera se obtiene la construcción psicológica y social de la mujer como consumidora de productos relacionados con los quehaceres domésticos, y la apariencia física, y al hombre envuelto en escenarios profesionales. Así también, la mujer gana espacio en el espacio exterior, pero lo hace dependiendo de su belleza física. Lo cual condiciona sus habilidades profesionales reduciéndolas ante su atractivo físico.

A pesar de que los derechos sobre la igualdad de la mujer han tomado varios cambios positivos a favor de este sector de la población, el orden arcaico de los roles femeninos (madre abnegada u objeto de deseo) continúa edificando una imagen distorsionada de la mujer, que se impone en la sociedad. Además, se ha creado un referente a seguir para las demás mujeres que acomodan sus expectativas a este imaginario social, para triunfar en la vida (Suárez, 2006).

El conjunto de estos factores pueden ocasionar comportamientos dañinos para las jóvenes que sienten la necesidad de corresponder a estos estereotipos de belleza inalcanzables, pero que los asumen como objetivos personales para su realización personal. Varios problemas como la anorexia y bulimia son comúnmente causados por este patrón. Si bien, no se trata de atribuir la responsabilidad al contenido que transmiten los medios de comunicación, es importante advertir cómo influye esta construcción de mujer ideal en la sociedad. Hay algunos factores que intervienen en cuanto a los trastornos alimenticios y la frustración femenina al no alcanzar los estereotipos de belleza:

- El mensaje que transmiten los medios de comunicación llegan a millones de personas alrededor del mundo a través de plataformas como el cine, la publicidad, los programas de televisión, entre otros, por ende este mensaje es receptado a gran escala.
- El cuerpo es el que debe adaptarse a la moda, al no existir tallas más grandes.
- Existen altos intereses económicos por parte de las industrias que elaboran productos para adelgazar.
- La exigencia de una imagen específica para ocupar ciertos puestos de trabajo (Suárez, 2006).

1.3.1 Violencia Sexual

Existe la idea de una relación entre un cuerpo femenino expuesto y la violencia que se puede generar contra éste. La publicidad, la televisión, los nuevos *reality shows* presentan contenidos cargados de violencia sexual. El

pensamiento machista ha establecido que el desnudo femenino, al estar en la palestra pública, este cuerpo pasa a pertenecer al conglomerado de hombres. De tal manera que podrá ser tocado y en el peor de los casos violado o asesinado por cualquier persona (Donoso, 2002).

De modo que la violencia que contienen las imágenes del cuerpo de la mujer no solamente simbólica, ya que, al ser constituida en base a representaciones, provoca trastornos directos en la vida de las personas. Dichas representaciones son expuestas a través de los medios de comunicación, donde el cuerpo femenino es algo público. Lo cual genera un ataque mucho más perverso contra las mujeres: se las acusa de exhibirse para el deleite masculino únicamente, pues la carga simbólica expresada en las imágenes de la mujer tienen una profunda relación con la violencia. También, la pornografía, en términos del slogan feminista, es una reafirmación del cuerpo de la mujer como un catalizador del deseo del hombre que patrocina la agresión sexual.

También los medios reafirmar esta violencia. Por ejemplo, en un reportaje periodístico, publicado en el 2000 por un medio chileno, referente a la violación de mujeres en el verano, el titular señalaba: *Víctimas a la fuerza*, acompañado de una fotografía de los cuerpos femeninos con connotaciones sexuales. Esta contradicción entre la censura (en este caso la violación) y la reafirmación visual del cuerpo femenino como un objeto sexual de deseo, es un claro ejemplo del doble discurso presente en los medios de comunicación, en cuanto al tratamiento que le dan a las agresiones sexuales contra las mujeres. Por una parte está el discurso de condena a los victimarios y por otro sacan provecho del morbo que la violencia sexual genera en la sociedad (Donoso, 2002).

1.3.2 Estereotipos de Género

Un estereotipo es una construcción socialmente establecida, que parte de normas y conceptos previamente determinados. Un ejemplo de ello son los estudios de cine de la década de los 50, que fabricaban a estereotipos que las

actrices debían seguir (Belmonte, 2011). Todo esto en pro de la industria. No es hasta los setenta que las mujeres logran trascender estos mitos que mantenían la desigualdad de género (Mc Phail, 2002). La construcción de roles para hombres y mujeres está presente desde las primeras etapas de desarrollo de la humanidad; con los cuales se han acentuado roles diferenciados y estereotipos que generan desigualdad.

Además, los estereotipos de género responden a los patrones de hombres y mujeres que adopta cada cultura. De ahí se desprende que la educación que se transmite a niños y jóvenes ha perpetuado dichos estereotipos, con la ayuda de los medios que transmiten dicho conocimiento e información. Así, por ejemplo, cuando se ofertan juguetes para niños y niñas, se lo hace con un tinte separatista de roles sociales: las niñas son atraídas por bebés de fantasía, utensilios de cocina, etc., mientras que a los niños se les promociona autos, dispositivos de aventura, entre otros. Así se va construyendo de manera espontánea los estereotipos que definirán el comportamiento tanto del género masculino como femenino (Suárez, 2006).

En la sociedad occidental, el concepto aceptado sobre género mira a la mujer y al hombre como una categoría definida naturalmente con inclinaciones psicológicas y de comportamiento, que dependen de sus funciones reproductivas. La organización social ha determinado las diferencias entre hombres y mujeres, apoyadas por la división del trabajo, actitudes y comportamientos. De ahí que el género no es un grupo de particularidades, tampoco es un rol, es más bien el resultado de cierto tipo de práctica social (West y Zimmerman, 1999).

1.4 La Representación Social

La utilización del estereotipo femenino sesgado de la realidad ha contribuido a la concepción de un juicio sobre el vínculo de los géneros y la evolución de esta relación. En los medios de comunicación, a las mujeres se las sigue

vinculando al plano afectivo, que corresponde a lo privado, excluyéndolas de los espacios de poder y organización. Así es común observar que la participación de la mujer en los medios de comunicación es secundaria, como objeto; y el hombre como sujeto. El objeto es el centro de atención, pero para fines comerciales y de satisfacción a los impulsos masculinos. Un visible ejemplo lo muestra la publicidad, donde la mujer es un personaje secundario de atracción al protagonista, el hombre.

De este modo, la manera de representar a la mujer continúa la mínima evolución histórica en cuanto a reconocer sus derechos. A pesar de que en el mundo occidental, la mujer ha logrado transformar sus condiciones de vida, todavía su representación social responde a una ideología cultural de épocas pasadas, que poca similitud tienen con la realidad socioeconómica que tienen las mujeres en la actualidad (Alonso, 2004).

Por ello, se puede afirmar que el ritmo de las transformaciones de las imágenes que la sociedad proyecta de la mujer ha sido dispar en cuanto se las compara con la evolución social, política, económica y tecnológica que el mundo de occidente ha experimentado durante los siglos XIX y XX. La sociedad mantiene la estructura de los estereotipos de la época pre-industrial, los cuales encasillan a las mujeres en patrones desemejantes a la realidad, y sostienen la ideología patriarcal. Todo esto porque se pretende fijar la satisfacción masculina en un imaginario femenino que representa simbólicamente la dominancia masculina (Alonso, 2004).

La representación social de la figura femenina desvaloriza el papel que las mujeres cumplen en la sociedad, deslegitima la equidad de género e irrespetan la igualdad de derechos. Además, los mensajes mediáticos, que unen el concepto de belleza con lo que es aceptado socialmente, dificultan separar la realidad de la realidad virtual ya que presentan significados confusos y contradictorios (Mc Phail, 2002).

1.4.1 La cosificación de la mujer

La cosificación es la transformación de algo abstracto o animado, como el ser humano en un objeto, con la utilización de imágenes o palabras. En nuestras sociedades, es muy común encontrar que la publicidad emplea la figura de la mujer como objeto para vender productos. Desde los años de la Revolución Industrial hasta hoy en día, la publicidad ha evolucionado, sin embargo, los cambios no han implicado la ruptura de estereotipos históricamente construidos alrededor del cuerpo de la mujer. Esta persistente cosificación del cuerpo femenino ha provocado su deshumanización. Incluso, cuando los productos que oferta la publicidad son dirigidos para el público femenino, las orientaciones visuales y literales se enfocan en la atracción del sexo masculino. Esto, ya que desde una teoría androcéntrica, el hombre es la fuente del dinero. Otro ejemplo de cosificación es la fragmentación e identificación de la mujer con comida para satisfacer el apetito sexual del hombre (Fernández, 2006).

Además, se encuentra en el arte este mismo patrón. Existen obras en las que se representa a la mujer en el suelo, desnuda y sin poder moverse, simbolizando una actitud de disponibilidad o de estar esperando algo o alguien. Ésta también es otra forma de cosificar a la mujer, su representación como objeto en obras de arte. (Aliaga, 2004).

2. CAPÍTULO II. ROMPIENDO ESQUEMAS

Muchas de las obras del arte occidental incurren en las representaciones de la mujer, como un cuerpo que es observado. Así, ésta debe entender que es mirada y reconocer su cuerpo para dejarse enmarcar. La relación de la mujer con la naturaleza fue muy importante durante el siglo XIX. En los cuadros de Klimt (1862-1918) y Gauguin (1848-1903) ese rasgo es bastante significativo. En Gauguin, las mujeres permanecen encerradas en la naturaleza, apartadas de la realidad. Y en las obras de Klimt, las figuras femeninas contrastan con la realidad exterior y el inicio de la revolución industrial.

Los artistas Fauvistas recuperaron el tema de las bañistas donde la presencia masculina está ausente, y se muestra a mujeres desnudas jugando con el agua. En el arte del siglo XX, las mujeres y la naturaleza están recreadas bajo la idea de la mujer como una fuerza regenerativa de la naturaleza. Mientras que en el surrealismo se construyeron espacios oníricos donde la situaban como parte de un espacio, donde una vez más queda excluida de todo lo que le concierne como sujeto (Cao, 2000).

Entonces, la mujer es asociada a la naturaleza como un objeto de disfrute, irracional y amenazante. Dentro de esta idea, se construye a la mujer como naturaleza de placer u objeto sexual, y se la construye como mujer fatal o mujer vampira (Cao, 2000).

Más tarde, en los años setenta, emergió una nueva generación de mujeres artistas, alentadas por el discurso feminista. Así, su experiencia adquirió una dimensión social merecedora de una lucha específica y una organización propia. El aprendizaje de la identidad femenina fue importante para lograr que la mujer pasara de ser objeto sumiso a ser un sujeto en actividad. Esta liberación contagió tanto a hombres como mujeres haciendo que los roles sexuales se alimentaran de valores de género (Aliaga, 2004). Sin embargo, los

artistas tradicionales seguían adoptando los modelos sociales antes descritos en sus obras, reforzando el estereotipo femenino.

Aun así, la inspiración del feminismo, en los setenta, tuvo como eje central explorar nuevas realidades del cuerpo femenino y la búsqueda de múltiples formas en que podía ser representado, apartado de la mirada patriarcal. A partir de ello, se podría afirmar que dentro de la construcción de la mujer como arte existen muchas corrientes que la han plasmado de acuerdo a la visión, las reglas y conceptos propios de cada artista (Aliaga, 2004).

También en los años 70 y 80, esta construcción ideológica y social de la mujer generó mucha polémica. Las artistas feministas reclamaron el cuerpo de la mujer para mostrar su punto de vista y experiencias, transformándolo en productor de sentido y no solamente fuente del deseo masculino (Cao, 2000).

Entonces, el cuerpo femenino sublimado, objetualizado y utilizado por los artistas varones, la mayoría desde una perspectiva patriarcal, retorna a sus legítimas dueñas. Es el tiempo de vivenciarlo a través de la experiencia como mujer sujeto. A partir del pensamiento de Simone de Beauvoir (1908-1986), se delinea una nueva representación del cuerpo femenino, se critica el imperativo de la belleza, se demanda la capacidad de ser sujeto dentro de un cuerpo, se condena la utilización del cuerpo en los medios masivos de comunicación, se destruye este placer asociado con la representación de la figura femenina (Cao, 2000).

2.1 Modernismo

La modernización vino tras la Revolución Industrial y se revistió de valores universales, de absoluta verdad y de belleza estética. Para las mujeres, esta modernidad surgió, cuando comenzaron a cuestionar lo que ya estaba establecido, exigiendo a su derecho a contar como ciudadanas (Aliaga, 2004).

En cuanto al arte, el Modernismo es una corriente que tuvo su punto de partida a finales del siglo XIX. Se podría decir que es una especie de revolución cultural, impulsada por el rápido desarrollo tecnológico y político que tuvo como consecuencia la búsqueda de la vanguardia (Harrison, 2000). También, a su alrededor, existen varios debates sobre lo que se debe considerar o no moderno. En el mundo artístico, todas las formas de modernidad que se pueda imaginar son partícipes y su esencia radica en la creación humana (García, 1987).

Para el arte vanguardista, la representación de la mujer fue resumida al desnudo. Aliaga señala que éste era “puro y esteticista que venía a transmitir los deseos de acercamiento a la ilusión del paraíso, en el que la mujer era fuente de naturaleza o espíritu salvaje aunque casi nunca sujeto actuante” (Aliaga, 2004, p.21).

La búsqueda de nuevas representaciones incitó a varios artistas de vanguardia. Como por ejemplo a Claude Cahun (1894-1954) (su nombre verdadero era Lucy Schwob), una artista que desde muy joven transgredió muchas normas. En 1928, realizó la obra fotográfica (véase fig. 05) titulada probablemente *Autoportrait*. Esta técnica le permitió recrear su propia imagen con diversidad y asombra la radicalidad de los conceptos que manejó. *Autoportrait* propone difuminar la diferencia sexual, promoviendo la fusión de lo masculino con lo femenino. Aliaga añade (2004, p.23): “su rostro pelado al rape desafía las convenciones y también las ideas machistas que fuerzan a la mujer a transformarse en un objeto pintado, un cuerpo cosmético para un ideal de belleza al servicio de lo establecido”.



Figura 5. Autoportrait (1928). Claude Cahun.

Tomado de: thesip.org

2.2 Posmodernismo

La posmodernidad es difícil de definir. Pero, “quizás la más acertada manera de describir el posmodernismo sea considerándolo como un conflicto de nuevos y antiguos modos culturales, económicos y de los intereses invertidos en ellos” (Foster, 1998).

En este tiempo, el feminismo se involucra también para reivindicar sus planteamientos ahora marginados. Hal Foster anota sobre los conceptos de Craig Owens del posmodernismo:

Owens considera el posmodernismo como una crisis de la representación occidental, su autoridad y sus afirmaciones universales, una crisis anunciada por los discursos hasta ahora marginados o

reprimidos, el más significativo de los cuales es el feminismo. Owens argumenta que el feminismo, como crítica radical de los discursos dominantes del hombre moderno, es un acontecimiento político y epistemológico; político porque desafía el orden de la sociedad patriarcal, epistemológico porque pone en tela de juicio la estructura de sus representaciones. Observa que esta crítica, se centra en gran manera en la práctica contemporánea de muchas mujeres artistas. (Foster, 1998, p.14)

En la posmodernidad tardía, el cuerpo femenino sigue siendo un lugar privilegiado de reafirmación de lo natural y de lo no tecnológico. Pues la tecnología en esta época no está feminizada como en la modernidad, sino que entra a un campo neutral. Así lo afirma Karla Jasso (2008), fundamentada en la obra de Rosi Braidotti, *Metamorphoses: Towards a Materialist Theory of Becoming*. (Metamorfosis. Hacia una Teoría Materialista del Devenir).

La autora señala que, “sostener que la teoría feminista no es sólo un movimiento de oposición crítica contra el falso universalismo del sujeto, sino también la afirmación positiva del deseo de las mujeres de manifestar y dar validez a formas diferentes de subjetividad” (Jasso, 2008, p. 102).

2.3 Visión de la mujer sobre la mujer

En la historia, bajo una mirada superficial y errónea, se puede afirmar que el arte ha considerado a la mujer su fuente predilecta para la creación artística. De ahí que se considera que el arte figurativo ha demostrado su preocupación y atención a las mujeres como otras disciplinas no lo han hecho.

La mujer siempre estuvo aislada de otros saberes, incluso en tiempos actuales sigue ocurriendo este fenómeno. El feminismo es una bandera bajo la cual se demandan derechos, pero la participación equitativa dista de practicarse de manera concreta. A pesar de ser una fuente primaria para los artistas, la visión

sobre la mujer no siempre ha sido positiva. Los artistas, masculinos mayoritariamente, han representado a la mujer con una perspectiva de objetualización, afirmando a la belleza como una cualidad indispensable que la mujer debe poseer (Segura, 2000).

Por ejemplo, cuando se habla sobre la capacidad de observar, en la mayoría de casos se la asocia con el hombre artista, quien crea la obra o a quién va dirigida. La mirada de la mujer queda reducida a una mirada de reconocimiento como objeto dando como resultado el aviso de que la mujer no debe observar sino sólo ser observada (Cao, 2000).

La creación artística femenina tuvo grandes obstáculos en el mundo occidental. Aunque surgieron grandes artistas mujeres a través de los diferentes movimientos artísticos, el filtro de la historia reconoce solamente aquellos quiénes han estado acorde a la ideología patriarcal. Así, ser mujer y artista son dos elementos que no van juntos, según el estereotipo de lo que es ser mujer.

A pesar de ello, varias mujeres artistas como: Frida Kahlo (1907-1954), Eleanor Antin (1935-presente), Marthe Rosler (1943-presente), Cindy Sherman (1954-presente) entre otras, han logrado trascender a pesar de los prejuicios sociales. De manera que representaron a la figura femenina como una construcción más sentida y real. Por lo general el arte no es neutro, el arte es figurativo y ha sido representado por una visión masculinizada, ya que siendo la mayoría de los artistas, hombres, ellos son fieles a lo que domina la sociedad representado a la mujer bajo su óptica (Cao, 2000).

2.3.1 Frida Kahlo

Una artista relacionada con el surrealismo, pero más allá de esto, en su arte destacó la visión personal del mundo, desde su conciencia de mujer. La obra de Frida contiene potencial revolucionario, el cual habita más en la conciencia que en la subconsciencia. Es decir, que se apoyaba más en el pensamiento que en algo onírico. Sin embargo, la propia artista negó pertenecer al

surrealismo, a pesar de que el mismo Breton afirmó que Frida era la más surrealista de todos ellos (Alario, 2008).

Aliaga (2004, p.41), señala: “influida por los exvotos utilizados en la pintura popular Mexicana, fue reivindicada por Breton, asociándola al surrealismo por sus ingredientes de crueldad y exotismo, denominación que no compartía la artista, que expuso en París en 1939.”

Además, la obra de Frida contiene una violencia a manera de protesta por una serie de situaciones que le ocurrieron desde muy joven hasta las complejas relaciones con Diego Rivera (1886-1957) su marido. Su debilitado cuerpo, sus deseos sexuales en un país conservador, que juzga bajo la moral católica, hicieron de la pintura de Frida un reflejo de la realidad de la mujer (Aliaga, 2004).

También, el uso de formas relacionadas con el arte naíf y el arte tradicional mexicano, tradición que contrasta con la vanguardia, la imaginación y la sinceridad con la que trató sus temas fue ejemplar. El centro de su obra fueron ella misma, su vida y traumas. Al estar íntimamente unida su vida con su obra, adquirió una carta de naturaleza de la que había sido excluida por los conceptos del androcentrismo (Alario, 2008).

La artista mexicana pintaba elementos de mujeres, que podían resultar vulgares o prosaicos ante la mirada masculina. Sus autorretratos, *leitmotiv* de su obra, tienen un significado esencial: se presenta al espectador como un sujeto pintado y uno que pinta. Lo cual implica el reconocimiento de que las mujeres también pueden ser creadoras.

Sin embargo, la escasez de representación de sí misma como artista resulta llamativa (Alario, 2008). En muy pocas obras se puede observar una Frida portando sus instrumentos de pintura. Ella se enfoca en la mirada profunda de su yo como mujer más que como artista. Además, se destaca el poder en la

mirada que su obra posee (véase fig. 06), una mujer que, desde el cuadro, observa, compartiendo su visión del mundo, escrutando la realidad y mostrando imágenes alternativas. El poder de la mirada que Frida ofrece radica en la sinceridad (Alario, 2008).



Figura 6. Autorretrato con collar de espinas (1940). Frida Kahlo.

Tomado de: elsemanario.com

Algo característico de Kahlo fue expresar una situación no desde el miedo distante sino desde la cercanía de esa vivencia. En palabras de María Teresa Alario (2008, p.34): “en algunas de las dramáticas imágenes que narran los sentimientos de la pintora tras dolorosas situaciones físicas y psíquicas, como sus sucesivos abortos y múltiples operaciones, presenta el cuerpo femenino como un objeto manipulado por la medicina.” Frida adelantó algunos rasgos del

arte feminista, defendidos por varias artistas en la década de los 70's, al visibilizar la presencia de fluidos del cuerpo femenino en su obra y creación artística, como en *Unos cuantos piquetitos* (véase fig. 07).

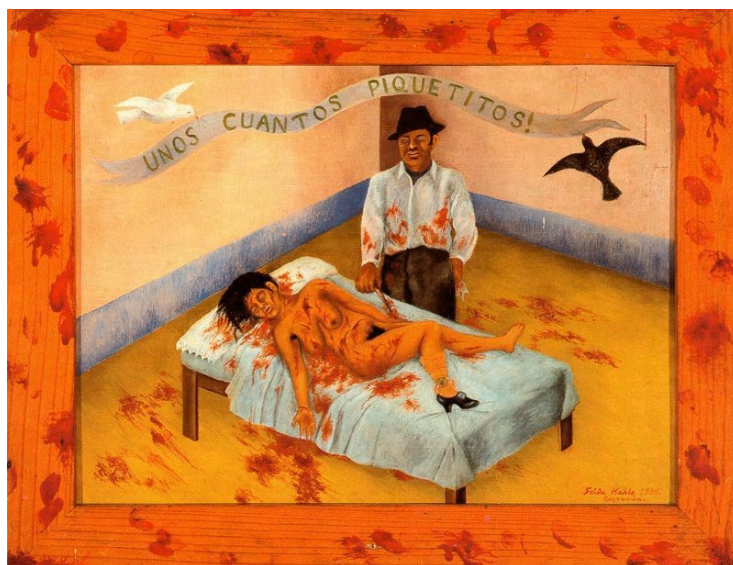


Figura 7. Unos cuantos piquetitos (1935). Frida Kahlo.

Tomado de: ladiariadelaura.files.wordpress.com

Ésta, sin duda es una de las obras más estremecedoras de la pintora. Aliaga (2004, p.41), anota: “de pequeño formato, este óleo manifiesta algo que, desde una perspectiva machista y romántica, se ha dado en llamar un caso de muerte debido al amor pasional, pero que en realidad es ejemplo de violencia de género”.

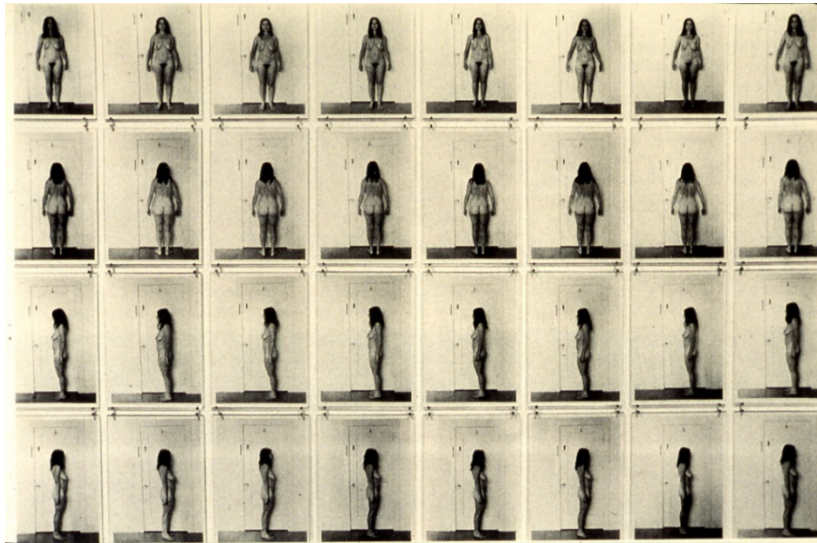
Para construir esta obra, Frida se inspiró en una noticia que leyó en un diario, el cual informaba la muerte de una mujer asesinada de manera atroz por su compañero sentimental y este al ser detenido afirmó que solo habían sido

“unos cuantos piquetitos”. Además de la representación de estas imágenes crudas de violencia contra las mujeres, la artista también tarto temas como la feminidad. Este es el caso de su obra *Autorretrato con el pelo cortado*, realizado tras su ruptura con Rivera. En esta obra la artista renuncia a los elementos de la feminidad que son visibles como el cabello largo, los vestidos vistosos y demás, sustituyendo estos elementos con trajes oscuros de tallas más grandes. Frida tenía una visión y conciencia clara de lo que es ser mujer es por esto que su legado es considerado como un arte feminista involuntario con críticas a la opresión femenina dirigiendo la mirada de los espectadores hacia la otra realidad que atentaba contra la idea patriarcal. (Alario, 2008)

2.3.2 Eleanor Antin

Posiblemente la problemática que acarrea la imagen que la mujer tiene que proyectar, es lo que ha suscitado serias críticas. Se ha hecho de la mujer un objeto para contemplar y que debe además someterse a cuidados cosméticos constantemente para estar a la par de los cánones de belleza establecidos. (Aliaga, 2004)

Eleano Antin presento su obra *Carving: a traditional sculpture* en el año de 1973. En esta obra se muestra como una mujer que se somete a una estricta dieta por más de un mes, va cambiando, este cambio es visible gracias a una serie de fotografías que se realizaban cada día de frente y de espaldas por los dos lados. “Estamos ante el caso de una artista que exploro distintas personalidades y que se disfrazaba a menudo para encarnarlas, jugando así a una suerte de ‘mascarada’ (...)” Juan Vicente Aliaga (2004, p.59). Eleano Antin presento su obra *Carving: a traditional sculpture* (véase fig. 08) en el año de 1973. En esta obra se muestra como una mujer que se somete a una estricta dieta por más de un mes, va cambiando, este cambio es visible gracias a una serie de fotografías que se realizaban cada día de frente y de espaldas por los dos lados.



*Figura 8. Carving: A Traditional Sculpture (1972). Eleanor Antin.
Tomado de: dspace.fandm.edu*

De acuerdo con Juan Vicente Aliaga (2004, p.60) “Las poses demostraban que el supuesto cuerpo espléndido que estaba logrando esta mujer, que se amoldaba a los cánones de belleza predominante (y asfixiante), estaba, muy al contrario, lejos de ser una realidad. “

2.3.3 Martha Rosler

“Uno de los estereotipos más sangrantes propagados por el machismo era el que establecía la incapacidad de la mujer para el pensamiento abstracto. “Juan Vicente Aliaga (2004, p.59). En otras palabras, la mujer no era capaz de concebir ideas que escapen de la realidad. Pero hubo mujeres que empezaron a interesarse por las posibilidades que abrían las nuevas tecnologías para el desarrollo del arte.

En el campo del video la artista Martha Rosler ofrecía una reflexión sobre las supuestas ventajas que la mujer pudiese obtener a través de la práctica de la cocina. La obra llamada en formato video llamada *Semiotics of the kitchen* del año 1975 (véase fig. 09), ridiculiza las acciones de la cocina llamadas liberadoras usando utensilios de cocina. Otra obra de esta artista es *Vital Statistics of a Citizen, Simply Obtained* de 1977 que es un performance grabado en formato de video, y que tienen como objetivo la conceptualización de que las mujeres tienen una vida numerada y regulada. La artista aparece ejecutando y siguiendo órdenes mientras se va desvistiendo tomando el concepto de la obediencia, se escucha una voz en off que hace concientizar al espectador de cómo el cuerpo se ha convertido en un algo cosificado perdiendo su identidad personal. (Aliaga, 2004)



Figura 9. Semiotics of the kitchen (1975). Martha Rosler.

Tomado de: moma.org

3. CAPÍTULO III. CÁNONES DE BELLEZA Y ROLES EN MEDIOS AUDIOVISUALES

La representación que se oferta para el consumo de audiencias ha contribuido a un reforzamiento del sistema social que impone cánones que deben ser seguidos en las plataformas audiovisuales. Estos estereotipos que presentan los medios de comunicación masiva no reflejan lo complejo y lo diverso de la realidad de las mujeres, sino que muestran una suerte de fantasía, ideales que difícilmente se alcanzan en la vida real. (Alonso, 2004)

Como dice Juan Vicente Aliaga (2004, p.60). “Nombradas como el “bello sexo”, es complicado liberarse del peso de esta construcción social. La sociedad ha hecho de la mujer un objeto de contemplación que tiene que someterse a cuidados cosméticos permanentes para estar presentable y guapa.”

