



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Grado en Periodismo

Trabajo Fin de Grado

-Análisis-

**EVOLUCIÓN Y ANÁLISIS DEL
CANON DE BELLEZA
APLICADO A LA MODA**

**ANÁLISIS DE KARL LAGERFELD, JOHN
GALLIANO Y VICTORIA 'S SECRET
(1995 – 2007 – 2016)**

4º Curso, Grupo 1

Alumnos:

Cayetana Llorca Martínez

María Márquez Martínez

Tutora:

Concha Pérez Curiel

CURSO 2016 / 2017

ÍNDICE

1. RESUMEN.....	3
2. PALABRAS CLAVE.....	3
3. INTRODUCCIÓN	3
4. HIPÓTESIS.....	4
5. OBJETIVOS.....	4
6. METODOLOGÍA	5
7. MARCO TEÓRICO.....	9
7.1. Grecia (S. VIII – I a.C)	10
7.2. Roma. (27 a.C- 476 d.C).....	11
7.3. Edad Media (S. V- XV)	11
7.4. Edad Moderna.....	14
7.4.1. Renacimiento	14
7.4.2. Barroco	16
7.5. Edad Contemporánea.....	16
7.5.1. Neoclasicismo (XVIII – XIX).....	16
7.5.2. Romanticismo (finales S. XVIII – mediados S. XIX).....	17
7.6. Siglo XX	18
7.6.1. La “chica Gibson”. Años 10.....	18
7.6.2. The Flapper. Años 20	19
7.6.3. La moda durante la guerra. Años 30 y 40	20

7.6.4.	Después de la guerra. Años 50	21
7.6.5.	Twiggy. Años 60	21
7.6.6.	Thin is this. Años 70.....	22
7.6.7.	Supermodelos y cuerpos de gimnasio. Años 80	22
7.6.8.	Waif look y heroin chicLos años 90.....	23
7.7.	Siglo XXI.....	25
8.	ANÁLISIS, RESULTADOS Y CONCLUSIONES	28
8.1.	Análisis y resultados de cada desfile	28
8.2.	Análisis y resultados de cada diseñador	48
8.3.	Análisis y resultados de cada año	51
8.4.	Encuesta.....	57
9.	CONCLUSIONES	59
10.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
11.	ANEXO	64

1. RESUMEN

El presente trabajo abordará las colecciones de tres de los diseñadores de moda más influyentes de las últimas décadas, John Galiano, Karl Lagerfeld, y la firma de lencería femenina *Victoria's Secret*. Será un estudio centrado en la tipología de modelo utilizada en las citadas colecciones con objeto de conocer cómo ha ido evolucionando el canon de belleza a lo largo de la historia y cómo se refleja en la moda actual.

Se trata de una evolución variable que ha ido adquiriendo una mayor importancia en nuestras vidas a medida que han pasado los años. Esta evolución ha traído consigo transformaciones en los modos de producción de prendas de ropa, así como en los hábitos alimenticios de cada uno de nosotros.

En este proyecto se podrán descubrir los distintos cambios que ha experimentado el canon de belleza. Además, se apreciarán las características de las colecciones de los diseñadores más importantes de la moda, así como el público, potencial consumidor, al que van dirigidos. Para ello, se han analizado distintas temporadas y colecciones de los diseñadores mencionados, así como los años en cuestión.

2. PALABRAS CLAVE

Canon de belleza – ideal de belleza – modelo – prototipo

3. INTRODUCCIÓN

El ideal de belleza es una referencia que las sociedades siguen y desean alcanzar desde tiempos inmemorables. Desde la antigua Grecia encontramos preocupaciones por aspirar a él y la adoración de la sociedad a lo que era considerado bello, extrapolándolo a esculturas o pinturas. A partir de ese momento y a lo largo de la historia, comenzamos a observar que siempre ha existido un único canon prefijado en hombres y en mujeres.

