

**Autorretratos videográficos: Reapropiación de fragmentación y alteración corporal
femenina presentes en las publicidades de depilación a través de anáforas**

Investigación en Artes

Tesista: Andrea Denise Genó

Directora : Marina Barreto

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE ARTES, DISEÑO Y CIENCIAS DE LA CULTURA
LICENCIATURA EN ARTES COMBINADAS**

2021

Resumen de la propuesta

Esta investigación se enfoca en analizar y resignificar las acciones de fragmentación y alteración digital presentes en las publicidades de depilación femenina publicadas durante los años 2009 a 2019 para la producción de autorretratos videográficos a partir de anáforas audiovisuales. Busco comprender cómo las manipulaciones corporales refuerzan estereotipos de género presentes en la sociedad, invisibilizando los vellos corporales en identidades femeninas. Para la realización de los audiovisuales, utilizo al autorretrato como herramienta autoetnográfica indagando y reflexionando sobre experiencias personales. Teniendo en cuenta las posibilidades técnicas del video, la edición visual, temporal y sonora, junto al recorrido de las experiencias del cuerpo muestro mi cotidianidad a través de 10 años. Como principal recurso plástico, exploro de manera práctica y teórica sobre repeticiones de secuencias visuales y sonoras buscando generar una narrativa propia.

Palabras Claves: Depilación; fragmentación; alteración; autorretrato; repetición.

Agradecimientos

A mi familia por el constante apoyo.

A mis amigas y amigos por estar siempre presentes.

A cada persona que me dio una palabra de aliento.

A mi directora de tesis por la paciencia y dedicación.

ÍNDICE

Introducción

Problema de Investigación	5
Objetivos	7
Justificación	8
Antecedentes	11
Marco Teórico	13
Hipótesis	21
Metodología	22
Actividades	23
Cronograma	24
Recursos disponibles	24
Ficha Técnica	25

Desarrollo

Proceso y propuesta	26
Publicidades	30
Filmación	30
Edición	31
Saturación	31
Repetición	32
Narrativas	33
Autorretrato	39
Aportes y alcances esperados	40

<u>Conclusiones</u>	41
---------------------------	----

<u>Bibliografía</u>	43
---------------------------	----

<u>Anexo</u>	47
--------------------	----

Introducción

Problema de Investigación

El comercio y la publicidad modifican nuestra manera de pensar y sentir debido a la idealización de los cuerpos a través de imágenes. Para Liuba Kogan Cogan (2016) nuestra relación con el cuerpo es instrumental debido a las soluciones tecnológicas que la industria de belleza nos propone. La ilusión de diversidad propuesta por el mercado nos impide apartarnos de las apariencias establecidas. Muestran figuras que se imponen como lo que debe ser deseable y atractivo instalando la idea de cómo deben exponerse ante la mirada ajena. Según Paula Sequeira Rovira (2009) la dificultad de permanecer en los ideales de belleza, transmitidos por los medios de comunicación, generan inconformidad con los cuerpos. Siguiendo los conceptos de esta autora, al ser símbolos de sensualidad y objetos de deseo, las mujeres son más estéticamente juzgadas que los hombres. Las modificaciones corporales son creadas según las prácticas de belleza, caracterizadas por formar parte de la cotidianidad femenina. De acuerdo con Pilar Villanueva (2018) la extracción del vello corporal y facial conforma una de las estrategias manipuladoras del cuerpo femenino transmitidas por medio de la industria de la moda y modelos de belleza lampiñas. Esta práctica se conformó como representativa del género femenino a partir de las últimas décadas, aunque estuvo presente como ritual estético desde la prehistoria.

Para construir ese ideal que debe ser mirado y deseado, las publicidades de depilación femenina utilizan muchas estrategias. Luego de un análisis de la muestra de publicidades que definí, y con la intención de reapropiarme estética y plásticamente para la producción de obras, en esta tesina identifiqué las dos siguientes: la fragmentación y la manipulación digital. En la primera se disecciona el cuerpo femenino aislandolo de un todo, por otro lado a través de la manipulación digital de imagen y sonido, se alteran las marcas reales de los procesos depilatorios. La imagen queda reducida a la textura de las piernas, brazos, axilas, pubis y bozo. Estas partes son visualmente preparadas para el consumo generando un sentimiento de pertenencia de acuerdo a si queremos realizar la práctica o no. La fragmentación se caracteriza por la elección de encuadres detallados puntualizando la mirada sobre los fragmentos corporales en los que se ejercen los procedimientos depilatorios como la aplicación de cera, crema o luz pulsada en zonas depiladas anteriormente, el repaso de las manos por la piel lisa, las fricción de telas sobre las piernas, dejando de lado los sonidos de

las herramientas, la preparación del cuerpo y el momento posterior de la práctica. La modificación digital de la piel niega los vellos naturales que se pretenden depilar, por lo que las pieles que se muestran ante el proceso depilatorio ya carecen de los vellos que se quieren eliminar.

Las publicidades utilizan la repetición de estas acciones generalizando acerca de cómo las identidades femeninas deben alterar su cuerpo, influyendo en la cotidianeidad. Para Gilles Deleuze (2012) en la repetición los hechos están conformados por las mismas leyes, es una conducta necesaria que no puede ser reemplazada. Este recurso visual y sonoro ejerce presión sobre la forma, el color y textura de las pieles, limitando las posibilidades de decidir sobre sus propios cuerpos.

Para esta investigación en donde indago sobre los mensajes transmitidos por las publicidades y su impacto en la cultura corporal de las mujeres, analizo marcas publicitadas en Argentina desde mi propia experiencia y autoreflexión. Estas publicidades fueron difundidas primeramente en canales de televisión y más adelante en las redes oficiales de las empresas. Debido a su influencia, la selección de audiovisuales abarca desde el 2009, año en que inicié con estas prácticas depilatorias, hasta el 2019, año en el que la investigación de estos estereotipos lograron que tome la decisión de dejar de depilarme las piernas.

Cuando me propuse hacer esta investigación, tomé la decisión de trabajar con los elementos del lenguaje audiovisual, específicamente con el arte del autorretrato, ya que sus posibilidades exploratorias de los procesos personales me resultaban de interés. Raymond Bellour (2009) ubica a los autorretratos videográficos como el medio para realizar un recorrido de espacio, tiempo y elementos que nos habitan mediante la técnica y la estética. Es por esto que a través de narraciones orales, mis posturas cotidianas, la representación sonora de la incomodidad y el dolor, utilizo cuerpo, memoria y experiencia para la creación de audiovisuales. Hermes Navarro Arcos (2018) propone al autorretrato como herramienta autoetnográfica permitiendo la observación de situaciones del presente, el pasado, lo íntimo y lo social. Por medio del análisis de mi realidad se puede comprender una situación personal situada en un contexto. Apropiandome de la fragmentación y alteración por medio de una obra digital, me enfoco en anáforas visuales y sonoras para visibilizar las consecuencias de las representaciones presentes en las publicidades.

Este tema surge como interés personal debido a mi disyuntiva surgida antes de cada depilación, en donde me cuestiono aquellos formatos que me presionan a seguir realizando esta práctica a pesar de saber que es una construcción social en torno al cuerpo femenino. Esta práctica nos atraviesa a muchas identidades a lo largo de nuestras vidas y mi interés se

centró en cómo yo transitaba esta experiencia, investigando sobre el tema, registrando mis procesos depilatorios y experimentando a través del arte. El acto depilatorio conforma repeticiones cíclicas, por lo que la producción de una obra propia, pensada para exponerla digitalmente más adelante, puede generar nuevas narraciones y significados sobre la cotidianeidad y la depilación. Por lo tanto en esta investigación propongo hacer un aporte sobre el uso de anáforas en la producción de autorretratos a partir de la reapropiación de la fragmentación y alteración corporal femenina presentes en las publicidades. De modo que surgen las siguientes interrogantes: ¿Qué recursos visuales y sonoros utiliza la publicidad para la creación de estereotipos sobre depilación? ¿De qué manera la fragmentación corporal, la alteración de texturas y la repetición de acciones construyen la narración en las publicidades? ¿Cómo producir narraciones diferentes a las publicidades a través de anáforas audiovisuales en autorretratos? ¿Cómo puedo reflexionar sobre mi propia experiencia depilatoria a través de autorretratos audiovisuales ?

Objetivos

General

Producir una serie de autorretratos videográficos a partir de anáforas visuales y sonoras resignificando la fragmentación y alteración corporal presentes en las publicidades de herramientas depilatorias durante el período 2009 a 2019.

Específicos

- Analizar las acciones de fragmentación y manipulación en las publicidades de depilación femenina haciendo un aporte al debate sobre los estereotipos de vellos corporales y la construcción de género.
- Explorar sobre la resignificación de recursos publicitarios a través de anáforas en autorretratos videográficos por medio de la edición digital de imagen y sonido.
- Desarrollar el autorretrato como herramienta autoetnográfica partiendo de experiencias personales y artísticas.

Justificación

Hasta el momento las publicidades de depilación han sido reduccionistas en relación al protagonismo de mujeres cisgénero en los audiovisuales. En su investigación América Contreras García (2016) desarrolla el análisis de la construcción de la belleza física de mujeres en la publicidad, en donde se basan en estereotipos dominantes en la sociedad, limitando la condición femenina a objeto de deseo masculino. En los videos publicados en las cuentas oficiales de Argentina de las empresas de productos de depilación como Veet, Depilife, Gillete y Phillips excluyen o niegan como clientes potenciales de estos productos a cualquier otra identidad que no cumpla con esta regla. En mi investigación de la presente tesina, incluyo a estas existencias como posibles consumidores/ras de los productos de depilación y para nombrarlas junto con las existencias cis femeninas, las definiré de aquí en mas como Identidades femeninas.

Como se mencionó anteriormente las publicidades desarmen el cuerpo femenino, mostrando partes como si fueran un todo, por exclusión lo que debe ser depilado. Producen representaciones artificiales sobre las corporalidades distorsionando la realidad. Los estereotipos son ideas generalizadas que producen desigualdad y discriminación, se reproducen una y otra vez generando presión social sobre las personas. Felicidad Loscertales (2003) explica que se trata de:

una generalización en las atribuciones sociales sobre una persona por causa de su pertenencia a un grupo determinado. Y es una realidad el hecho de que las distintas culturas han elaborado unas definiciones muy claras acerca de las personas en uno y otro sexo: lo que son y lo que deben hacer; qué conductas se esperan de cada uno de estos sexos y cuáles les están vetadas” (p. 99)

Para Kogan Cogan (2016) las personas tienen dificultad para aceptar sus cuerpos debido a la dificultad de alcanzar los ideales estéticos. El cuerpo es un instrumento que cuenta con una superficie de poder social y simbólico. El encubrimiento de las molestias, como la modificación digital de enrojecimientos, cortes, marcas y sonidos generadas por esta práctica, provoca disconformidad con nuestros cuerpos. Para ello se utilizan múltiples productos como: cera caliente, pinzas, hilos, bandas de cera fría, máquinas de afeitar y técnicas láser. Estas consecuencias de la extracción son soportadas debido a la exclusión del vello como parte natural del cuerpo.

Para la realización de una obra biográfica, destaco el uso de anáforas como principal figura retórica. Los audiovisuales están compuestos por la repetición de secuencias cortas que resaltan la cotidianeidad de gestos, formas, ideas y expresiones característicos a lo largo de diez años. Marián L. F. Cao (1998) desarrolla el concepto de anáfora como una figura de construcción por la cual se repite una idea a través del lenguaje visual o sonoro. Teniendo en cuenta el crecimiento del vello, la extracción o recorte es constante por lo que a través de audiovisuales enfatizo la multiplicidad de imágenes y sonidos presentes en una práctica de belleza personal. Los videos constan de una sucesión de repeticiones, ya que la incomodidad y el dolor fue frecuente en cada zona depilada.

El movimiento feminista actual pretende cuestionarnos estas prácticas que no tienen relevancia en la salud sino que se realizan por cuestiones estéticas. Pero aun en el presente se sigue criticando y opinando sobre la apariencia de las mujeres. Poniendo principal atención en el lugar del cuerpo, Paula Tinoco Domínguez (2017) señala que: “algunos movimientos feministas buscan la liberación del mismo a través del formato web para poder superar estigmas aún presentes, fomentados por las sociedades patriarcales y capitalistas del culto a lo corporal y a la imagen” (p. 3). Esta autora explica que los estereotipos actuales siguen considerando los vellos corporales como antihigiénicos siendo uno de los temas importantes entre las activistas que deciden mostrar su cuerpo al natural. Adele Labo y Morgan Mikenas, artista y modelo respectivamente, generaron movimientos en redes sociales a través de hashtags reaccionando ante la imposición de la depilación mostrando, por medio de fotos, sus cuerpos naturales cubiertos de vellos. El mundo actual está constantemente vinculado a lo tecnológico y digital, en donde el contacto de personas se hace a través de redes sociales. La futura difusión de mis videos a través de estas redes tendrá la función de expandir ideas, figuras y expresiones a personas que tengan acceso a estos medios. De la misma manera que personas anónimas comentan sobre cuerpos ajenos, tengo la posibilidad de acercar nuevos imaginarios audiovisuales de manera que puedan repetirse de manera ilimitada.