La cultura occidental contemporánea ha condenado a la mujer pretendiendo que sea delgada y bella siempre, sometiéndola a dictados de moda y cosméticos, industrias que por lo general están lideradas por el género masculino. Conduciéndola a poseer cánones de belleza que están atentado contra la propia salud física y psicológica. (Arriaga, 2006)

Varios estudios han coincidido que los medios masivos de comunicación y en especial la publicidad, han sido responsable de males como la anorexia. La insistencia en presentar un canon de belleza femenina que pasa a convertirse en un ideal para los espectadores. En el caso de las mujeres porque quieren parecerse a lo que están observando, y en el caso de los hombres porque desean poseer a la “mujer perfecta” que están observando. (Duran y Sánchez, 2008)

Un ejemplo es la industria de Hollywood, en donde las mujeres durante mucho tiempo han estado relacionadas con arquetipos de los cuales nacen los

mencionados estereotipos. Todo esto como resultado de los prejuicios que la sociedad crea. (Gago, 2002)

El ser humano posee por naturaleza una capacidad lúdica que le permite jugar, inventar, recrear en distintos escenarios de fantasía que se van construyendo y alimentando a partir de la realidad a la que pertenecen. Los niños y niñas reconocen a sus padres como los modelos de referencia más cercanos a los cuales parecerse. Es por esto que la igualdad de género será un propósito difícil de lograr si el medio en el que han crecido los niños, no lo refleja. La sociedad perpetúa los roles de género dependiendo del sexo de cada uno. Los niños más que obedecer los imitan, generando sus primeras impresiones y por ende su primer diseño de identidad. Es comprobable hasta la actualidad que para las niñas aún se siguen destinando juegos relacionados con el trabajo doméstico, como es la crianza de los niños, la cocina, o la belleza orquestada por cosméticos para atraer la atención del sexo masculino. (Suárez, 2006)

Los roles de género aparecen entre los 2 y 4 años en niños y niñas, los cuales comienzan a calificar de femeninas o masculinas ciertas actividades. Esto está influenciado por la información que reciben los niños de sus padres, de la sociedad, así como también de las instituciones educativas y de los medios de comunicación que afectan directamente en la percepción y asignación de dichos roles. (Martín, 2006)

La sociedad ha establecido un orden social que se basa en la imposición de roles. De esta manera se controla la sociedad y las posibles transformaciones de las relaciones de género. Las relaciones entre ambos sexos, masculino y femenino, se ha construido de tal manera que la dominación masculina sobre las mujeres ha sido el ingrediente principal a la hora de comunicar mediante plataformas audiovisuales. (Alonso, 2004)

Los medios de comunicación presentan productos audiovisuales en los cuales se está asignando un rol determinado a la mujer. La sociedad recepta esa información y la convierten en una realidad que termina siendo aceptada. Juan

Vicente Aliaga en su libro toma como referencia la obra de Eduardo Paolozzi (1924-2005) y Richard Hamilton (1922-2011) en Gran Bretaña: “Tal vez el pop británico contenga mayores dosis de humor que permitan cuestionar algunos valores recibidos.” Juan Vicente Aliaga (2004, p.48). Estas obras son una realidad que, ya sea de su agrado o no, están presentes en muchos productos audiovisuales hasta hoy en día.

El sistema patriarcal ha utilizado distintas manifestaciones artísticas para transmitir su ideología e imponer su idea de feminidad. Como dice Ángeles Cruzado Rodríguez :

El arte, la literatura y, más recientemente, el cine, nos han ofrecido imágenes de mujeres creadas por los hombres en función de sus deseos. Son mujeres sin un referente real, modelos artificiales que se instalan en el imaginario colectivo y ejercen la función de prototipos, colocándose en el lugar de una supuesta esencia femenina, percibida como algo totalmente natural. (Cruzado Rodríguez, 2009, p.53)

3.1 Fotografía: Cindy Sherman

La fotografía abrió caminos a nuevas formas de creación. Las imágenes fueron documentos de registro de nuevas formas de arte que se sintió atraído por la aparición de nuevos medios de comunicación. Los happenings, performances y otras obras que no fueron diseñadas para permanecer vigentes a través del tiempo fueron registradas por cámaras fotográficas. Sin embargo para algunos la esencia de la obra seguía permanente en el instante de la acción y el registro fotográfico no era más que una vaga versión de la acción que ya había pasado. (Gómez, 2005)

Llegada la primera mitad del siglo XX y gracias al modernismo, se constituyó como una expresión artística que iba más allá de su utilización como elemento documental en prensa y demás. Se la asocio mucho a las artes impresas y a partir de su uso en medios de difusión, paso a formar parte del imaginario

colectivo de la sociedad. Una vez involucrados los medios de comunicación nuevas plataformas visuales, se puede hablar de la fotografía comercial que utiliza hasta la actualidad, el retrato. De esta manera la fotografía paso a formar parte de las artes visuales porque los artistas ya la empezaron a utilizar como una nueva manera de expresión artística. (Barrios, 2005)

Cindy Sherman es una de las principales representantes de la fotografía posguerra. Es una artista que a través de su trabajo encontró un discurso propio para expresar la imagen de la mujer interpretando la psique femenina (véase fig. 10). Su trabajo se hizo reconocido a nivel mundial durante la década de los ochenta por la manera tan peculiar de trabajar el “autorretrato”. Aunque en palabras de la artista las fotografías que crea no son autorretratos, a pesar de que es la modelo de sus propias fotos, son roles o interpretaciones de otras personas que no son reales. Cindy transforma su imagen utilizando disfraces, prótesis y maquillaje. (Gómez, 2005)



Figura 10. Untitled #96 (1981). Cindy Sherman.

Tomado de: popphoto.com

En Sherman se encuentra la fusión de una artista que además fue actriz y sujeto de su propia obra. Sus fotografías son una proyección de personas y estereotipos que están profundamente arraigados en el imaginario colectivo de la sociedad. (Respini, 2012)

Sherman a lo largo de su trayectoria atravesó varias etapas de creación artística. En sus primeros trabajos la esencia de su obra es la juventud. En *Complete Untitled Film Stills (1977-1980)*, fotogramas en blanco y negro muestran a una Cindy joven que agrada desde un punto de vista erótico como la típica chica de película norteamericana de clase B, representando roles tradicionales de su tiempo de la mujer estadounidense (véase fig. 11). El trabajo de esta época es una referencia a los estereotipos repetitivos en los medios masivos de comunicación y en especial en el cine que es un articulador de paradigmas en la cultura contemporánea. A pesar de ser fotografías, estas llevan consigo un estilo cinematográfico emulado intencionalmente por la artista que no pretende imitar un fotograma específico de alguna película en particular pero si la manera en que la mujer es concebida y difundida por el cine de esa época. (Gómez, 2005)



*Figura 11. Untitled #5 (1977). Cindy Sherman.
Tomado de: moma.org*

A finales de los años 70 su trabajo se centró en representaciones de estereotipos de mujeres en la publicidad y el cine de la década de los 60. Su trabajo parece afirmar la teoría de que la representación de la mujer es una representación del deseo masculino. Se retrata como estereotipo que hace una alegoría a lo femenino. Entre los estereotipos que representa, están los de mujer profesional, muchacha ingenua, objeto sexual entre otros. Su trabajo impone un sello político y ético ya que a pesar al involucrar a los medios masivos de comunicación, los acusa de ser una falso reflejo de la realidad. (Martínez, 2005)

En sus trabajos más actuales sigue trabajando la figura de la mujer alrededor del concepto de una belleza pasada, que está muerta en la actualidad. En otros trabajos como *Disasters*, *Fairy Tales* and *Disgust pictures*, se encuentra una crítica al consumismo expresada mediante el uso de viseras, mutaciones, personajes aterradores y demás (véase fig. 12). En *History Portraits*, recrea pinturas de estilo barroco, cuyos actores son hombres, mujeres, y la intención de esto es poner en evidencia como la sociedad coloca en pedestales inalcanzables a personajes mediáticos (véase fig. 13). *Sex Pictures*, es una denuncia a la violencia física donde se observan maniquíes, fluidos, mutilaciones, casi ya no queda representación alguna de la misma artista (véase fig. 14). En *Clowns*, una serie de fotografías manipuladas ya con el uso de la tecnología digital se puede observar montajes, colores saturados entre otros elementos que constituyen una parodia de sí mismo (véase fig. 15). En *Society Portraits* se evidencian estándares de belleza predominantes en la sociedad que siempre ha estado obsesionada con la juventud y la hermosura (véase fig. 16). Las fotografías de Sherman tienen un punto de intersección y este es la condición femenina desafiada. Expone los falsos ideales de mujer que la cultura occidental muestra repetitivamente en todos los medios visuales. (Martínez, 2005)



*Figura 12. Untitled from Disaster and Fairy Tales (1985). Cindy Sherman.
Tomado de: saabirarazac.com*



*Figura 13. Untitled #123 from History Portraits (1989). Cindy Sherman.
Tomado de: moma.org*



*Figura 14. Untitled #250 (1992). Cindy Sherman.
Tomado de: moma.org*



*Figura 15. Untitled #417 (2004). Cindy Sherman.
Tomado de: artspace.com*



Figura 16. Untitled #465 (2008). Cindy Sherman.

Tomado de: moma.org

Lo destacable del trabajo de esta artista es la utilización de su propio “yo” para encarnar todos los papeles que representa en sus fotografías ya que cuando uno pretende denunciar algo se crea una necesidad innegable de participar de lo que se quiere denunciar. En este caso los modelos de feminidad que proyectan los medios de comunicación. Sus mal llamados autorretratos no revelan nada sobre la propia artista pero puede ser una forma de reconocimiento de una persona en los deseos de otra. (Martínez, 2005)

3.2 Cine

Con el nacimiento de la fotografía, nace el cine que se constituyó como un medio de comunicación masivo que refleja el acercamiento a una realidad para entender a hombres y mujeres en el contexto actual. El cine comercial

contribuye a la afirmación, mantenimientos, o eliminación de estereotipos según las creencias sociales y si éstas son aceptadas o no. Estos estereotipos contribuyen a la creación de una identidad social que puede ser identificada como un espejo reflejando la cultura de cada país y sociedad. (Gila y Guil, 1999)

Las imágenes cinematográficas actualmente, tienen efectos sobre los temas relacionados con sexo y género. (véase fig. 17). Su influencia es tan grande y poderosa que se ha llegado a decir que es éste el que crea personajes que luego cobran vida en el mundo real y no inversamente. Las películas para adultos utilizan todos los estereotipos femeninos posibles. Presentan mujeres jóvenes, seductoras y perversas así como también mujeres sumisas o enamoradizas. No se puede generalizar y decir que todo el mundo cinematográfico presenta estos como únicos modelos de mujer, pero si son los que más atraen al público. Las mujeres de edad avanzada o poco atractivas aparecen en papeles secundarios como brujas, espiritistas, empleadas o señoras de limpieza. (Gila y Guil, 1999)

En términos de belleza, el cine ha presenta a las mujeres como objetos, siempre en negándoles la capacidad de cuestionarse a sí mismas la realidad, dando por hecho que entre las funciones de la mujer no se halla el pensamiento. Los cánones que transmite el séptimo arte, la televisión y otros medios de comunicación, no son una representación real del común denominador de la población femenina.

En palabras de Ángeles Cruzado Rodríguez :

Se instaura así una tiranía de la belleza- siempre desde un punto de vista masculino- que esclaviza a las mujeres, quienes, en su afán por ajustar su cuerpo a ese molde predefinido, descuidan otras luchas más importantes como la de su equiparación laboral con los hombres. (Cruzado Rodríguez, 2009, p.59)

De todos los medios masivos, el cine es una de las herramientas transmisoras de ideologías más potentes que existen. Esto se debe a su capacidad de convertir en realidad, una sucesión de imágenes e historias ya que la imagen visual posee una gran fuerza de persuasión que emociona más que cualquier otro tipo de mensaje. Según Laura Mulvey en el cine existen tres miradas, la de la cámara, la del espectador y la del protagonista. Ninguna de las tres corresponde a la mujer. La magia del cine radica en la manipulación de lo visual que busca siempre el placer del hombre. La imagen femenina ha sido construida para ser mirada, es el objeto sexuado dirigido por el sujeto masculino. El cuerpo femenino es entonces el objeto erótico para los personajes de la historia y para los espectadores, recibiendo todas las miradas masculinas. El hombre es el que posee el poder y la mirada por lo tanto es el sujeto activo mientras que la mujer es objeto pasivo. Al ser un medio masivo, el cine llega a muchos lugares del planeta, es creador de modas y comportamientos que terminan convirtiéndose en universales. (Cruzado, 2009)

El cine valiéndose de sus técnicas ha iniciado la descomposición del cuerpo así lo expone Ángeles Cruzado Rodríguez :

El cine fragmenta el cuerpo por medio de primeros planos o planos detalle. Esos fragmentos no desempeñan sólo una función metonímica, de sustitutos del todo, sino que adquieren autonomía. Las distintas partes del cuerpo se presentan acompañadas de ciertas prendas o adornos (zapatos, medias, guantes, maquillaje...) que incrementan su valor de objeto y les aportan connotaciones eróticas, siempre desde una mirada falocéntrica. (Cruzado Rodríguez, 2009, p.60)

El papel de la mujer seguirá siendo, el de musa inspiradora de artistas, expresión de fantasías y la de un cuerpo expuesto para ser observado por sujetos masculinos otorgando a la fémina el rol pasivo. (Cruzado, 2009)



Figura 17. Los caballeros las prefieren rubias (1953). Howard Hawks. Tomado de: Wikipedia.org

3.3 Publicidad

La sociedad de mercado ha puesto como imperativo la imagen. La mujer es presentada como la destinataria de varios productos que siguen enfatizando su rol social como la responsable de asuntos domésticos. La publicidad establece los ejes que separan la representación del hombre y la mujer. Un spot dirigido a una mujer resaltará lo afectivo y la satisfacción de cumplir una responsabilidad, mientras que un spot dirigido para un hombre resaltará la inteligencia como la cualidad principal que quedará identificada con la capacidad de conquista del sexo opuesto para obtener el triunfo y satisfacción personal. (Suárez, 2006)

La publicidad tiene como objetivo principal vender o crear esa necesidad de adquirir un bien. Cuando nuevas ideas pudiesen aparecer y perturbar los mercados, la publicidad se ve amenazada es por esto que se ha tratado de establecer un patrón inquebrantable haciendo que la sociedad se adapte a esto, y no la publicidad adaptándose a la sociedad. A la mujer se la ve como

sumisa. Las posturas, colores, encuadres y movimientos de cámara que utiliza la publicidad, están todos fríamente calculados para crear una imagen de mujer disponible y receptora. Se establece entonces actitudes de sumisión y dominación, siendo ambas partes importantes de modo que se implantan con mayor facilidad estos arquetipos sociales. Los roles que se otorga a cada uno dependiendo de su sexo y que se repite de manera masiva a la audiencia que procesa esta información y la adapta a su realidad. Hay que destacar que en la actualidad se ha venido trabajando un nuevo arquetipo femenino, el de mujer ejecutiva y emprendedora que después del trabajo regresa a su casa y asume nuevamente las funciones domésticas y de ama de casa. (Yrache, 2007)

En la comunicación publicitaria , los destinatario más que mirarse a sí mismos, se reconocen como actores de las diferentes situaciones. La mujer es constituida bajo una visión distorsionada lanzada al imaginario de la sociedad que asocia este mensaje con sus expectativas para triunfar. La estrategia que utiliza la publicidad con relación a los anuncios de las mujeres en el hogar se ha transformado de cierta manera. Cuando el niño se ensucia, ya no lo gritan sino que por el contrario esperan que eso suceda para probar la efectividad del nuevo detergente. La responsabilidad doméstica se ha relajado por que las mujeres descubren que también tienen otras preocupaciones. (Suárez, 2006)

Los estereotipos de mujer se han repetido hasta el cansancio y se han promovido desde la infancia. El cuerpo de la mujer en el lenguaje publicitario se ha convertido en un rompecabezas que nadie es capaz de desarmar en función de sus necesidades. (véase fig. 18), En palabras de Luis Yrache :

La anatomía femenina no presenta obstáculo ético alguno para los autores de las imágenes a la hora de ser literalmente troceada, descuartizada. Miles y miles son los casos en que simplemente se muestran cuerpo desde la cintura hasta por encima del pecho desterrando descaradamente el rostro. Pies, cuellos, vientres, senos, muslos, espaldas. Todo es muestrario, muchas veces seccionado de

modelos varias, que conlleva ciertas connotaciones expresivas y comunicativas. (Yrache, 2007, p.119-120)



Figura 18. My number. Ché. Men's Magazine.

Tomado de: ssociologos.files

4. CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Método Lógico: Esta investigación se basa en un Método Lógico ya que a partir de un juicio se descubrirán casos particulares. Este método se basa en la deducción, inducción, análisis y síntesis sin utilizar la experimentación.

4.2 Método de Observación y análisis de discurso de imagen: Se conoce el problema y los objetos de investigación de tal manera que en la observación se tomará en cuenta la participación tanto de observado y observador así como el ambiente y el medio de observación. El análisis del discurso nos servirá para comprender los procesos, analizar estos contenidos, y explicar problemas sociales y culturales más que los problemas lingüísticos. (Bolívar,2007)

4.3 Enfoque Multimodal o mixto: Este enfoque abarca las fortalezas tanto del enfoque cualitativo como del cuantitativo para lograr un entendimiento a fondo del tema así lo explica Hernández Sampieri.

Esta investigación se basará más en el enfoque cualitativo que no estudia la realidad sino comprende como esta se construye es decir es más global y concreta, pero por contexto tomará una base cuantitativa para realizar el estudio cualitativo.

4.4 Objetivo General

Analizar las representaciones de la figura femenina con el fin de desarrollar una propuesta comunicativa multimedia, que tenga a la mujer como eje central.

4.5 Objetivos Específicos.

- Reconocer estereotipos de belleza presentes en la cultura contemporánea.
- Establecer los factores que influyen en la representación de la mujer.

- Determinar las características de las diferentes representaciones de la figura femenina.

4.6 Determinación de la población

Población 1: Estudio en el cual se reflexionará sobre 3 casos existentes de producción artística, de diferentes autores que presenten una mirada distinta sobre la figura femenina.

Estos casos existentes de producción artística son los siguientes:

1. Ewa Juszkiewicz: Pinturas 2008- 2014 y Animaciones
2. Jaime Zapata : “Trazos Íntimos” 2008- 2013 y “Cuerpos Pintados por Zapata” I y II
3. Aleah Chapin : “Aunties Project”

Población 2:

Especialistas en Estudios de Género de la FLACSO.

Artistas, cineastas, historiadores.

Especialistas en Producción Audiovisual.

Los especialistas entrevistados fueron los siguientes:

1. Karina Cárdenas – Actriz, bailarina, colectivo de teatro
2. Mateo Herrera – Cineasta, productor audiovisual
3. Reinier Barrios – Antropólogo Visual (FLACSO)
4. Bernarda Tomaselli – Historiadora, analista de patrimonio en el Ministerio de Cultura del Ecuador

4.7 Técnicas de investigación

Para la población 1: Se utilizó la técnica documental para recopilar información pertinente. Esta técnica se basa principalmente en la recopilación de información que sustentará la investigación. También se utilizó la técnica de análisis del discurso de la imagen y la técnica de observación a través de registros audiovisuales para poder extraer datos en contexto natural.

Para la población 2: Se utilizó la técnica de campo que acerca al investigador al contacto directo con el objeto que se estudia, realizando entrevistas estructuradas a expertos para conocer la opinión que tienen los sujetos sobre todos los temas referentes a la representación de la figura femenina.

4.8 Sistematización de la Investigación

Una vez aplicada la metodología de investigación del presente trabajo de grado se han sistematizado lo siguiente para la población 1:

La producción artística contemporánea despliega un sin número de posibilidades de representar la realidad o la fantasía a partir de diferentes espacios, intenciones y motivaciones que cada uno de los artistas poseen. Una obra artística que genere en los espectadores la reflexión y al propio creador a buscar nuevas maneras de encontrar en sí mismo un propósito, es algo hermoso.

Los tres casos de producción artística que se presentan a continuación invitan a mirar de manera distinta a la figura femenina alejada de la representación que los medios de comunicación presentan día a día con la imposición de estereotipos y violencia de género. Se estudiará el trabajo de Ewa Juskiewicz, Jaime Zapata y Aleah Chapin.

El trabajo de Ewa, consiste en la reinterpretación de la imagen de la mujer en el retrato tradicional, basándose en obras clásicas de la pintura, hace una

recreación quitándoles el orden establecido y añadiendo sus propias modificaciones para crear nuevas galerías de imágenes (véase fig. 19).



Figura 19. Where the wáter is bright and the grass is green (2012).

Ewa Juszkiewicz.

Tomado de : ewajuszkiewicz.com

Ewa es una artista polaca, graduada de la academia de Fine Arts en Gdansk. Trabaja la pintura, el dibujo, la instalación y la animación. Su mayor área de interés es la imagen de la mujer, analiza los cánones de la representación de lo figura femenina en la historia del arte así como también su implicación cultural y social.

Crea una nueva narración transformando los retratos de mujeres que son esposas, madres e hijas (véase fig. 20), privándolas de su cara e incitando a la introspección sobre lo que hay más allá de su apariencia física o de la imagen que proyectan es decir sobre su personalidad, sus logros y aspiraciones. (Rayzacher, s.f)

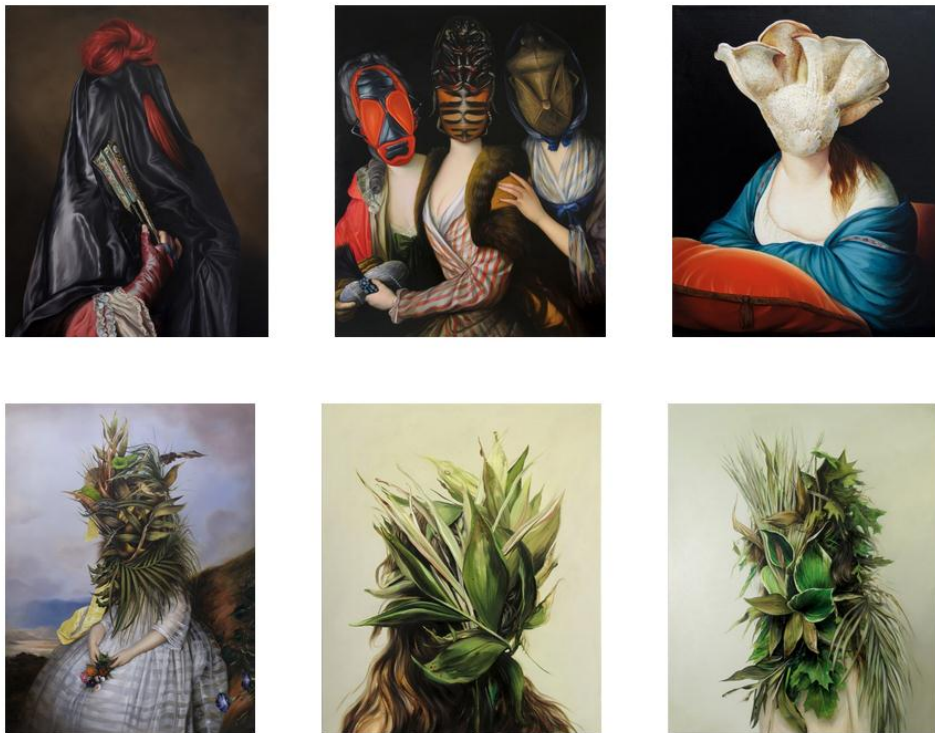


Figura 20. Ewa Juszkiewicz. (2014).

Tomado de : ewajuszkiewicz.com

Su producción artística tiene una postura clara sobre la mujer en el mundo y la importancia que tiene el retrato en la cultura contemporánea haciendo una introspección además, al borde de la belleza y la fealdad. Sus pinturas son mujeres cuyos rostros han sido reemplazados por otras cosas como cabello, máscaras u otros objetos (véase fig. 21), sus animaciones a manera de collage

transmiten su mirada sobre los clichés que conciernen al retrato y a la ambigüedad de la imagen.

La artista utiliza esta técnica con la intencionalidad de llevar al espectador más allá de la imagen de la mujer que contemplan, al no poseer rostros se puede despertar el interés de saber quiénes son estos personajes, más allá de lo físico. (Rayzacher, s.f)

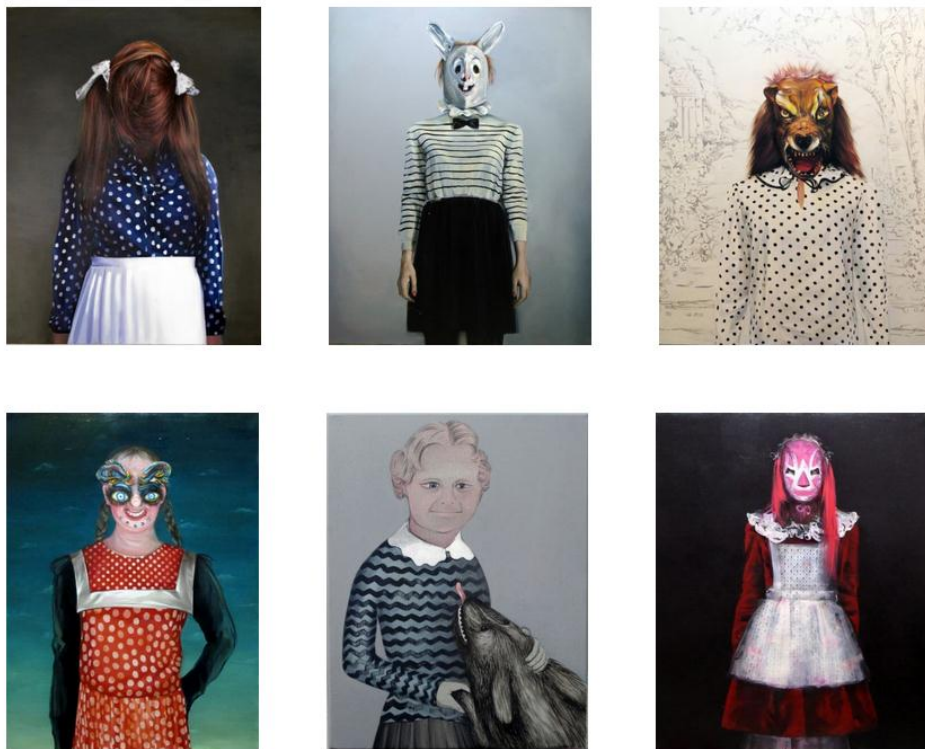


Figura 21. Ewa Juszkiewicz. (2011-2010).

Tomado de: ewajuszkiewicz.com

Se puede encontrar más de su trabajo en su página web oficial:
<http://ewajuszkiewicz.com/>

Por otro lado, el trabajo de Zapata brinda la mirada de una realidad que se desdobra, creando otros parámetros ya que en el lienzo las imágenes representadas cobran otra dimensión.

Su trabajo es figurativo, le interesa mucho la representación de la realidad de las formas humanas en especial de la mujer es por esto que existe una presencia femenina muy importante siempre en su obra. Jaime Zapata es un artista plástico ecuatoriano, estudio escultura en la Universidad Central del Ecuador, pero su trabajo después se enfoca en la pintura.

Su obra “Trazos Íntimos 2008-2013” es una fascinación por la figura femenina y un gusto por su anatomía. En otro de sus proyectos “Cuerpos Pintados por Zapata” (véase fig. 22), para un colectivo chileno, su intención es mostrar el desnudo sin crear temor sino por el contrario que sea algo disfrutable desde un niño hasta una monja.

En su obra refleja un sentimiento de que los cuerpos en estado natural son bellos, la mayoría de sus representaciones de la figura femenina son mujeres jóvenes argumentándose en que toma el instante breve del mejor momento del cuerpo de la mujer porque ahí las características están casi intactas. (J. Zapata, pintor, 6 de abril de 2014).

La obra de zapata “Trazos Íntimos” (véase fig. 23), se puede observar retratos como un tributo a la figura femenina entendiendo que las mujeres son una importante parte de su vida. Mujeres en diferentes posiciones, desnudos, miradas, texturas y colores son los principales componentes de esta obra.



*Figura 22. Cuerpos pintados por Zapata I (1991-2003). Jaime Zapata.
Tomado de: cuerpospintados.com*



*Figura 23. Saki (2012). Jaime Zapata.
Tomado de: jaimezapata.fr*

Se puede encontrar más de su trabajo en su página web oficial:
<http://jaimezapata.fr/>

Para finalizar, la obra de Aleah Chapin: “Aunties Project”, estudia las cicatrices, el vello púbico, los pechos lactantes y demás en los cuerpos de mujeres de edad avanzada, mujeres con las que la artista creció y las conoce de toda su vida. Aleah es un artista estadounidense del norte de Seattle. Estudio arte en la Academia de Nueva York y ha recibido varios premios alrededor del mundo. Su trabajo es una mirada al cuerpo de la mujer, argumentando que a las mujeres siempre se les ha impuesto una medida, una estatura y un peso ideal pero que todas esas imágenes de las mujeres perfectas que vemos en los medios son completamente irreales, manipuladas con técnicas como el Photoshop y demás. Su proyecto invita a reflexionar sobre la aceptación propia, que la gente necesita que sean mostradas imágenes de cuerpos reales, de todo tipo, de todos los colores, formas y tamaños para poder aceptar la diversidad. (Aunties Project by Aleah Chapin, 2014)

“Aunties Project” (véase fig. 24), retrata un grupo de mujeres desnudas de avanzada edad, de diferentes tamaños y formas, muestra las cicatrices, las arrugas propias de la edad, las marcas que ha dejado el paso del tiempo y las



Figura 24. It was the sound of their feet (2014). Aleah Chapin.