No es hasta comienzos del Siglo XX cuando encontramos diversidad en el tipo de mujer u hombre que gusta en la sociedad, e incluso se empiezan a observar prototipos que representan a las personas del día a día como las chicas *Gibson*. En los años ochenta, este hecho se rompe con la aparición de las supermodelos en el mundo de la moda, los medios de comunicación y la publicidad. Se empieza a establecer un prototipo de persona que se alejaba de la media social. Este hecho desembocó en la obsesión por parte de la sociedad,

sobre todo en el ámbito del sexo femenino, de alcanzar los cuerpos de sus ídolos, modelos con cuerpos perfectos y exuberantes, incluso llegando a poner en riesgo la salud. Hay que destacar que en ese mismo ámbito se producían las revoluciones homosexuales y feministas marcando transformaciones en la sociedad y haciendo que ésta sea cada vez más igualitaria y libre.

Este hecho desembocó, en los primeros años del Siglo XXI, en un desgaste por parte de la moda y de la sociedad al establecer como canon unos cuerpos excesivamente delgados. Las marcas de moda, la publicidad y los medios, empezaron a difundir campañas como forma de protesta ante la situación. A su vez, los diseñadores y las firmas de moda se han ajustado a estos cambios y a su público sufriendo transformaciones en los últimos dieciséis años. John Galliano, Karl Lagerfeld y la firma Victoria's Secret son algunos de ellos.

Estos hechos hacen que nos cuestionemos y reflexionemos sobre cuál es el canon de belleza existente en la actualidad. Por ello, este trabajo refleja la investigación para llegar a una conclusión que dé respuesta a las cuestiones planteadas.

4. HIPÓTESIS

- El canon de belleza se encuentra en una constante evolución presentándose como un sujeto diacrónico.
- El canon de belleza a lo largo de la historia ha cambiado al igual que el modelo de la sociedad. Por tanto, existe una relación directa entre canon y cambio social.
- El nuevo canon apuesta por una moda que sea compartida y válida para el hombre y para la mujer.

5. OBJETIVOS

- Estudiar la evolución que ha tenido el canon de belleza a lo largo de la historia para lograr comprender el ideal de belleza de la sociedad actual.
- Investigar la existencia de diversos cánones de belleza en la actualidad.
- Demostrar que el ideal de belleza se rige por códigos determinados por el sistema y es una variable en constante evolución

- Analizar el cambio en el perfil de modelos en función de cada diseñador y de cada época
- Reflexionar sobre la libertad de la sociedad actual para extrapolarlo al mundo de la moda y los modelos

6. METODOLOGÍA

El estudio pretende analizar el canon de belleza actual. Su estudio se basa principalmente en documentos y material audiovisual ya existentes. Para ello, se ha aplicado método de análisis de contenido con técnicas cualitativas y cuantitativas. Esta metodología consiste en el análisis de gran cantidad de información a partir de una muestra representativa. Krippendorff lo define como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p.28). Por otro lado, Berelson lo define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1984, p.18). Por otra parte, este autor distingue los usos del análisis de contenido.

“Describir tendencias en el contenido de la comunicación, mide la legibilidad de los mensajes, determina el estado psicológico de personas o grupos, refleja actitudes, intereses y valores de grupos y verifica si el contenido de la comunicación cumple con sus objetivos” (Krippendorff, 1990, p.49)

Previo al trabajo de investigación es necesario hacer un estudio de la evolución del canon de belleza que servirá como ayuda para la comprensión y entendimiento del ideal de belleza actual. En primer lugar se ha realizado una breve definición del canon de belleza, para, seguidamente, hacer un recorrido histórico. El recorrido empezará en la época Griega y continuará con Roma, Edad Media, Edad Moderna, Edad contemporánea y Actualidad. Es necesario analizar este contenido para contextualizar el tema tratado.

La bibliografía consultada para la investigación se ha extraído principalmente de *Dialnet* y *Fama+*, servicios disponibles para todos los estudiantes de la Universidad de Sevilla. La investigación se ha apoyado en fragmentos de textos relacionados con el ideal de belleza de la época que se esté tratando y con cuadros que representen las ideas que se están exponiendo. Para el análisis de los desfiles y las modelos se han consultado la página *Vogue Runway*, además de la aplicación para móviles.

En cuanto al análisis del presente trabajo, se han tomado como referencia una marca y dos diseñadores internacionales: *Victoria's Secret*, John Galliano y Karl Lagerfeld. La elección de estas tres referencias se ha realizado en función a las grandes diferencias que presentan sus modelos, además de ser un claro ejemplo de la evolución del canon de belleza ya que representan a la perfección como algunos se mantienen en estilo, con pequeños cambios, y como otros cambian y se ajustan en función al modelo de sociedad.