Según Sandra Martínez Rossi (2008), el arte es un medio por el cual se puede generar conciencia sobre el cuerpo ya que este es una construcción cultural y se encuentra continuamente expuesto a la mirada de la sociedad. Por medio de la producción de obras digitales busco producir arte inmaterial teniendo en cuenta las posibilidades temporales, efímeras y permanentes al mismo tiempo. Estas obras se crean y destruyen de manera online en donde la obra tiene su propio tiempo real pero depende del espectador la producción de la obra en pantalla, como describe María Luisa Sánchez Pérez (2018).

Por ello mi trabajo de tesina plantea una primera exploración teórica sobre los procesos depilatorios, un análisis de las estrategias mediáticas que influyeron en mi propia percepción corporal y la vehiculación de estas reflexiones en obras audiovisuales que permitan poner en crisis y reapropiarme de ciertas técnicas sonoras y visuales. En mi investigación analizo la fragmentación corporal en las publicidades de depilación femenina para la producción de autorretratos videográficos. Para Raquel Schefer (2008) el autorretrato permite la experimentación del cuerpo, su desplazamiento y probación. A partir del análisis de un período de tiempo en donde llevaba a cabo una práctica en un entorno determinado produzco una narrativa individual. Los autorretratos muestran el paso del tiempo y la evolución de pensamiento e imagen en cada etapa. Este medio me permite exteriorizar una respuesta, una experiencia personal sobre las incomodidades atravesadas, a la constante difusión de estereotipos de belleza.

La presente investigación se enfoca en las contradicciones presentes en una práctica estética permitiendo activar ese cuerpo pasivo frente a cargas sociales. Las anáforas tanto visuales, sobre gestos reapropiados de las publicidades, como sonoras, producidas por las quejas de la extracción de vellos, aportan al debate acerca de las consecuencias de los estereotipos. En el audiovisual se expone una unión entre experiencia corporal, a través de operaciones visuales donde atravieso aquellos movimientos característicos de las publicidades, y memoria, por medio de operaciones sonoras en donde reproduzco de manera cíclica las quejas y frases producidas por la extracción de vellos. En esta técnica muestro en primera persona, aquellos estadios que atravieso en una práctica cotidiana. Me interesa este lenguaje ya que posibilita la unión entre la expresividad del cuerpo y la reflexión producida por la transmisión del momento previo y posterior de una práctica dolorosa a través del video. Propongo exponer la repetición de las acciones producidas en las publicidades, que dan como resultado la creación de estereotipos corporales. La información representada en la imagen y el sonido, alerta al espectador sobre la artificialidad presente en la publicidad.

Siguiendo la clasificación de Henk Borgdorf (2010) se trata de una investigación en artes ya que no hay distancia entre el sujeto, el investigador y el objeto, la práctica artística. Por lo cual realicé 5 audiovisuales enfocados en bozo, cejas, axilas, piernas y pubis, aquellas zonas corporales en las cuales me siento más presionada a depilar. A través de los autorretratos se promueve la reflexión sobre la invisibilización del vello corporal femenino en las imágenes difundidas por diferentes medios. Esta forma de investigación propone la interpretación y comprensión directa de un proceso inacabado a través del trabajo artístico.

Antecedentes

En la investigación sobre la relación del cuerpo femenino y los conflictos en la representación de los medios de comunicación, me enfoque en una búsqueda estética de autorretratos en donde el rostro no es el centro de la acción. La mayoría de las obras encontradas en la investigación fueron desarrolladas como performances, videoperformances y series fotográficas en donde mostraron situaciones puntuales enfocadas en la extracción del vello. Es por esto que la selección de antecedentes está enfocada en artistas que indagaron sobre la fragmentación y alteración corporal en video y la relación con el vello corporal.

La artista visual Maria Antelman investiga el cuerpo en relación a la fotografía, las computadoras y el ciberespacio. Para su obra *Sentimental Conversation* (2019) se basó en anuncios en donde comercializaban como objeto de deseo, a mujeres y máquinas por igual. Esta instalación en loop, se enfoca en pechos en blanco y negro en donde son agregados digitalmente bocas y ojos en la zona de los pezones. Su obra aporta a esta investigación en la exploración entre lo real y su representación digital.

Friederike Pezold explora la feminidad y la corporalidad en su obra *Die Neue Leibhaftige Zeichensprache* (1974-76). A través de largas secuencias y movimientos lentos, fragmenta su cuerpo en videos creando diferentes signos. Ojos, boca, senos, muslos y genitales divididos en cinco monitores producen diferentes imágenes y significados en relación al cuerpo femenino. Su obra proporciona otra mirada con respecto al dualismo sujeto-objeto, según las representaciones femeninas tradicionales en el cine, la pintura y la cultura. Para esta tesina, su obra resulta importante por su propuesta conceptual, la relación entre medio y cuerpo. Si bien no aborda el tema de los vellos y la depilación como eje central, la segmentación corporal aporta a la exploración estética audiovisual.

La performer Ana Perera es autora del audiovisual *De lo primitivo* (2009) en el cual utiliza diferentes métodos para eliminar el vello de su cuerpo. Este video en blanco y negro muestra la depilación como una práctica cotidiana, por la utilización de las diferentes herramientas para la situación. La performer hace evidente el dolor que sufre al momento de extraerse los vellos con pinzas y cera. A lo largo del video, los planos varían de tamaño para enfocar la zona depilada. La artista guía la cámara para que sea apreciado cada detalle del

proceso. Esta obra aporta a mi investigación sobre el manejo de la cámara por parte de la performer, el enfoque sonoro y visual del dolor en primer plano.

A nivel local, la artista chaqueña Celeste Massin realiza *Ambivalencia* (2013) en donde cuestiona las prácticas de depilación, propone el debate sobre prácticas culturales adaptadas a situaciones cotidianas. En esta obra el encuadre de la cámara abarca el espejo, mostrando el primer plano de la artista, en donde se depila las axilas y la cara. Junto a los sonidos que produce mientras realiza esta performance, se escucha un monólogo de un hombre sobre prácticas feministas en el arte, a modo de radio. La obra de Massin contribuye al tema ya que critican la cotidianidad de la depilación a través de la edición visual y sonora. Así como también aborda el autorretrato teniendo en cuenta el contexto en que se depila.

En esta búsqueda descubrí aspectos que se abordaron poco y me generaron nuevos interrogantes como la representación de lo cíclico y repetitivo de la depilación y la relación entre el contexto y la mirada interior. Es por esto que la selección de investigaciones está enfocada en los conflictos de la representación del cuerpo, el análisis de autorretratos femeninos y el uso de la repetición en el arte.

En relación a la depilación femenina en la modernidad María Barba realizó el proyecto *Hirsutas. Hacia la creación de un nuevo imaginario sobre la depilación femenina* (2015) enfocada en ampliar el imaginario visual aportando al debate sobre la construcción del género. A través de la fotografía sobre la depilación femenina y vello corporal indaga en las prácticas depilatorias y los usos personales de cada identidad femenina cercana a Barba. Esta investigación aporta a mi escrito ya que proporciona nuevos conceptos visuales en cuanto a instrumentos depilatorios, cuerpo y el ideal de belleza lampiño como un proceso no optativo en mujeres.

Mujeres, cuerpo y performance en América Latina (2008) de Josefina Alcázar es un estudio sobre las performances realizadas por mujeres. En América Latina las artistas utilizan sus cuerpos como herramientas simbólicas para expresar problemas sobre género e identidad. Dejan de ser objetos pasivos en el arte, para ser activistas y expresar sobre sus propios cuerpos, sexualidad y cotidianidad. Con mi tesina busco contribuir al proceso de mujeres activistas y expresarme acerca de la incomodidad de esta práctica.

Sandra Escohotado Gil escribe *Autorretrato, arte y mujer* (2005) en donde realiza un análisis sobre el autorretrato femenino como reflejo de una situación social discriminatoria.

En ellos utilizan la figura de la mujer, intentando construir otros discursos que se alejen de la imagen del arte tradicional de la mujer-objeto. Las obras realizadas a partir de los años setenta abordaron teorías feministas en donde la identidad femenina se fue alejando del sistema jerarquizado de lo masculino y femenino. Este escrito aporta a mi investigación ya que indaga sobre la intervención del feminismo en el arte contemporáneo y las posibilidades de generar nuevos discursos en torno a la identidad femenina como sujeto a través de autorrepresentaciones.

María Luisa Sánchez Pérez realiza *Repetición y azar, un diálogo en el proceso creativo contemporáneo* (2018) en donde propone la repetición y el azar como un recurso plástico común en el proceso creativo contemporáneo. La repetición es usada para la creación de obras y series de obras enfocada en la dotación de significado según la intención del artista. Estos significados abarcan desde el cuestionamiento de la originalidad, la naturaleza del arte o la identidad digital. Su investigación me proporciona información sobre las posibilidades narrativas de la repetición en el arte, y las diferentes perspectivas utilizadas por los/las/les artistas.

Con respecto a la relación entre repetición, autorretratos videográficos y depilación, se encuentra poca exploración artística. Sin embargo abundan otro tipo de relatos audiovisuales, con objetivos informativos, como videos tutoriales y publicidades de diferentes métodos depilatorios. Si bien se desarrollan con un lenguaje didáctico–explicativo, los primeros, o seductores y artificiales los segundos, me sirven para explorar qué otros relatos se construyen en torno al dolor y los procesos depilatorios según cada zona depilada. (Ver Anexo - Cuadro Factores Narrativos Publicitarios).

Marco Teórico

Teniendo en cuenta mi interés por la fragmentariedad y la alteración expuesto en las publicidades de depilación femenina, en este apartado desarrollo el proceso histórico y cultural para comprender los factores que modificaron la manera de ver el cuerpo. También abarca los conceptos fundamentales para comprender las posibilidades del lenguaje audiovisual, el autorretrato como herramienta autoetnográfica y el uso de anáforas en el arte.

- Procesos depilatorios

Habitar esta imposición de las prácticas depilatorias, deviene de un proceso que fue modificándose a lo largo del tiempo. No siempre los vellos corporales fueron asociados con conceptos como fealdad o suciedad. A continuación desarrollo la historización de la extracción del vello desde épocas antiguas hasta la actualidad. En el artículo escrito por Marianna Cerini (2020), destaca el estudio de Victoria Sherrow (2006) en donde explica que en épocas antiguas: “la calvicie se consideraba principalmente como una forma de mantener el cuerpo limpio” (párr. 8). En el antiguo Egipto, Grecia y el Imperio Romano, utilizaron ceras de abejas y caracoles marinos. La eliminación del vello correspondía tanto a mujeres como a hombres. Los romanos asociaron la piel suave con la pureza y superioridad, designando la falta de vellos como una manera de mantener el cuerpo limpio. Tanto en Medio Oriente como en Asia utilizaron el enhebrado como método facial. Continúa Cerini (2020) “Mientras que en China, el vello corporal se consideró normal durante mucho tiempo, e incluso hoy en día las mujeres enfrentan mucha menos presión social para afeitarse” (párr. 10). En la Edad Media los europeos consideraban el cabello largo como muestra de feminidad, siempre y cuando lo mantuviera oculto en público. En el siglo XIV, con el fin de obtener un rostro más ovalado, las mujeres se arrancaban el pelo de la frente. Con el reinado de Elizabeth I se puso de moda la eliminación de las cejas. En el siglo XVIII la invención de la máquina de afeitar para hombres, logró que algunas mujeres comenzaran a utilizarlas aunque la depilación no era considerada esencial. Rebecca Herzig (2015) expone que la publicación de Charles Darwin: *Descenso de un hombre* en 1871 relacionaba a la disminución del vello corporal con ser más evolucionado y atractivo. Isabel Bellido (2019) señaló la investigación de María Barba (2019) sobre métodos depilatorios peligrosos entre los siglos XIX y XX, en donde médicos y farmacéuticos: “eludían cualquier responsabilidad tildando estos usos, de forma misógina, como puramente ‘estéticos’ y, por lo tanto, no preocupantes en absoluto” (párr. 5). Las cremas o polvos usados a fines del siglo XIX eran creados por compuestos químicos que quemaban el pelo. No había control sanitario sobre los ingredientes de estos depilatorios ya que eran fórmulas creadas por boticarios de la época. El primer anuncio de un depilatorio data de 1821, a partir de entonces comenzaron a difundirse por diarios, revistas farmacéuticas y revistas para público femenino. De igual manera tanto los Rayos X como la Electrólisis fueron promovidos como técnicas depilatorias, en donde el primero tenía como objetivo eliminar el vello facial y el segundo, utilizaba descargas eléctricas en las piernas. En 1940 también se comercializó la depilación por fricción, en

donde se exfoliaba la piel con guantes de lámina de carbón. En esa época, las marcas Taky y Veet monopolizan la venta de recetas caseras para mujeres.