Tomado de: www.ignant.de

distintas labores como el de ser madre.

Una vez aplicada la metodología de investigación del presente trabajo de grado se han sistematizado lo siguiente para la población 2:

El cuerpo humano independientemente del género, posee una carga artística que invita a la reflexión. Analizar las distintas representaciones de la figura femenina servirá como vínculo para poder desarrollar productos que integren género, arte y cultura audiovisual. Pero es importante primero reconocer los estereotipos de belleza que están presentes en la cultura contemporánea y los factores de género que influyen en cómo se representa a la mujer. Adicionalmente, las características de cada una de estas representaciones artísticas ayudarán a tener una visión clara de los elementos que intervienen cuando se plasma a la figura femenina.

Para representar a la mujer hay que entender cómo se construye un ser humano nacido biológicamente como hembra de la especie humana, una mujer que en realidad es el resultado de una construcción sociocultural, que a su vez guarda características individuales que la hacen única. La bailarina y actriz Karina Cárdenas sostiene que se puede nacer mujer pero también se puede apropiarse de un género distinto ya que tener un cuerpo femenino no te define como tal. (K. Cárdenas, bailarina y actriz, 30 de marzo de 2015).

Ser mujer entonces es una construcción social que va más allá de lo físico y que dentro del arte puede convertirse en un concepto abstracto. El arte no solo es un espacio para la representación de algo sino también para la construcción de identidades. Como dice Reinier Barrios “El arte tiene múltiples funciones pero la de construir imaginarios y mantener creencias sobre determinados asuntos, son las que me parecen más interesantes. (R. Barrios, antropólogo visual, 13 de abril de 2015).” Al analizar varias representaciones de la figura femenina, se puede determinar que dentro del arte no existen límites. Los límites son puestos por los espectadores. En el arte existen corrientes que sobrepasan los límites de lo imaginable poniendo en debate lo que se puede

considerar como arte o no y hasta qué punto ciertos temas pueden ser considerados como algo artístico y vanguardista.

El cineasta Mateo Herrera dice que en la vanguardia, hay una ruptura con la academia y se empiezan a explorar otros temas dentro de las artes que reflexionan alrededor de la mujer como objeto sexual. En los años 70 la corriente del hiperrealismo toma escenas de situaciones moralmente consideradas pornográficas como lo son escenas de penetración, vaginas, penes, y se realiza ampliaciones de estas situaciones que al ponerlas en una sala de exposición se convierten en obras de arte. Es decir que sacan de contexto algo que moralmente sería considerado como pornográfico. (M. Herrera, cineasta y productor audiovisual, 31 de Marzo de 2015).

El desnudo artístico es una representación de la figura de la mujer muy utilizado en el arte pero que igual involucra una serie de cuestionamientos sobre cuando un desnudo puede ser considerado artístico. Reinier Barrios explica que cuando el interés es mostrar el cuerpo sin subyacer a un interés pornográfico o de morbo, se vuelve una cuestión interesante, artística y que está bien justificada. En el cine latinoamericano por ejemplo, aun se abusa mucho de esto, en función de un público que va al cine a ver desnudos ya que es un recurso que atrae y vende. (R. Barrios, antropólogo visual, 13 de abril de 2015).

Los estereotipos de belleza en la cultura contemporánea se ajustan a una concepción colectiva que está implantada en los seres humanos desde la niñez porque no se les enseña a aceptar las diferencias. Como dice Reinier Barrios “Desde un punto de vista sociológico, estamos bombardeados y condicionados por un grupo de ideologías de pensamiento pero también de imágenes que hacen que ese sea el canon de belleza hoy instaurado.” (R. Barrios, antropólogo visual, 13 de abril de 2015).

Uno de las causas de la imposición de cánones, es el centrismo en la concepción de la sensualidad y la belleza que se impone y niega la diversidad. Así dice Bernarda Tomaselli “la belleza se ajusta al discurso social del mercado”. (B. Tomaselli, historiadora, 13 de abril de 2015). En la cultura contemporánea se manejan cánones de belleza muy relacionados con los rasgos anglosajones, caucásicos, la delgadez extrema, lo estilizado entre otros. Mateo Herrera afirma que la población aquí en Ecuador se identifica con la gente más blanca y rubia. (M. Herrera, cineasta y productor audiovisual, 31 de Marzo de 2015).

En cuanto se habla de factores de género que han influido para construir esta visión sesgada de lo femenino y de la mujer, se puede reconocer que a la mujer aun se le sigue otorgando ese papel de sumisión en el hogar mientras que al hombre actúa activamente en el espacio público. Así sostiene Karina Cárdenas, “La mujer tiene que ser femenina y protegida. Si la mujer trabaja igual deber tener esa aspiración a ser madre, a estar en la casa y a atender a los hijos.” (K. Cárdenas, bailarina y actriz, 30 de marzo de 2015).

Desde la niñez se asignan roles específicos, así lo dice Reinier Barrios: “Desde el eco que se le hace a una embarazada, la gente empieza a buscar el sexo del niño y ahí empieza todo, que tienes que vestirla de rosado si es niña, que cuando al niño le lleven a la juguetería le tienen que gustar los camiones, las pistolas, las cosas violentas y a las niñas les tiene que gustar las cosas más pasivas. ” (R. Barrios, antropólogo visual, 13 de abril de 2015). En los productos audiovisuales contemporáneos aún se mantienen estos estereotipos, aún se mantiene esa representación típica de lo masculino y lo femenino.

Una de las características de la representación artística de la figura femenina es la del erotismo, como explica Karina Cárdenas “hay que aceptar la carga erótica que tiene el cuerpo de la mujer pero quintándole esa carga de sometimiento, de sumisión. ” (K. Cárdenas, bailarina y actriz, 30 de marzo de

2015). Es decir que se debe empoderar a la mujer de su propio erotismo, como dueña de su sensualidad y dejar de mercadear con su presencia. De esta manera quizás se pueda eliminar el concepto de objeto sexual pero manteniendo el concepto de sensualidad.

También se observan representaciones de la mujer en la publicidad, pero hay que tener en cuenta que los objetivos del arte y la publicidad son muy diferentes. La publicidad parte desde lo sexual y como herramienta utiliza a la mujer para la venta construyendo más estereotipos de género que se plantan en la sociedad. En las representaciones artísticas sobre la mujer no hay fronteras divisorias sino más bien hay intenciones porque la sexualidad y el arte igual pueden estar ligados.

La asociación del sexo con la figura femenina se ha constituido en un problema en función del uso social que se le ha dado, porque la sexualidad está ligada de igual manera a la condición natural y humana del deseo. Adicionalmente, los medios de comunicación influyen en cómo se representa a la mujer manejando un doble discurso sin embargo, Reinier Barrios sostiene que hay que poner a los medios en un punto neutro porque no son los culpables de todo lo malo, también hay otros factores que intervienen. (R. Barrios, antropólogo visual, 13 de abril de 2015). Por otro lado Karina Cárdenas afirma que más que un doble discurso, es un discurso directo y bien pensado a su conveniencia. (K. Cárdenas, bailarina y actriz, 30 de marzo de 2015).

Finalmente estas características de las representaciones artísticas de la figura femenina en su mayoría han sido impuestas por una visión masculina que ha construido un imaginario del ideal femenino y una idea del cuerpo deseado. Y las mujeres han terminado asumiéndolo así. Sin embargo es cierto que el deseo ha estado presente en toda la historia del arte porque como se ha dicho anteriormente el erotismo está muy ligado al cuerpo humano. Así lo dice Mateo Herrera: “Las mujeres son absolutamente deseables pero una cosa muy

diferente es la utilización del cuerpo de la mujer para la venta.” (M. Herrera, cineasta y productor audiovisual, 31 de Marzo de 2015).

En definitiva, hay que aceptar que el cuerpo femenino posee una carga asociada con el erotismo, con la sensualidad, con el placer y estos son aspectos que no se pueden negar pero si se los puede potencializar invitando a la reflexión más allá del morbo, del placer visual y del marketing que el cuerpo femenino genera. Aún persiste la imposición de estereotipos en la producción audiovisual actual sin embargo existen algunos productos que ya están intentando romper con esto. Hay que tener en cuenta que esto es un proceso que involucra tanto a creadores como a espectadores. Pero los creadores tienen la responsabilidad artística que no debe ser traspasada al espectador. Los responsables de buscar nuevas maneras de llegar a la gente y de enfrentar la creación, son los propios realizadores. De esta manera se podrá transmitir al público nuevas percepciones en torno al discurso del arte para que el espectador reflexione y perciba el mundo desde otros puntos de vista.

4.9 Análisis de la Investigación

Esta investigación ha tomado como punto inicial, el análisis de las representaciones de la figura femenina en medios visuales, para el posterior desarrollo de una propuesta comunicacional que muestre una perspectiva diferente sobre la construcción de la mujer en la generación de productos multimedia.

A través del recorrido histórico de la representación de la mujer en el arte, se ha podido determinar importantes características que van desde las diferentes formas de representar un cuerpo femenino hasta como ha influido esto en las sociedades para que se establezcan ciertos cánones y estereotipos a seguir.

Desde la antigua Grecia ya se puede observar esta obsesión con la perfección, con lo ideal, puesto que los artistas hacían mejoras en las esculturas de partes

que no les parecían armoniosas de las modelos que estaban esculpiendo, esto traducido a la actualidad vendría a ser el uso del Photoshop y de otros softwares de edición de video y fotografía, mutilando así las imperfecciones naturales de los cuerpos humanos.

La mujer ha sido censurada de diversas formas. En la época medieval por ejemplo, en la cual la religión tenía el control sobre todas las cosas, existía una especie de recelo hacia el cuerpo femenino que como decía Karina Cárdenas aún sigue existiendo en la actualidad. En algunas sociedades las mujeres todavía tienen que comportarse de cierta manera, proyectando una imagen de formalidad, sin expresar sus opiniones en público mucho menos sus ideales. Se le ha enseñado a la gente que la sexualidad está bien vista en el hombre más no en la mujer.

En cambio en el renacimiento, se rompe con toda esta hipocresía de ocultar los cuerpos, y salen a la luz las venus que eran sinónimo de sensualidad y a la vez divinidad.

El pintor Jaime Zapata dice que cuando un cuerpo es hecho para mirarlo se convierte en algo hermoso coincidiendo de la misma manera con el antropólogo Reinier Barrios en que cuando la intención de un desnudo artístico es mostrar el cuerpo sin caer en el morbo, se convierte en una situación interesante. Entonces, la finalidad de mostrar un cuerpo desnudo debería ser el evocar un sentimiento al que lo mire. Ver un cuerpo desnudo realista hará que los espectadores se identifiquen con lo que están viendo más que si ven un cuerpo elaborado y perfecto que genere solo ansiedad y comparaciones pobres sin provocar reflexión. Los desnudos no deberían ser utilizados con el objetivo de la venta. En las sociedades latinoamericanas se abusa mucho de esto, en función de un público que ve la televisión, lee revistas, va al cine, tan solo para ver mujeres desnudas.

Cuando se habla del cuerpo de la mujer, se habla también de erotismo ya que este siempre ha estado ligado a la figura femenina. En función de esto se ha

creado un debate sobre el cuerpo femenino a favor o en contra de la censura. Por un lado está la libertad sexual y por otro lado está la sexualidad reprimida. Un cuerpo femenino evoca deseo es por esto que en ciertas corrientes artísticas como el surrealismo la mujer fue construida como musa inspiradora. Este tema plantea varias interrogantes, una de ellas : ¿Es la mujer construida en función de los deseos del artista?. Quizás no siempre es así pero una parte importante si lo ha hecho. El artista decide sus propios límites y las motivaciones que tiene para realizar algo. La respuesta a esto es quizás la asociación de la sexualidad a la figura femenina como una condición natural y humana.

Otro tema importante que toma esta investigación son los factores de género que influyen en la representación de la mujer. El género es un conjunto de actividades, valores, comportamientos y demás elaborados por cada cultura así lo indica J.W. Scot. Las mujeres entonces son el resultado de una construcción sociocultural. La bailarina y actriz Karina Cárdenas corrobora esta información al indicar que se puede nacer mujer pero que el tener un cuerpo femenino no te define como una.

Desde pequeños a los niños se les van imponiendo roles de género que determinaran sus roles en la futura sociedad. A las niñas se les regala muñecas, son enseñadas que el color rosado es sinónimo de femenino, y que deben jugar a la cocina. Desde pequeñas empiezan a imitar los roles maternos, por otro lado a los niños se los llena de pistolas y cosas más violentas relacionadas siempre con la acción. Crecen jugando sin imitar ningún tipo de rol ni si quiera el paterno puesto que sus padres fueron criados de igual manera. Existe además una teoría interesante de la cual hablaba el cineasta Mateo Herrera; las mujeres crecen con la idea de dominancia hacia los hombres y los hombres crecen con la idea de ayudar a las mujeres, estableciendo este como su objetivo de vida. Por ejemplo, no existe ninguna razón física o biológica por la cual una mujer no pueda cambiar la llanta de un carro sin embargo siempre esperan recibir la ayuda de un hombre. Al ayudarla,

el hombre se siente satisfecho por que cumplió con el objetivo para el cual fue creado, ayudar a la mujer en circunstancias adversas, y la mujer igual se llena de satisfacción porque logro que un hombre trabajará gratis para ella.

Ya cuando grandes, estos aspectos determinaran que a la mujer siempre se la situé en actividades pasivas relacionadas con el hogar y con la crianza de hijos, mientras que al hombre se lo situé siempre en lo activo, en el poder y en relacionarse con el mundo exterior.

Los medios masivos de comunicación son acusados de fomentar este doble discurso, pero el antropólogo Reinier Barrios sostiene que no son los únicos culpables ya que además están las escuelas, las familias, y la sociedad en general. Alrededor de este tema surge un debate sobre el posible doble discurso que se maneja en la comunicación masiva. Un ejemplo de esto son los periódicos en los cuales se observan dos discursos marcados. Por un lado está el que condena, al presentar la noticia de una violación o un femicidio y por otro lado está el discurso sexual al alimentar el morbo de la gente presentando cierto tipo de imágenes referentes al tema.

Los estereotipos de belleza presentes en la cultura contemporánea es otro de los puntos que abarca esta investigación. Aleah Chapin es una artista que con su proyecto "Aunties Project" lleva a la representación del cuerpo femenino a otra dimensión. La artista asegura que los espectadores tienden a compararse con cuerpos irreales que presentan los medios de comunicación haciendo que se niegue la diversidad. Con su proyecto pretende rescatar el goce del cuerpo femenino sin importar la talla, el tamaño, la edad o las cicatrices que este pueda tener. En la expresión pública los cuerpos jóvenes son los únicos aceptados. Estos cuerpos de igual manera tienen que poseer ciertas características atractivas que los diferencien de los demás para así generar un ideal de belleza. La belleza entonces se ha transformado en un cualidad indispensable que la mujer debe poseer.

En cuanto a la publicidad, es un medio que tiene una estrategia clara y estructurada : la utilización de la mujer para la venta. A pesar de que la mujer es la protagonista de campañas publicitarias, aparentemente, estas en su mayoría van dirigidas al género masculino. Se utilizan mujeres por esta misma razón, captar la atención de los hombres para vender algo. Lo que se traduce a que en realidad los hombres terminan siendo los protagonistas.

El cine siendo un medio de difusión masiva con una influencia grande y poderosa, es un creador de estereotipos. La gente acude al cine para verse reflejada e identificarse con instantes breves de vida. Se puede vivir intensamente una vida diferente a la propia en el cine. Sin embargo, igual está presente la manipulación de lo visual. No es extraño ver a una mujer completamente desnuda en pantalla gigante pero quizás si resulte poco común ver cuerpo de hombres completamente desnudos. Por lo general estos cuerpos masculinos son mutilados como dice Reinier Barrios. Presentan a los espectadores cuerpos masculinos no descubiertos en su totalidad pero en cambio si se presenta cuerpos femeninos totalmente desnudos. En algunos casos el cine a designado al igual que otras artes, roles a hombres y a mujeres. El género masculino es el poseedor de la mirada y el poder convirtiéndolo en el sujeto activo. Por otro lado el género femenino es el objeto sexuado, el que recibe todas las miradas masculinas convirtiéndolo en el objeto pasivo.

El arte es un constructor de identidades y de representaciones. La mujer es una construcción social y un concepto abstracto a la hora de ser plasmado. Si se fusionan el arte con la representación de la figura femenina, es posible crear un sinnúmero de obras maravillosas. En los creadores reposa la tarea de que transmitir a los espectadores con sus trabajos. Es interesante fijarse en el arte contemporáneo que está utilizando nuevas formas de representar una realidad, siendo más inclusivo, aceptando la diversidad de formas, texturas, tamaños, colores y criticando a la belleza que se ajusta al discurso social de un mercado. El arte debe ser el medio para empoderar a la mujer de su erotismo.

4.10 Conclusiones de la Investigación

Después del análisis de las distintas representaciones de la figura femenina en medios visuales y los factores de que influyen en la representación de estas, de reconocer los estereotipos de belleza presentes en la cultura contemporánea, y finalmente de determinar las características de estas representaciones se ha concluido que se pueden crear productos comunicacionales que inviten a la reflexión, que al observar un cuerpo femenino se pueda disfrutar de mirarlo sin caer en el morbo y que se pueda aceptar la diversidad.

Los creadores son los responsables de buscar otras maneras de llevar una fotografía, una película, una obra de arte y demás, a otras dimensiones donde el espectador sea capaz de trasladarse más allá de la idea del placer, donde se pueda hacer una introspección de cómo se mira el mundo y como el mundo los mira a ellos.

El cuerpo femenino posee una carga erótica importante que es sinónimo de poder, lo ideal es empoderar a las mujeres de esta condición. El arte no tiene límites por lo tanto, los límites están en los espectadores. No se puede determinar cuándo un producto audiovisual es bueno o malo, tampoco se puede acusar de machista o de feminista a alguna obra. Lo que hace diferente a un producto de es la reflexión que provoca en cada una de las personas y que otras cosas nuevas se puede crear con estas reflexiones, para percibir al mundo desde múltiples puntos de vista como sean posibles. De esta manera cada uno será responsable de elegir con que visión decide quedarse.

5. CAPÍTULO V. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción audiovisual es una composición de varios recursos humanos y técnicos que a través de imágenes y sonidos, logra transmitir sensaciones que son percibidas por un espectador. Siendo un sistema de comunicación se compone de material visual y auditivo. Dentro de lo visual se puede destacar dos clases de imágenes, éstas son: Icónicas y Abstractas. Las primeras representan la realidad de manera figurativa, las segundas son imágenes que no tienen semejanza con la realidad puesto que son simbólicas o metafóricas. En cuanto a lo auditivo se puede reconocer varios tipos de elementos sonoros como son : la música, efectos de sonido, los diálogos y los momentos de silencio. Todo esto forma parte de un lenguaje audiovisual que se plasma en un producto terminado pasando por las diferentes fases de la producción. (Sierra, 2015)

5.1 Pre Producción

Es la primera de las tres etapas de una producción. En esta fase se organiza y planifica la fluidez del proyecto tanto en tiempo, costos y logística elaborando un libro de producción que consta de varios elementos. Es la etapa más relevante, ya que se arma toda la estructura de la producción audiovisual definiendo al equipo humano y técnico que formaran parte del proyecto. Es importante revisar cada uno de los detalles, así se presentará el mínimo de problemas en el rodaje y por lo tanto se correrán menos riesgos técnicos y económicos. (Sierra, 2015)

El libro de producción está conformado de los siguientes elementos:

5.1.1 El Guion

En una producción audiovisual el elemento de donde se parte principalmente para el desarrollo de un proyecto, es el Guion. Este determina la forma en que

se cuenta una historia y sirve de base para las dos etapas que vendrán luego que son el rodaje y la edición. Generalmente en las producciones, se elabora dos tipos de Guiones. El primero es el guion literario y el segundo es el guion técnico. (Huet, 2006)

5.1.1.1 Estructura del Guion Literario

Un guion literario puede surgir de una simple idea, la misma que tomará forma, convirtiéndose en una historia que involucre acciones y personajes. Los pasos previos para escribir un guion literario son los siguientes:

Idea: es el punto de partida donde a través de un par de líneas se debe describir lo que el autor quiere expresar (Sierra, 2015).

Objetivo: a continuación de la idea, es importante plantear objetivos de lo que se quiere lograr con el producto audiovisual. De esta manera, el proyecto no perderá los ejes de motivación con los que se inició (Sierra, 2015).

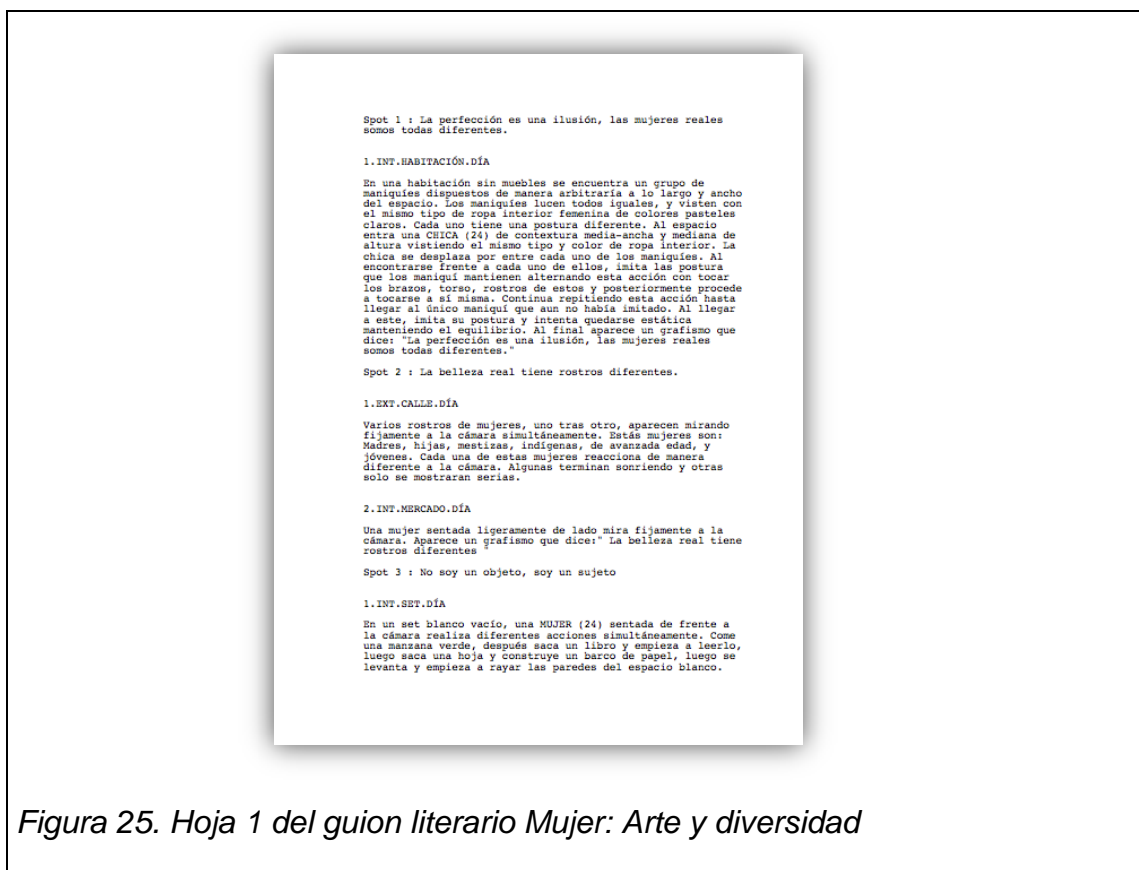
Sinopsis: es la historia resumida. Esta tiene que ser breve y concisa para que a una primera revisión se pueda distinguir el conflicto, el nudo, el desarrollo y el desenlace de la historia. En esta etapa aún no se entra en detalles visuales (Sierra, 2015).

Argumento: es desarrollar la idea narrativamente, aquí ya se puede definir la historia respetando un orden de principio a fin. Se puede narrar las acciones que determinan a los personajes (Sierra, 2015).

Tratamiento: es una descripción larga que describe a cada uno de los personajes, situaciones y acciones así como también la relación que hay entre ellos. Además de escenarios y ambiente donde sucede la historia, así como también los puntos de giro y las transiciones (Sierra, 2015).

Luego de terminado este proceso previo, se puede empezar a redactar el guion literario, incorporando diálogos que establecerán una conexión entre los autores y los personajes. Hay algunos autores que dan mayor importancia a las situaciones por encima de los personajes, otros lo hacen a la inversa (Huet, 2006).

Además, el guion literario se divide en secuencias y escenas con numeración; se especifica si la acción se desarrolla en interiores o en exteriores, si es en el día o en la noche; se nombran también las locaciones o escenarios. Pero, no se incluyen especificaciones técnicas del rodaje. Se añaden diálogos si los hay y narraciones en off (Sierra, 2015). (véase fig.25).



5.1.1.2 Estructura del Guion Técnico

El guion técnico es un desglose del guion literario en planos, tomas, movimientos de cámara, angulación, y demás requerimientos. Por lo general se lo trabaja con el director de fotografía, pues se construye visual y técnicamente

las palabras del guion literario. En algunas producciones se trabaja directamente con el guion técnico sin pasar por un guion literario. De cualquier manera es importante contar con los dos para tener claro lo que se quiere hacer en el momento del rodaje (Sierra, 2015). (véase fig. 26).