Para realizar la investigación se van a analizar tres colecciones de distintos años. Para la rigurosidad y coherencia del trabajo es necesario que esas tres colecciones sean de la misma fecha de presentación en moda, años 1995, 2007 y 2016. De esta manera, los datos obtenidos tendrán valor cualitativo y cuantitativo. Se realizarán una serie de tablas, con distintas variables, de cada colección visualizada. Las variables a tener en cuenta son: número de hombres, número de mujeres, andróginos y, si éstos están presentes, el número, el tema del desfile representado por el modelo, reivindicación a través de los modelos, tipo de modelo. Una vez realizadas las tablas de cada desfile se procederá a la realización de gráficos comparativos (en las que lo requieran) que sirvan como ayuda para la conclusión o conclusiones finales.

Por lo tanto, este método requiere de una serie de variables cuantitativas y cualitativas con el objetivo de demostrar que el canon de belleza es diacrónico, ajustándose a la sociedad del momento y comprobar, a través de este estudio, que en la moda, como en otras áreas, apuestan por un mensaje para una sociedad más igualitaria y libre.

MODELO DE FICHA

Diseñador	
Año de la colección	
Tipo de modelo	
Número de hombres	
Número de mujeres	
Número de andróginos	

Tema del desfile	
Reivindicación del diseñador	

Análisis comparativo de cada colección de cada diseñador

Nombre del diseñador			
Año	X	X	X
Tipo de modelo			
Nº Hombres			
Nº Mujeres			
Nº Andróginos			
Tema			
Reivindicación			

Análisis comparativo de los distintos diseñadores en la misma colección

Año de la colección			
Nombre	Victoria's Secret	Galliano	Rick Owens

Tipo de modelo			
Nº Hombres			
Nº Mujeres			
Nº Andróginos			
Tema			
Reivindicación			

También se va a tener en cuenta la opinión de los ciudadanos acerca del canon de belleza. Para ello, se va a realizar una encuesta como parte complementaria del análisis de contenido para conocer y representar las opiniones de 36 personas que reflejarán si efectivamente se cumplen las hipótesis planteadas inicialmente.

MODELO DE ENCUESTA

¿Cuál es su ideal de belleza femenina?

- Modelo Victoria's Secret. "Cuerpo Perfecto"
- Modelo Curvy
- Modelo Chica Fitness
- Modelo Andrógino¹
- Otro:

¿Cuál es su ideal de belleza masculina?

¹ Persona que tiene rasgos corporales que no se corresponden con los de su propio cuerpo

- Modelo de hombre delgado
- Modelo de hombre metrosexual. “chico de Gimnasio”
- Modelo de hombre “fofisano”
- Modelo Andrógino
- Otro:

7. MARCO TEÓRICO

Para entender el marco teórico de este trabajo es necesario hacer una definición del concepto de belleza / ideal de belleza / canon de belleza.

El DRAE recoge el término de belleza como “f. Cualidad de bello
f. Persona o cosa notable por su hermosura. f. Fil. En la filosofía platónica, prototipo o ejemplar de belleza, a la que tiendenciertas formas de la realidad en continua búsqueda de la belleza en sí”. (Belleza, 2017).

Platón fue el primero en elaborar un tratado del concepto de belleza, tomando como referente a Pitágoras. El sentido que toma de la belleza es la armonía y la proporción, quedando ajena a la percepción del ser humano.

“De la justicia, pues, y de la sensatez y de cuanto hay valioso en las almas no queda resplandor alguno en las imitación de aquí abajo, y solo con esfuerzo y a través de órganos poco claros, les es dado a unos pocos, apoyándose en las imágenes, intuir el género de lo representado.” (MITOS, 1998)

Sin embargo, la teoría del relativismo define este concepto en función del fin que se persiga. Es decir, las cosas son bellas o feas según el fin que persigan.

En palabras de otro autor la belleza se define como una variable que no depende del sujeto sino del que juzga a ese sujeto.