En Norte América, a partir del siglo XIX expertos médicos y científicos comenzaron a vincular la velloidad femenina con enfermedades, locura e inversión sexual. Desde entonces la clase media y alta califica al vello corporal femenino como asqueroso y relacionaban su extracción como una forma de distinguirse de la clase baja e inmigrantes. Antes del final de la Primera Guerra Mundial, Gillette saca al mercado las primeras maquinillas femeninas primero para las axilas y más adelante para las piernas. Tanto el uso del bikini como las publicaciones de las revistas Playboy en donde se promocionaba lencería con mujeres afeitadas, produjo un mayor consumo de técnicas depilatorias.

Luis Alfonso Díaz-Martínez (2013) investiga sobre la remoción del vello femenino como resultado de las estrategias del mercado de productos depilatorios y los cambios de vestuario. A inicios del siglo XX, el aumento de publicidades de productos caseros y la modificación de vestidos en dónde mangas y ruedos se reducían provocó el concepto estético e higiénico de la extracción de vello en axilas y piernas. Hacia 1922 los catálogos de navajas de afeitar y cremas depilatorias se incrementaron, facilitando la práctica en la intimidad. A pesar de conocerse su peligroso e inefectivo resultado, la difusión de la depilación por rayos X afectó a muchas mujeres de clase trabajadora quienes respondían a la publicidad. La reducción de los trajes de baño descubrieron el vello de los bordes inferiores de los bikinis durante la Segunda Guerra Mundial. A las técnicas caseras de remoción del vello existentes, como rasurado, cortado, quemado y lijado, se sumaron las bandas de cera. A finales de los setenta las mujeres también debían rasurar el vello de brazos y piernas. A principios de los noventa, los medios de comunicación difundieron testimonios de mujeres famosas sobre la remoción total del vello genital para lucir bikinis más pequeños. Según Díaz-Martínez (2013): “ayudó a diseminar por toda Norteamérica esta técnica, convirtiéndose en una especie de sucedáneo para obtener la voluptuosidad, el exotismo y la satisfacción sexual que, supuestamente, viven las brasileras” (p. 456). Este autor describe que esta consigna es inventada ya que en Brasil no se practicaba esta técnica, pero el impacto de los medios, la descripción de personajes conocidos en la televisión, la difusión de la tanga y el fácil acceso a la pornografía ayudó al aumento de la práctica. Este análisis me permite comprender cómo la depilación se transformó en una práctica de belleza femenina afectando la manera de ver las corporalidades, reforzando de esta manera los estereotipos de género.

- Cuerpos femeninos en la publicidad:

Judith Butler (2007) define al *género* como: “una identidad instituida por una repetición de actos estilizados” (p. 297). Por lo tanto, para abordar la construcción de la identidad femenina partiré de la repetición de los gestos, los movimientos y todo tipo de reglas construidas para la sociedad. Los individuos utilizan estas generalizaciones de manera colectiva, manteniendo el género dentro de un marco binario: hombre-mujer. Debido a estas repeticiones visuales se generan *estereotipos*. La escritora Constanza Álvarez Castillo (2014) lo define de esta manera: “Un estereotipo responde a un proceso categorial que coloca un nombre a cierto grupo, en términos homogéneos y universales, y que tiene de por sí adscrito un valor social” (p.38). En la sociedad existen roles y actividades asignadas a hombres o mujeres, son características que definen cada género. Estas ideas impuestas y difundidas por la socialización, que producen desigualdad y discriminación son estereotipos de género, según lo explica Nuria Varela (2005). Hace décadas se utilizaron medios visuales y sonoros para la difusión de técnicas de belleza. La masificación de estos rituales generaron nuevas herramientas y métodos para la inconformidad femenina. Según la autora Isabel Rodrigo Martín (2012), la publicidad, persiguiendo un fin comercial, modifica o confirma actitudes instaladas en la sociedad relacionándolas con un producto particular. Según la autora la construcción de estos mensajes se basa en estrategias como: convicción, persuasión, seducción, fascinación y moderación. La publicidad se dirige a un receptor otorgando información por medio de testimonios y la demostración de los atributos del producto con el cual podrá resolver problemas funcionales. Teniendo en cuenta la estrategia persuasiva, a través del proceso comunicativo el emisor espera que el mensaje se ajuste a la conducta del consumidor. Por otro lado, la seducción se basa en los valores simbólicos de objetos y hechos dotándolos de características dirigiéndose a la parte emocional de la persona. Mientras que la fascinación se apoya en la fuerza de las imágenes, las posibilidades tecnológicas, las palabras escritas o habladas. La cultura del consumismo actual depende de las publicidades para presentar objetos y servicios de belleza y confort, según explica Contreras García (2016). Según la autora se plantean dos representaciones posibles de la vida de las mujeres, como agresivas, activas y con iniciativa, y por otro lado como delicadas y frágiles. Pero es en la apariencia externa donde se encuentra el mayor valor del estereotipo femenino, por lo que el éxito es logrado gracias al físico dejando de lado la inteligencia o personalidad. Para definir las principales características que forman los estereotipos de belleza, realiza entrevistas a mujeres sobre las publicidades. A través de ellas pudo comprobar que: la característica física encontrada por la mayoría es la delgadez, la tez blanca, ojos claros y pelo rubio; en cuanto a las características actitudinales destacan la seguridad y agresividad haciendo énfasis en la

mirada y la sonrisa; en productos asociados al cuidado corporal se encuentran rasgos físicos propios de personas europeas; destacan personajes pertenecientes a una clase social alta. La publicidad ubica a la mujer como receptora de mensajes comerciales, considerándola como la principal consumidora de bienes, y también como un adorno, un medio de persuasión para promocionar productos, según desarrolla Contreras García (2016). Estos factores utilizados por Veet, Depilife, Gillette y Phillips, son útiles para resignificar los actuales imaginarios visuales y corporales a través de una obra biográfica.

Uno de esos medios de control se da en la práctica cotidiana de la depilación. Esta práctica establece etiquetas y delimita privilegios, según afirma Villanueva (2018) en donde explica: “La invisibilización del vello en la mujer tiene como efecto producir sentimientos de vulnerabilidad e inadecuación, ya que implica la noción de que los cuerpos de mujer son problemáticos de la manera en que son naturalmente” (párr. 3).

- Fragmentación y Alteración Corporal

María Jesús Abad (2008) explica que el *Cuerpo Fragmentado* es en el arte la representación de una parte del organismo, pudiendo ser interna o externa. La autora divide este tipo de concepción en sinédoque visual, donde se representa a una parte por el todo, el fragmento como metáfora, en donde el cuerpo representa significados ajenos a él y el fragmento autónomo, es decir que cuenta con un discurso propio, concepto que será utilizado para esta producción. Según Alfredo Carballada (2008) el cuerpo se encuentra ordenado por el mercado según sus necesidades formando una especie de collage. La personalidad se reconstruye con el consumo, en donde cada persona busca su lugar asignado según las imágenes ficticias de estilos y roles creados por la sociedad. Los cuerpos son controlados, articulados y adaptados a las expectativas de la cultura. La existencia depende del consumo y de sentirse parte de la comunidad de acuerdo a la marca elegida. La producción de publicidades tienen como principal recurso el control de la imagen y el sonido. El video tiene características técnicas que permiten el encuadre centrado en el detalle de una zona del cuerpo. La fragmentación lograda a través del encuadre puede verse en la Publicidad de Veet *Pasarela* (2009) en donde la actriz Liz Solari describe los resultados de la banda de cera fría que dejan su piel “suave y sedosa”. Para resaltar la importancia de la apariencia física en la vida de Solari emplean primeros planos, en donde muestran la sonrisa y predisposición de Solari, y planos detalles de la extracción de vellos en espinillas lampiñas con bandas depilatorias. El audiovisual publicitario de la misma empresa *Tu Veet Ideal para Piernas* (2019) protagonizado por Stefania Roitman inicia con dos líneas horizontales, dividiendo su

cuerpo en tres partes. Esta premisa es utilizada en otros videos de la misma marca, centrándose en la parte que van a depilar y cambiando la vestimenta de acuerdo a la actividad que realice la actriz. En este video no se describe el procedimiento a través de la voz en off, muestran el paso a paso por medio de la edición los primeros planos y planos detalles de su pierna rosada por su mano (Ver Anexo: Cuadro Factores Narrativos Publicitarios).

La publicidad también toma la modificación digital para la construcción de su narrativa, por lo que Elsa Muñiz (2014) manifiesta que las alteraciones corporales dificultan la naturalización del género ya que se enfocan en exagerar los rasgos femeninos. Las modificaciones digitales se convierten en una manera de interpretar el cuerpo, nos enseñan cómo ver. No informan que la realidad es diferente ni advierten de esta alteración realizada con programas de edición, ya que el supuesto objetivo de las prácticas de belleza es alcanzar esta perfección con cremas y cortes. De esta manera las publicidades de Depilife (2013) y Phillips (2015) modifican colores y texturas para mostrar los cuerpos. En el caso de la primera Nicole Neumann, Fabian Cubero y Luciana Salazar son filmados en blanco y negro mientras la cámara lenta se centra en los movimientos sensuales de cada personaje eliminando por completo la práctica depilatoria de la cotidianeidad, siendo que publicitan un centro de depilación láser. En la segunda recrean piernas digitalmente completamente lampiñas detallando gráficamente los beneficios de la máquina eléctrica. El fragmento de piel con pelos que muestra el funcionamiento interno y externo de la máquina está descontextualizado corporalmente. En la publicidad *Bandas de Cera Depilatoria EasyGrip* (2013) de Veet, con el fin de lograr un plano detalle de la extracción del vello la piel blanca de la mujer es recreada por medio de la edición digital. Tanto la textura como el color son modificados generando expectativas difíciles de alcanzar. Con el fin de transmitir una ideología, estos fragmentos funcionan como soporte de la mercancía.

- Videoarte y Autorretratos Videográficos

Las definiciones aproximadas desarrolladas a continuación serán las utilizadas para comprender acerca de la estructura y composición de la imagen y el sonido en los audiovisuales. Tanto la producción de Nam June Paik en 1965, como la venta de cámaras portátiles dieron origen al Videoarte. Según Constanza Rivera (2015) este medio permitió la investigación de estéticas y prácticas artísticas, a través de imagen, sonido y cuerpo. En el ámbito artístico el video se establece como una propuesta de acción en contra de las estructuras convencionales de arte y política. Este medio de expresión se caracteriza por tener

múltiples perspectivas y enfoques, por lo tanto para este escrito se partirá del concepto de *Autorretratos videográficos*. Bellour (2009) propone a estos videos como un medio privilegiado para el autorretrato, donde también se encuentra una relación entre estética y técnica. Esta perspectiva se relaciona con lo subjetivo, ya que desarrolla aquello que el individuo expresa a través del uso espectral del video. Esta descripción es importante para la realización de mis audiovisuales ya que expondré el dolor y la incomodidad originados por una práctica de belleza. Por medio de autorretratos y las posibilidades del audiovisual puedo reunir acontecimientos biográficos, integrando mis primeras reacciones de esta práctica cotidiana y las contradicciones que me generaron. La edición, colores, encuadres y saturaciones me permiten mostrar el paso del tiempo y el accionar del cuerpo en cada etapa. El uso de sonidos de quejas, respiración, raspones y fricciones reflejadas en los videos muestran el acontecimientos de una práctica privada, teniendo en cuenta el contexto dentro del cual formaba mi identidad. Para este autor, el Autorretrato muestra al sujeto en relación al contexto con el que se identifica. Es por esto que desarrolla acerca de este lenguaje como: “un sentido agudo de la vida cotidiana, los gestos, las posturas; una oscilación pendular entre presente y pasado, imaginación y realidad, materia y memoria” (p. 249). De esta manera propongo la imitación cíclica de encuadres característicos de publicidades y mostrar aquellos sonidos y movimientos ocultos. En este tipo de audiovisual, se expone la subjetividad a través de escenas, sonidos, personas o palabras autorreferenciales, según Florencia Varela (2013). El artista se representa a través de lo que decide mostrar en la imagen, utilizando los valores estéticos que caracterizan su estilo. Para Cintia Mezza (2016) aquello que aparece en los autorretratos no son los rostros sino las categorías y formas con los que se identifica, generando por lo tanto la autorreferencialidad. Es por estas características, acerca de la representación, que el Autorretrato resulta una herramienta útil para la exploración acerca de las narrativas cíclicas, no lineales en un espacio íntimo.