GUIÓN TÉCNICO - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD										
SPOT 1 : LA PERFECCIÓN ES UNA ILUSIÓN										
No PLANO	SEC	DURACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	TIPO DE PLANO	ANGULACIÓN	MOV. DE CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	OBSERVACIONES
1	1	0:00:04	En un espacio vacío, se encuentran 6 maniqués dispuestos arbitrariamente	Maniqués	PG	Frontal	Panoe derecha-izquierda	Fría / Suave	B.S.O	
2	1	0:00:03	Pies de una chica entrando al espacio	Chica	PD	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
3	1	0:00:05	La chica entra al espacio caminando lentamente	Chica / Maniqués	PG	Frontal	Travelling en Avance	Fría / Suave	B.S.O	
4	1	0:00:04	Maniqué aparece en cuadro	Maniqué 3	PML	Lateral	Panoe vertical ascendente	Fría / Suave	B.S.O	
5	1	0:00:04	La chica de pie a lado del maniqué con las manos en la cintura, lo observa rápidamente de arriba a bajo y levanta la mano para tocar el abdomen del maniqué.	Chica / Maniqué 3	PML	Frontal	Travelling en Avance-Ligero	Fría / Suave	B.S.O	
6	1	0:00:02	Mano de la chica tocando el abdomen del maniqué	Chica / Maniqué 3	PD	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
7	1	0:00:03	Chica tocándose su abdomen y mirando ligeramente para el piso, después regresa a ver al maniqué	Chica / Maniqué 3	PML	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
8	1	0:00:03	Chica imitando postura de otro maniqué	Chica / Maniqué 5	PA	Frontal	Travelling lateral izquierda-derecha	Fría / Suave	B.S.O	
9	1	0:00:03	Chica en puntillas imitando la postura de otro maniqué	Chica / Maniqué 4	PA	Frontal	Travelling lateral derecha-izquierda	Fría / Suave	B.S.O	
10	1	0:00:01	Rostro de Maniqué	Maniqué 2	PP	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
11	1	0:00:01	Rostro de Maniqué	Maniqué 6	PPP	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
12	1	0:00:01	Rostro de Maniqué	Maniqué 3	PP	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
13	1	0:00:02	Pies de la chica en puntillas intentando mantener el equilibrio	Chica	PD	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
14	1	0:00:02	Torsos de los maniqués	Maniqués	PM	Frontal	Travelling en Avance-Ligero	Fría / Suave	B.S.O	
15	1	0:00:07	Chica imitando postura del Maniqué, al final se queda estática. Después de unos momentos hace un gesto como si le picara el cuello, se rasca prudentemente y vuelve a quedarse estática.	Chica / Maniqués	PG	Frontal	Travelling en retroceso	Fría / Suave	B.S.O	Aparece Grafismo que dice : "La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes"

Figura 26. Guion técnico Spot 2: la perfección es una ilusión

5.1.2 Búsqueda de locaciones

Después de tener a la mano los guiones y literarios se procede a realizar un *scouting* o búsqueda de locaciones de acuerdo con las necesidades del proyecto. Cuando ya se han encontrado las locaciones se tiene que prever cualquier inconveniente que se presente durante el rodaje. Es muy importante que la locación ya sea exterior, interior ó un estudio tenga siempre disponible un baños y puntos de conexión eléctrica. (Sierra, 2015)

5.1.3 Casting

En esta etapa, se lleva a cabo la búsqueda de los actores ó actrices que participaran en el proyecto. Se empieza por realizar una convocatoria que será difundida a través de afiches e información por redes sociales, medios de comunicación escritos y televisivos dependiendo de las necesidades del proyecto. Un vez seleccionados los actores se les da a conocer los detalles de la producción , se toman medidas para vestuario y se fijan fechas para ensayos. (Sierra, 2015)

5.1.4 Storyboard

Es un elemento que permite visualizar el proyecto en imágenes y tener una idea más clara de cómo se verá el producto en pantalla. El storyboard es un guión gráfico que puede ser elaborado con dibujos o fotografías de cada escena (Sierra, 2015). (véase fig. 27)

5.1.5 Plan de Rodaje

El objetivo del plan de rodaje es organizar el rodaje ó grabación por días y horas distribuyendo el trabajo para que este se realice de manera fluida. Así se puede aprovechar el tiempo de mejor manera (Sierra, 2015). (véase fig. 28)

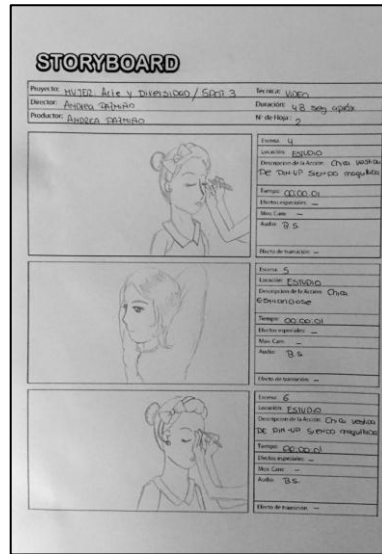


Figura 27. Hoja 2. Storyboard del Spot 3

PLAN DE RODAJE - Mujer Arte y Diversidad											
SPOT 3: NO SOY UN OBJETO, SOY UN SUJETO											
DIRECCIÓN											
CARGO			NOMBRE			CELULAR			E MAIL		
DIRECCIÓN			ANDREA PASTOR			992719640			apastor@ufrost.cl		
ASISTENTE DE DIRECCIÓN			TATIANA PINOJA			992719640			tpinoja@ufrost.cl		
PRODUCCIÓN			ANDREA PASTOR			992719640			apastor@ufrost.cl		
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 1			MARCELA VILLACAS			984151382			mvillacas@ufrost.cl		
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 2			MICHEL PONCE			984954312			mponce@ufrost.cl		
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA			GABRIEL DÍAZ			984788643			gdiaz@ufrost.cl		
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA			MIGUEL BRITO			996390602			mbrito@ufrost.cl		
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA 2			NICOLÁS VERA								
VESTUARIO Y MAQUILLAJE			JANINA CABEZAS			99604666			jcabezas@ufrost.cl		
SCRIPT / CUADRO			JANINA CABEZAS / MICHEL PONCE			99604666/984954312			---		
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS - Campus UOLAPARR (vía Neoyon)											
CONTACTOS DE EMERGENCIA											
ECU 911											
Clínica del Bataán - 2405062											
Bomberos - 2245 675											
FECHA											
Miércoles 17 de Junio de 2015											
HORA DE LLAMADO:											
HORA DE LLAMADO: 8:30 HORA DE FINALIZACIÓN: 18:00											
NO PLANO	SEC	HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONALES	ILUMINACIÓN	OBSERVACIONES
1	1	11:00	11:10	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara	Mujer	Fría	Lado A
2	1	11:20	11:40	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara como una manzana verde	Mujer	Fría	Lado A
3	1	11:50	12:00	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara leyendo un libro	Mujer	Fría	Lado A
4	1	12:10	12:20	00:04	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara haciendo un bisco de queso	Mujer	Fría	Lado A
5	1	12:30	12:40	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer de pie, liberamente sosteniendo un espejo	Mujer	Fría	Lado A
6	1	12:50	13:00	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara con una cámara de fotos	Mujer	Fría	Lado A
7	1	13:20	13:30	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara inflando un globo	Mujer	Fría	Lado A
8	1	13:40	13:50	00:09	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente con una laptop	Mujer	Fría	Lado A
9	1	14:00	14:10	00:07	PA	Estático	Frontal	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara saca un cepillo y gira libremente a su izquierda levanta el brazo en acción de apoyar el teléfono. Posteriormente mira fijamente al frente	Mujer	Fría	Aparece grafismo: "No soy un objeto, soy un sujeto"
ALMUERZO		14:30	15:00								
10	2	15:30	16:30	00:18	PA	Estático	Frontal	En un set vacío, una mujer sentada de frente a la cámara. Entra la maquillista y empieza a maquillarla y peinarla. Le coloca lipgloss, blush y una cinta en el cabello. La mujer permanece quieta todo el tiempo. La maquillista sale del set, regresa y le le entregan a la mujer la botella de una soda y la coloca en una posición específica. Luego la maquillista sale del set.	Mujer / Maquillista	Fría	Lado B / TimeLapse Grafismo: "Se cool, se SPARKLE"
11	2	16:50	17:00	00:07	PA / PNC	Travelling en Avance	Frontal	La mujer permanece bebiendo la soda en actitud pensativa mientras sale un grafismo que dice: "Se cool, se SPARKLE"	Mujer	Fría	Lado B / TimeLapse Grafismo: "Se cool, se SPARKLE"

Figura 28. Plan de Rodaje Día 3

5.1.6 Presupuesto

Se elabora un presupuesto para saber el costo real del proyecto que incluye todos los gastos que se harán. El presupuesto puede ser completado durante el transcurso de la producción ya que puede surgir la necesidad de adquirir otras cosas. Es recomendable dejar un margen de error para las complicaciones que puedan surgir. (véase fig. 29)

No.		CANTIDAD	Costo Real	TIEMPO	COSTO TOTAL
1	EQUIPO TÉCNICO (Honorarios)				
1.1	Director	1	2000	Proyecto	2000
1.2	Director de casting	1	200	2 Días	400
1.3	Actores	3	60	4 Días	720
2	PRODUCCIÓN				
2.1	Jefe de producción	1	1800	Proyecto	1800
2.2	Editor	1	1200	Proyecto	1200
2.3	Investigadora	1	1000	Proyecto	1000
2.4	Diseño	1	1300	Proyecto	1300
2.5	Post producción	1	2000	Proyecto	2000
3	FOTOGRAFÍA				
3.1	Director de fotografía	1	1700	Proyecto	1700
3.2	Video assist	1	120	4 Días	480
4	SONIDO				
4.1	Sonidista	1	300	4 Días	1200
5	ARTE				
5.1	Director de arte	1	500	4 Días	2000
	TOTAL EN DÓLARES				15,800
6	EQUIPOS DE CÁMARA, GRIP Y LUCES		Costo Real		
6.1	Cámara canon 7D	1	230	6 Días	1150
6.2	Accesorios	1	60	2 Días	120
6.3	Luces y grip	1	350	2Días	700
6.4	trípode	1	30	6 Días	180
6.5	Tarjeta SD	1	15	4 Días	60
6.6	Batería Cámara	1	35	2 Días	70
	TOTAL EN DÓLARES				2280
7	GASTOS DE ARTE		Costo Real		1500
7.1	Otros				700
	TOTAL EN DÓLARES				2200
8	GASTOS DE PRODUCCIÓN		Costo Real		
8.1	Transporte y alimentación	1	80	5 Días	400
8.2	Casting	1	60	4 Días	240
8.7	Otros	1	50	5 Días	250
8.8	impresiones	1	20	Proyecto	20
	SUBTOTAL				21,190\$
	IMPREVISTOS				400\$
	TOTAL EN DÓLARES				21,590\$

Figura 29. Ejemplo de Presupuesto

5.2 Producción

Es la segunda etapa de la producción audiovisual en donde si la pre producción fue elaborada de manera adecuada, la probabilidad de que se presentarán contratiempos es baja y el rodaje se desarrollará con fluidez, aunque en ninguno de los casos se puede estar seguro de que no vayan a presentarse arbitrariedades. A este punto, se debe tener listo todos los puntos de la pre mencionados anteriormente para la jornada de filmación. (Sierra, 2015)

5.2.1 El Rodaje

Es la jornada de grabación en donde se incorpora a todo el equipo humano, artístico y técnico en las locaciones seleccionadas. El equipo de producción es el primero que debe llegar a la locación para asegurarse que todo marche en orden antes que lleguen los demás miembros del equipo técnico. Este incluye al productor, al director, asistentes, al director de foto, al director de arte, grip, sonidistas y demás personas involucradas que serán más o menos dependiendo de si es una gran o una pequeña producción. Es importante contar con una lista de cosas que se deben tener en cuenta en el rodaje como son: plan de rodaje, script, copias del guion, copias de storyboard, dinero, botiquín de emergencias, contratos listos para firmar, permisos y papeles legales, lista de teléfonos del equipo. En el rodaje la producción debe ocuparse también del catering para alimentar a todo el equipo técnico y artístico. (Sierra, 2015)

5.3 Post Producción

Esta es la etapa final de la producción donde se baja todo el material que se ha grabado ya sea de manera digital o celuloide, para la edición, colorimetría y master final. El productor, director y editor son los que estarán trabajando esta etapa de la producción. (Sierra, 2015)

5.3.1 Edición Digital

En la edición digital el editor ordena y clasifica cada uno de los planos que serán utilizados para crear el primer corte de edición. Una gran ventaja de trabajar con edición digital es que cualquier corte equivocado se podrá rehacer sin problema alguno porque se trabaja de manera digital en una computadora. Este tipo de edición permite realizar diferentes cortes o ir haciendo las modificaciones que se deseen hacer así como también ir incorporando efectos especiales. (Sierra, 2015)

6. CAPÍTULO VI. LIBRO DE PRODUCCIÓN “Mujer: Arte Y Diversidad”

A continuación se presentará los distintos elementos que conforman las tres etapas de la producción de la propuesta comunicacional de este trabajo de investigación.

6.1 Introducción

Después de realizada la investigación, las diferentes entrevistas a expertos y la revisión de material audiovisual se comenzó a trabajar en la producción de una propuesta comunicacional que refleje los principales temas tratados en este trabajo de titulación que son la mujer, la diversidad, el arte, y la figura femenina. Así nació la idea de realizar una campaña que más allá de concientizar quiere invitar a la reflexión sobre la diversidad de la mujer y como su imagen puede ser utilizada sin caer en los estereotipos de belleza tradicionales establecidos por la sociedad. El principal concepto que se ha manejado es la diversidad. Los estereotipos que se presentan en la mayoría de las producciones audiovisuales suelen estar alejados de las mujeres reales que se encuentran en la vida real; las madres, las hijas, las trabajadoras, las artistas, las estudiantes, las jóvenes, las ancianas, las indígenas, las altas, las bajas, las de contextura ancha, las delgadas, entre otras. Es por eso que se ha hecho una pequeña muestra de mujeres reales y diversas a través de la elaboración de tres spots.

6.2 Pre Producción

En esta primera etapa se realizó todo el desarrollo de la idea para luego convertirla en guion literario, técnico y storyboard. La campaña lleva como título Mujer: Arte y Diversidad

6.2.1 Idea

Realización de una campaña de concientización compuesta de tres spots, como crítica a los cánones de belleza establecidos por la sociedad. Cada uno de los spots abordará una idea que se relacione con la temática central de la utilización de la figura femenina en la generación de productos audiovisuales.

6.2.2 Objetivo

El objetivo de esta propuesta comunicacional es invitar a la reflexión sobre los estereotipos impuestos en la sociedad y como estos han transformado a las mujeres en seres cosificados negando la diversidad.

6.2.3 Sinopsis

Spot 1: Varias mujeres diferentes miran a la cámara en silencio algunas sonriendo otras con seriedad y otras con tristeza. Al final aparecerá una mujer en un plano más abierto igual en silencio mirando a la cámara.

Spot 2: Una chica entra a un espacio donde se encuentra con un grupo de maniqués que lucen iguales y visten iguales. La chica empieza avanzar por el espacio comparándose con cada uno e imitando las posturas de cada uno de ellos. Después de recorrer por todo el espacio llega al último maniquí y confundida adopta la postura que observa y se queda estática como si fuera ella mismo un maniquí.

Spot 3: Una misma mujer atraviesa dos situaciones distintas. En la primera situación es una modelo siendo maquillada y vestida para vender una soda. En la segunda situación aparece la misma mujer sin maquillaje de manera casual y sola haciendo distintas actividades que van desde leer un libro hasta hacer origami. Al final la mujer de la segunda situación termina apagándose con un control remoto así misma en la primera situación.

6.2.4 Argumento

Spot 1: Este spot es una recopilación de diferentes rostros de mujeres reales es decir mujeres de la vida cotidiana, trabajadoras, estudiantes, madres, jóvenes, adultas mayores, indígenas, mestizas, entre otras. Todas mirando de frente a la cámara y dependiendo de cada una de ellas se logrará obtener una expresión que reflejen lo que sienten en ese momento ya sea felicidad, duda o cualquier otro sentimiento. Al final, la última mujer que aparecerá estará en un plano más abierto y aparecerá un mensaje a un costado de la pantalla que dirá: “La belleza real tiene diferentes rostros”. Este spot invita al espectador a fijarse que en la diversidad también está la belleza y que al fijarse en los ojos, más allá del resto del cuerpo o del tipo de rostro que posean las diferentes mujeres, se puede obtener muchas reflexiones.

Spot 2: El spot se centra en presentar una chica que vestida en ropa interior entra a un espacio donde se encuentran un grupo de maniqués distribuidos indistintamente. Todos llevan el mismo modelo y color de ropa. Cada uno de los maniqués se encuentran en una postura diferente, todos son de apariencia estilizada y delgada por otro lado la chica es más bajita con una contextura más ancha. La chica empieza a desplazarse por todo el espacio imitando las posturas de cada maniquí y tocando diferentes partes de los cuerpos de estos, como haciendo una comparación consigo misma y transmitiendo ese sentimiento de fuera de lugar, es decir el sentirse excluida al no verse idéntica al grupo de maniqués por el cual se encuentra rodeada. Después de recorrer por el espacio imitando a cada uno de ellos aparecen un mensaje en pantalla sobre esa última escena que dirá: “La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes”.

Spot 3: Este spot presenta dos situaciones diferentes interpretadas por la misma mujer. La primera situación presenta a la mujer siendo maquillada, para presentarla como modelo y promocionarla. La segunda situación presenta a la misma mujer pero sin exceso de maquillaje y de manera más casual, que realiza acciones que incluirán la lectura de un libro, origami entre otras. Cuando

la mujer modelo está lista para salir al “aire”, la mujer casual toma un control remoto y con un ligero movimiento a su izquierda hace el gesto de apagarla como si estuviera apagando una televisión. En ese instante desaparece la mujer modelo y en pantalla solo se observa la mujer casual. Ese momento aparece un mensaje en la pantalla que dice : “No soy un objeto, soy un sujeto”

6.2.5 Tratamiento

Spot 2: Se realizaran primeros planos y planos medios cortos de los rostros de diferentes mujeres que dirigirán su mirada fija a la cámara. Estas mujeres serán mujeres reales de la vida cotidiana como trabajadoras, estudiantes, madres, jóvenes, adultas mayores, indígenas, mestizas, entre otras. El fondo estará desenfocado y se priorizará el enfoque a los ojos. Cada una de ellas reaccionara de diferente manera a la cámara. Sus rostros pueden estar serios o sonrientes. No habrá dialogo alguno puesto que se quiere fijar la concentración del espectador en la mirada de cada una de ellas para evocar distintas sensaciones. Al final aparecerá una última mujer y la cámara ira de un plano cerrado a uno poco más abierto y cuando se detenga aparecerá la frase: “La belleza real tiene rostros diferentes”.

Spot 1: Se muestra en un plano general una habitación sin muebles a un grupo de maniqués distribuidos a lo largo y ancho del espacio. La habitación es clara y los maniqués se encuentran en distintas posiciones pero todos tienen el mismo rostro, contextura delgada y la misma ropa interior de colores pasteles. Una chica de contextura normal-ancha y de altura mediana, ingresa a este espacio vestida con ropa interior y descalza. La cámara se aleja de los maniqués y muestran la imagen de desconcierto de la chica al ver todos estos cuerpos iguales. La mujer empieza a caminar entre los maniqués e imita la postura de cada uno de ellos. La cámara se desplaza lentamente entre los maniqués siguiendo a la chica. En algunas ocasiones, la mujer, se detiene y observa con expectativa los maniqués luego procede a tocarles la cabeza, los brazos, el tronco. Para esto se utilizará planos cerrados. La mujer también se

toca las partes que ha tocado a los maniqués y comprueba una vez más que no es igual que ellos. De repente la chica se siente excluida de este grupo igual de cuerpos perfectos. Al final la mujer se acercará a la cámara y al lado derecho de la pantalla irá apareciendo el mensaje: “La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes” en letras de un color que contrasten los tonos blancos y pasteles de toda la escena.

Spot 3: En la primera situación la toma es frontal y se muestra a una mujer casual sin mucho maquillaje sobre un fondo claro realizando actividades diferentes como leer un libro, origami, comer, entre otras. En la segunda situación la cámara se mantiene estática y se muestra a la misma mujer siendo maquillada. El resultado final es una mujer súper maquillada al estilo “pin up” y con unas letras que dicen “Bebe Sparkle, Sé cool” (SPARKLE es una marca ficticia de soda). Ambas acciones suceden simultáneamente. Al final la mujer del lado A toma un control remoto y realiza la acción de apagar la televisión dirigiéndose hacia el lado B. La mujer del lado B desaparece quedando solo la mujer del lado A y en ese momento en pantalla aparece un mensaje en pantalla que dice: “No soy un objeto, soy un sujeto”

6.2.6 Guion Literario

El guion literario fue escrito en Celtx que es un programa especializado en para la escritura de guiones que brinda herramientas ayudando a optimizar el trabajo. Al ser una campaña de concientización que abarca tres spots, se realizó un guión literario de producto audiovisual. *Ver anexo 1*

6.2.7 Guion Técnico

El guion técnico fue elaborado en Excel ya que es un programa que permite realizar planificaciones ordenadas. Además se puede utilizar colores para cada casillero que permite que la información sea más organizada. *Ver anexo 2*

6.2.8 Casting

El casting para esta producción audiovisual se lo realizó el día Martes 9 de Junio de 2015 de 11 a 14:00 hs, en un aula de la Universidad de las Américas (Sede Granados) solicitada previamente.

Se realizó un afiche con toda la información necesaria y los requisitos, este afiche fue difundido por redes sociales días anteriores. *Ver anexo 3*

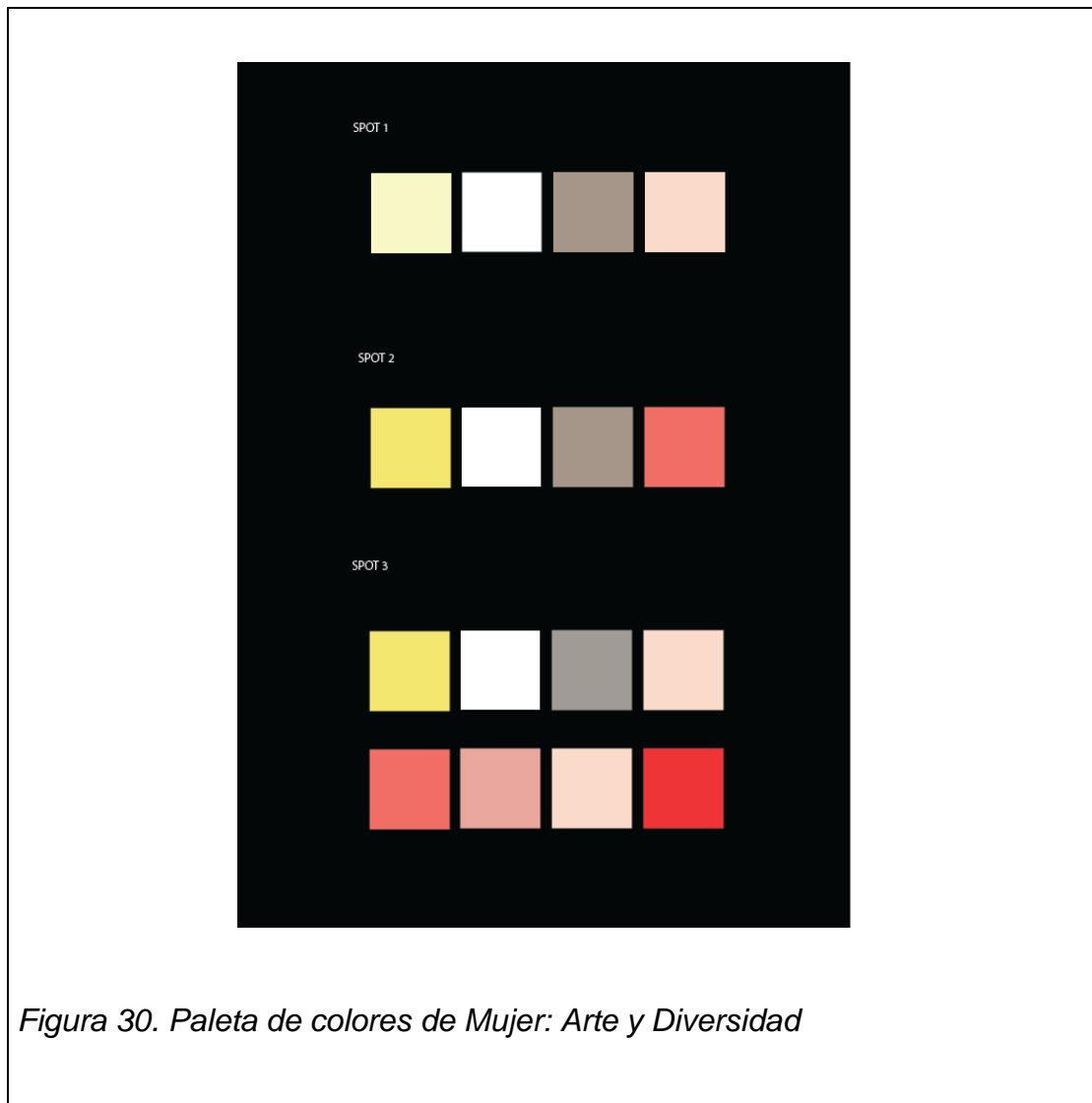
Cada una de las participantes del casting tuvo que llenar una hoja de casting que se archiva para la posterior selección. *Ver anexo 4*

Además se realiza fotografías frontales en primer plano y en plano general para tener referencias. Posteriormente se procede a grabar la participación de las postulantes con una cámara de video. En este proceso se contó con la ayuda de dos personajes designadas como directores de casting que ayudaron a las chicas a realizar diferentes ejercicios de actuación. *Ver anexo 5*

Se necesitaba una sola actriz para dos de los spots. El otro spot estaba conformado de varias mujeres que fueron solicitadas participar de manera arbitraria.

6.2.9 Propuesta de Arte

Se elaboró una paleta de colores en Adobe Photoshop que servirá como guía para la creación de los 3 spots. (véase fig. 30)



Se buscaron imágenes de referencia para crear un concepto en cada uno de los spots en términos de iluminación, planos, angulación, demás. (véase figs. 31, 32, 33)



Figura 31. Behind the scenes – Maniquí. Gonzaga Manso.

Tomado de: Vimeo.com



Figura 32. Pin-Up Girls photo shoot. Igor Alekseev

Tomado de: Vimeo.com



Figura 33. YWCA Zambia / Violence Against Women /TV spot. Adam Patterson

Tomado de: Vimeo.com

6.2.9.1 Vestuario y Maquillaje

Una vez escogida la actriz se organizó una prueba de vestuario días previos para cerciorarse que las que las tallas del vestuario, que fue alquilado, estuviesen bien. (véase fig. 34)

Además se realizó una prueba de maquillaje y un ensayo con la maquillista ya que en el tercer spot la actriz sería pintada en vivo. (véase fig. 35)

Una vez realizada las respectivas pruebas se aprobó el vestuario y el maquillaje de acuerdo a la paleta de colores propuesto en la planificación de dirección de arte. *Ver anexo 6*



Figura 34. Prueba de Vestuario



Figura 35. Ensayo de maquillaje

6.2.10 Storyboard

El storyboard se lo realizo con dibujos simples a lápiz para especificar y delimitar lo que aparecería en cuadro y como se vería en pantalla. *Ver anexo 7*

6.2.11 Desglose de la Producción

El desglose de producción al igual que el guion técnico se lo realizo en Excel, aquí se tomaron en cuenta más detalles de toda la producción en general. Se incluye mucha más información que en un guion técnico puesto que en el desglose de producción cada departamento tiene un apartado. *Ver anexo 8*

6.2.12 Búsqueda de Locaciones

En la planificación general ya se determinó que los tres spots sería grabados en estudio. Esta decisión se la tomo puesto que es más fácil manejar la luz en un estudio que en exteriores y no se necesitaba de otras locaciones.

Se solicitud a la Universidad de las Américas el estudio de cine que se encuentra en el campus UDLAPARK (Vía Nayon) para ser utilizado desde el día lunes 15 de junio de 2015 al día miércoles 17 de junio de 2015. *Ver anexo 9*

6.2.13 Elaboración del Presupuesto

El presupuesto se elaboró dejando una “caja chica” para prevenir cualquier gasto que se pueda presentar en todo el proceso. *Ver anexo 10*

6.2.14 Elaboración del Plan de Rodaje

En el plan de rodaje se distribuyó las actividades del rodaje de manera que no falte tiempo para cada una de las tomas. Se grabó aproximadamente 8 horas cada día dejando un espacio para el catering y un pequeño receso. El programa utilizado para este plan fue Excel. *Ver anexo 11*

6.3 Producción

Para este momento, todos los puntos anteriores fueron completados para tener un rodaje sin inconvenientes. Esta es la segunda etapa de la producción audiovisual donde se lleva a cabo la jornada de grabación.

6.3.1 Rodaje

El rodaje tuvo una duración de tres días. El primer día se grabó el spot número 1 titulado : “La belleza tiene rostros diferentes” donde se trabajó con 8 mujeres diferentes. El día dos se grabó el spot número 2 titulado: “La perfección es una ilusión” donde se trabajó con la actriz seleccionada previamente en el casting y con maniqués los cuales fueron alquilados para el rodaje. El día tres se grabó el spot número 3 titulado “No soy un objeto, soy un sujeto” donde se trabajó de igual manera con la actriz seleccionada. Los tres spots fueron rodados en el estudio de la Universidad de las Américas. *Ver anexo 12*

El equipo de producción es el que primero llegaba a la locación para limpiar y preparar el set. Tiempo después llegaba el equipo artístico.

Para el rodaje se contó con la ayuda de varias personas, aproximadamente 10, para que desempeñaran cada uno de los roles en la jornada de grabación.

El rodaje se pudo desarrollar sin inconveniente alguno y en el tiempo destinado para cada cosa.

Un aspecto importante que hay que señalar, es que en el rodaje surgieron ideas nuevas por lo tanto se grabaron planos y tomas nuevas que no están descritas en el guion técnico, ni en la escaleta pero que se las puede visibilizar en el producto final.

6.4 Post Producción

Esta es la etapa final de la producción audiovisual donde después de un trabajo de edición se obtiene el producto final. Al igual que los procesos anteriores consta de diferentes etapas presentadas a continuación.

6.4.1 Bajada del Material

Se grabó en formato digital utilizando una cámara DSLR Canon 7D. El primer paso para la edición es descargar el material de la cámara a una computadora y hacer los respectivos respaldos en discos externos. Es recomendable descargar el material al finaliza cada día de rodaje así se puede evitar cualquier inconveniente de pérdida de material.

6.4.2 Edición

El primer paso para realizar una edición de manera más fluida es revisar las tomas con el script y ordenarlas para que la selección posterior sea más rápida. Como fue mencionado arriba, en el rodaje surgieron planos y tomas nuevas que no están descritas en el guion técnico pero que aparecen en el producto final.