"No es un objeto, sino un valor y, como cualquier otro valor, requiere para su existencia de una relación extrínseca con alguna persona en cuya conciencia emerge /... / la belleza no es una cualidad innata al objeto [o a la persona], sino una propiedad percibida con respecto a ella por otra" (Lloyd, 1923: 225).

Para poder entender la evolución que sufre el canon de belleza es necesario analizar cuáles son los valores de la sociedad.

“Nuestra capacidad para identificar algo o alguien como atrayente o atractivo, nuestro sentido de la belleza no es una condición material o una facultad estática, sino una competencia adquirida que vamos alcanzando mediante hábitos y conocimientos a través de experiencias individuales, grupales y sociales”.
(Perrault: 1683),

Estos valores no son innatos, se van adquiriendo a través de distintas vías. Por este motivo la transmisión de un modelo de belleza es más importante que el propio modelo en sí. De ahí a que un canon tendrá verdaderos efectos solo cuando llega a un gran número de personas

7.1. Grecia (S. VIII – I a.C)

Para comenzar a hablar sobre el canon de belleza, debemos remontarnos a uno de los primeros textos escritos preocupados por la belleza, la Biblia, en la que se recoge la descripción de la reina de Saba en su visita al rey Salomón.

Sin embargo, es en la antigua Grecia (S. VIII – I a.C) donde podemos encontrar las primeras raíces de lo que en nuestros días conocemos como el ideal estético, el cual se ideó sobre todo a partir de la escultura. En Grecia, se consideraba bello todo aquello que fuese fruto del resultado de cálculos matemáticos, medidas proporcionales y cuidado por la simetría, es decir, todo aquello que estuviese relacionado directamente con las matemáticas.

Es en este contexto donde cabe destacar a Policleto (S. V a.C), uno de los escultores más importantes de la Antigua Grecia, el cual estableció que para ser perfecto, el cuerpo humano debía medir siete veces la cabeza, es decir, un cuerpo era considerado bello cuando cada una de sus partes estaban proporcionadas a la figura entera. En esta época, la belleza se basaba en la simetría, tanto en las mujeres como en los hombres, con algunas diferencias debido a la concepción cultural. Este canon de belleza pasa de siete a ocho cabezas en el siglo IV.

El canon de las mujeres perfectas se centraba en la robustez de su cuerpo, estando ausente la sensualidad, debían tener los ojos grandes y almendrados, la nariz afilada, la boca y las

orejas de un tamaño medio y las mejillas y el mentón ovalados. Policleteo plasma el canon de la mujer en su obra *Amazona herida*.

Respecto al canon de belleza de los hombres estaban directamente relacionados con gimnastas y atletas. Esto se debe a que tanto a los atletas como a los dioses se les atribuían cualidades comunes, como podían ser el equilibrio, la voluntad, el valor, el control o la belleza. Algunos de estos rasgos los podemos encontrar en esculturas como el *Doríforo* de Policleteo o *El Apolo* de Belvedere.

Con el paso del tiempo se observa que algunas de estas esculturas están dotadas de un movimiento excesivo (época Helenística) contra el estatismo reinante del inicio del imperio (época Arcaica). A través de esta representación del movimiento se observan también que los músculos de estas esculturas se marcan todavía más, y comienzan a observarse figuras con el pelo más largo e incluso con barba y bigote (el *Laocoonte*) lo que confirma que en ese periodo algunas modas habían cambiado.

7.2. Roma. (27 a.C- 476 d.C)

El canon de belleza griego será adquirido del mismo modo en el Imperio Romano durante cuatro siglos aproximadamente. Esto se ha sabido a través de las estatuas romanas que guardan las mismas características que encontrábamos en las griegas y en muchos casos son simples copias.

El romano ideal fue definido como alto, musculado, de piernas largas, con una cabeza llena de pelo fuerte, la frente alta y amplia (un signo de inteligencia) ojos de juego amplio, una nariz fuerte y el perfil perfecto, una boca pequeña y una de mandíbula poderosa. Esta combinación de factores, produciría “una magnífica” mirada impresionante de hermosa masculinidad. Con las excepciones notables de peso de cuerpo y estilos de moda, normas de belleza que son bastante constantes con el tiempo y el lugar.