- Repetición

Dentro del ámbito artístico este concepto es considerado una herramienta conceptual y formal, unida al Pop Art y al Minimalismo. Estos movimientos señalan la inevitable presencia de los medios de producción industrial en la producción artística. Explica Aurora Fernandez Polaco (1991) que en el Pop Art se toman aquellas imágenes de consumo, apropiándose de la retórica publicitaria. Como consecuencia de la era de la producción mecánica, y a modo de crítica, tomaron al objeto utilitario como palanca para romper con la separación entre lo estético y lo cotidiano. Es importante destacar la utilización de imágenes

de consumo como punto de partida en esta investigación en donde se analizarán estas representaciones para la producción de una narración propia en torno a la corporalidad femenina. Los consumidores se conforman con la constante repetición de las ideas. Los objetos fabricados en serie dieron lugar a las obras de arte en serie. Para Theodor Adorno (1969) las industrias culturales logran la relación entre el arte y la esfera del consumo enfatizando la repetición garantizando el carácter intercambiable de los productos, dando como resultado copias conformes. La difusión masiva de imágenes normaliza la recepción de la producción en serie. En la repetición fotográfica aparece la expresión de la multiplicidad en donde se puede ilustrar el empleo cotidiano de un producto. La repetición de las representaciones superficiales configuran la mirada de los consumidores. La producción de Andy Warhol, importante artista para el desarrollo del Pop Art, refleja el paisaje de una sociedad rendida al consumo y al progreso técnico. En sus obras, el mismo objeto es percibido indefinidamente en donde no hay figura ni fondo. En cuanto a la repetición en el sonido, la esencia se encuentra en la expresión, la insistencia realza los acentos. Para esta investigación es importante considerar, según desarrolla Simón Marchán (1986) que:

“las estructuras de repetición son una ejemplificación limitada de un acontecimiento decisivo de nuestro siglo, del retorno del lenguaje en la acepción de Foucault, o, lo que sería más propio, del repliegue del arte sobre sí mismo, sobre su estructura inmanente, una vez abierta la brecha cada vez más infranqueable entre la representación artística y las cosas, entre el arte y la realidad” (p. 2).

- *Obra Digital*

Considerando que la composición de los audiovisuales está pensada para que más adelante la difusión sea a través de medios digitales me parece adecuado definir brevemente el concepto de *Obra digital*. La inmaterialidad de estos autorretratos genera una repetición indefinida, quedando expuesta a los tiempos de los/las/les espectadores ya que según Sánchez Pérez (2018) “Internet es un medio que permite la pos-producción” (p.12). El concepto de autoría y de producción finalizada se desdibujan generando interacción y modificaciones constantes según el contexto en el que se reproduzca. La posibilidad de una intervención temporal del/la/le espectador/a/e modifica su interpretación, la cual, de igual manera, se encuentra guiada por la edición propuesta por la artista. La aparición de estas nuevas tecnologías modificó la experiencia del tiempo real dependiendo de los tiempos de la comunicación, la actuación e interacción. Es por esto que la difusión de voces críticas y puntos de vista alternativos a través de redes sociales se acercan a esferas cotidianas

rompiendo con la hegemonía de las grandes marcas. Para Silvia Gas Barrachina (2019) las redes sociales: “Permiten el desarrollo de nuevos aprendizajes debido a la diversidad de información creando un espacio de encuentro, de activismo, que permita una redefinición del ejercicio de poder” (p.149). Según esta autora el consumo acelerado y la sociedad preocupada por lo visual, genera en las imágenes un poder discursivo. El movimiento feminista encontró en las plataformas virtuales una herramienta de difusión visibilizando prácticas alternas a los estereotipos representados, por ejemplo, en las publicidades. El valor de lo masivamente difundido en el pasado, disminuye dando paso al aumento de la producción inmaterial. El consumo actual de imágenes a través de pantallas posibilita la difusión de mensajes.

Como propuesta experimental, se copiarán los enlaces de los Autorretratos en los videos recientes publicados por Veet, Depilife, Phillips y Gillette en sus canales oficiales de Instagram, Facebook y Youtube. Los/las/les consumidores/as tendrán la posibilidad de visualizar tanto la publicidad como la obra surgida de ellos. Para Sánchez Pérez (2018) la producción de obras digitales genera una libertad temporal en donde:

se genera y actualiza de forma potencialmente eterna cada vez que un espectador la visualiza en pantalla, pero cada visualización concreta es en sí misma efímera, está conectada directamente con el tiempo concreto, con la finitud de todo lo que existe, con el tiempo como testigo y productor de cambio. (p. 157)

Hipótesis

Las publicidades de productos para la depilación de identidades femeninas utilizan estrategias audiovisuales de fragmentación y alteración corporal para perpetuar estereotipos de cómo deben verse las pieles y cuerpos antes, durante y posteriormente a los procedimientos depilatorios. A través de una indagación y reflexión propia puedo crear una narrativa visual y sonora por medio de la repetición de secuencias cortas, que dispute sentido con estas estrategias narrativas, reapropiando y resignificando algunos de sus componentes a través de autorretratos videográficos.

Metodología

El presente escrito propone una investigación cualitativa siguiendo la definición de John Creswell (1998) que considera este análisis como un proceso interpretativo basado en tradiciones metodológicas como la biografía y la etnografía. Según el autor, el investigador construye una imagen holística, presenta perspectivas, analiza palabras y examina un problema social. Para la primera instancia analicé la historización de la depilación como práctica femenina y revisé conceptos claves como estereotipos de género, autorretratos videográficos, repetición visual y sonora para la construcción de una narrativa propia e íntima. Para este tipo de investigación, Carlos Martínez-Barragán (2011) la investigadora hace explícita su presencia en los procesos, considerando su experiencia como un instrumento principal para la observación y recogida de datos. Para realizar este análisis seleccione audiovisuales de cuatro marcas publicitadas en Argentina entre el 2009 y el 2019. Realicé cuadros comparativos de aspectos visuales y sonoros que me parecieron esenciales para la producción de estereotipos femeninos, seleccionando gestos y sonidos característicos de la práctica. Dentro de las estrategias utilizadas por estas publicidades me enfoqué en la resignificación de la fragmentación y alteración corporal. Considerando que este problema me afecta personalmente opté por profundizar en mi propia realidad dando como resultado la producción de una obra autobiográfica. De esta manera los años seleccionados para el análisis de publicidades fueron en los que realicé esta práctica regularmente, sin alteraciones temporales en verano, y más espaciados en invierno. Según Navarro Arcos (2018): “el autorretrato es una herramienta autoetnográfica, cuando permite una mirada hacia el interior para hacer posible la comprensión del otro hacia afuera, mi otro yo situado en un contexto social” (p. 25). Permitiendo una reflexión, revelando las manifestaciones culturales presentes en lo individual se comprende al autorretrato como instrumento autoetnográfico. Tomando las ideas de este autor para su investigación-creación, planteo una línea de vida reuniendo datos biográficos relevantes en mi experiencia con la extracción de vellos corporales y las diferentes técnicas utilizadas desde mi adolescencia hasta la presentación del proyecto de tesina. Aquellos sentimientos, emociones, expresiones y pensamientos fueron tomados fueron recogidos para el proceso cualitativo.

Cada autorretrato se enfoca en una zona donde se controla y extrae el exceso de vellos: bozo, cejas, axilas, piernas y pubis. En cada audiovisual busqué la repetición de secuencias entre 10 y 15 segundos por minuto, que representarán mi manera de pensar

mientras realizaba la práctica depilatoria. Indagué acerca de una narrativa propia a través de la experimentación de anáforas visuales como principal recurso plástico, la intervención de imágenes saturadas de color rosa y la modificación rítmica de sonidos de acciones como: rascar, estornudar, respirar, y sorber.

Actividades

Para la presentación del proyecto se había presentado una propuesta de investigación de 9 meses, debido a la corrección de conceptos y modificación del enfoque de la obra se extendió 2 meses más. Para esta propuesta, organicé la exploración en 5 etapas:

Historización y conceptos clave:

- Conocimiento sobre la historia de la depilación hasta su evolución como presión estética femenina. Las primeras peligrosas técnicas con las que experimentaron para lograr una piel lampiña natural.
- Revisión de conceptos como estereotipos de género, Autorretratos Videográficos y anáforas audiovisuales para la producción de una obra biográfica.

Confección de línea de vida:

- Confección de cuadros comparativos entre las publicidades y mi relación con la depilación en donde detallé momentos importantes sobre mi manera de pensar sobre esta práctica y cómo impactaron en mi vida cotidiana.

Análisis de publicidades:

- Revisión de publicidades en páginas oficiales argentinas de Veet, Depilife, Phillips y Gillette en Youtube, Facebook e Instagram cada 2 años entre el 2009 y el 2019. Confección de cuadros comparativos en donde tuve en cuenta la aplicación del producto, la posición del cuerpo, la elección de encuadres, la repetición de gestos, la fricción de telas para dar la sensación de suavidad y la representación de vida cotidiana.

Producción y edición de audiovisuales

- Dos semanas de pruebas de cámara y luz. Tres semanas de filmación y una de tomas de audio.
- Edición de cada zona depilada a partir de historia de vida. Confección de secuencias entre 10 y 15 segundos por minuto experimentando acerca de anáforas visuales como principal recurso plástico, la intervención de imágenes saturadas de color rosa y la modificación rítmica de sonidos de acciones como: rascar, estornudar, respirar, y sorber.

Redacción final de tesina

- Conclusiones y revisión final de redacción y propuesta.

Cronograma

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Historización y conceptos clave	■	■	■								
Confección de línea de vida				■	■						
Análisis de publicidades						■	■				
Producción y edición de audiovisuales						■	■	■	■		
Redacción final de tesina									■	■	■

Recursos disponibles

- Celular Huawei P20 Lite Dual
- Mini trípode flexible y articulado para celular
- Aro de luz led selfie con base clip
- Notebook HP Laptop 15-bs0xx
- Adobe Premiere Pro CC 2015

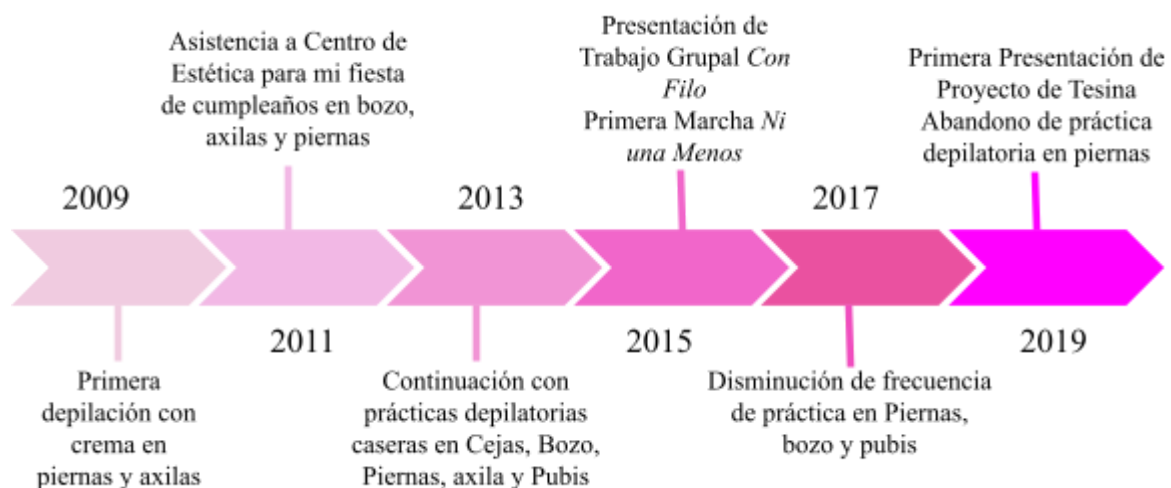
Ficha Técnica

<p style="text-align: center;">REITERADO</p> <p style="text-align: center;">Serie de autorretratos videográficos sobre una experiencia biográfica sobre la depilación</p>
<p style="text-align: center;">Duración</p> <p style="text-align: center;">6 minutos cada uno</p>
<p style="text-align: center;">Dirección y edición</p> <p style="text-align: center;">Denise Geno</p>
<p style="text-align: center;">Enlace en Drive</p> <p style="text-align: center;">https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1uL4axR1Kkl0ffnzi-4Rh-CMv2hAee9eu</p>

Desarrollo

Proceso y propuesta

El interés por los estereotipos y los vellos femeninos los expuse anteriormente en trabajos grupales realizados para materias de la Licenciatura en Artes Combinadas. Uno de ellos fue *Con Filo* (2015) para la materia Estética, el otro *IPSUM* (2016) trabajo final para Seminario-taller de artes combinadas II: espacio escénico. En el primero mis axilas, piernas y bozo fueron retratados para analizar los vellos corporales en las mujeres y las imposiciones de la sociedad hacia las identidades femeninas, a través de una serie fotográfica. En el segundo realicé una performance trabajando la relación entre la imagen femenina y la publicidad. Como recomendación de las profesoras del Taller de Tesina tomé estas ideas para realizar esta investigación. Estos conceptos me llevaron a indagar sobre autorretratos en relación a mi cuerpo y la extracción de vellos. El primer ejercicio para empezar con la autoexploración fue anotar aquellas situaciones importantes que marcaron mi malestar en relación a esta práctica de belleza con las cuales conformé mi línea de vida.