El programa utilizado para la edición fue Adobe Premier CS5 el cual es un programa especializado para este tipo de tareas que además se conectan con facilidad a otros programas del paquete Adobe que pueden ser útiles para la posterior colorimetría y demás efectos. El estilo de la edición es al corte teniendo como guía el storyboard, seleccionando las partes que serán incluidas

en el primer corte de edición. Se realiza varios cortes puesto que la edición puede sufrir de modificaciones dependiendo de las correcciones pertinentes. (véase figs. 36, 37, 38)



Figura 36. Edición del spot 1 en Premier Pro CS5.5

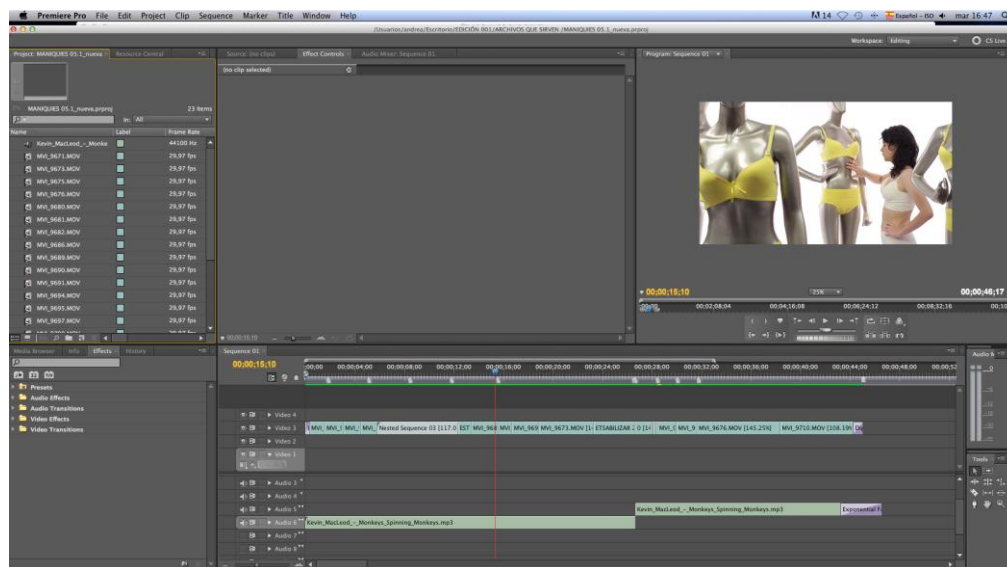


Figura 37. Edición del spot 2 en Premier Pro CS5.5

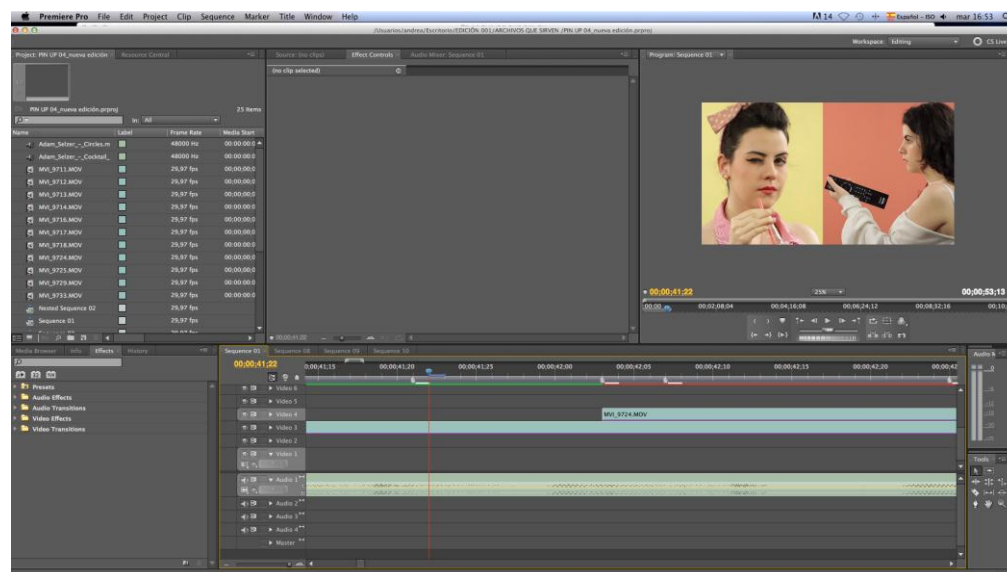


Figura 38. Edición del spot 3 en Premier Pro CS5.5

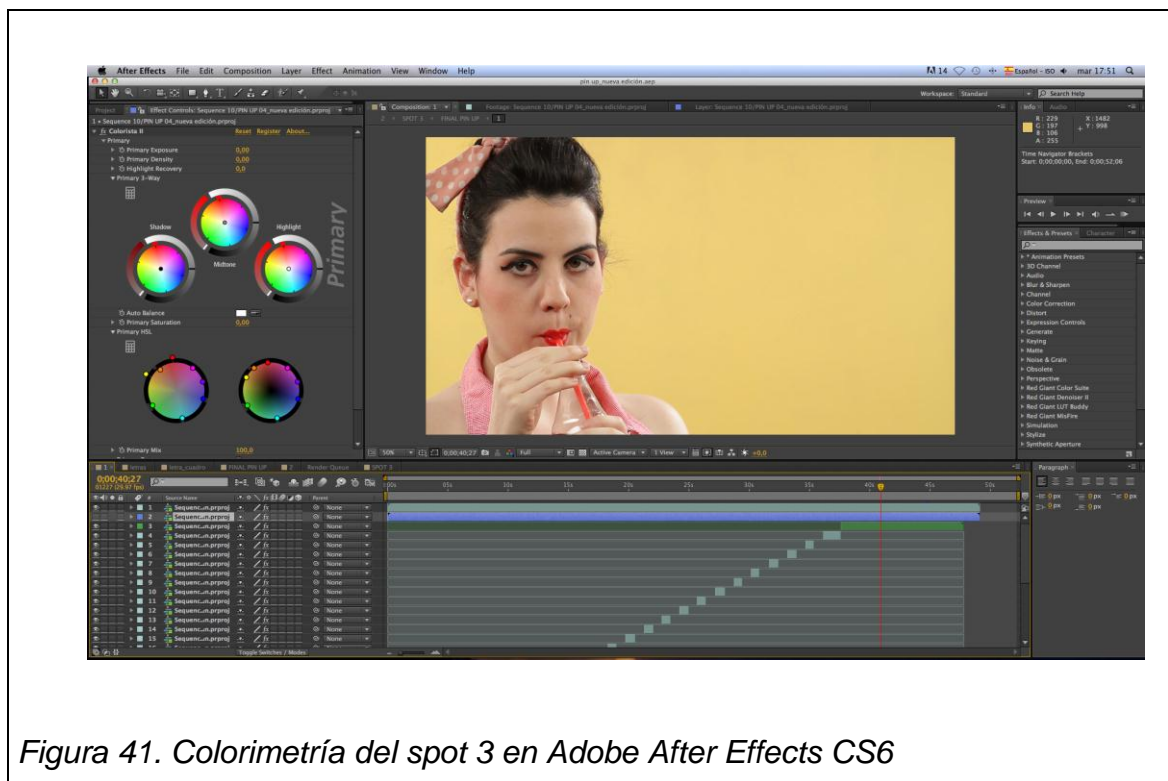
6.4.3 Post Producción y Colorimetría

La post producción que se refiere a la integración de efectos especiales si los hubiera, correcciones de luz y color. Se utilizó el programa Adobe After Effects CS6 que nos brinda varias herramientas útiles para la realización de colorimetría, animación de texto y demás.

Se trabajó también con los plugins de Magic bullet que es un paquete de varias herramientas para dar efectos de color y luz y que se lo puede instalar al programa After Effects. (véase fig. 39, 40, 41)



Figura 39. Colorimetría del spot 1 en Adobe After Effects CS6



6.4.4 Musicalización

Para la musicalización se utilizó canciones extraídas de páginas con licencias “Creative Commons” que permiten al usuario utilizarlas de manera gratuita. La página es freemusicarchive.org.

6.4.5 Renderizado

El renderizado es la etapa final de la post producción que consiste en la obtención del producto final exportado, en este caso, desde el programa After Effects CS6 donde estará integrada la edición, la corrección de color, la luz, la música y el texto. Así el producto final estará listo.

6.5 Evaluación

Se realizó una encuesta a un grupo de personas conformadas por productores audiovisuales, publicistas y periodistas. *Ver anexo 13*

ENCUESTA REALIZADA POSTERIOR A VER EL PRODUCTO

Ver anexo 13

- 1. ¿Piensa usted que la belleza es subjetiva y que depende de la concepción de cada persona?**

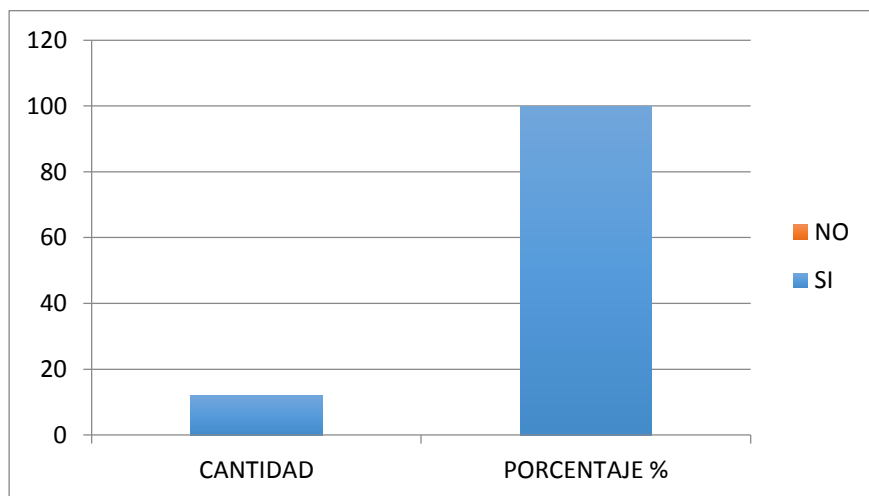


Figura 42. Encuesta realizada sobre la campaña Mujer: Arte y Diversidad.

Según el gráfico 1, el 100 % de las personas consideran que la belleza es subjetiva y que depende de la concepción de cada persona.

2. ¿Considera usted que los medios de comunicación en la actualidad todavía siguen vendiendo estereotipos de belleza?

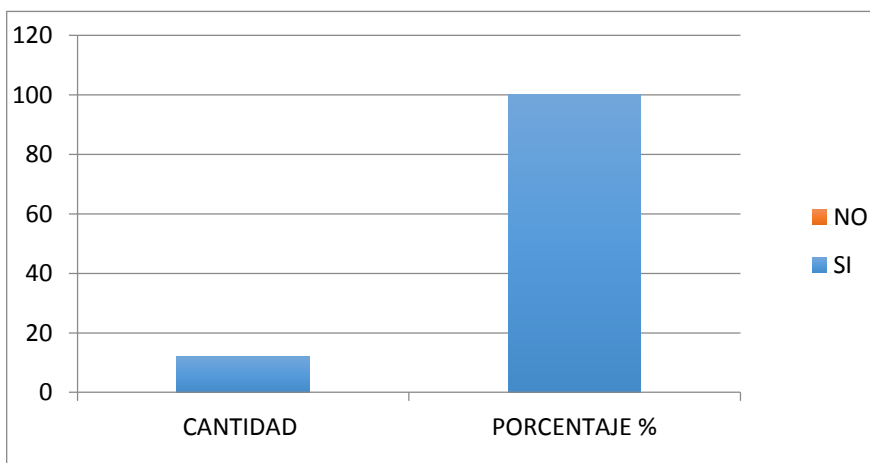
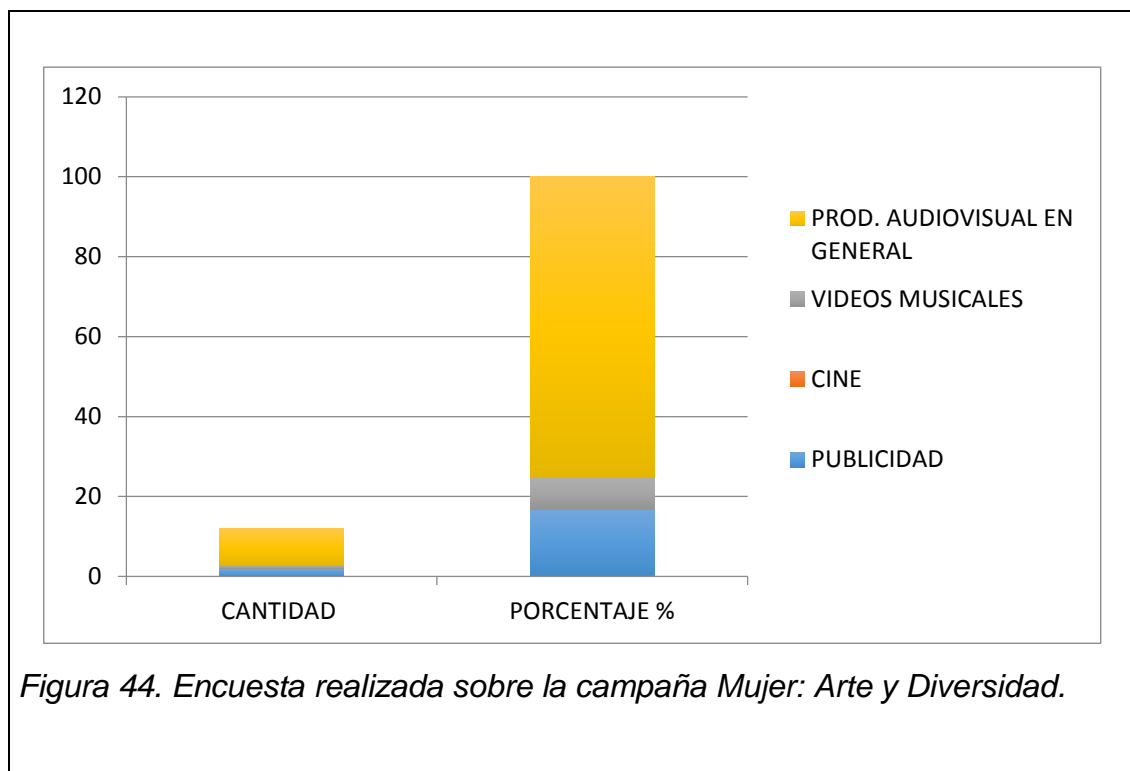


Figura 43. Encuesta realizada sobre la campaña Mujer: Arte y

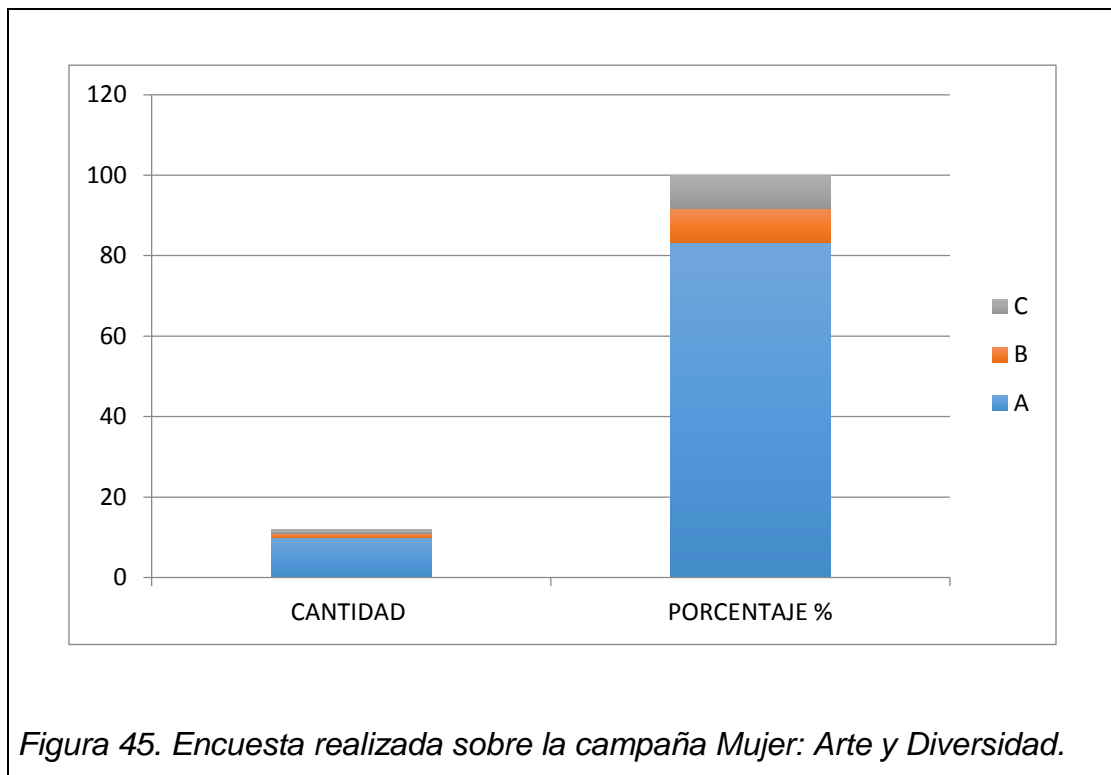
Según el gráfico 2, el 100 % de las personas consideran que los medios de comunicación actuales siguen vendiendo estereotipos de belleza.

3. ¿En dónde considera usted que las mujeres son vendidas con mayor frecuencia como objetos y no como sujetos ?



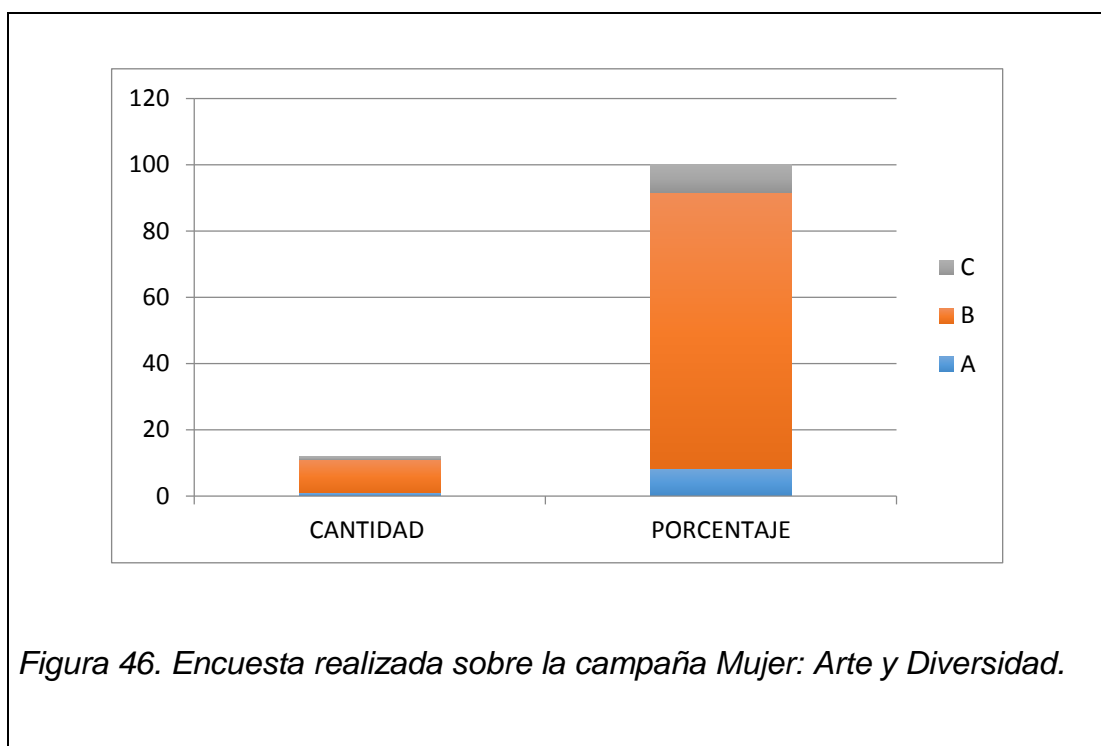
Según el gráfico 3, el 75 % de las personas consideran que las mujeres son vendidas con mayor frecuencia como objetos y no como sujetos en la producción audiovisual en general, el 17 % considera que en la publicidad, el 8% considera que en los videos musicales.

4. ¿Qué mensaje le transmite el primer spot?



Según el gráfico 4, el 83 % de las personas consideran que el primer spot transmite el mensaje de que la belleza radica en la diversidad y no solo en los cánones impuestos por los medios, el 9 % considera que el primer spot transmite el mensaje de que la belleza no va más allá, de lo que impone la sociedad, el 8% considera que el primer spot transmite el mensaje de que solo lo real es bello, lo demás no.

5. ¿Qué mensaje le transmite el segundo spot?



Según el gráfico 5, el 83 % de las personas consideran que el segundo spot transmite el mensaje de que la perfecta apariencia que venden los medios de comunicación, no existe en realidad, el 9 % considera que el segundo spot transmite el mensaje de que las mujeres diferentes son más perfectas, el 8% considera que el segundo spot transmite el mensaje de que en las diferencias está la perfección.

6. ¿Qué mensaje le transmite el tercer spot?

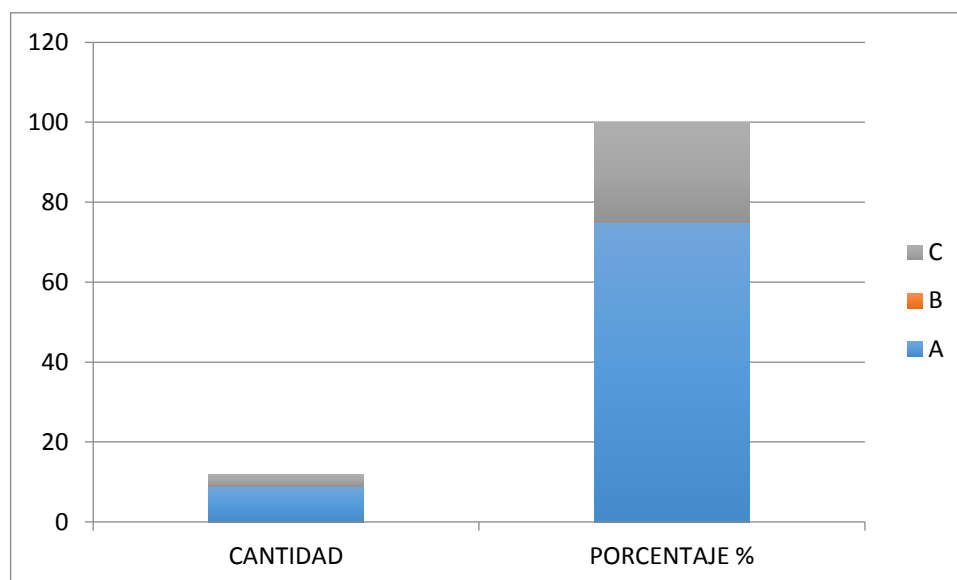


Figura 47. Encuesta realizada sobre la campaña Mujer: Arte y Diversidad.

Según el gráfico 6, el 75 % de las personas consideran que el tercer spot transmite el mensaje de que las mujeres son sujetos no objetos de venta ni cosificación, el 25% considera que el tercer spot transmite el mensaje de que la apariencia física convierte a las mujeres en objetos.

7. De los tres spots: ¿ En cuál entendió el mensaje con mayor facilidad ?

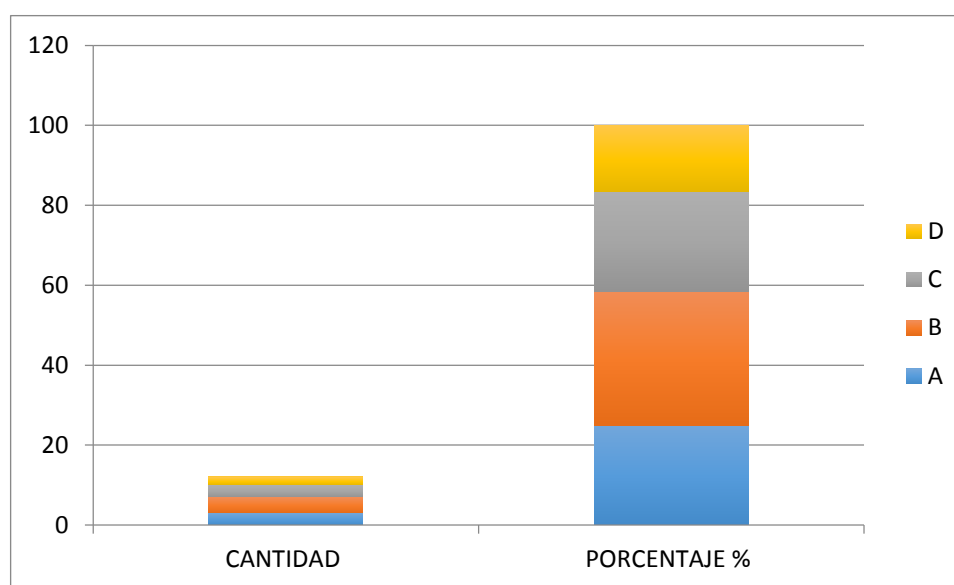


Figura 48. Encuesta realizada sobre la campaña Mujer: Arte y Diversidad.

Según el gráfico 7, el 33 % de las personas consideran que se entendió con mayor facilidad el mensaje del segundo spot, el 25 % considera que se entendió con mayor facilidad el mensaje del primer spot, el 25 % considera que se entendió con mayor facilidad el mensaje del tercer spot, el 17% considera que se entendió con facilidad el mensaje de los tres spots.

8. ¿Considera usted que se pueden generar productos audiovisuales utilizando a las mujeres como arte y no solo como objetos sexuales?

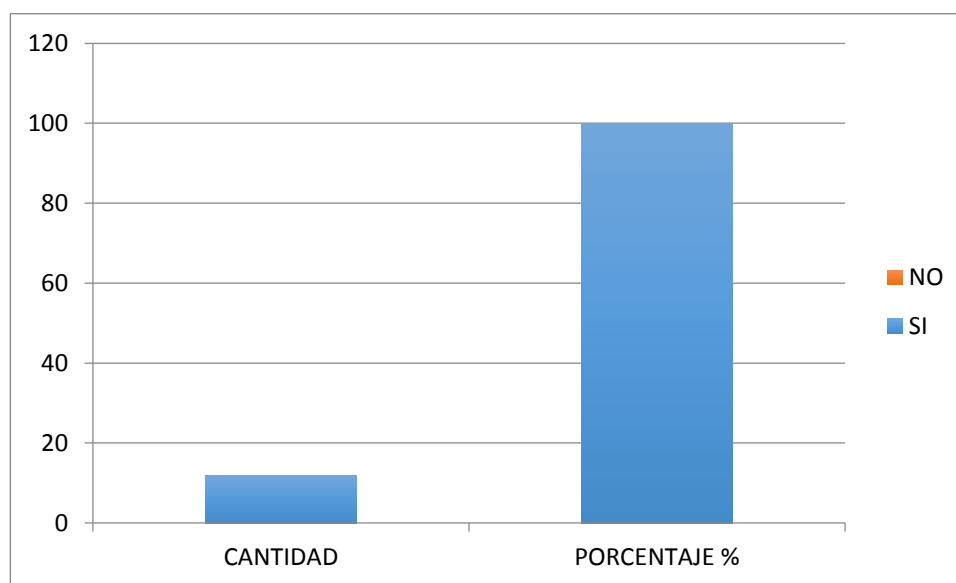


Figura 49. Encuesta realizada sobre la campaña Mujer: Arte y Diversidad.

Según el gráfico 8, el 100 % de las personas consideran que se pueden generar productos audiovisuales utilizando a las mujeres como arte y no solo como objetos sexuales.