7.3. Edad Media (S. V- XV)

Se inicia con la caída del Imperio Romano y finaliza con el descubrimiento de América en el año 1492. Para poder comprender cuál era el canon de belleza que encontramos en este período es necesario destacar que la Edad Media fue un momento histórico propio de Europa.

El desarrollo propio europeo de la Edad Media hizo que las invasiones bárbaras impusieran su ideal de belleza sobre la sociedad, donde encontramos una influencia de la belleza nórdica.

Durante este período se produce un auge de la religión católica, llegando a dominar la vida de las personas. Para los cristianos, la belleza dependía de la intervención de Dios. Por lo tanto, todo lo que se consideraba bello significaba que era una creación divina. La religión influyó en el canon de belleza haciendo que desapareciera el uso del maquillaje ya que se consideraba que éste atentaba contra lo que Dios había creado. Por lo que se intentaba conservar la pureza de la mujer y evitar todos los matices sexuales.

En el ideal de mujer medieval se muestra a la perfección las dos influencias que hubo en la Edad Media: invasión bárbara y desarrollo del cristianismo. La mujer presenta una piel blanca, cabello rubio y largo, rostro ovalado, ojos pequeños, claros y brillantes, nariz pequeña y aguda, labios pequeños y rosados, torso delgado correspondiente a las nórdicas. Como se ha mencionado en el párrafo anterior, la blancura de la piel era de vital importancia ya que indicaba la pureza de la mujer. La autora Alicia Martínez lo refleja a la perfección en uno de sus libros

“El tipo ideal femenino, es siempre vagamente escrito, consistía en el color rubio de los cabellos, rostro claro y fresco, cejas delgadas y separadas, manos blancas y cuerpo delgado, sutil, sin formas pronunciadas” (Martínez, Alicia, Op. Cit., p.199)

En el cuadro de Evelyn de Morgan (1855-1919) llamado *Helen of Troy* se ve perfectamente representada cómo era el ideal de belleza de la mujer medieval.

En este fragmento del libro medieval *Speculum al foder* y de autor anónimo se describe el ideal de belleza femenino de la época:

“En cuanto a la nobleza y a la belleza de las mujeres, se trata de que tengan cuatro cosas muy negras: el pelo, las cejas, las pestañas y los ojos; cuatro muy coloradas: las mejillas, la lengua, las encías y los labios; cuatro muy blancas: el rostro, los dientes, el blanco de los ojos y las piernas; cuatro muy estrechas [pequeñas]: los orificios de la nariz y de los oídos, la boca, los pechos y los pies; cuatro muy delgadas;: las cejas, la nariz, los labios y las costillas; cuatro muy grandes: la

frente, los ojos, los pechos y las nalgas; cuatro muy redondas[...]” (*Speculum al foder.*, p. 54)

Tanto los autores de la época, estudiosos y artistas como la propia historia en sí dejan claro que existe una dualidad en el concepto de ideal de belleza. Por un lado, encontramos la belleza tangible entendida como la física, lo que se ve con nuestros propios ojos y por otro, la belleza intangible, aquella espiritual, que produce sentimientos. La principal causa de la existencia del concepto de belleza espiritual viene dada por el desarrollo e importancia del cristianismo en la Edad Media. Umberto Eco en su libro *Arte y belleza en la estética medieval* contempla que “si lo bello era un valor, debía coincidir con lo bueno, con lo verdadero y con todos los demás atributos del ser y de la divinidad” (Ibíd., p. 24). El autor quiere recalcar, una vez más, que “la belleza está íntimamente relacionada con la divinidad y el cómo ser bello para lograr la salvación, reafirmandose una vez más la potencia que tiene el cristianismo en la cultura medieval” (Farías, Milla, Grace., pp. 18-29).

Encontramos múltiples descripciones de la belleza de la mujer medieval en los textos y libros del medievo. Uno de ellos, es el de la leyenda de *Tristán e Isolda*, en el que se relata una historia de amor entre una Reina y un caballero. En uno de los fragmentos de esta literatura del Siglo XII encontramos la descripción de Isolda como una dama “rubia de los cabellos de oro, cuya hermosura brillaba como el alba” (Ibíd., p. 145). Esta recuerda a las descripciones mencionadas anteriormente.