En ese momento inicié escribiendo las consecuencias, cuestionamientos y sentimientos recurrentes que surgían en la extracción de vellos de cada parte. Como recomendación de mi directora de tesis, empecé a experimentar con encuadres y perspectivas. En esta instancia investigué sobre el retrato de mi cuerpo en relación a objetos simbólicos que representaran esta práctica de belleza en mi cotidianidad como ropa, lugares, sonidos y

posturas. De esta propuesta surgió la utilización de movimientos mínimos para manifestar las consecuencias propias, para la edición final. Con los primeros análisis de publicidades experimenté con el croma y la manipulación visual de mi piel buscando realizar analogías con superficies duras como madera y mármol. En cuanto a lo sonoro indagué sobre la distorsión dando mayor importancia a descripciones publicitarias, disminuyendo el volumen de mi voz buscando generar una imposición. Esta prueba aportó a la propuesta final por medio de la edición de coloración de la piel a través de la corrección de Curvas RGB para mostrar un color representativo de lo femenino en el imaginario visual. De esta manera, elegí mostrar las consecuencias ocultas en cada depilación evidenciadas a través del montaje y la saturación del color. Una vez definido el muestreo de publicidades, armé planos e identifiqué aquellos encuadres, colores, movimientos y sonidos representativos de estos audiovisuales. A partir de esto me apropié de la fragmentación corporal a través de planos detalle de mis zonas depiladas y de la modificación digital, a través de la saturación del color. Teniendo en cuenta estos factores, tomé mis movimientos cotidianos, como rasguños, reflejos y sonidos nasales, y gestos repetitivos de las publicidades, como caricias y fricciones. Estos gestos y sonidos se distorsionan, repiten y editan en postproducción. Busco generar, en un primer momento, una diferencia rítmica con respecto a lo visual evidenciando, más adelante, el cambio producido por la reacción cíclica en mi postura con respecto a la práctica.

Como propuesta final la idea es mostrar el cambio de ideas, sentimientos y emociones de manera repetitiva en todas las zonas, evidenciando la diferencia de gestos y reacción corporal de cada parte depilada. Para el video que retrata la pierna el movimiento que se repite es la mano que acaricia, y el sonido es la fricción. Esta acción hace referencia a las publicidades y su constante énfasis a la suavidad de la piel. Teniendo en cuenta el recuerdo de los efectos de la máquina de afeitar y la piel reseca, para la axila el gesto es la mano que rasca, y el sonido consta de la repetición de rasguños. En el video del bozo el gesto repetitivo es el estornudo, acompañado de estornudos sonoros mostrando una consecuencia propia y molesta atravesada en cada depilación. Para el audiovisual de la ceja la lágrima es el gesto representativo, utilizando sonidos nasales representando las irritaciones que provoca la extracción en esta zona. En el pubis el movimiento de cadera y el sonido de fricción muestran una reacción frecuente de la depilación.

Al inicio de los videos serán evidentes los pocos cuestionamientos sobre la práctica en mis primeros años de depilación. Al realizar actividades donde tenía piernas y axilas descubiertas en el año 2009, la observación y escucha de comentarios de familiares me llevaron a iniciar con cremas y máquinas de afeitar en la adolescencia. En cuanto a lo visual

la piel se muestra natural sin movimientos ya que los cuestionamientos eran pocos, realizaba la práctica sin preguntarme sobre la necesidad de la práctica. Los sonidos lentos muestran pasividad y marcan el ritmo de la imagen.

En el 2011 comencé con cuestionamientos por experiencia con técnicas dolorosas. Las presiones sociales y la observación constante de publicidades me condujeron a asistir a un Centro de Estética y abandonarlo a las pocas sesiones, experimentar con bandas de cera fría en mi casa y decidirme por usar máquinas de afeitar rosadas cada dos semanas en meses de altas temperaturas. En lo visual la piel saturada predomina sobre la piel natural sin movimiento mostrando mi conocimiento sobre estereotipos sociales presentes en mi cotidianidad. Continuo con la práctica conociendo sobre estas prácticas atravesando cortes y molestias para cumplirlos. Los sonidos se aceleran mostrando esta molestia en la extracción.

Durante el 2013 estas irritaciones, cortes y molestias de la práctica fueron soportadas. En lo visual la piel saturada predomina en el tiempo sobre piel natural con gesto. Esta modificación tiene como objetivo mostrar cómo la práctica se hace molesta aunque prefiero seguir cumpliendo con la extracción. Mientras veía vellos cortos estaba tranquila, mientras que si los veía largos estaba cómoda pero sentía que me miraban. Los sonidos acelerados se intercalan con sonidos saturados, evidenciando esta dicotomía que sentía en cada observación a mis vellos.

En el 2015 investigando sobre teorías feministas y analizando estas prácticas corporalmente continuaba con la práctica en contraposición a mis ganas de seguir depilándome. En lo visual la piel saturada se intercala con piel natural con gesto mostrando cómo en estos años logré reducir la frecuencia de la práctica pero sigo cumpliendo. En lo sonoro los saturados aceleran y titilan sobre base de sonidos acelerados, mostrando cómo de a poco me animaba a tomar decisiones sobre mi cuerpo sin sentirme tan presionada.

En el 2017 disminuyó la frecuencia de extracción de vellos por cuestiones ideológicas. En lo visual la piel natural con gesto predomina sobre piel saturada evidenciando la repetición del gesto y la saturación como lo tediosa que puede llegar a cumplir con esta práctica. Los sonidos saturados se ralentizan dejando lugar a los sonidos acelerados, mis propias decisiones, en los audiovisuales.

En el 2019 decidí dejar de depilarme las piernas, ya que con el análisis realizado en el proyecto consideraba que ni las publicidades, ni los comentarios en redes sociales o en la cotidianeidad contenían los fundamentos como para continuar con esta práctica. En lo visual la piel natural sin movimiento predomina sobre piel saturada evidenciando los breves momentos de sumisión ante presiones sociales. La continuación de sonidos acelerados

muestran el cambio producido por el conocimiento, investigación y posterior disminución del cumplimiento de estos estereotipos.

	Gesto	Sonido
Pierna	Mano que acaricia	Fricción
Axila	Mano que rasca	Rasguños
Pubis	Movimiento de cadera	Fricción
Ceja	Pinza que saca pelo	Nasal
Bozo	Estornudos	Estornudos

Año	Minuto	Objetivo - Mostrar:	Imagen	Sonido
2009	0:00 a 0:59	Pocos cuestionamientos sobre la práctica en mis primeros años de depilación.	Piel natural sin movimiento	Sonidos lentos muestran pasividad
2011	1:00 a 1:59	Comencé con cuestionamientos por experiencia con técnicas dolorosas	Piel saturada predomina sobre piel natural sin movimiento	Sonidos se aceleran
2013	2:00 a 2:59	Irritación, cortes, molestias consecuentes de la práctica	Piel saturada predomina en el tiempo sobre piel natural con gesto	Sonidos acelerados se intercalan con sonidos saturados
2015	3:00 a 3:59	Continuación de la práctica en contraposición a mis ganas de seguir depilandome	Piel saturada se intercala con piel natural con gesto	Sonidos saturados aceleran y titilan sobre base de sonidos acelerados
2017	4:00 a 4:59	Disminución de práctica por cuestiones ideológicas	Piel natural con gesto predomina sobre piel saturada	Sonidos saturados se ralentizan. Sonidos acelerados siguen
2019	5:00 a 6:00	Aceptación de vellos naturales	Piel natural sin movimiento predomina sobre piel saturada	Sonidos acelerados

Publicidades

En la mayoría de estos audiovisuales predomina la neutralización del fondo a través del desenfoco, el uso de la cámara fija para aplicar el producto, la ralentización de los movimientos, iluminación homogénea, utilización de espacios cerrados, emplean colores pastel en los espacios para representar la cotidianidad. Las mujeres, en su totalidad, son blancas y se muestran felices y cómodas al realizar esta práctica. Suelen utilizar ropa interior blanca, color característico para representar pureza e inocencia, lucen vestidos cortos y sus actividades diarias, en donde estará en juego la mirada de otros, varían entre hacer ejercicio, ir a la playa, tener una cita o bailar. Por medio de planos generales y primeros planos pretenden mostrar una escena de la vida real a través de personajes estereotipados.

En cuanto a lo sonoro en general emplean música instrumental o también canciones con cantantes femeninas y descripciones del uso del producto relatado por las protagonistas. A través de la voz en off emplean palabras como suave, sedoso y liso que se repiten haciendo referencia a la piel. Estos sonidos ocultan los ruidos de la práctica como tirones, quejas, movimientos, la fricción y encendido de máquinas eléctricas.

Los audiovisuales de Depilife son los que destacan dentro de las marcas analizadas. Es un centro de depilación definitiva que trabaja con mujeres famosas como Nicole Neuman, Juana Viale, Laura Fernández en sus publicidades. En los videos sobresale la nula aparición del tratamiento que promocionan. Solo enfocan la atención en los movimientos de estos cuerpos lampiños y blancos a través de planos detalle y la cámara lenta. No solo ocultan aquellas molestias de la depilación láser, sino que suprimen completamente la práctica dentro de la vida cotidiana que representan. De esta manera dan a entender que no solo debemos esconder los vellos corporales, sino que también debemos esconder su extracción dentro de la cultura visual, naturalizando la piel lampiña como factor natural en la corporalidad de las mujeres.

Filmación

Si bien en la presentación del proyecto ya estaban especificadas las zonas en las cuales se iban a enfocar los audiovisuales, la reformulación de la propuesta de investigación a

una producción autoetnográfica modificó las sesiones de filmación. De proponer entrevistas y registros a performers tuve que repensar, analizar y ordenar mi experiencia a través de los años para plasmar mi incomodidad de manera audiovisual. Aquellos sectores por los cuales me sentí presionada para controlar el crecimiento de los vellos, según iba creciendo, fueron: piernas, axilas, bozo, cejas y pubis.

En la filmación busqué recrear la fragmentación corporal característica de las publicidades. Para mis pruebas de cámara tuve en cuenta el plano detalle y la cámara fija, haciendo énfasis en lo íntimo buscando que como espectadores pongan atención en lo simbólico y expresivo de la edición de repeticiones audiovisuales. Para resaltar aún más la zona utilice luz direccionada, en donde el contexto se elimina ya que es el cuerpo el que se modifica para cumplir con los estereotipos. Evidenciando la fragmentación en las publicidades, solo me enfoqué el lado derecho de axilas, piernas y cejas. En cuanto al bozo y pubis me base en la localización del dolor y la molestia a mitad del cuerpo para centrarlos en el plano. Me resulta mayor la incomodidad e irritación en estas zonas, por lo que decidí encuadrar toda la piel que rodea y padece esta práctica. Estas zonas se encontraban cubiertas de vello largo. Para captar vellos más largos en pubis y axila tuve que esperar unas semanas luego de filmar la pierna, cejas y bozo que ya se encontraban con su largo natural. En cuanto a lo sonoro registré sonidos y palabras que caracterizan mi cotidianidad en la realización de esta práctica, como quejas, respiración forzada, estornudos y arañazos. A través de estos elementos busqué formar un diálogo entre las publicidades y mi experiencia con esta práctica.

Edición

Saturación

Para la alteración digital me basé en la saturación del rosa sobre la piel y la repetición de secuencias cortas. El uso de este color se relaciona con lo temporal y mi cumplimiento con los estereotipos a través de los años. En las publicidades muestran la piel lampiña y emplean colores pasteles para hacer referencia al género femenino. Por lo que en los 5 audiovisuales modifiqué la tonalidad de mi cuerpo mostrando la cotidianeidad con la que cumplí con estos estereotipos pasando por alto las incomodidades de la práctica. Por lo tanto, siendo el rosa un color estereotipado para el consumo del género femenino, es aplicado a mis zonas depiladas.