9. **¿Considera usted que los tres spots que conforman la campaña *Mujer: Arte y Diversidad* integran arte, género y cultura audiovisual?**

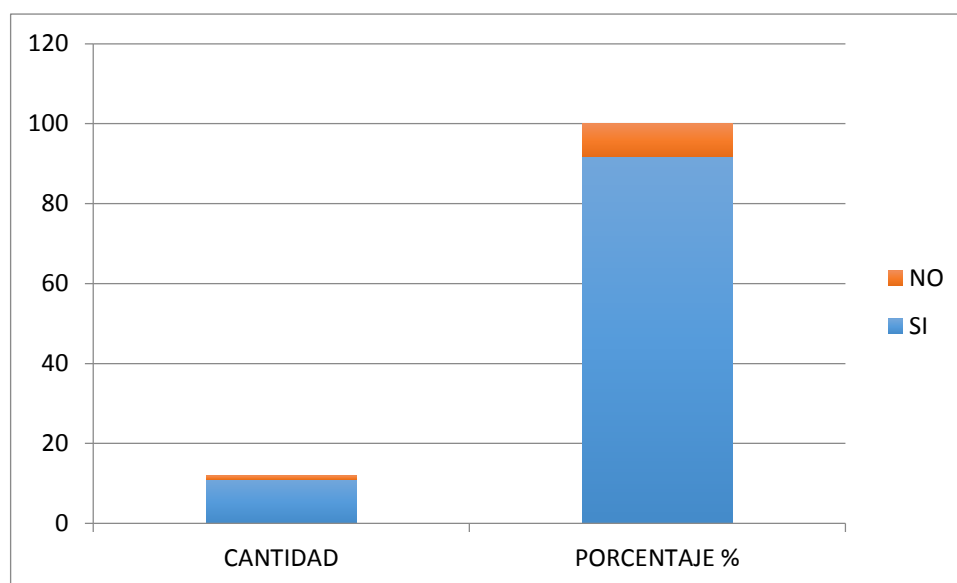
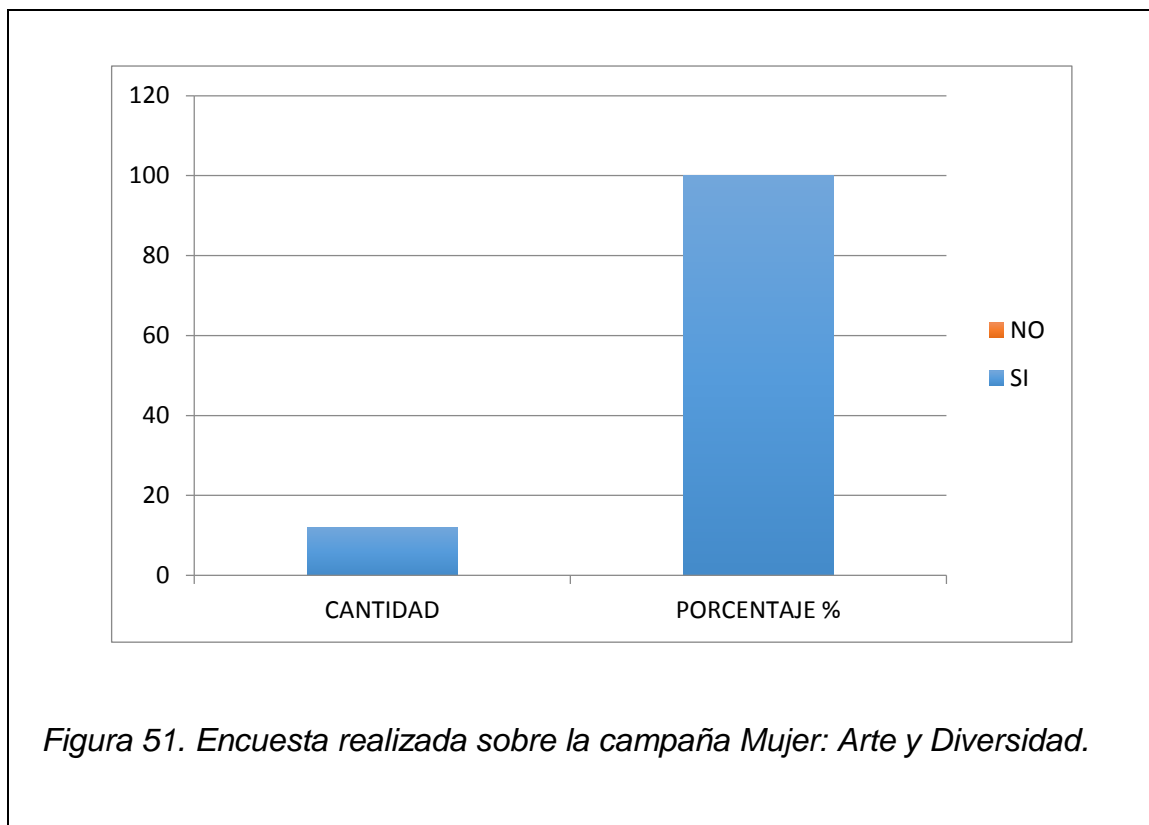


Figura 50. Encuesta realizada sobre la campaña Mujer: Arte y Diversidad.

Según el gráfico 9, el 92 % de las personas consideran que la campaña *Mujer: Arte y Diversidad* integran arte, género y cultura audiovisual, el 8 % considera que la campaña *Mujer: Arte y Diversidad* no integran arte, género y cultura audiovisual.

10. ¿La campaña *Mujer: Arte y Diversidad* provocó reflexiones positivas en usted?



Según el gráfico 10, el 100 % de las personas consideran que la campaña *Mujer: Arte y Diversidad* provocó reflexiones positivas.

Conclusiones: A través de las encuestas realizadas a diversas personas involucradas en el cine, la producción audiovisual, el periodismo y la publicidad se ha podido concluir que a pesar de que en la actualidad la mujer ya ha tomado otro rol, más empoderada de sí misma, se sigue observando estereotipos de belleza y cosificación de la figura femenina en los medios masivos de comunicación no solo en la publicidad como generalmente se piensa.

Es interesante las reflexiones que se genera en los espectadores al mirar productos con contenidos que invitan a la reflexión como es el caso de la campaña Mujer: Arte y Diversidad que tuvo resultados positivos en cuanto a ser un producto multimedia que tiene a la mujer como eje central.

Actualmente los productores audiovisuales se ven expuestos a un mundo cada vez más tecnificado que facilitan herramientas para la creación de contenidos audiovisuales, el éxito de esto radica en que se elaboren productos con conciencia que vayan más allá de la idea de la imagen de la mujer para la venta. Los involucrados consideran que es posible generar productos audiovisuales artísticos y no solo utilizando a la figura femenina como un objeto sexual.

Es importante que se sigan haciendo está clase de materiales que propongan una mirada distinta sobre la mujer, que inspiren a más gente a involucrarse en temas de equidad de género y que de esta manera se pueda transformar positivamente la mentalidad de la sociedad.

7. CAPÍTULO VII

7.1 Conclusiones

La imagen de la figura femenina a sido un tema recurrente en los medios visuales a lo largo de la historia. En la actualidad, esa imagen sigue siendo representada de varias maneras que responden a las necesidades propias de los realizadores.

Al hablar de nuevas formas de representación y siendo la mujer el eje central de esta investigación, la fotógrafa Cindy Sherman ha sido pieza clave de inspiración para la creación de material visual en el cual la visión de la mujer sobre la mujer provoque reflexiones en el espectador sobre los estereotipos de belleza, el consumismo y la objetualización de la mujer

El cuerpo femenino lleva consigo una carga erótica muy importante de la que no puede desligarse, pese a que muchos medios han aprovechado esta característica de manera negativa mostrando el la figura femenina como un objeto sexual y separándolo de toda humanidad, en realidad este erotismo consciente y reconocido por cada mujer lo que hace del cuerpo femenino una fuente de manifestaciones artísticas que pueden ser visibilizadas desechando el morbo.

Los estereotipos presentes en los productos audiovisuales han hecho que la sociedad se ajuste a estos ideales inalcanzables negando la posibilidad de aceptar la diversidad y la belleza real como parte de un nuevo orden social, donde no solo lo perfecto es bello sino más bien lo imperfecto y diferente.

Existen varios caminos para realizar productos visuales que tengan a la mujer como eje central y transmitan un mensaje positivo, uno de ellos es

la investigación. Este puede ser el punto de partida para elaborar material innovador que tenga un sustento histórico.

Se pueden presentar muchas inquietudes a la hora de realizar un producto que invite a la reflexión porque todas las personas tienen concepciones distintas de los diferentes temas que evoca la representación de la mujer de manera artística. Sin embargo si el mensaje es sencillo y directo puede llegar a la gente con mayor facilidad.

Las campañas de concientización usualmente no son utilizadas con fines de lucro sin embargo se puede crear conciencia y a la vez publicitar algo sin utilizar a la mujer como objeto de venta.

Los realizadores son los responsables de buscar nuevas formas de llegar a los espectadores para que estos reflexionen y puedan percibir el mundo de una manera diferente ya sea al mirar una fotografía, una obra de arte, una película o una campaña en donde se encuentre la imagen de la mujer presente.

7.2 Recomendaciones

Se recomienda a los realizadores investigar que nuevas acciones, técnicas y concepciones se pueden hacer en la producción audiovisual para romper los estereotipos presentes en los productos que se observan día a día en los medios de comunicación.

Es importante no emitir juicios de valor sobre lo que está bien y que está mal en el arte ya que es un concepto muy amplio y para lo que algunos puede ser artístico para otros no.

Al realizar esta clase de proyectos es importante no centrarse solo en un punto de vista, es mejor recopilar diferentes pensamientos de varias personas para así tener un abanico de posibilidades más amplias a la hora de elaborar un mensaje de concientización.

Durante el rodaje pueden surgir nuevas ideas, por lo tanto siempre es bueno dejar abierta la posibilidad de incorporar más tomas o planos a nuestro producto de acuerdo a las necesidades que se presenten y no cerrarse solo a lo que está escrito en papel.

Entre más referencias visuales se tenga de lo que se quiere lograr es mejor porque se podrá estar seguro del resultado final y así no tener problemas en que el producto elaborado no cumpla las expectativas del realizador.

REFERENCIAS

- Alario, M. (2008). *Arte y feminismo*. San Sebastián, España: Nerea.
- Aliaga, J. (2004). *Arte y cuestiones de género .Una travesía del siglo XX*. San Sebastián, España: Nerea.
- Arriaga Flórez, M (Ed.). (2006). Sin Carne: *Representaciones y simulacros del cuerpo femenino: tecnología, comunicación y poder, España: Arcibel Ediciones*.
- Alonso, A. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios: imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Aunties Project by Aleah Chapin. (2014). Recuperado el 22 de Mayo de 2015 de <http://www.ignant.de/2014/10/29/aunties-project-by-aleah-chapin/>
- Azcárate, J. M. (1986). La mujer en el arte medieval español: introducción. En Y. René Fonquerne, *La Condición de la mujer en la Edad Media: actas del coloquio celebrado en la Casa de Velázquez, del 5 al 7 de noviembre de 1984* (pp.403-406). Madrid, España: Universidad Complutense.
- Barrios, L. (2005). Las mujeres en la plástica mexicana de la primera mitad del siglo XX. En H. Serrano, L. Barrios, J.L. Vera, I. Peña, M. T. Monroy, L.P. Cuenca. *Imagen y representación de las mujeres en la plástica mexicana: una aproximación a su presencia en las artes visuales y populares de 1880 a 1980* (pp. 121). Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Belmonte, A. (Agosto-Octubre, 2011). Marilyn Monroe y los Estereotipos de Género. *Razón y Palabra*, 77.
- Bolívar, A. (2007). *Análisis del discurso. ¿Por qué y para qué ?* . Caracas , Venezuela : Editorial CEC.
- Brodskaya, N. (2014). *Renoir*. Nueva York, Estados Unidos: Parkstone Press International.
- Burgos, P. (1996). Bajo el signo de Venus: La iconografía de la mujer en la pintura de los siglos XVI Y XVII. En A. Saint Saenz, *Historia silenciada*

- de la mujer: la mujer española desde la época medieval hasta la contemporánea* (pp. 95). Madrid, España: Editorial Complutense.
- Cao, M. (2000). *Creación Artística y Mujeres*. Madrid, España: Narcea Ediciones.
- Casas, A. (2006). *Cinefotografía*. México D.F., México: UNAM.
- Charles, V. (2011). *Pablo Picasso*. Londres, Inglaterra: Sirrocco.
- Cruzado, A. (2009). *Cuerpos de Celuloide. A la imagen del deseo masculino*. En M. Arriaga, A. Ortiz, N. Huerta, R. Browne y V, Silva (Eds.), *Comunicación y Género* (pp. 53). Arcibel Editores.
- Donoso, C. (2002). *El cuerpo femenino como representación simbólica: Reproducción y violencia*. En F. Vidal, C. Donoso (Eds.), *Cuerpo y Sexualidad* (pp. 80). Santiago, Chile: Flacso-Chile.
- Danto, A. (2013). *Qué es el Arte*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Duran, J. Y Sánchez, L. (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona, España: Publicacions I Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Eco, H. (2004). *Historia de la Belleza*. Milán, Italia: Debolsillo.
- Frances, R. (2005). *Psicología del arte y la estética*. Madrid, España: Akal Ediciones.
- Foster, H. (1998). *La posmodernidad*. Barcelona, España: Kairós.
- García, V. (1987). *El Modernismo: La pasión por vivir el arte, Volúmen 1*. España: Montesinos.
- Gila, J y Guil Bozal, Ana. (Marzo, 1999). *La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos*. Comunicar, 12. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801213>
- Gombrich, E.H. (2006). *The Story of Art, Pocket Edition*. Londres, Inglaterra: Phaidon.
- Gómez, J. (2005). *Fotografía de Creación*. San Sebastián, España: Nerea.
- Gompertz, W. (2013). *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. España: Penguin Random House Group Editorial.
- Guasch , A. (2000). *Los manifiestos del Arte Posmoderno. Textos de exposiciones, 1980-1995*. Madrid, España: Ediciones Akal S.A.

- Harrison, C. (2000). *Modernismo. Movimientos en el Arte moderno*. Hong Kong: Encuentro Ediciones.
- Huet, A. (2006). *El guión*. Paidós.
- Jasso, K. (2008). *Arte, tecnologías, feminismo: nuevas figuras simbólicas*. México, D.F., México: Universidad Iberoamericana.
- Lopez, O. (2008). *Desnudo de mujer: historias ocultas en las obras maestras*. Buenos Aires, Argentina: Olmo Ediciones.
- Madrazo, J. (2006). Belleza, Sí, pero que es eso? *Atenea*, 11-2
- Mariño Espuelas, A. (2010). La mujer perfecta: La Eva futura de Villiers de l'isle-Adam. En F. Broncano, D.H. de la Fuente (Eds.), *De Galatea a Barbie: Autómatas, robots y otras figuras de la construcción femenina* (pp.233). Madrid: Ediciones Lengua de Trapo SL.
- Martín, A. (2006). *Antropología del género: culturas, mitos y estereotipos sexuales*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Martínez, A. (2008). *Tendencias. Perspectivas feministas en el arte actual*. Murcia, España: Cendeac.
- Mc Phail, E. (Febrero-Marzo, 2002). Cuerpo y Cultura. *Razón y Palabra*, 25.
- Olària Puyoles, C. (1999). Origen y poder de la mujer en el amanecer de la historia. En A. Gil, A.M. Portal Nieto (Eds.), *Mujeres: humanidades, comunicación y otras culturas* (pp.9-24). España: Universitat Jaume I.
- Prater, A. (2007). *Venus ante el espejo: Velázquez y el desnudo*. Munich, Alemania : CEEH.
- Puche, G. (2007). Mirar el daño. A propósito de Lesiones incompatibles con la vida, acción que cierra El tríptico de la aflicción. En J. E. Checa, M. A. García (Eds.), *50 años de teatro contemporáneo: temáticas y autores* (pp.30). Madrid, España: Secretaría General Técnica.
- Rayzacher, A. (s.f). Ewa Juskiewicz. Recuperado el 20 de Mayo de 2015 de <http://ewajuskiewicz.com/>
- Respini, E. (2012). *Cindy Sherman*. Nueva York, EEUU: The Museum of Modern Art.

- Robins, G. (1996). *Las Mujeres en el Antiguo Egipto*. Madrid, España: Akal.
- Sánchez, C. (2005). *Arte y Erotismo en el Mundo Clásico*. Madrid, España: Siruela.
- Sierra, G. (2015). *Fascículo 6. Producción Audiovisual. Cuaderno 2 : Principios básicos de lenguaje audiovisual*. Buenos Aires, Argentina: Educ.ar
- Sierra, G. (2015). *Fascículo 6. Producción Audiovisual. Cuaderno 3 : Realización*. Buenos Aires, Argentina: Educ.ar
- Sosa, R. (Noviembre, 2008). Mujeres del surrealismo, vínculos sentimentales y su exclusión del movimiento. *Revista Digital Universitaria*, 11 (9).
- Suárez, J. (2006). *La mujer construida: comunicación e identidad femenina*. España: Mad Eduforma Ediciones.
- Vélez, R. (2006). *Géneros extremos/ extremos genéricos: la política cultural del discurso pornográfico*. UCA.
- West, C. Y Zimmerman, H. (1999). Haciendo Género. En M. Navarro, C.R. Stimpson (Eds.), *Sexualidad, género y roles sexuales* (pp.109-113). Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Yrache, L. (2007). Imagen de la mujer y el hombre en Publicidad. En J. F. Plaza, C. Delgado (Eds.), *Género y comunicación* (pp.119-120). Madrid, España: Fundamentos.
- Zapata, J. (2014, abril 6). Jaime Zapata: "Mi obra tiene varios momentos e intenciones". *El universo*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015 de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/04/06/nota/2608766/mi-obra-tiene-varios-momentos-e-intenciones>

ANEXOS

Anexo 1. Guión Literario

Campana de concientización: Mujer: Arte y diversidad

Escrito Por:

Andrea Pazmiño Villa

(Spot 1 : La belleza real tiene rostros diferentes.)

1.INT.SET.DÍA

Varios rostros de mujeres, uno tras otro, aparecen mirando fijamente a la cámara simultáneamente. Estás mujeres son: Madres, hijas, mestizas, indígenas, de avanzada edad, y jóvenes. Cada una de estas mujeres reacciona de manera diferente a la cámara. Algunas terminan sonriendo y otras solo se mostraran serias. Aparece un grafismo que dice: " La belleza real tiene rostros diferentes "

(Spot 2 : La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes.)

1.INT.HABITACIÓN.DÍA

En una habitación sin muebles se encuentra un grupo de maniqués dispuestos de manera arbitraria a lo largo y ancho del espacio. Los maniqués lucen todos iguales, y visten con el mismo tipo de ropa interior femenina de colores pasteles claros. Cada uno tiene una postura diferente. Al espacio entra una CHICA (24) de contextura media y mediana de altura vistiendo ropa interior. La chica se desplaza por entre cada uno de los maniqués. Al encontrarse frente a cada uno de ellos, imita la postura que los maniqués mantienen alternando esta acción con tocar los brazos, torso, rostros de estos y posteriormente procede a tocarse a sí misma. Continúa repitiendo esta acción hasta que la muestra frustrada por no ser igual a los maniqués. Al final aparece un grafismo que dice: "La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes."

(Spot 3 : No soy un objeto, soy un sujeto)

1.INT.SET.DÍA

En un set blanco vacío, una MUJER (24) sentada de frente a la cámara realiza diferentes acciones simultáneamente. Come una manzana verde, después saca un libro y empieza a leerlo, luego saca una hoja y hace origami, hace bombas de chicle ó simplemente mira a la cámara casualmente. Por ultimo la mujer saca un control remoto de televisión y girando ligeramente a su izquierda levanta el brazo en acción de apagar el televisor. Posteriormente mira fijamente al frente y aparece un grafismo que dice : "No soy un objeto, soy un sujeto".

2.INT.SET.DÍA

(En montaje paralelo)

En un set blanco vacío, un MUJER (24) vestida de chica PIN-UP empieza a ser maquillada. Le colocan lápiz labial, blush y delineador. La mujer permanece quieta todo el tiempo. Solo se observan los brazos de la maquillista. Después de estar lista, la mujer aparece bebiendo una soda en actitud coqueta mientras sale un grafismo que dice: "Bebe Sparkle, Sé Cool" Luego la imagen de la mujer es desplazada por la mujer casual.

Anexo 2. Guión Técnico

GUIÓN TÉCNICO - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD

SPOT 1 : LA BELLEZA REAL TIENE ROSTROS DIFERENTES

No PLANO	SEC	DURACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	TIPO DE PLANO	ANGULACIÓN	MOV. DE CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	OBSRVACIONES
1	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudiante Trigueña	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Marcela Villacis
2	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Alternativa	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Carolina Montenegro
3	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Indígena	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Jessica Chochos
4	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Tez blanca	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Valeria Muñoz
5	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Madre de familia	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Mariana Navas
6	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mestiza	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Janina Cabezas
7	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudiante con lentes	PPP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Paola Cueva

8	1	0:00:04	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Tez Oscura	PP/ PML	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Katherinne Castro/ Grafismo:La belleza real tiene rostros diferentes "
9	1	0:00:08	Todas las mujeres mirando a la cámara	Todas las Mujeres	PP	Frontal	Estático	Cálida	B.S.O	Pantalla dividida en varias partes

GUIÓN TÉCNICO - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD

SPOT 2 : LA PERFECCIÓN ES UNA ILUSIÓN

No PLANO	SEC	DURACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	TIPO DE PLANO	ANGULACIÓN	MOV. DE CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	OBSRVACIONES
1	1	0:00:04	En un espacio vacío, se encuentran 6 maniqués dispuestos arbitrariamente	Maniqués	PG	Frontal	Paneo derecha-izquierda	Fría / Suave	B.S.O	
2	1	0:00:03	Plano detalle rostros maniqués	Chica	PD	Frontal	Paneo vertical ascendente	Fría / Suave	B.S.O	
3	1	0:00:03	Plano detalle desenfoco torsos	Maniqués	PD	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
4	1	0:00:05	La chica entra al espacio caminando lentamente	Chica / Maniqués	PG	Frontal	Travelling en Avance	Fría / Suave	B.S.O	
5	1	0:00:04	Maniquí aparece en cuadro	Maniquí 3	PML	Lateral	Paneo vertical ascendente	Fría / Suave	B.S.O	
6	1	0:00:04	La chica de pie a lado del maniquí con las manos en la cintura, lo observa rápidamente de arriba a bajo y levanta la mano para tocar el abdomen del maniquí.	Chica / Maniquí 3	PML	Frontal	Travelling en Avance-Ligero	Fría / Suave	B.S.O	
7	1	0:00:02	Mano de la chica tocando el abdomen del maniquí	Chica / Maniquí 3	PD	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	

8	1	0:00:03	Chica tocándose su abdomen y mirando ligeramente para el piso, después regresa a ver al maniquí	Chica / Maniquí 3	PML	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
9	1	0:00:03	Chica frustrada	Chica / Maniquí 5	PA	Frontal	Travelling lateral izquierda-derecha	Fría / Suave	B.S.O	
10	1	0:00:01	Busto de Maniquí	Maniquí 2	PP	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
11	1	0:00:01	Rostro de Maniquí	Maniquí 6	PPP	Lateral	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
12	1	0:00:01	Ojo de la Chica	Maniquí 3	PP	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	
13	1	0:00:02	Torsos de los maniqués	Maniqués	PM	Frontal	Dolly Out	Fría / Suave	B.S.O	
14	1	0:00:07	Chica camina en dirección a la cámara y la observa fijamente	Chica / Maniqués	PG	Frontal	Estático	Fría / Suave	B.S.O	Aparece Grafismo que dice : "La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes"

GUIÓN TÉCNICO - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD

SPOT 3 : NO SOY UN OBJETO, SOY UN SUJETO

No PLANO	SEC	DURACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	TIPO DE PLANO	ANGULACIÓN	MOV. DE CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	OBSRVACIONES
1	1	0:00:03	Mujer de pie frente a la cámara con un libro	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
2	1	0:00:03	Mujer de pie frente a la cámara con una manzana	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
3	1	0:00:03	Mujer de pie frente a la cámara inflando una bomba de chicle	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
4	1	0:00:04	Mujer de pie frente a la cámara estirándose	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
5	1	0:00:03	Mujer de pie frente a la cámara haciendo origami	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
6	1	0:00:03	Mujer de pie frente a comiendo una manzana	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
7	1	0:00:03	Mujer de pie frente a la cámara mostrando el libro	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
8	1	0:00:03	Mujer de pie frente a la cámara mirando casual	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	

9	1	0:00:07	Mujer de pie frente a la cámara saca un control y girando ligeramente a su izquierda levanta el brazo en acción de apagar el televisor. Posteriormente mira fijamente al frente	Mujer	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	Aparece grafismo : "No soy un objeto, soy un sujeto"
10	2	0:00:18	En un set vacío, una mujer de pie frente a la cámara vestida de PIN-UP siendo maquillada. Le colocan lápiz labial, blush. La mujer permanece quieta todo el tiempo.	Mujer / Maquillista	PA	Frontal	Estático	Fría	B.S.O	
11	2	0:00:07	La mujer permanece bebiendo una soda en actitud coqueta mientras sale un grafismo que dice: "Bebe Sparkle, Sé cool"	Mujer	PA/ PMC	Frontal	Travelling en Avance	Fría	B.S.O	Timelapse Grafismo: Bebe Sparkle, Sé cool"

Anexo 3. Afiche de Casting

CASTING

Buscamos chicas de entre 20 a 28 años (con y sin experiencia en actuación) para participación en una Producción Audiovisual

REQUISITOS

Contextura normal -ancha, cabello oscuro, estatura mediana.

Martes 9 de Junio de 11 a 14:00hs en la Universidad de las Américas (Sede Granados) - Aula 120.

Para mayor información contactarse al 0992719640 (Andrea).

Anexo 4. Hojas de Casting

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES # 1

Nombres Paola Alexandra
Apellidos Cueva Albañ
Edad 21 Fecha de Nacimiento 23 / Julio / 1993
Domicilio Condado Email paacueva@udlanet.ec
Teléfono 2499289 Estado Civil Soltera
Ocupación
Actual Estudiante

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura 1.55 Talla S M L
Calzado 36 Color de Ojos café oscura
Tez/Cabello lacio

III. PERFIL

Estudios Medicina
Experiencias Anteriores Cartonage
Habilidades y Hobbies Escuchar música, ver películas,
leer, salir. Soy extrovertida y sincera

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES # 2

Nombres Jennifer Cristina
Apellidos Alborn Pérez
Edad 21 Fecha de Nacimiento 15/Mayo/1994
Domicilio Bosque Pérez y Avenida del Comercio Email castings@alborn.com
Teléfono 283945 Estado Civil Soltera
Ocupación Actual Estudiante

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura 1.70 Talla S S M M L L
Calzado 37 Color de Ojos café oscuros
Tez/Cabello Canela / Cabello oscuro

III. PERFIL

Estudios Negocios Internacionales
Experiencias Anteriores
Habilidades y Hobbies Comer, bailar

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES #3

Nombres Solomé
Apellidos Heredie Zúñiga
Edad 20 Fecha de Nacimiento 27-06-15
Domicilio Pijiray, Joaquín Email solomeheredie27@hotmail.com
Av 2 y 61mas Bonero
Teléfono 9984091800 Estado Civil En relación
Ocupación
Actual Estudiante

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura 1.67 Talla S M L
Calzado 37 Color de Ojos café
Tez/Cabello Tez blanca, cabello negro

III. PERFIL

Estudios universidad
Experiencias Anteriores actuaciones en castos
universitarios
Habilidades y Hobbies Escritura, leer

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES # 4

Nombres Marcela Alejandra
Apellidos Villalón Rosales
Edad 22 años Fecha de Nacimiento 12 mayo 1993
Domicilio Valle de los Caballeros marce.garr@hotmail.com
Teléfono 084 191382 Estado Civil Soltera
Ocupación Actual Estudiante

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura 1,60 Talla S X M L
Calzado 37 Color de Ojos café
Tez/Cabello café claro

III. PERFIL

Estudios Universitarios
Experiencias Anteriores ninguna
Habilidades y Hobbies Ver películas

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES #5

Nombres .. PALOMA

Apellidos .. PIERANI

Edad 24

Fecha de Nacimiento .. 20/03/1989

Domicilio .. FLORENSIA

Email .. paloma.pn.alosvay@gmail.com

Teléfono .. 983799831

Estado Civil .. SOLTERA

Ocupación

Actual .. ESCENOGRAFA

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura 1.60

Talla S M L

Calzado 37

Color de Ojos .. café claro

Tez/Cabello .. NEGRO

III. PERFIL

Estudios .. ACADEMIA DE BELLE ARTS PERUANA

Experiencias Anteriores .. TEATRO - CONTACTALES

Habilidades y Hobbies .. ARTES PLÁSTICAS

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES # 6

Nombres Ana Emilia
Apellidos Garces Montalvo
Edad 19 Fecha de Nacimiento 02-08-95
Domicilio San Fcoel Email gegarcas@votinet.ec
Teléfono 0980060990 Estado Civil soltero
Ocupación
Actual estudiante

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura Talla S M L
Calzado 8 Color de Ojos cafes
Tez/Cabello cafe

III. PERFIL

Estudios Universitarios
Experiencias Anteriores.....
Habilidades y Hobbies Crossfit

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES # 7

Nombres María Gabriela
Apellidos Ceballos Salazar
Edad 21 Fecha de Nacimiento 7/Mayo/93
Domicilio Monteseraín Email mceballos@udlanet.ec
Teléfono 099187724 Estado Civil soltera
Ocupación Actual Estudiante

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura 1.70 Talla S M L
Calzado 39 Color de Ojos cafe
Tez/Cabello cafe

III. PERFIL

Estudios Negocios Internacionales
Experiencias Anteriores escuela
Habilidades y Hobbies escuchar música - cocinar

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES # 8

Nombres ..Sofía.....Margarita.....
Apellidos ..Pascua.....Mencaya.....
Edad19..... Fecha de Nacimiento ..21/11/95.....
Domicilio ..Pacanam.....Alta Emails.mencaya@uol.com.br.....
Teléfono ..0995517991..... Estado CivilSoltera.....
Ocupación
Actual ..Estudiante.....

II. RASGOS FÍSICOS

Estatura1.65..... Talla S M..... L.....
Calzado38..... Color de OjosAzul.....
Tez/Cabello ..Castaña.....Castaño.....

III. PERFIL

Estudios.....C.P.R.I.....
Experiencias Anteriores.....Tenda.....
Habilidades y Hobbies.....