Por otro lado, no podíamos hablar del canon de belleza sin mencionar al hombre medieval. En todos los cuadros y novelas de ese período histórico se observan a los hombres como caballeros guerreros con pelo largo, indicando fuerza, virilidad y libertad. Eran delgados, altos, fuertes, vigorosos y esbeltos. El pecho y los hombros eran anchos para soportar las armaduras. Las piernas rectas y largas como indicativo de elegancia y porte. Las manos grandes y generosas para el manejo de la espada. En general eran hombres que trataban de ensalzar su masculinidad y virilidad.

Hay que destacar que los hombres, cuánto más anchos tenían los gemelos, más bellos eran. Al contrario de la mujer, considerada pecado, el hombre era considerado algo admirable y seductor, digno de observar. Este canon de belleza no era propio de todas las clases. Pertenecía, en su gran mayoría, a los nobles y caballeros.

En resumidas cuentas se puede decir que el canon de belleza dado en el período histórico de la Edad Media se caracteriza por una gran desigualdad entre hombres y mujeres.

7.4. Edad Moderna

7.4.1. Renacimiento

Al igual que en el mundo clásico, el canon de belleza del Renacimiento (S. XV – XVI) se basaba principalmente en la armonía y la proporción. En esta época, todo el continente reflejó este canon de belleza en sus artes, por lo que Italia se convirtió en el referente artístico. Bajo los parámetros anteriormente mencionados, legados de la Antigüedad, los artistas compusieron sus obras a las que les dieron su sello personal. Tanto sea escultores como arquitectos, pintores como poetas cuando incluyeron en sus obras figuras femeninas, plasmaron/eligieron aquellas que ostentan la plenitud de la beldad y de la juventud: vírgenes, damas de la nobleza o diosas erigen su lozanía como mandato inexorable de los nuevos tiempos; mandato que retoma antiguos tópicos, el *carpe diem* y el *tempus fugit*, y los pone en vigencia.

Dentro de las características femeninas, destacan: la piel blanca, mejillas sonrosadas y labios rojos, cabello rubio y largo, frente despejada, ojos grandes y claros, hombros estrechos, como la cintura, caderas y estómagos redondeados, manos delgadas y pequeñas, lo cual era señal de elegancia y delicadeza, pies delgados y proporcionados, dedos largos y finos, cuello largo y delgado, cadera levemente marcada y senos pequeños, firmes y torneados.

Es en este punto donde cabe destacar a Garcilaso de la Vega (1501-1536), considerado por la crítica como el iniciador de la poesía española moderna, quien en su *Soneto XXIII* expone la imagen de la mujer ideal para aquellos tiempos renacentistas.

“En tanto que de rosa y d’azucena
se muestra la color de vuestro gesto
y que vuestro mirar ardiente, honesto,
con clara luz la tempestad serena;
y en tanto que’l cabello, que’n la vena

del oro se escogió con vuelo presto

por el hermoso cuello blanco, enhiesto,

el viento mueve, esparce, desordena:” (de la Vega, Garcilaso, vv. 1-8)

El rostro de color “de rosa y azucena” y el cuello “blanco, enhiesto”, un mirar “ardiente, honesto” y los cabellos de oro y sueltos (a este último elemento se suma el motivo de la “hebra voladora”), configuran, a través de metonimias, la belleza femenina que sólo alcanza la perfección con una condición indispensable: la juventud. Veamos los versos siguientes:

“coged de vuestra alegre primavera

el dulce fruto antes qu’l tiempo airado

cubra de nieve la hermosa cumbre.

Marchitará la rosa el viento helado,

todo lo mudará la edad ligera” (de la Vega, Garcilaso, vv. 9-13)

Es decir, la belleza será tal, en tanto haya juventud.

Respecto al ideal de belleza masculino, destacan los cabellos largos y relucientes, las cejas pobladas y marcadas, la mandíbula fuerte y los pectorales anchos.

En cuanto a las producciones artísticas, debemos mencionar como emblemáticas en la historia el *David* de Miguel Ángel como referente del canon de belleza masculino, y *El nacimiento de Venus* de Sandro Botticelli, como referente del canon de belleza femenino.