Lo rosado evidencia mi obediencia a esta ideología. De la misma manera esta gama de colores es utilizada por las marcas para vender productos femeninos más costosos. Este análisis fue realizado por el movimiento feminista francés Georgette Sand. Según Carol Sandoval (2018) las máquinas de afeitar son los elementos más comunes en donde se aplica esta recarga, conocida como *Pink Tax*. Estas decisiones comerciales se basan en la idea de que las mujeres pagan más por prácticas de belleza, vestimenta y el uso de adornos. Estos estereotipos se apoyan en la propia imagen creada para agregar más valor a los productos femeninos.

Cuando en mis audiovisuales la saturación de este color se anula, mostrando el color natural de mi piel, se evidencian los vellos, la irritación y los tirones atravesados en la extracción.

Repetición

Para Graham Gussin (2001) la reproducción mecánica produce la idea de desaparición. Siguiendo este concepto, las publicidades se repiten tantas veces que tanto el artículo como las corporalidades pierden su identidad. Partiendo del análisis de Sánchez Pérez (2018) sobre la repetición en el arte contemporáneo, recrear los encuadres de las publicidades posibilita la creación de una nueva narración y significados diferentes. Según la autora se rechaza el sentido del original a través de la repetición de un gesto. Es por esto que usando el mismo recurso de repetición de secuencias visuales y sonoras logro la aparición de nuevos significados. A partir de 3 secuencias enfocadas en transmitir movimientos: pasivos, activos y reflejo de lo estereotipado por medio de la saturación, construyo un relato propio. Mientras más repito imágenes de zonas peludas e irritadas y sonidos propios provenientes de boca, nariz o pies, más visible hago mi individualidad y proceso atravesado en 10 años. En cada zona indago sobre las posibilidades expresivas a través de estas secuencias explorando la variedad por medio de anáforas. Los mismos recursos son utilizados en cada video en donde represento lo cíclico de esta práctica y lo atravesado por mi piel. Por medio de la recreación de encuadres distorsiono los estereotipos presentes en las publicidades. Para la edición sonora de las zonas de la cara elegí palabras, estornudos, respiración y quejas mientras que para la axila, pierna y pubis utilice sonidos de fricción, rasguños y pasos mostrando la reacción a esta práctica. Secuencias entre 3 y 10 segundos se repiten, modificandolos por cada minuto mostrando el desarrollo de mi ideología a través de los años. Cada minuto representa 2 años, teniendo en cuenta lo analizado en mi línea de vida.

Narrativas

El relato de las publicidades audiovisuales contienen factores que ayudan a la transmisión del mensaje y con los cuales articulan el desarrollo-desenlace. Manuel Ignacio Chiroque Farfán (2015) los describe de la siguiente manera: figuras estereotipadas, elementos de acción simplificados y la presencia de elementos significativos. Aplicándolos a las publicidades de depilación, la presencia de mujeres estereotipadas, blancas, flacas y famosas, buscan la identificación para sentir la necesidad de adquirir lo promocionado. Los elementos de acción constan de la brevedad con la que desarrollan una historia con un conflicto mínimo, en donde las mujeres siempre deben controlar el largo de sus vellos corporales antes de socializar. Este problema se resuelve aplicando los diferentes productos depilatorios. Dentro de los elementos enunciativos se puede encontrar la voz en off, que comunica al/la/le consumidor/a/e a través de preguntas o frases cortas. Según lo desarrollado por Chiroque Farfán (2015) la lógica discursiva se basa en la acción visual con la que buscan generar impacto y atraer la atención, afectando de esta manera las emociones, actitudes, ideas y deseos de quien mira. El cuerpo lampiño como producto al que en realidad aspiran llegar estos estereotipos.

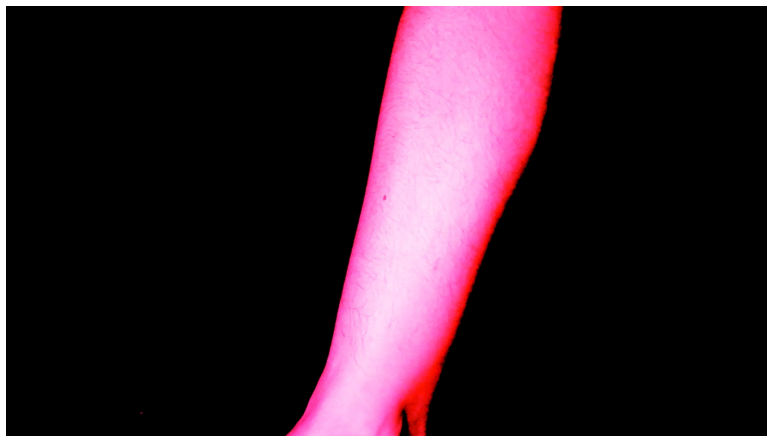
Para la narrativa de mis audiovisuales no desarrollo una historia sino que represento el paso del tiempo dentro de acciones similares buscando introducir una corporalidad diferente en la mente del/la/le espectador/a/e por repeticiones. En cada video las secuencias se repiten mostrando movimientos, posiciones y sonidos propios característicos de la práctica. El fragmento corporal autónomo con un discurso propio, privilegia el gesto resaltando las situaciones en donde permanece móvil o sin movimiento notorio. Los planos detalle aportan al relato sobre el dolor, la irritación, los rasguños, la incomodidad de la extracción del vello. Estas secuencias, ocultas en las publicidades, desarma las representaciones del total para conocer cómo funciona cada una. En los videos la cámara fija muestra una sola perspectiva evocando al cuerpo inconcluso, parcial atravesado por la atenta y focalizada mirada de la sociedad. El fondo negro de estos audiovisuales, niegan el espacio de la depilación como práctica privada e íntima, evidenciando el cuerpo femenino como objeto social dentro del imaginario audiovisual. Teniendo en cuenta que casi la mitad de mi vida repetí este accionar, desarrollo el cambio de ideas, sentimientos y emociones de manera cíclica. Dentro de mis audiovisuales busco resaltar la reacción del cuerpo, omitiendo la presencia de los elementos depilatorios utilizados durante años. La repetición de estas figuras

añade nuevas maneras de retratar al cuerpo femenino. La ausencia de un cuerpo femenino lampiño busca enfrentarse al estereotipo audiovisual difundido por décadas.

En los videos de la pierna y la axila, los vellos largos son más notorios, que para Escotado Gil, (2005) es considerado un “símbolo tradicionalmente masculino” (p. 178) para revalorizar la imagen corporal femenina. El pelo se renueva realizando un proceso continuo, actualizando constantemente la textura de la piel. Por lo que, en la depilación, se anulan sus funciones como la disminución de la fricción en la piel y la prevención de la proliferación de especies patógenas dañinas, según declaran en su artículo Mónica Jiménez Rodríguez, Luz Preciado Quiñónez, y Jaqueline Romero Sánchez (2014). Teniendo en cuenta el desarrollo de los conceptos anteriores y la expresión de mente y cuerpo realizo autorretratos en torno a las consecuencias de la depilación.

Primero probó ella

Audiovisual enfocado en la pierna derecha, deja de lado lo erótico o sensual característico de esta zona en las publicidades analizadas, producidas para la mirada del hombre. Esta zona, primera afectada por la depilación en mi adolescencia, fue la que más cortes, irritaciones y tirones atravesó. Propio de los factores de esta serie, el desmembramiento resalta el cuerpo femenino como objeto, como crítica a lo difundido por los diferentes medios. La pierna aparentemente inmóvil, tiene como gesto representante la mano que acaricia, contraponiendo las ideas sociales de los vellos largos frente a una mano que muestra cariño y aceptación a esta extensión del cuerpo. En las publicidades, las manos de las modelos comprueban la eficacia del producto acariciando la piel sin vello. El movimiento de mi mano y la aceleración del sonido se activan ante la aparición de factores externos que alteran mi manera de pensar con respecto a mi cuerpo. Las secuencias cortas y alternadas muestran la constante dicotomía entre la piel lampiña y la piel peluda, siendo ambas suaves pero con distintas cargas sociales. La repetición de la fricción sonora resalta la irritación, los cortes y los constantes rasguños como consecuencia de la depilación.



Siempre antes de salir

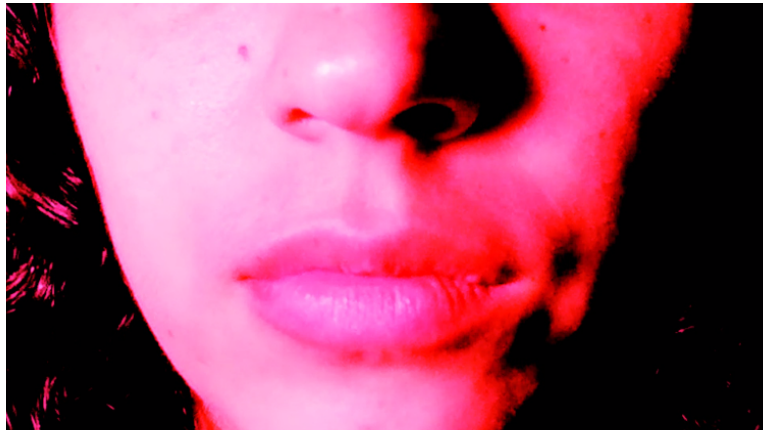
Video centrado en la axila derecha por ser la más dañada por cortes y malos movimientos ya que debo depilarla con la mano izquierda, mi lado menos hábil. El clima cálido característico de donde vivo y mis actividades artísticas me obligaron a llevar los brazos descubiertos la mayor parte del año, por lo que el largo de estos vellos fueron constantemente controlados antes de salir de mi casa. Considerando que la piel lampiña de esta zona, característica del género femenino según lo remarcado por las publicidades, debía prestar mayor atención al largo de los vellos. Teniendo en cuenta los efectos de la máquina de afeitar y la piel reseca, para esta zona el gesto es la mano que rasca, y el sonido consta de la repetición de rasguños. Estos movimientos no representados en publicidades me generaban dudas con respecto a mi habilidad para llevar a cabo una práctica aparentemente sencilla. La

comodidad de los vellos largos durante el invierno, donde no necesitaba extraerlos, me hacían reflexionar sobre estos mandamientos sociales.



Sin anteojos no los veo

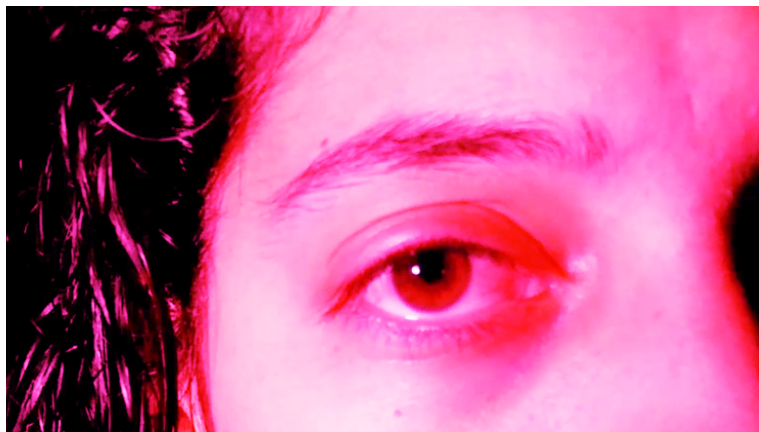
Este autorretrato retrata el bozo y su molesta consecuencia de la depilación de esta zona. En esta zona probé con cremas, hilo, cera caliente y fría, para evitar comentarios con respecto al “bigote” pronunciado que llevaba en la adolescencia. El estornudo, gesto repetitivo de este sector, es provocado por los tirones de la pincita, herramienta más eficaz y duradera por la extracción de raíz que opto por usar. Las repeticiones sonoras muestran la irritación constante reflejando el rechazo y el dolor expresados por mi cuerpo. Debido a estas incomodidades esperaba el mayor tiempo posible entre depilaciones para no tener que pasar por ese ritual. En este plano detalle el fondo negro disminuye, dando mayor protagonismo a la reacción del cuerpo donde tanto la boca como la nariz se encuentran involucrados.