Anexo 5. Casting





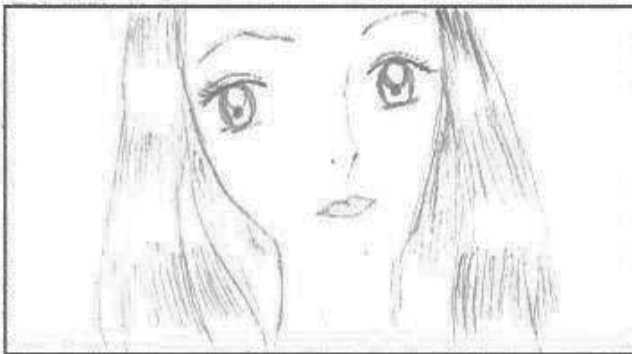
Anexo 6. Maquillaje / Vestuario



Anexo 7. Storyboard

STORYBOARD

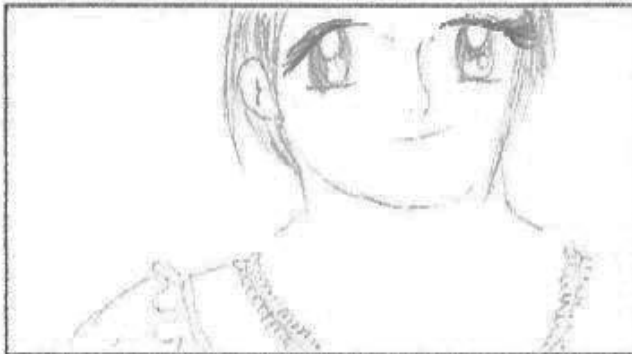
Proyecto:	MUJER: AITE Y DIVERSIDAD / SPOT 1	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA TRAMERO	Duración:	2a seg aprox
Productor:	ANDREA TRAMERO	Nº de Hoja:	1



Escena:	1
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 1 VIENDO a la CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	—
Mov. Cam:	—
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	—



Escena:	2
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 2 VIENDO a la CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	—
Mov. Cam:	—
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	—



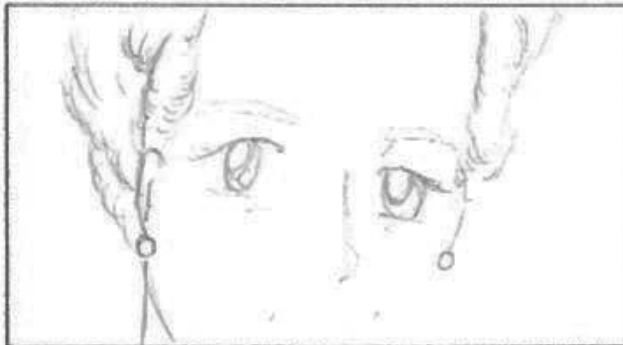
Escena:	3
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 3 VIENDO a la CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	—
Mov. Cam:	—
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	—

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD / SPOT 1	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PALMIÑO	Duración:	28 Seg aprox
Productor:	ANDREA PALMIÑO	Nº de Hoja:	2



Escena:	4
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 4 VIENDO A LA CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



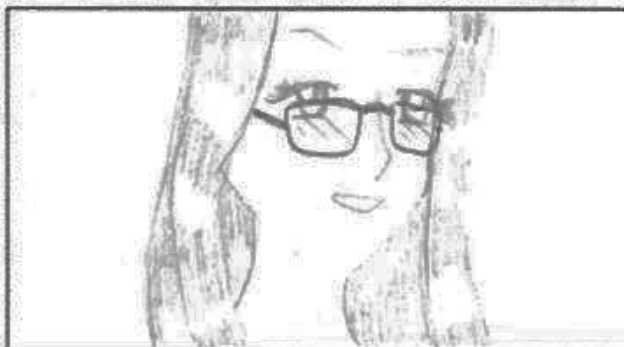
Escena:	5
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 5 VIENDO A LA CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	6
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 6 VIENDO A LA CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ALICIA Y DIVERSIDAD/SPOT1	Técnicas:	VIDEO
Director:	ANDREA PARMIGNO	Duración:	28 seg aprox.
Productor:	ANDREA PARMIGNO	Nº de Hoja:	3



Escena:	7
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE LA MUJER 7 VIENDO A LA CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	8
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 8 VIENDO A LA CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	9
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	ROSTRO DE MUJER 9 VIENDO A LA CÁMARA
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD/ SPOT 1	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PARRAÑO	Duración: 28 seg aprox
Productor: ANDREA PARRAÑO	Nº de Hoja: 4

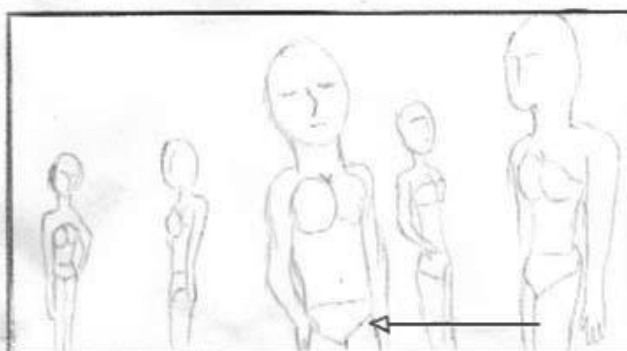
	Escena: 10
	Locación: ESTUDIO
	Descripción de la Acción: La pantalla dividida, aparecen todas las rostros de las mujeres
	Tiempo: 00:00:01
	Efectos especiales: -
	Mov. Cam: -
	Audio: BS
	Efecto de transición: -

	Escena: 11
	Locación: ESTUDIO
	Descripción de la Acción: La pantalla dividida, aparecen todos los rostros de las mujeres
	Tiempo: 00:00:02
	Efectos especiales: GIGI 510
	Mov. Cam: -
	Audio: BS
	Efecto de transición: -

	Escena:
	Locación:
	Descripción de la Acción:
	Tiempo:
	Efectos especiales:
	Mov. Cam:
	Audio:
	Efecto de transición:

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: Aite y Diversidad/SPOT 2	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PARMIGNO	Duración:	46 seg. aprox.
Productor:	ANDREA PARMIGNO	Nº de Hoja:	1



Escena:	1
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	En un espacio se encuentran 6 maniqués dispuestas aleatoriamente
Tiempo:	00:00:04
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	PANEO DCR-130
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



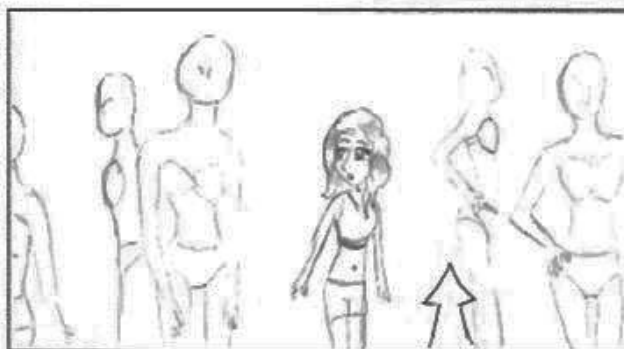
Escena:	2
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Desenfoque del torso de una de las maniqués
Tiempo:	00:00:03
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



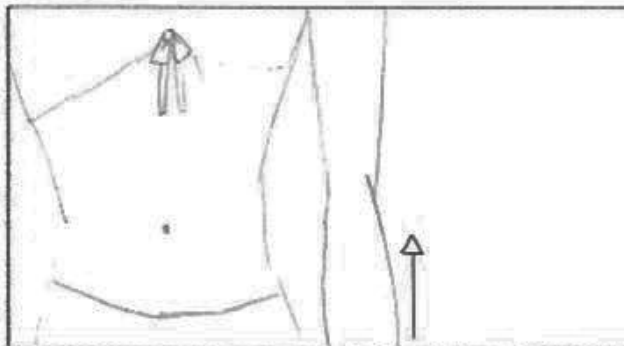
Escena:	3
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Plano detalle de la mano de una de las maniqués
Tiempo:	00:00:02
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	Tilt up
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

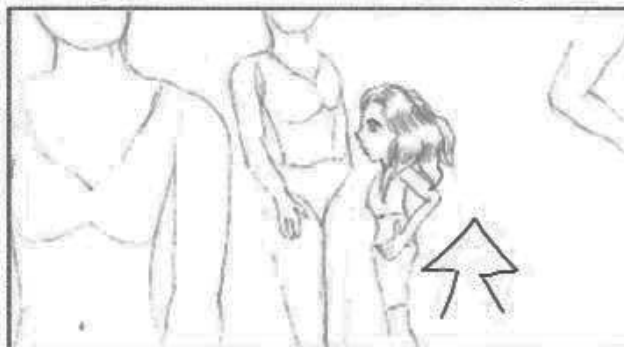
Proyecto: MUJER: Arte y Diversidad/ SPOT 2	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PALMIRO	Duración: 16 seg. aprox
Productor: ANDREA PALMIRO	Nº de Hoja: 2



Escena: 4
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: LA CHICA ENTRA AL ESPACIO DONDE ESTÁN LOS MANIQUÉS
Tiempo: 00:00:06
Efectos especiales: —
Mov. Cam: Travelling EN AVANCE
Audio: B.G
Efecto de transición: —



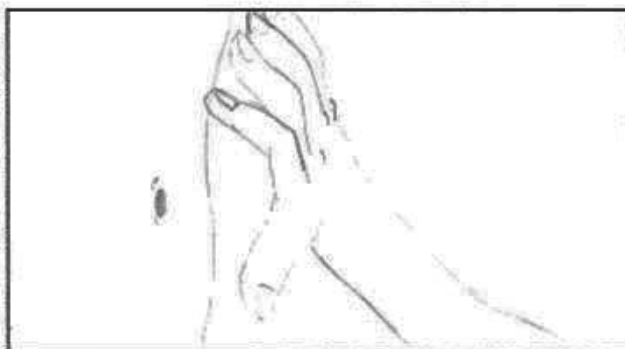
Escena: 5
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: TOSO DEL MANQUI EN DETALLE
Tiempo: 00:00:03
Efectos especiales: —
Mov. Cam: Tilt UP
Audio: B.S
Efecto de transición: —



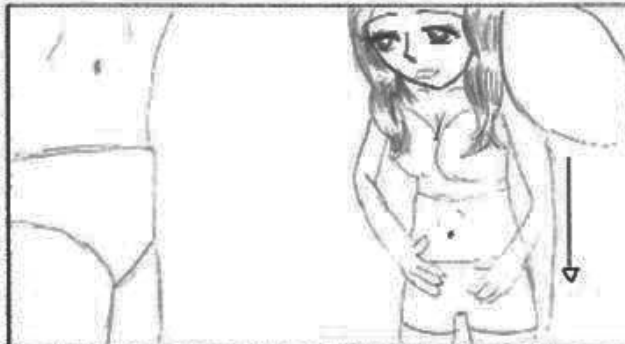
Escena: 6
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: LA CHICA DE PIE AL LADO DE OTO MANQUI LO OBSERVA Y TOCA SU ABDOMEN
Tiempo: 00:00:02
Efectos especiales: —
Mov. Cam: Travelling en Avance
Audio: B.S
Efecto de transición: —

STORYBOARD

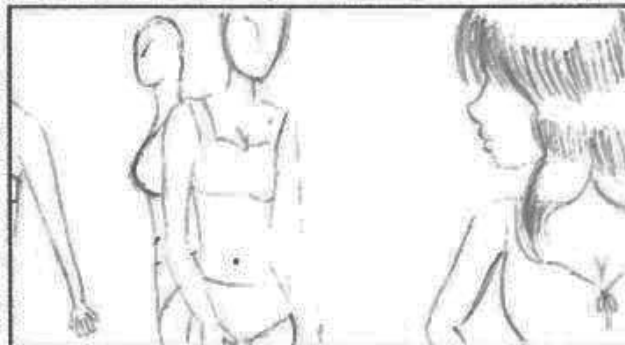
Proyecto: MUJER: Arte y Diversidad / SPOT 2	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PARRINO	Duración: 46 seg aprox.
Productor: ANTONIO BARRINO	Nº de Hoja: 3



Escena: 7
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: PLANO DETALLE DE LA MANO DE LA CHICA TOCANDO EL ABDOMEN
Tiempo: 00:00:02
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



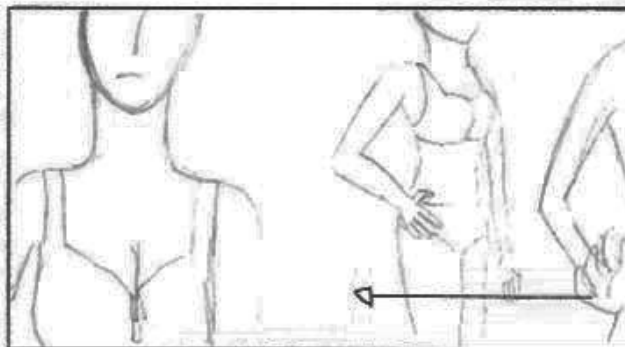
Escena: 8
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA TOCANDO SU PROPIO ABDOMEN MIENTRAS SE OBSERVA.
Tiempo: 00:00:03
Efectos especiales: -
Mov. Cam: TILT DOWN
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



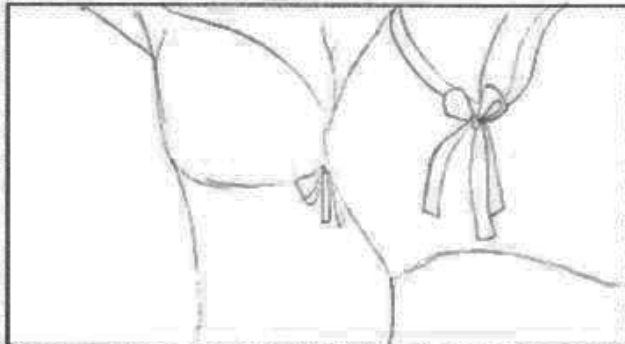
Escena: 9
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA INTENTA INTALAR POSTURA DE OJO MANIQU.
Tiempo: 00:00:04
Efectos especiales: -
Mov. Cam: Travelling En Retrosceso
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: Arte y Diversidad / SPOT 2	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PARMENO	Duración: 46 seg. aprox.
Productor: ANDREA PARMENO	Nº de Hoja: 4



Escena: 10
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica frustrada por no poderse a los mangües
Tiempo: 00:00:04
Efectos especiales: -
Mov. Cam: Plano Det. 130
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 11
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Plano Detalle del busto del mangüí
Tiempo: 00:00:03
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



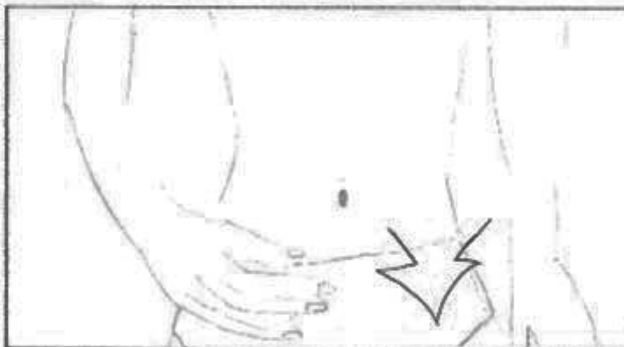
Escena: 12
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Plano Detalle del rostro de una de las mangües
Tiempo: 00:00:03
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: ALLE y DIVERSIDAD / SPOT 2	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PALMIÑO	Duración: 46 seg aprox
Productor: ANDREA PALMIÑO	Nº de Hoja: 5



Escena: 13
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Plano detalle del rostro de la chica y otros el maniquí.
Tiempo: 00:00:03
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 14
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Tomas de los maniqués
Tiempo: 00:00:09
Efectos especiales: -
Mov. Cam: Travelling en Detras
Audio: B.G.
Efecto de transición: -



Escena: 15
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica camina hacia el frente y aparece GRATISMO.
Tiempo: 00:00:08
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: FADE OUT

La potencia es
un deseo, las
mujeres crean
su mundo, todas
diferentes

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PARIÑO	Duración: 48 seg. aprox
Productor: ANDREA PARIÑO	Nº de Hoja: 1



Escena: 1
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica Frente a la cámara sujeta un libro
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 2
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida PIN-UP siendo maquillada
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 3
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica a un costado, intentando hacer un humo de cigarrillo
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: Arte y Diversidad / SPT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA FARMINO	Duración: 48 seg episodio
Productor: ANDREA FARMINO	Nº de Hoja: 2



Escena: 4
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida DE PIN-UP SIENDO maquillada
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



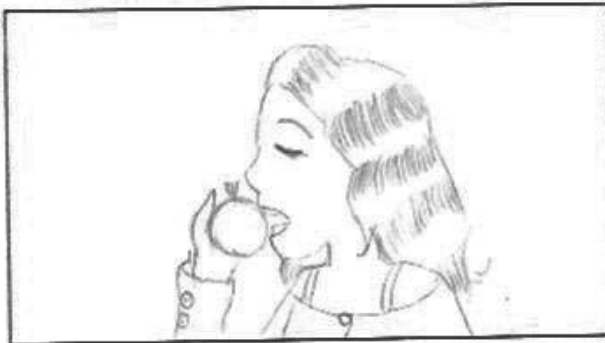
Escena: 5
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica ESTUDIANDO
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 6
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida DE PIN-UP SIENDO maquillada
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: ALTO Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PALMIRO	Duración: 48 seg aprox
Productor: ANDREA PALMIRO	Nº de Hoja: 3



Escena: 7
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica mordiendo una manzana verde
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: —
Mov. Cam: —
Audio: B.S.
Efecto de transición: —



Escena: 8
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: —
Mov. Cam: —
Audio: B.S.
Efecto de transición: —



Escena: 9
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica leyendo un libro
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: —
Mov. Cam: —
Audio: B.S.
Efecto de transición: —

STORYBOARD

Proyecto:	Mujer: Arte y Diversidad / SPOT 3	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PALMIÑO	Duración:	48 seg aprox
Productor:	ANDREA PALMIÑO	Nº de Hoja:	4



Escena:	10
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Mujer vestida de PIN-UP siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	11
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Mujer haciendo una bomba de chicle
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	12
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Mujer vestida de PIN-UP siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ARTE y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PARRINO	Duración:	48 seg aprox
Productor:	ANDREA PARRINO	Nº de Hoja:	5



Escena:	13
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica frente a la cámara
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	14
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de PIN-UP SIENDO maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	15
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica con una manzana verde
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto: <u>MUTEL: Arte y Diversidad / SPOT 3</u>	Técnica: <u>VIDEO</u>
Director: <u>ANDREA PARMIGIO</u>	Duración: <u>48 seg aprox</u>
Productor: <u>ANDREA PARMIGIO</u>	Nº de Hoja: <u>6</u>



Escena: <u>16</u>
Locación: <u>ESTUDIO</u>
Descripción de la Acción: <u>Chica vestida de PIN-UP siendo maquillada</u>
Tiempo: <u>00:00:01</u>
Efectos especiales: <u>-</u>
Mov. Cam: <u>-</u>
Audio: <u>B.S.</u>
Efecto de transición: <u>-</u>



Escena: <u>17</u>
Locación: <u>ESTUDIO</u>
Descripción de la Acción: <u>Chica con una bomba de chicle</u>
Tiempo: <u>00:00:01</u>
Efectos especiales: <u>-</u>
Mov. Cam: <u>-</u>
Audio: <u>B.S.</u>
Efecto de transición: <u>-</u>



Escena: <u>18</u>
Locación: <u>ESTUDIO</u>
Descripción de la Acción: <u>Chica vestida de PIN-UP siendo maquillada</u>
Tiempo: <u>00:00:01</u>
Efectos especiales: <u>-</u>
Mov. Cam: <u>-</u>
Audio: <u>B.S.</u>
Efecto de transición: <u>-</u>

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ATE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PAZMIÑO	Duración:	48 seg aprox.
Productor:	ANDREA PAZMIÑO	N. de Hoja:	7



Escena:	19
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica Frente a la cámara
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	20
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de PIN-UP siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	21
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica mostrando un libro abierto con imgs de mujeres
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD/SPOT 3	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PARRINO	Duración:	48 seg aprox
Productor:	ANDREA PARRINO	Nº de Hoja:	8



Escena:	22
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	23
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica de perfil
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	24
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: AITE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PALMIRO	Duración: 48 seg aprox.
Productor: ANDREA PALMIRO	N° de Hoja: 9



Escena: 25
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: PANO DE LA BOCAL DE LA CHICA CON LA BOMBA DE CHICLE
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 26
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA VESTIDA DE PIN-UP SIENDO MAQUILLADA
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 27
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA DOSEANDO LA MANZANA
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ARTE y DIVERSIDAD	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PARMINO	Duración:	48 seg aprox
Productor:	ANDREA PARMINO	Nº de Hoja:	10



Escena:	28
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	29
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica frente a la cámara
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-



Escena:	30
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

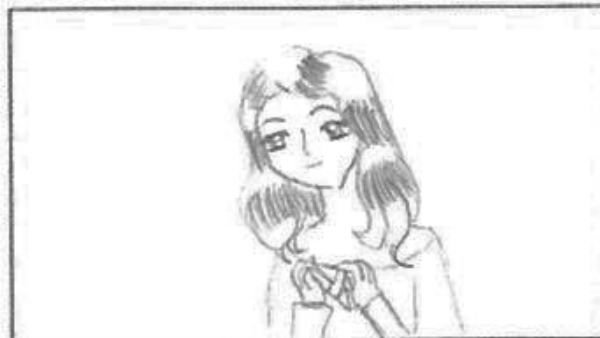
Proyecto: MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PAZMIMO	Duración: 48 seg. capix
Productor: ANDREA PAZMIMO	Nº de Hoja: II



Escena: 31
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA CON UN LIBRO EN SUS MANOS
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



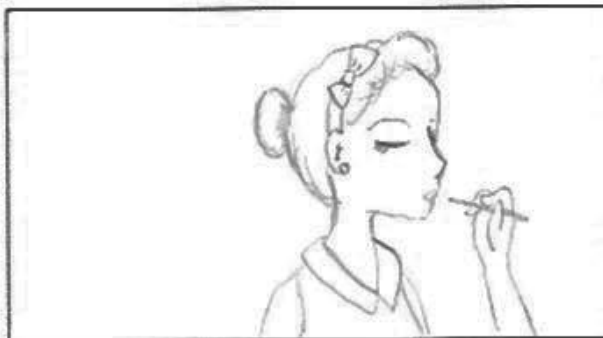
Escena: 32
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA VISTIDA DE PIN-UP SIENDO MOQUELADA
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -



Escena: 33
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: CHICA HACIENDO ORIGAMI
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto:	MUJER: ARTE y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PAMPIO	Duración:	48 seg aprox
Productor:	ANDREA PAMPIO	N° de Hoja:	12



Escena:	32
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.6.
Efecto de transición:	-



Escena:	33
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	PLANO Detalle de la chica con el chicle
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.5.
Efecto de transición:	-



Escena:	34
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	-
Mov. Cam:	-
Audio:	B.5.
Efecto de transición:	-

STORYBOARD

Proyecto: MÚJER: ARTE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PALMIÑO	Duración: 48 seg aprox
Productor: ANDREA PALMIÑO	Nº de Hoja: 13



Escena: 35
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica mordiendo la manzana
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: --
Mov. Cam: --
Audio: B.S.
Efecto de transición: --



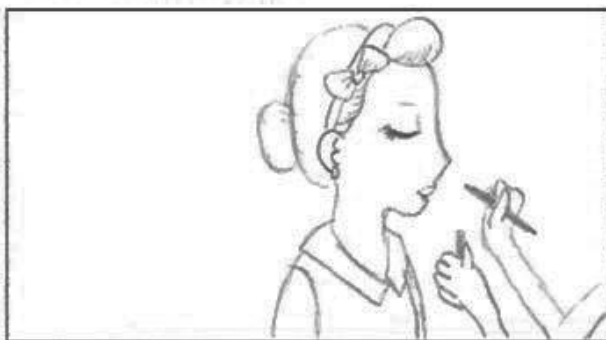
Escena: 36
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida de pin-up siendo regañada
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: --
Mov. Cam: --
Audio: B.S.
Efecto de transición: --



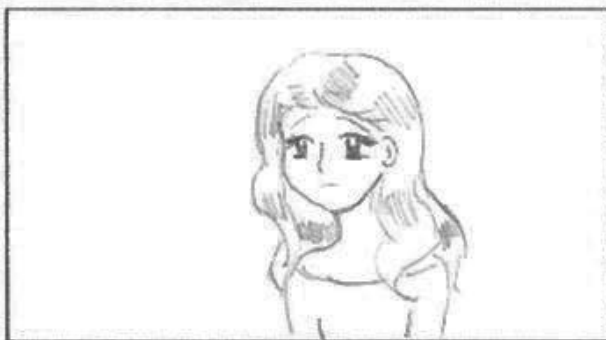
Escena: 37
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica haciendo algo mal
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: --
Mov. Cam: --
Audio: B.S.
Efecto de transición: --

STORYBOARD

Proyector:	MUJER. AHE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica:	VIDEO
Director:	ANDREA PARMINO	Duración:	48 seg apóx
Productor:	ANDREA PARMINO	Nº de Hoja:	11



Escena:	36
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	—
Mov. Cam:	—
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	—



Escena:	37
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica frente a la cámara
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	—
Mov. Cam:	—
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	—



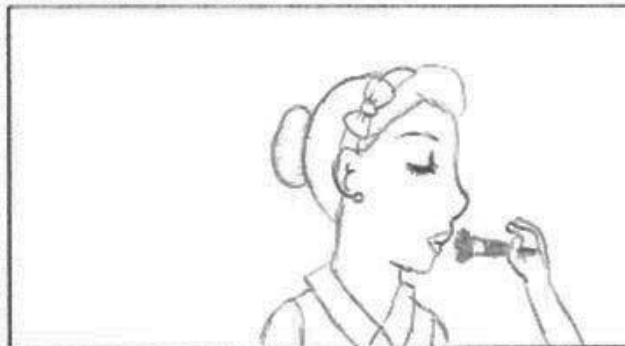
Escena:	38
Locación:	ESTUDIO
Descripción de la Acción:	Chica vestida de pin-up siendo maquillada
Tiempo:	00:00:01
Efectos especiales:	—
Mov. Cam:	—
Audio:	B.S.
Efecto de transición:	—

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: ALIE y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PALMIÑO	Duración: 48 seg aprox
Productor: ANDREA PALMIÑO	Nº de Hoja: 15



Escena: 39
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica enseña libro abierto con imágenes de MUJERES
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -




Escena: 40
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida de PIN-UP SIENDO maquillada
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -




Escena: 41
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica haciendo origami
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto: MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PAZMILIO	Duración: 48 seg aprox
Productor: ANDREA PAZMILIO	Nº de Hoja: 16

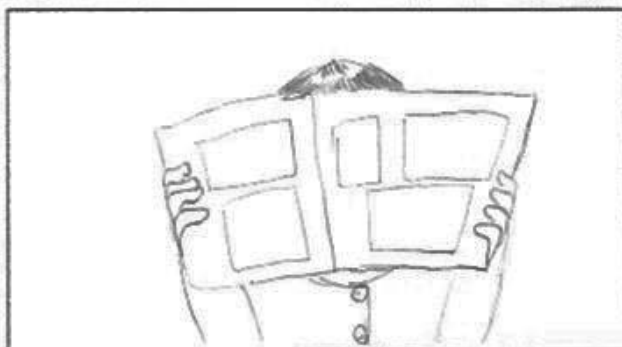
	<p>Escena: 42</p> <p>Locación: ESTUDIO</p> <p>Descripción de la Acción: Chica vestida de Pin-up, maquillada viento de perfil</p> <p>Tiempo: 00:00:01</p> <p>Efectos especiales: -</p> <p>Mov. Cam: -</p> <p>Audio: B.S.</p> <p>Efecto de transición: -</p>
--	--

	<p>Escena: 43</p> <p>Locación: ESTUDIO</p> <p>Descripción de la Acción: Chica de perfil</p> <p>Tiempo: 00:00:01</p> <p>Efectos especiales: -</p> <p>Mov. Cam: -</p> <p>Audio: B.S.</p> <p>Efecto de transición: -</p>
---	---

	<p>Escena: 44</p> <p>Locación: ESTUDIO</p> <p>Descripción de la Acción: Chica vestida de Pin-up pedicada frente a la cámara</p> <p>Tiempo: 00:00:01</p> <p>Efectos especiales: -</p> <p>Mov. Cam: -</p> <p>Audio: B.S.</p> <p>Efecto de transición: -</p>
---	---

STORYBOARD

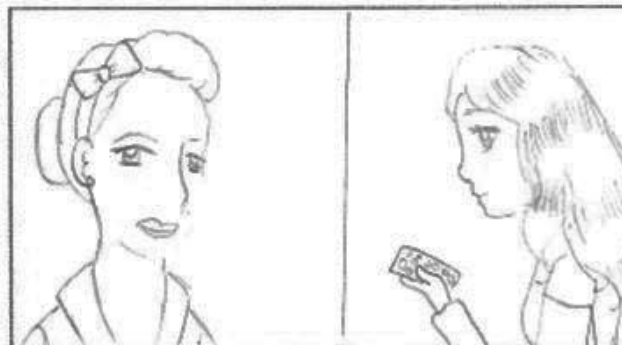
Proyecto: MUJER: ARTE y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PAZMIÑO	Duración: 48 seg aprox.
Productor: ANDREA PAZMIÑO	Nº de Hoja: 17



Escena: 45
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chico Cura su rostro con un libro abicito
Tiempo: 00:00:01
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -




Escena: 46
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: Chica vestida de P.M.-UP bebe una sopa
Tiempo: 00:00:05
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -




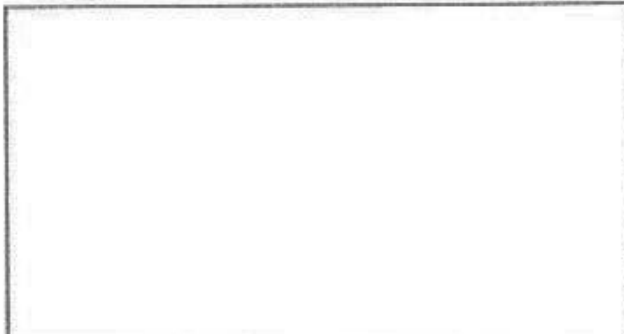
Escena: 47
Locación: ESTUDIO
Descripción de la Acción: En Montaje Dorelys Chica presiona control para apoyar a Chica pin up
Tiempo: 00:00:04
Efectos especiales: -
Mov. Cam: -
Audio: B.S.
Efecto de transición: -

STORYBOARD

Proyecto: HUIJED: ARTE Y DIVERSIDAD / SPOT 3	Técnica: VIDEO
Director: ANDREA PARRILLO	Duración: 48 seg aprox
Productor: ANDREA PARRILLO	Nº de Hoja: 18

	Escena: 1A
	Locación: ESTUDIO
	Descripción de la Acción: Chica tiene a la cámara, aparece sonrisa
	Tiempo: 00:00.05
	Efectos especiales: --
	Mov. Cam: --
	Audio: B.S.
Efecto de transición: --	

	Escena:
	Locación:
	Descripción de la Acción:
	Tiempo:
	Efectos especiales:
	Mov. Cam:
	Audio:
Efecto de transición:	

	Escena:
	Locación:
	Descripción de la Acción:
	Tiempo:
	Efectos especiales:
	Mov. Cam:
	Audio:
Efecto de transición:	

Anexo 8. Desglose de Producción

DESGLOCE DE PRODUCCIÓN - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD

DIRECCIÓN / PRODUCCIÓN: Andrea Pazmiño Villa

LA PERFECCIÓN ES UNA ILUSIÓN

No PLANO	SEC	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOV. DE CÁMARA	TIRO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	CÁMARA	TIPOS DE LENTES	ACCESORIOS DE FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN	LOCACIÓN	UTILERÍA	PERSONAJES	VESTUARIO	ILUMINACIÓN	PROYECTORES	ACCESORIOS DE ILUMINACIÓN	SONIDO POST PRODUCCIÓN	EDICIÓN	POST PRODUCCIÓN	GRAFISMO	OBSERVACIONES
1	1	0:00:04	PG	Paneo derecha-izquierda	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	En un espacio vacío, se encuentran 6 maniqués dispuestos arbitrariamente	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Maniqués	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
2	1	0:00:03	PD	Estático	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Pies de una chica entrando al espacio	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
3	1	0:00:05	PG	Travelling en Avance	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Dolly	La chica entra al espacio caminando lentamente	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniqués	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
4	1	0:00:04	PML	Paneo vertical ascendente	45	Lateral	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Maniquí aparece en cuadro	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Maniquí 3	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
5	1	0:00:04	PML	Travelling en Avance- Ligero	45	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Dolly	La chica de pie a lado del maniquí con las manos en la cintura, lo observa rápidamente de arriba a bajo y levanta la mano para tocar el abdomen del maniquí.	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniquí 3	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
6	1	0:00:02	PD	Estático	45	Lateral	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mano de la chica tocando el abdomen del maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniquí 3	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
7	1	0:00:03	PML	Estático	45	Lateral	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Chica tocándose su abdomen y mirando ligeramente para el piso, después regresa a ver al maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniquí 3	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
8	1	0:00:03	PA	Travelling lateral izquierda-derecha	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Dolly	Chica imitando postura de otro maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniquí 5	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
9	1	0:00:03	PA	Travelling lateral derecha-izquierda	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Dolly	Chica en puntillas imitando la postura de otro maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniquí 4	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
10	1	0:00:01	PP	Estático	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Rostro de Maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Maniquí 2	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
11	1	0:00:01	PPP	Estático	45	Lateral	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Rostro de Maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Maniquí 6	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
12	1	0:00:01	PP	Estático	45	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Rostro de Maniquí	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Maniquí 3	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
13	1	0:00:02	PD	Estático	45	Lateral	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Pies de la chica en puntillas intentando mantener el equilibrio	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
14	1	0:00:02	PM	Travelling en Avance- Ligero	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Dolly	Torsos de los maniqués	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Maniqués	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador		
15	1	0:00:07	PG	Travelling en retroceso	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Dolly	Chica imitando postura del Maniquí, al final se queda estática. Después de unos momentos hace un gesto como si le picara el cuello, se rasca prudentemente y vuelve a quedarse estática.	Estudio Universidad de las Américas	Maniqués / piso blanco/ gafer	Chica / Maniqués	conjuntos de Ropa interior del mismo color	Fría / Suave	Kino / Arri/ lowel	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrador	"La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes"	Aparece Grafismo

DESGLOSE DE PRODUCCIÓN - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD

DIRECCIÓN / PRODUCCIÓN: Andrea Pazmiño Villa

LA BELLEZA REAL TIENE ROSTROS DIFERENTES

No PLANO	SEC	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOV. DE CÁMARA	TIRO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	CÁMARA	TIPOS DE LENTES	ACCESORIOS DE FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN	LOCACIÓN	UTILERÍA	PERSONAJES	VESTUARIO	ILUMINACIÓN	PROYECTORES	ACCESORIOS DE ILUMINACIÓN	SONIDO POST PRODUCCIÓN	EDICIÓN	POST PRODUCCIÓN	GRAFISMO	OBSRVACIONES
1	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Estudiante Trigueña	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Marcela Villacis
2	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Mujer Alternativa	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Carolina Montenegro
3	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Mujer Indígena	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Sarita Pichamba
4	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Mujer Tez blanca	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Valeria Muñoz
5	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Madre de familia	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Mariana Navas
6	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Mestiza	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Janina Cabezas
7	1	0:00:04	PPP	Fly Cam	0	Frontal	7D	35 mm	Fly cam / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Estudiante con lentes	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Paola Cueva
8	1	0:00:08	PP/PMC	Travelling en retroceso	0	Frontal	7D	24 mm	Rieles/ Dolly / Tripode	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Tabla triplex pintada	Mujer Tez Oscura	Ropa de cada una color: blanco o gris	Luz natural / Calida	Kino / Arri	Difusor / Rebotador	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado	"La belleza real tiene rostros diferentes"	Katherine Castro/ Grafismo:La belleza real tiene rostros diferentes"

DESGLOCE DE PRODUCCIÓN - MUJER: ARTE Y DIVERSIDAD

DIRECCIÓN / PRODUCCIÓN: Andrea Pazmiño Villa

NO SOY UN OBJETO, SOY UN SUJETO

No PLANO	SEC	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOV. DE CÁMARA	TIRO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	CÁMARA	TIPOS DE LENTES	ACCESORIOS DE FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN	LOCACIÓN	UTILERÍA	PERSONAJES	VESTUARIO	ILUMINACIÓN	PROYECTORES	ACCESORIOS DE ILUMINACIÓN	SONIDO POST PRODUCCIÓN	EDICIÓN	POST PRODUCCIÓN	GRAFISMO	OBSERVACIONES
1	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara	Estudio Universidad de las Américas	Piso blanco	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
2	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara como una manzana verde	Estudio Universidad de las Américas	manzana verde	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
3	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara leyendo un libro	Estudio Universidad de las Américas	libro, lentes	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
4	1	0:00:04	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara haciendo un barco de papel	Estudio Universidad de las Américas	Hoja en blanco	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
5	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer de pie, lateralmente sosteniendo un mapa	Estudio Universidad de las Américas	Mapa	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
6	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara con una cámara de fotos	Estudio Universidad de las Américas	Cámara de Fotos	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
7	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara inflando un globo	Estudio Universidad de las Américas	Globos	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
8	1	0:00:03	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara con un laptop	Estudio Universidad de las Américas	Laptop	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado		Lado A
9	1	0:00:07	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	Mujer sentada en un set vacío frente a la cámara saca un control y girando ligeramente a su izquierda levanta el brazo en acción de apagar el televisor. Posteriormente mira fijamente al frente	Estudio Universidad de las Américas	Control remoto	Mujer	Camiseta de Algodón celeste/ Jean/ Converse blancas	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Al corte	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado	"No soy un objeto, soy un sujeto"	Aparece grafismo
10	2	0:00:18	PA	Estatico	0	Frontal	7D	10 mm 24mm 35mm 135mm	Tripode	En un set vacío, una mujer sentada de frente a la cámara. Entra la maquillista y empieza a maquillarla y peinarla. Le coloca lápiz labial, blush y una cinta en el cabello. La mujer permanece quieta todo el tiempo. La maquillista sale del set, regresa y le entrega a la mujer la botella de una soda y la coloca en una posición específica. Luego la maquillista sale del set.	Estudio Universidad de las Américas	sofa pequeño / botella de coca cola / sticker de etiqueta/ sorbete/ cosméticos / sinfin/ invisibles/ peinilla/ rulos/ porta maquillaje/ tabla pintada/ liquido rosado	Mujer /Maquillista	Vestido Pin up / pañuelo / aretes de boton/ zapatos pin up/ Busos negros de cuello alto/ pantalones negros	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Timelapse	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado	"Las chicas lindas beben SPARKLE"	Estilo chica pin up / Timelapse
11	2	0:00:07	PA /PMC	Travelling en Avance	1	Frontal	7D	11 mm 24mm 35mm 135mm	dolly/ rieles	La mujer permanece bebiendo la soda en actitud coqueta mientras sale un grafismo que dice: "Sé cool, Sé SPARKLE"	Estudio Universidad de las Américas	sofa pequeño / botella de coca cola / sticker de etiqueta/ sorbete/ cosméticos / sinfin/ invisibles/ peinilla/ rulos/ porta maquillaje/ tabla pintada/ liquido rosado	Mujer	Vestido Pin up / pañuelo / aretes de boton/ zapatos pin up/ Busos negros de cuello alto/ pantalones negros	Fria	Kino / Arri	Difusores / banderas / pedestales	B.S.O	Timelapse	Premier/ Photoshop / After Effects / Ilustrado	"Las chicas lindas beben SPARKLE"	Estilo chica pin up / Timelapse

Anexo 9. Locación



Anexo 10. Presupuesto

No.						
1	EQUIPO HUMANO (Honorarios)	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO REAL	COSTO TOTAL	COSTO DE TESIS
1.1	Director	1	Proyecto	1500	1500	0
1.2	Director de Casting	1	1 Día	200	200	0
1.3	Actores	1	2 días	150	300	40
2	PRODUCCIÓN					
2.1	Jefe de Producción	1	Proyecto	1200	1200	0
2.2	Asistentes	2	Proyecto	120	720	0
3	FOTOGRAFÍA					
3.1	Director de Fotografía	1	Proyecto	1080	1080	0
3.2	Asistentes	2	Proyecto	120	720	0
4	POST PRODUCCIÓN					
4.1	Editor	1	Proyecto	500	500	0
4.2	Colorizador	1	Proyecto	200	200	0
5	ARTE					
5.1	Director de Arte	1	Proyecto	600	600	0
5.2	Vestuarista	1	Proyecto	300	300	30
5.3	Maquillista	1	Proyecto	200	200	0
	TOTAL EN DÓLARES				7.520	70
6	EQUIPOS DE CÁMARA, GRIP Y LUCES	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO REAL	COSTO TOTAL	COSTO DE TESIS
6.1	Cámara canon 7D	1	Proyecto	180	540	0
6.2	Accesorios	5	Proyecto	200	200	0
6.3	Luces y Grip	8	Proyecto	1140	1140	0
6.4	Trípode	1	Proyecto	180	240	20
6.5	Tarjeta SD	1	Proyecto	30	30	0
6.6	Batería Cámara	2	Proyecto	20	20	0
6.7	Dolly	1	Proyecto	150	450	0
	TOTAL EN DÓLARES				2.620	20
7	GASTOS DE ARTE				COSTO TOTAL	COSTO DE TESIS
7.1	Utilería 3 spots			500	500	400
	TOTAL EN DÓLARES				500	400
8	GASTOS DE PRODUCCIÓN		TIEMPO	COSTO REAL	COSTO TOTAL	COSTO DE TESIS
8.1	Transporte y Alimentación		3 Días	80	240	150
8.2	Otros		Proyecto	70	70	70
8.3	Impresiones		Proyecto	20	20	20
8.4	Minutos de Celular		Proyecto	20	20	20
	TOTAL EN DÓLARES				350	260

	SUBTOTAL				10.990\$	750 \$
	IMPREVISTOS				200 \$	80 \$
	TOTAL EN DÓLARES				11.190 \$	830 \$

Anexo 11. Plan de Rodaje

PLAN DE RODAJE - Mujer: Arte y Diversidad
 SPOT 1 : LA BELLEZA REAL TIENE ROSTROS DIFERENTES
 Día 1

CARGO	NOMBRE		CELULAR	E MAIL	DIRECCIÓN						
DIRECCIÓN	ANDREA PAZMIÑO		992719640	apazmino@udlanet.ec	Universidad de las Américas -Campus UDLAPARK (vía Nayon)						
ASISTENTE DE DIRECCIÓN	TATIANA PINZÓN		992719640	tpinzon@udlanet.ec	CONTACTOS DE EMERGENCIA						
PRODUCCIÓN	ANDREA PAZMIÑO		992719640	apazmino@udlanet.ec							
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 1	MARCELA VILLACIS		984191382	marvillacis@udlanet.ec	ECU 911						
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 2	MICHEL PONCE		984954312	mponce@udlanet.ec	Clínica del Batán : 2445062						
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA	GABRIEL DÍAZ		984788643	contacto@gabrielldiaz.net	Bomberos: 2245 675						
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA	MIGUEL BRITO		996390602	mabrito@udlanet.ec	FECHA						
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA 2	NICOLÁS VERA		998265571								
VESTUARIO Y MAQUILLAJE	JANINA CABEZAS		996904666	jcabezas@udlanet.ec	HORA DE LLAMADO:						
SCRIPT / CLAQUETA	JANINA CABEZAS / MICHEL PONCE		996904666/984954312	-							
					HORA DE LLAMADO 8: 30			HORA DE FINALIZACIÓN 13:30			
No PLANO	SEC	HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	ILUMINACIÓN	OBSERVACIONES
1	1	10:30	10:40	0:00:04	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudiante Trigueña	Calida	Marcela Villacis/Amarilla
2	1	10:50	11:00	0:00:04	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Madre de familia	Calida	Mariana Navas/ Amarilla
3	1	11:10	11:20	0:00:04	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mestiza	Calida	Janina Cabezas/ Rosado
4	1	11:30	11:40	0:00:04	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Indígena	Calida	Sarita Pichamba/Amarillo
5	1	11:50	12:00	0:00:04	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Estudiante con lentes	Calida	Paola Cueva/Amarillo
6	1	12:20	12:40	0:00:04	PP/ PML	Travelling en retroceso	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Tez Oscura	Calida	Katherine Castro/ Grafismo:La belleza real tiene rostros diferentes " / Rosado
7	1	13:00	13:10	0:00:04	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Alternativa	Calida	Carolina Montenegro/Rosado
8	1	13:20	13:30	0:00:08	PPP	Fly Cam	Frontal	Mujer mirando fijamente a la cámara	Mujer Tez blanca	Calida	Valeria Muñoz/ Rosado

PLAN DE RODAJE - Mujer: Arte y Diversidad

SPOT 2 : LA PERFECCIÓN ES UNA ILUSIÓN

Día 2

CARGO	NOMBRE		CELULAR	E MAIL	DIRECCIÓN						
DIRECCIÓN	ANDREA PAZMIÑO		992719640	apazmino@udlanet.ec	Universidad de las Américas -Campus UDLAPARK (vía Nayon)						
ASISTENTE DE DIRECCIÓN	TATIANA PINZÓN		992719640	tpinzon@udlanet.ec	CONTACTOS DE EMERGENCIA						
PRODUCCIÓN	ANDREA PAZMIÑO		992719640	apazmino@udlanet.ec							
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 1	MARCELA VILLACIS		984191382	marvillacis@udlanet.ec	ECU 911						
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 2	MICHEL PONCE		984954312	mponce@udlanet.ec	Clínica del Batán : 2445062						
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA	GABRIEL DÍAZ		984788643	contacto@gabriel Diaz.net	Bomberos: 2245 675						
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA	MIGUEL BRITO		996390602	mabrito@udlanet.ec	FECHA						
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA 2	NICOLÁS VERA										
VESTUARIO Y MAQUILLAJE	JANINA CABEZAS		996904666	jcabezas@udlanet.ec	HORA DE LLAMADO:						
SCRIPT / CLAQUETA	JANINA CABEZAS / MICHEL PONCE		996904666/984954312	-							
No PLANO	SEC	HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	ILUMINACIÓN	OBSERVACIONES
15	1	11:00	11:20	0:00:07	PG	Travelling en retroceso	Frontal	Chica imitando postura del Maniquí, al final se queda estática. Después de unos momentos hace un gesto como si le picara el cuello , se rasca prudentemente y vuelve a quedarse estática.	Chica / Maniqués	Fría / Suave	Aparece Grafismo que dice : "La perfección es una ilusión, las mujeres reales somos todas diferentes"
3	1	11:30	11:50	0:00:05	PG	Travelling en Avance	Frontal	La chica entra al espacio caminando lentamente	Chica / Maniqués	Fría / Suave	
14	1	12:20	12:40:00	0:00:02	PM	Travelling en Avance- Ligero	Frontal	Torsos de los maniqués	Maniqués	Fría / Suave	
5	1	12:50	13:00	0:00:04	PML	Travelling en Avance- Ligero	Frontal	La chica de pie a lado del maniquí con las manos en la cintura, lo observa rapidamente de arriba a bajo y levanta la mano para tocar el abdomen del maniquí.	Chica / Maniquí 3	Fría / Suave	
8	1	13:30	13:40	0:00:03	PA	Travelling lateral izquierda-derecha	Frontal	Chica imitando postura de otro maniquí	Chica / Maniquí 5	Fría / Suave	
9	1	13:45	13:50	0:00:03	PA	Travelling lateral derecha-izquierda	Frontal	Chica en puntillas imitando la postura de otro maniquí	Chica / Maniquí 4	Fría / Suave	
		14:00	14:30								
1	1	15:00	15:20	0:00:04	PG	Paneo derecha-izquierda	Frontal	En un espacio vacio, se encuentran 6 maniques dispuestos albitrariamente	Maniqués	Fría / Suave	
4	1	15:30	15:40	0:00:04	PML	Paneo vertical ascendente	Lateral	Maniquí aparece en cuadro	Maniquí 3	Fría / Suave	
7	1	16:00	16:10	0:00:03	PML	Estático	Lateral	Chica tocandose su abdomen y mirando ligeramente para el piso, después regresa a ver al maniquí	Chica / Maniquí 3	Fría / Suave	
6	1	16:20	16:30	0:00:02	PD	Estático	Lateral	Mano de la chica tocando el abdomen del maniquí	Chica / Maniquí 3	Fría / Suave	
2	1	16:40	16:50	0:00:03	PD	Estático	Frontal	Pies de una chica entrando al espacio	Chica	Fría / Suave	
13	1	17:00	17:10	0:00:02	PD	Estático	Lateral	Pies de la chica en puntillas intentando mantener el equilibrio	Chica	Fría / Suave	
10	1	17:20	17:25	0:00:01	PP	Estático	Frontal	Rostro de Maniquí	Maniquí 2	Fría / Suave	
11	1	17:30	17:35	0:00:01	PPP	Estático	Lateral	Rostro de Maniquí	Maniquí 6	Fría / Suave	
12	1	17:40	17:45	0:00:01	PP	Estático	Frontal	Rostro de Maniquí	Maniquí 3	Fría / Suave	

PLAN DE RODAJE - Mujer: Arte y Diversidad
 SPOT 3: NO SOY UN OBJETO, SOY UN SUJETO
 Día 3

CARGO		NOMBRE		CELULAR	E MAIL	DIRECCIÓN					
DIRECCIÓN		ANDREA PAZMIÑO		992719640	apazmino@udlanet.ec	Universidad de las Américas -Campus UDLAPARK (vía Nayon)					
ASISTENTE DE DIRECCIÓN		TATIANA PINZÓN		992719640	tpinzon@udlanet.ec	CONTACTOS DE EMERGENCIA					
PRODUCCIÓN		ANDREA PAZMIÑO		992719640	apazmino@udlanet.ec						
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 1		MARCELA VILLACIS		984191382	marvillacis@udlanet.ec	ECU 911					
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 2		MICHEL PONCE		984954312	mponce@udlanet.ec	Clínica del Batán : 2445062					
DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA		GABRIEL DÍAZ		984788643	contacto@gabriel Diaz.net	Bomberos: 2245 675					
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA		MIGUEL BRITO		996390602	mabrito@udlanet.ec	FECHA					
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA 2		NICOLÁS VERA									
VESTUARIO Y MAQUILLAJE		JANINA CABEZAS		996904666	icabezas@udlanet.ec	Miércoles 17 de Junio de 2015					
SCRIPT / CLAUQUETA		JANINA CABEZAS / MICHEL PONCE		996904666/984954312	-	HORA DE LLAMADO: 8:30 HORA DE FINALIZACIÓN 18:00					
No PLANO	SEC	HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	TIPO DE PLANO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	ANGULACIÓN	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	ILUMINACIÓN	OBSERVACIONES
1	1	11:00	11:10	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara	Mujer	Fria	Lado A
2	1	11:20	11:40	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara como una manzana verde	Mujer	Fria	Lado A
3	1	11:50	12:00	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara leyendo un libro	Mujer	Fria	Lado A
4	1	12:10	12:20	0:00:04	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara haciendo un barco de papel	Mujer	Fria	Lado A
5	1	12:30	12:40	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer de pie, laterlamente sosteniendo un mapa	Mujer	Fria	Lado A
6	1	12:50	13:00	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara con una cámara de fotos	Mujer	Fria	Lado A
7	1	13:20	13:30	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara inflando un globo	Mujer	Fria	Lado A
8	1	13:40	13:50	0:00:03	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente con una laptop	Mujer	Fria	Lado A
9	1	14:00	14:10	0:00:07	PA	Estatico	Frontal	Mujer sentada en un set vacio frente a la cámara saca un control y girando ligeramente a su izquierda levanta el brazo en acción de apagar el televisor. Posteriormente mira fijamente al frente	Mujer	Fria	Aparece grafismo : "No soy un objeto, soy un sujeto"
ALMUERZO		14:30	15:00	ALMUERZO							
10	2	15:30	16:30	0:00:18	PA	Estatico	Frontal	En un set vacío, una mujer sentada de frente a la cámara. Entra la maquillista y empieza a maquillarla y peinarla. Le coloca lápiz labial, blush y una cinta en el cabello. La mujer permanece quieta todo el tiempo. La maquillista sale del set, regresa y le entregan a la mujer la botella de una soda y la coloca en una posición específica. Luego la maquillista sale del set	Mujer / Maquillista	Fria	Lado B/ Timelapse Grafismo: "Sé cool, sé SPARKLE"
11	2	16:50	17:20	0:00:07	PA/ PMC	Travelling en Avance	Frontal	La mujer permanece bebiendo la soda en actitud coqueta mientras sale un grafismo que dice: "Sé cool, Sé SPARKLE"	Mujer	Fria	Lado B/ Timelapse Grafismo: "Sé cool, sé SPARKLE"

Anexo 12. Rodaje











Anexo 13. Encuesta

MUJER: Arte y Diversidad

Nombre: _____

Campo Ocupacional : _____

Edad: __

Después de haber observado la campaña Mujer: Arte y Diversidad, responda las siguientes preguntas encerrando con un círculo la respuesta que usted considere.

11. ¿Piensa usted que la belleza es subjetiva y que depende de la concepción de cada persona?

SI

NO

12. ¿Considera usted que los medios de comunicación en la actualidad todavía siguen vendiendo estereotipos de belleza?

SI

NO

13. ¿En donde considera usted que las mujeres son vendidas con mayor frecuencia como objetos y no como sujetos ?

- a) Publicidad
- b) Cine
- c) Videos Musicales
- d) Producción Audiovisual en General

14. ¿Qué mensaje le transmite el primer spot?

- a) La belleza radica en la diversidad no solo los cánones impuestos por los medios.
- b) La belleza no va más allá de lo que impone la sociedad.
- c) Solo lo real es bello, lo demás no.

15. ¿Qué mensaje le transmite el segundo spot?

- a) Las mujeres diferentes son más perfectas.
- b) La “perfecta apariencia” que venden los medios de comunicación, no existe en realidad.
- c) En las diferencias está la perfección.

16. ¿Qué mensaje le transmite el tercer spot?

- a) Las mujeres somos sujetos no objetos de venta ni cosificación.
- b) Las mujeres en la publicidad tienen que ser objetos.
- c) La apariencia física convierte a las mujeres en objetos.

17. De los tres spots: ¿ En cuál entendió el mensaje con mayor facilidad ?

- a) Spot 1
- b) Spot 2
- c) Spot 3
- d) Todos

18. ¿Considera usted que se pueden generar productos audiovisuales utilizando a las mujeres como arte y no solo como objetos sexuales?

SI

NO

19. ¿Considera usted que los tres spots que conforman la campaña *Mujer: Arte y Diversidad* integran arte, género y cultura audiovisual?

SI

NO

20. ¿La campaña *Mujer: Arte y Diversidad* provocó reflexiones positivas en usted?

SI

NO

Anexo 14. Resultados Excel

1. ¿Piensa usted que la belleza es subjetiva y que depende de la concepción de cada persona?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	12	100
NO	0	0
TOTAL	12	100

2. ¿Considera usted que los medios de comunicación en la actualidad todavía siguen vendiendo estereotipos de belleza?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	12	100
NO	0	0
TOTAL	12	100

3. ¿En donde considera usted que las mujeres son vendidas con mayor frecuencia como objetos y no como sujetos ?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
PUBLICIDAD	2	17
CINE	0	0
VIDEOS MUSICALES	1	8
PROD. AUDIOVISUAL EN GENERAL	9	75
TOTAL	12	100

4. ¿Qué mensaje le transmite el primer spot?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
A	10	83
B	1	8
C	1	8
TOTAL	12	92

5. ¿Qué mensaje le transmite el segundo spot?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
A	1	8
B	10	83
C	1	8
TOTAL	12	92

6. ¿Qué mensaje le transmite el tercer spot?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
A	9	75
B	0	0
C	3	25
TOTAL	12	75

7. De los tres spots: ¿ En cuál entendió el mensaje con mayor facilidad ?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
A	3	25
B	4	33
C	3	25
D	2	17
TOTAL	12	58

8. ¿Considera usted que se pueden generar productos audiovisuales utilizando a las mujeres como arte y no solo como objetos sexuales?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	12	100
NO	0	0
TOTAL	12	100

9. ¿Considera usted que los tres spots que conforman la campaña Mujer: Arte y Diversidad integran arte, género y cultura audiovisual?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	11	92
NO	1	8
TOTAL	12	100

10. ¿La campaña Mujer: Arte y Diversidad provocó reflexiones positivas en usted?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
SI	12	100
NO	0	0
TOTAL	12	100

Anexo 15. Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

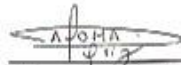
Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, PALOMA PICRINI identificada con número de cédula 171197463-2, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción**.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,


C.I. 171197463-2

Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Janina Elizabeth Cabezas Bucheli identificada con número de cédula 1719362848, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción**.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Janina Elizabeth Bucheli
C.I. 1719362848

Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Katherine Garcia identificada con número de cédula EXC-18244, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción.**

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,


C.I.


Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Carolina Montenegro Menéndez identificada con número de cédula 17 21 29 65 39, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción**.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,


C.I. 17 21 29 65 39

Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Valeria Lucía Muñoz Villegas identificada con número de cédula 1804906997, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción**.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Valeria Muñoz V
C.I. 1804906997

Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Jessica Estefanía Chochos identificada con número de cédula 175046365 J, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción.**

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Jessica Estefanía Chochos
C.I. 175046365 J

Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Parola, Alejandro Cueva Albán identificada con número de cédula 1750280386, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción**.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,


C.I. 1750280386

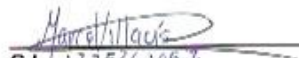
Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Marcela Alejandra Villarís Recalde identificada con número de cédula 1725262057, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa** y su equipo de producción.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,


C.I. 1725262057

Contrato de Cesión de Derechos de Imagen

Yo, Mariana Novos Muñoz identificada con número de cédula 180115260-2, autorizo a Andrea Estefanía Pazmiño Villa, directora general del proyecto **Mujer: Arte y Diversidad**, para que utilice e incluya mi imagen en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación, para los fines y los propósitos establecidos durante tiempo ilimitado.

Por virtud de este documento la suscrita actriz declara que es propietario integral de los derechos de su imagen y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a la Srta. Directora General **Andrea Estefanía Pazmiño Villa y su equipo de producción.**

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el proyecto en mención, el cual tendrá un uso de carácter comercial y será difundido por cualquier medio de difusión y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Mariana Novos Muñoz
C.I. 180115260-2