Antes de finalizar con la belleza renacentista, no debemos olvidar la figura de Leonardo da Vinci, quien dedicó buena parte de su *Tratado de pintura* a expresar las proporciones más armónicas entre todas las partes del cuerpo con el hombre de *Vitruvio*, en el que representa la proporción áurea, es decir, las proporciones que podían establecerse en el cuerpo humano, lo cual reflejaba la máxima belleza y perfección, o lo que es lo mismo, la belleza divina.

7.4.2. Barroco

Nos adentramos ahora en una etapa caracterizada por la apariencia y la coquetería, el Barroco (S. XVII – XVIII), en la que las cortes europeas enfatizaron su poder mediante el arte de la apariencia y la fastuosidad. Sin embargo, la Ilustración del siglo XVIII puso fin a estos hechos e impuso la sobriedad en las formas. A pesar de ello, no abandonaron del todo muchos de los hábitos adquiridos, como por ejemplo, el uso de las pelucas tanto para los hombres como para las mujeres.

En esta época destacan tanto el uso y abuso de perfumes, carmines, lunares postizos o pintados y peinados muy pomposos, como el uso de prendas de vestir muy ceñidos al cuerpo, como pueden ser los corsés. También predominaban los encajes, las ropas suntuosas, los zapatos de tacón, los espejos y las joyas. Es en este periodo en el que nace la palabra “maquillaje” por lo que el ideal de belleza femenino se clasifica como bastante artificial.

En cuanto al aspecto físico, bajo los ropajes se encontraban cuerpos más rellenitos que en el Renacimiento, pechos más prominentes resaltados por el uso de los corsés, caderas anchas y cinturas estrechas, hombros estrechos y brazos redondeados y carnosos, y la piel blanca sigue siendo un referente de belleza.

Refiriéndonos a los hombres, destaca mucho el pelo, con el continuo uso de pelucas, la piel muy blanca y las mejillas rosadas y, por encima de todo, unos trajes suntuosos de infinitas capas.

7.5. Edad Contemporánea

7.5.1. Neoclasicismo (XVIII – XIX)

En pleno Siglo de las Luces en Europa, Italia se convirtió en el referente para establecer el canon de belleza. El Neoclasicismo es una vuelta a la Antigüedad Clásica, retomándola de forma mucho más fiel que la protagonizada por retornos anteriores. Se opone a la funcionalidad y al exceso decorativo del Barroco y del Rococó.

En esta época cabe destacar la obra de Antonio Canova, *Las Tres Gracias*, creado para la emperatriz francesa Josefina. Fue una de sus creaciones más famosas en la que resume sus ideas sobre la feminidad y su virtuosismo en el tratamiento del cuerpo femenino en

movimiento. En este periodo vuelve a resaltar la voluptuosidad de los senos de las mujeres y la palidez de la piel.

Es interesante transcribir un relato de la profunda impresión que hizo sobre su amigo, el poeta Ugo Foscolo, la *Venus itálica* que había creado para sustituir a la *Venus de Médici* confiscada por los franceses en 1802 y que ilustra la sintonía de Canova con el concepto de mujer ideal en su tiempo.

“He visitado y revisado y me he apasionado, y besado –pero que nadie lo sepa- Por una vez acariciaba esta nueva Venus ... adornada con todas las gracias que transpiran un no sé qué de la tierra, pero conmueven con más facilidad el corazón, transformado en arcilla ... Cuando vi a esta divinidad de Canova, me senté a su lado con cierto respeto, pero encontrándome un momento a solas con ella, suspiré con mil deseos, y con mil recuerdos del alma; en definitiva, si la Venus de Medici es una diosa bellísima, esta que miro y vuelvo a mirar de nuevo es una mujer bellísima; aquella me hace esperar el paraíso fuera de este mundo, pero esta me acerca al paraíso incluso en este valle de lágrimas” (15 de octubre de 1812).

7.5.2. Romanticismo (finales S. XVIII – mediados S. XIX)

El Romanticismo es un movimiento artístico y cultural que se desarrolla durante la primera mitad del siglo XIX y que se opone totalmente a la etapa anterior. En esta época se da prioridad a los sentimientos y, por ello, se rompe con las normas estrictas del arte y la belleza griegas. Este movimiento siente y concibe la naturaleza, la vida y el hombre que se representa de una manera distinta y particular en cada país en el que se desarrolla, aunque dentro de una misma nación se pueden manifestar diferentes tendencias inspirándose en todas las artes.