Lo arrancó sin avisarme

El audiovisual centrado en la zona de la ceja, abarca la reacción del ojo. El nombre de este video representa una situación pasada con la mujer que trabajaba en la estética donde asistía para que me depilen que, sin previo aviso y sin ser una de las zonas en las que trabajaba, decide arrancar un vello facial que se encontraba fuera de sus límites permitidos. Es por esto que indago entre las fronteras sobre lo social y lo privado reflejados en lo corporal. Este plano detalle reproduce la mirada propia frente a la mirada ajena, la cámara. La fragmentación de la cara se enfoca en la construcción segmentada de la identidad siguiendo la idea de las publicidades de las zonas características de cuidado estético para el género femenino. En los medios de comunicación fueron difundidos de manera masiva los estereotipos estéticos que influyeron en mi cotidianidad. Como nexo entre el espacio público transformador de prácticas privadas evoco situaciones de mi realidad mostrando una visión

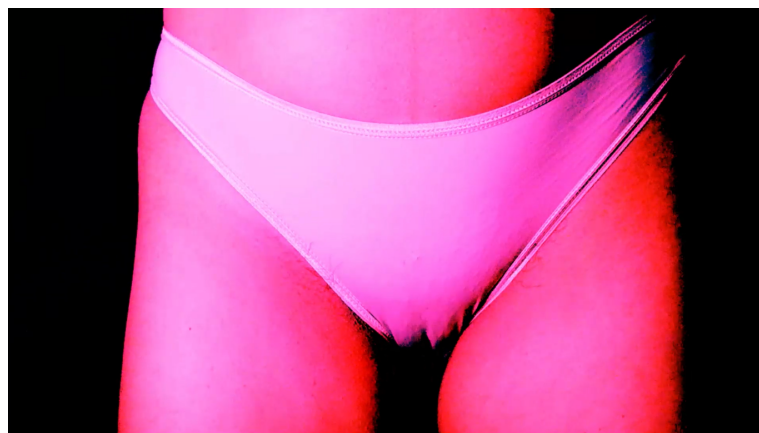
diferente. La mirada activa frente a las consecuencias es interferida por la lágrima. Los límites de la ceja también los defino con la pincita, para extraer los vellos de raíz sin dejar sombras indeseadas. Por lo tanto la lágrima de la extracción, como gesto representativo, refleja los dolores de los continuos tirones, cortes y rasguños. De igual manera, el sonido nasal muestra como también la reacción de la depilación en esta zona compromete también la nariz.



Nunca cera

El video centrado en el pubis, se encuentra cubierto de ropa interior haciendo referencia a lo impuesto, el disfraz de las texturas de las pieles femeninas. Los vellos sobresalientes de los límites de la ropa son catalogados como desagradables. Dentro de las publicidades esta zona fue representada pocas veces en comparación a la cantidad de veces que fue mencionada. Esta parte resulta delicada por lo que al mínimo roce, se irrita y brota.

Como elección personal y conociendo el dolor de otras técnicas, en esta zona solo utilice máquina de afeitar y tijeras. El afeitado produjo la encarnación de varios vellos pero es en el crecimiento del pelo es donde tengo mayor irritación. La repetición sonora de la fricción de esa parte con diferentes prendas y de los arañoses, reflejan esta molestia. El movimiento de cadera hacia un lado, reacciona ante estas consecuencias. Este fragmento se activa para dejar de lado la depilación como práctica estética.



Autorretrato

El lenguaje audiovisual me permitió percibir aquellos planos, perspectivas, gestos, repeticiones, volumen y saturación, con los cuales pudiera expresar mi inquietud dentro de la práctica privada. Dentro de la cursada de la Licenciatura en Artes Combinadas he incursionado en Autorretratos Videográficos, como uno de los trabajos prácticos de segundo año: Seminario-taller de artes combinadas I: imagen y sonido. Con el conocimiento de las

características principales de este medio pude abordar la identidad, el cuerpo como expresión de emociones como mujer y artista. De igual manera, la incursión en el lenguaje teatral y fotográfico los años siguientes ampliaron los medios por el cual cuerpo, imagen y sonido puedan hacer un recorrido de recuerdos, memorias y la evolución de pensamientos. Desde lo subjetivo, me apropio de técnicas utilizadas por las publicidades a modo de crítica por los estereotipos difundidos de manera audiovisual. El autorretrato muestra un yo oculto en una práctica cotidiana por el cual pude analizar sobre mi cuerpo como objeto. Partiendo de conceptos ya establecidos en el imaginario visual, utilice situaciones autobiográficas exponiendo mi relación y los límites con la sociedad.

Aportes y alcances esperados

Esta investigación propone aportes teóricos y prácticos al concepto de anáforas en el videoarte y las consecuencias de la depilación. Brindará información con respecto a la fragmentación y alteración corporal en relación a publicidades de depilación femenina. El impacto esperado es la reflexión, obtenida por medio de autorretratos enfocados en la depilación en mujeres. La serie de audiovisuales se presenta con la idea de mostrar un punto de vista personal con respecto a los tratamientos estéticos y la representación sonora y visual de partes del cuerpo con un discurso propio. Más adelante se difundirán los videos por redes sociales en donde se hagan comentarios negativos acerca de los vellos femeninos a modo de activismo personal digital, mostrando la masividad con la que nos llegan estos comentarios en la cotidianeidad.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación partió del análisis de los factores narrativos de las publicidades que influyen en el refuerzo de estereotipos sobre los cuerpos femeninos. Estas estrategias resignificadas por secuencias cortas a través de audiovisuales posibilitaron la creación de nuevas narrativas. Por lo tanto la producción de una serie de autorretratos videográficos, centrados en la experiencia personal, memoria, ideas y sentimientos, reivindica la mirada sobre el cuerpo femenino.

En la primera pregunta propuesta en el problema de investigación se indagaba sobre los recursos visuales y sonoros utilizados por las publicidades para la creación de estereotipos sobre depilación femenina. Los planos, perspectivas, colores, luces, espacios y sonidos utilizados por las publicidades para resaltar la forma y textura del cuerpo femenino generan expectativas difíciles de conseguir. Las protagonistas de estos audiovisuales son, en su totalidad blancas, de contextura delgada y conocidas dentro del ámbito artístico argentino. Veet, Depilife, Gillette y Philips difundieron videos en donde las situaciones a las que se enfrentaban las mujeres, dependían de la importancia del cuidado estético para la socialización. La mirada ajena induce a la extracción de vellos alterando de esta manera la forma del cuerpo. La segunda pregunta abarca la construcción de la narrativa en las publicidades a través de la fragmentación corporal, la alteración de texturas y la repetición de acciones. Los planos detalles se enfocan en lo íntimo, los gestos y la efectividad del producto generando que los/las/les consumidores/as deban cambiar su cotidianidad para cumplir con estos roles sociales. El enfoque en estas zonas del cuerpo, representadas como un todo en estos videos, proponen el cuidado estético como importantes para el género femenino. La manipulación digital de la piel muestra una realidad diferente a la que nos enfrentamos. La edición de estas partes exageran los resultados de la depilación para alentar al/la/le comprador/a/e a utilizarlo ignorando los dolores, irritaciones, tirones y cortes que puedan llegar a generar. La constante repetición de ideas producidas por la difusión masiva en esta sociedad consumista afecta las emociones de las personas. El empleo cotidiano de las herramientas depilatorias cambió la manera de percibir el cuerpo. La tercera pregunta investiga sobre una narración propia, diferente a las propuestas de las publicidades, por medio de repeticiones en autorretratos videográficos. En mis audiovisuales las secuencias se repiten resaltando gestos, movimientos y sonidos autorreferenciales en donde los vellos y la

consecuencia de su extracción son exhibidos. Esta repetición representa la incomodidad de lo cíclico de la depilación adaptando, a aquella persona que reproduzca el video, a una mirada interna y reflexiva. En el sonido, el ritmo de las secuencias, la aceleración y el volumen muestran lo cotidiano de esta práctica y la cantidad de veces que cumplí con los roles de género. La última pregunta analiza la reflexión sobre mi experiencia con la depilación a través de autorretratos. Retomando lo desarrollado por Noelia Báscones Reina (2017): “el autorretrato nos habla de la personalidad de la artista, por lo tanto su obra es un referente de los cambios identitarios que se manifiestan en las últimas generaciones” (p. 128). La información generada a partir de los recuerdos, ideas y emociones son de interés para el estudio de la identidad y la reivindicación del yo en estas obras. El autorretrato me permite ordenar las ideas a través de la modificación temporal de imágenes y sonidos. La representación de estos recuerdos me permiten revalorizar mi propia imagen frente a los estereotipos bajo los que me vi influenciada. A pesar de que es probable que me siga depilando en algunas zonas, como las axilas, el bozo y el pubis, por el estigma instalado en mi forma de pensar, tengo en cuenta la investigación sobre estereotipos y las intenciones de los medios de comunicación para dejar por completo la extracción de vellos en piernas y cejas.

Los aportes teóricos y prácticos sobre las posibilidades narrativas de las repeticiones en los autorretratos pueden resultar de interés para aquellas personas que indaguen sobre la producción de obras audiovisuales. Aquellos artistas podrán analizar mi experiencia y los resultados obtenidos para el estudio sobre depilación femenina. Los/las/les futuros/as/es investigadores/as podrán incursionar sobre la fragmentación y alteración corporal en las publicidades de Veet, Depilife, Gillete y Philips difundidas entre 2009 y 2019 en Argentina.

Como ya mencioné anteriormente la modificación parcial del proyecto, produjo que tanto la experimentación, el análisis y desarrollo de conceptos lleve dos meses más que lo propuesto en un primer momento. Con ayuda de mi directora de tesis pude reordenar las ideas para realizar una investigación adecuada según mis intereses para los aportes al medio artístico.

Bibliografía

Abad, M. J. (2008) *Representaciones del cuerpo en el arte actual: el cuerpo fragmentado, transgredido, prostituido y enfermo*. Universidad Complutense de Madrid

Alcázar, J. (2008) *Mujeres, cuerpo y performance en América Latina*. México: Centro de Investigación Teatral Rodolfo Usigli CITRU.

Álvarez Castillo, C. (2014) *La cerda punk. Ensayos desde un feminismo gordo, lésbiko, antikapitalista & antiespecista*. Valparaíso: Trío Editorial.

Barba, M. (2015) *Hirsutas. Hacia la creación de un nuevo imaginario sobre la depilación femenina*. Universidad de Granada.

Báscones Reina, N. (2017) *Mujer, autorretrato y discurso autobiográfico. Revisión del autorretrato fotográfico en la obra de mujeres artistas*. España: Universidad Camilo José Cela.

Bellour, R. (2009). *Entre imágenes. Foto. Cine. Vídeo*. Buenos Aires: Colihue.

Borgdorf, H. (2010) *El debate sobre la investigación en las artes*. Cairon.

Butler, J. (1998) *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.

Cao, Marian. (1998) *La Retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y de la imagen*. Revista Arte, Individuo y Sociedad. Madrid.

Carballeda, A. (2008) *Los cuerpos fragmentados. La intervención social en los escenarios de la exclusión y el desencanto*. Buenos Aires: Paidós.

Chiroque Farfán, M. I. (2015). *Análisis de la narrativa audiovisual en los spots de publicidad comercial sobre productos locales emitidos en los medios televisivos de la ciudad de Chimbote, durante el mes de junio de 2011*. Perú.

Contreras García, A. (2016) *Belleza física en publicidad de revistas femeninas: el caso de la revista Ya*. Chillán.

Creswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Chosing among five traditions*. Estados Unidos: Sage

Deleuze, G. (2012) *Diferencia y repetición*. Buenos Aires, Amorrortu

Díaz-Martínez, L. (2013) *Contextualización histórica y social de la remoción del vello púbico femenino*. Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología Vol. 64 No. 4

Escohotado Gil, S. (2005) *Autorretrato, arte y mujer*. Universidad Complutense de Madrid.

Fernández Polanco, A. (1991). *La repetición y la sensibilidad contemporánea*. Universidad Complutense de Madrid.

Gas Barrachina, S. (2019) *¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista?*. España, Dossiers feministes.

Herzig, R. (2015) *Plucked: A History of Hair Removal*. Universidad de Nueva York.

Horkheimer, M y Adorno, T. W. (1969) *Dialéctica del Ilusionismo*. Buenos Aires.

Jiménez Rodríguez, M. Preciado Quiñónez, L. Romero Sánchez, J. (2014) *Atrofiamiento del vello utilizando la técnica de depilación IPL, un enfoque estético*. Revista Salud Areandina.

Kogan Cogan, L. (2016) *La piel que habito: estéticas del siglo XXI*. Universidad del Pacífico.

Loscertales, F. (2003) *La imagen de las mujeres en la era de la comunicación*. Universidad de Sevilla.

Martínez-Barragán, C. (2011) *Metodología cualitativa aplicada a las Bellas Artes*. Revista Electrónica de Investigación, Docencia y Creatividad

Martínez Rossi, S. (2008) *La piel como superficie simbólica. Procesos de transculturación en el arte contemporáneo*. Universidad de Granada

Marchán, S. (1986) *Del Arte Objetual al Arte de Concepto*. Madrid.

Mezza, C. A. A. (2016) *El poder de la autorreferencia. Propuestas sobre los límites y las limitaciones del autorretrato en las artes plásticas después de la década del sesenta*. Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Muñiz, E. (2014) *Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista*. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco

Navarro Arcos, H. (2018) *El autorretrato y la Autoetnografía: diseño metodológico de investigación-creación tomando el autorretrato como instrumento autoetnográfico*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Rivera, C. (2015) *Lo absurdo y lo efímero: aproximaciones desde la fotografía y el videoarte*. Chile: Universidad Finis Terrae.

Rodrigo Martín, I (2012) *Arte y comunicación. Propaganda política y transmisión de modelos sociales en la obra de Eduardo Vicente*. Segovia: Universidad de Valladolid.

Sánchez Pérez, M. L. (2018) *Repetición y azar, un diálogo en el proceso creativo contemporáneo*. Universidad de Granada

Sequeira Rovira, P. (2009) *Construyendo disensos: Cuestionando el modelo de felicidad tradicional femenino*. Revista Casa de la Mujer, Segunda Época, Número 15

Schefer, R. (2008) *El autorretrato en el documental*. Buenos Aires: Editorial Catálogos.

Sequeira Rovira, P (2009) *Construyendo disensos: Cuestionando el modelo de felicidad tradicional femenino*. Editorial de la Universidad Nacional (EUNA)

Tinoco Domínguez, P. (2017) *El feminismo hoy a través de internet*. Universidad Politécnica de Valencia

Varela, F. (2013) *El autorretrato videográfico*. Chile: Universidad Nacional Andrés Bello.

Varela, N (2008) *Feminismo para principiantes*. Barcelona

Artículos

Bellido, I (2019) Cal viva, rayos X y descargas eléctricas: el infierno de la depilación en los siglos XIX y XX (y XXI). The objective. Recuperado el 21 de julio del 2021 <https://theobjective.com/further/maria-barba-depilacion-definitiva>

Cerini, M. (2020). Por qué las mujeres se sienten presionadas a afeitarse. CNN Internacional. Recuperado el 21 de julio del 2021 <https://edition.cnn.com/style/article/why-women-feel-pressured-to-shave/index.html>

Villanueva, P. (2018) La invisibilización del vello corporal femenino y la vuelta de tuerca del cuerpo feminista del siglo XXI. El Desconcierto. Recuperado el 21 de julio del 2021.

<https://www.eldesconcierto.cl/opinion/2018/06/21/la-invisibilizacion-del-vello-corporal-femenino-y-la-vuelta-de-tuerca-del-cuerpo-feminista-del-siglo-xxi.html>

Producciones audiovisuales

Antelman, M. (2019) Sentimental Conversations. Recuperado el 21 de julio del 2021 <https://vimeo.com/425182785>

Massin, C. (2013) Ambivalencia. Recuperado el día 21 de julio del 2021 de: <https://vimeo.com/76726151>

Perera, A. (2009) De lo primitivo. Recuperado el día 21 de julio del 2021:

<https://vimeo.com/27981362>

Pezold, F. (1974-76) Recuperado el día 21 de julio del 2021

<https://proyectoidis.org/friederike-pezold/>

Anexo

Cuadro Factores Narrativos Publicitarios

PIERNAS

AÑO	SONIDO		IMAGEN			ACTUACIÓN
	MÚSICA	VOZ	PLANOS	MOVIMIENTO	COLORES	
1° 2009	Cantante femenina; inglés Pop	“Suave y sedosa”	Generales 1° planos Detalle	Mov para cotidiano Fija para bandas	Claros Pastel	Liz Solari, Pasarela, sonriente, vestidos cortos
2° 2011	Cantante masculino Inglés Pop	“Lisa y suave”	General Entero 1° Plano Detalle	Movimiento mínimo Fija para crema	Neutros pasteles	Sofía Zamolo, Entrevista televisiva Sonriente vestido corto
3° 2011	Cantante masculino Inglés Pop	“Suave y sedosa”	General 1° Plano Detalle	Fija para bandas Movimiento para cotidiano	Neutros Pasteles	Sofía Zamolo, Sesión fotográfica Sonriente, traje de baño
4° 2013	Instrumental Jazz	Suaves	General Entero 1° Plano Detalle	Mov para cotidiano Fija para bandas	Pasteles	Mujer, morocha, tira pantalones por la ventana, sonriente. Vellos digitales
5° 2015	Cantante femenina; Castellano Chacha	“qué pelitos que tenes”	General Entero 1° Plano Detalle	Mov para cotidiano Fija para rasuradora	Pasteles	Mujer, morocha en la playa, se tapa los pelos. Sonriente mientras se rasura
6° 2015	Instrumental	-	Detalle	Mov muestra mov de rasuradora	Rosado	Piernas digitales Detallan gráficamente los beneficios de la máquina
7° 2015	Instrumental	-	General Entero 1° Plano Detalle	Fija	Pasteles	Mujer, morocha. Descansa en su sillón Detalle funcionamiento por imágenes digitales
8° 2015	Cantante masculino Inglés	-	General Entero 1° Plano	Mov para cotidiano Fijo para detalles	Blanco y negro	Nicole Neuman y Chloe Bello pasean en su auto por el campo. No

	Funck		Detalle			muestran proceso depilatorio
9° 2016	Cantante femenina, francés	-	General Entero 1° Plano Detalle	Mov para cotidiano Fijo para detalles	Cremas	Juana Viale en lugar elegante
10° 2016	Instrumental Jazz	“Suave y sedosa”	Medios Detalle	Fija Mov muestra mov de rasuradora	Pasteles	Susana Gimenez y mujer, morocha. Cita con novio. Sonriente en el supermercado
11° 2017	Cantante femenina, francés	-	Entero 1° Plano Detalle	Mov muestra cuerpo	Rojo y negro	Nicole Neuman bailando arriba de un piano para pianista
12° 2018	Cantantes Electrónica	-	Entero 1° Plano Detalle	Mov muestra cuerpo Fija para detalles	Pasteles	Nicole Neuman baila en un gimnasio con malla.
13° 2018	Cantante femenina; inglés Electrónica	Suave	Entero 1° Plano Detalle	Mov para cotidiano Fija para banda	Pasteles	mujer, morocha. Sonriente. Entra en mundo futurista. Vestido corto
14° 2018	Instrumental electrónica	Suave e hidratada	Plano medio 1° Plano Detalle	Fija Mov mínimo para mostrar piernas	Pasteles	mujer, morocha. Sonriente. Habla de instagram
15° 2019	Instrumental electrónica	-	Plano medio 1° Plano Detalle	Fija	Pasteles	Stefi Roitman, lugar neutro
16° 2019	Instrumental	-	Plano medio Detalle General	Fija Mov mínimos	Pasteles	mujer, morocha. Sonriente. Playa

Listado de Links

- 1 - https://www.youtube.com/watch?v=cN3435mgrXw&ab_channel=ggeditor
- 2 - https://www.youtube.com/watch?v=UA7eZjt8Z2U&ab_channel=veetargentina
- 3 - https://www.youtube.com/watch?v=MVxPwTPyUxs&ab_channel=veetargentina
- 4 - https://www.youtube.com/watch?v=oEjP6eg5sss&ab_channel=VeetArgentina
- 5 - https://www.youtube.com/watch?v=hqDbCqmX_yA&ab_channel=FlorenciaAntonucciHerrero
- 6 - https://www.youtube.com/watch?v=K8cKVXFrDXc&ab_channel=PhilipsArgentina
- 7 - https://www.youtube.com/watch?v=tprH6ApumCY&ab_channel=PhilipsArgentina

- 8 - https://www.youtube.com/watch?v=ct6j1mR3zsw&ab_channel=GuidoGurfinka
- 9 - https://www.youtube.com/watch?v=tndLM31RWHE&t=3s&ab_channel=DepiLife%7CDepilaci%C3%B3nDefinitiva
- 10 - https://www.youtube.com/watch?v=3yLv4-EsLKw&ab_channel=Infokioscos
- 11 - https://www.youtube.com/watch?v=bvSp-o_tEk0&ab_channel=JoaquinMontenegro
- 12 - https://www.youtube.com/watch?v=bvSp-o_tEk0&ab_channel=JoaquinMontenegro
- 13 - https://www.youtube.com/watch?v=iaQg3Hhics&ab_channel=VeetArgentina
- 14 - <https://www.facebook.com/veetargentina/videos/714626125572352>
- 15 - https://www.youtube.com/watch?v=xXmEmZXbXrw&ab_channel=VeetArgentina
- 16 - https://www.youtube.com/watch?v=Mp4_f3UsCks&ab_channel=PhilipsArgentina

AXILA

AÑO	SONIDO		IMAGEN			ACTUACIÓN
	MÚSICA	VOZ	PLANOS	MOVIMIENTO	COLORES	
1° 2013	Instrumental Electrónica	Piel sensible	Medios Detalle	Mov muestra cotidiano	Pastel	Mujer morocha en baño
2° 2016	Instrumental Salsa	-	Medios Detalle	Mov muestra mov de máquina	Pastel	Mujer morocha en baño. Piel digitalizada para mostrar vellos
3° 2017	Instrumental	Piel suave	Generales 1° planos Detalle	Fija Mov mínimos muestra mov de máquina	Pastel	Mujer, morocha. Cita con Hombre. Francella se pregunta xq las mujeres tardan tanto en arreglarse?

Listado de Links

- 1 - https://www.youtube.com/watch?v=b0pqBqoZ1mc&ab_channel=VeetArgentina
- 2 - https://www.youtube.com/watch?v=N-XEoqnYK1g&ab_channel=PhilipsArgentina
- 3 - https://www.youtube.com/watch?v=1_GxTFdbhrU&ab_channel=SofiaMarqu%C3%A9s

PUBIS

AÑO	SONIDO		IMAGEN			ACTUACIÓN
	MÚSICA	VOZ	PLANOS	MOVIMIENTO	COLORES	
2013	Instrumental	Piel	Medios	Mov muestra	Pastel	Mujer morocha en

	Electrónica	sensible	Detalle	cotidiano		baño
2018	Cantante femenina electrónica	-	Medios Detalle	Mov muestra cotidiano Fija para detalles	Pastel	Mujer morocha en casa
2018	Instrumental	Mayor precisión	Primerisim o 1° Detalle	Fija para detalles Mov para caminata lenta	Pasteles	Mujeres morochas, no muestra pelos

Listado de Links

- 1 - https://www.youtube.com/watch?v=b0pqBqoZ1mc&ab_channel=VeetArgentina
- 2 - https://www.youtube.com/watch?v=xAdgRlps07w&ab_channel=PhilipsArgentina
- 3 - https://www.youtube.com/watch?v=CJdNv1HEqHU&ab_channel=DanaMautinoSteyer

BOZO

AÑO	SONIDO		IMAGEN			ACTUACIÓN
	MÚSICA	VOZ	PLANOS	MOVIMIENTO	COLORES	
2018	Cantante femenina electrónica	-	Medios Detalle	Mov muestra cotidiano Fija para detalles	Pastel	Mujer morocha en casa
2019	-	-	Medios	Fija, son fotos	Pasteles	Mujer Rubia, se dibuja bigotes con crema
2019	Instrumental	Sin filtro y sin ouch	Medios 1° Planos detalles	Fijas minimos mov	Pasteles	Stefi Roitman se dibuja bigotes con crema

Listado de Links

- 1 - https://www.youtube.com/watch?v=xAdgRlps07w&ab_channel=PhilipsArgentina
- 2 - <https://www.facebook.com/watch/?v=623330318174831>
- 3 - https://www.youtube.com/watch?v=UWMWLYtOVhg&ab_channel=VeetArgentina

CEJAS









AÑO	SONIDO		IMAGEN			ACTUACIÓN
	MÚSICA	VOZ	PLANOS	MOVIMIENTO	COLORES	
2018	Instrumental	Mayor precisión	Primerísimo 1° Detalle	Fija para detalles Mov para caminata lenta	Pasteles	Mujeres morochas
2018	Instrumental	No hay forma de que salga mal	Plano medio Detalle	Fija para mostrar aplicación Mov de mano	Pasteles	Candela Ruggeri

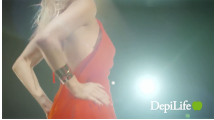


Listado de Links

https://www.youtube.com/watch?v=CJdNv1HEqHU&ab_channel=DanaMautinoSteyer

<https://www.instagram.com/p/Bo4RTk0Adv5/>

Cuadro de imágenes

	Veet	Depilife	Phillips	Gillette
2009				
2011				
2013				
2015				

2017				
2019	