La belleza se experimenta directamente, no es una belleza estética y armónica, sino cambiante. Bello puede ser todo, lo feo, lo grotesco, lo extravagante, lo horrendo... Supuso un auténtico culto a la irracionalidad.

Los hombres dejaron atrás los culotes, cuya prenda era empleada sobre todo por la nobleza, para empezar a utilizar pantalones y trajes que reflejaran la riqueza ascendente de las clases burguesas. Un hombre romántico "guapo" podía hallarse en aquel que llevase el nuevo estilo: el peinado "a la furia", es decir, los bucles revueltos y libres, o de lado,

sombrero de copa y su traje que, a diferencia de las "modas viejas" imponía ahora los colores oscuros, pasionales, como el púrpura, el rojo burdeos o el negro.

En cuanto a las mujeres, el asunto se tornaba aún más complejo. Desde tiempos medievales la tez pálida predominó en Europa por ser considerada un signo de nobleza, pues los nobles no se veían en el campo junto con los siervos. En el Romanticismo, las mujeres llevaron al extremo esta cualidad, pues con la aparición de la tuberculosis como pandemia del siglo, e incurable para entonces, se hizo hincapié en que la belleza de la mujer, además de su palidez, radicaba en parecer (y o padecer) tuberculosa. De esta forma, la mujer romántica "guapa" era aquella de tez casi transparente, semblante enfermizo (para lo que se recurría desde ingerir arsénico hasta maquillarse con pigmentos verdes para obtener el deseado color), ojeras marcadas y prominentes (signo de la enfermedad), mejillas ruborizadas (a causa de las fiebres), languidez y una delgadez casi esquelética (que la transformaba en un ser frágil).

7.6. Siglo XX

El Siglo XX supuso un cambio y evolución de la sociedad lo que afectó de manera directa al ideal de belleza. A lo largo de la historia hemos comprobado que existía un único ideal de belleza para todo un siglo. Sin embargo, a lo largo de 1900 encontramos varios cánones divididos por etapas. Este hecho se debe a una mentalidad de la sociedad cada vez más libre y liberal y a un largo proceso de progreso y cambio. Hay que señalar que durante este siglo surge la figura de la modelo y del modelo, las agencias dedicadas a formarlos y los diseñadores empiezan a utilizar esta figura para mostrar sus diseños.

La web especializada en la lucha contra los desórdenes alimenticios y adicciones (Rehabs.com) ha trabajado con la agencia de publicidad Fractl en un proyecto que indaga en los orígenes del Índice de Masa Corporal y cómo las medidas del ideal de belleza de las mujeres han ido cambiando en relación a la media de la época. Este estudio nos va a servir para analizar las etapas que aparecen a lo largo de 1900.

7.6.1. La "chica Gibson". Años 10

Charles Dana Gibson fue el creador de una mujer que representó un icono a principios de siglo. La estética ideal femenina coincide con los años de la *Belle Époque* de París (1900-

1909) donde se imponía la *silueta sylphide* a través del uso del corsé dejando como resultado un pecho y caderas abultado, cintura estrecha y espalda abovedada.

Lo que hizo famosas a las mujeres de Gibson fue que representaban a las mujeres reales, las de la calle “están en la calle, en las iglesias, en la Quinta Avenida, en el trabajo... no hay una chica Gibson sino multitud de ellas en EEUU de América; la chica Gibson es la chica norteamericana”, declaraba el autor a un medio de comunicación.

Su ideal se basaba en mujeres delgadas, altas y esbeltas. Con facciones marcadas y una actitud seductora, de seguridad y éxito social, crítica e independiente. Además de derrochar elegancia, tanto en la personalidad como en la vestimenta.

La idea, que comenzó como una ilustración, cobró vida a través de distintos modelos y actrices como Camille Clifford o Evelyn Nesbit. Después de la primera guerra mundial, esta imagen dejó de ser un referente en la sociedad para dejar paso a una chica más informal.

7.6.2. The Flapper. Años 20

Los años 20 fueron una década importante y decisiva en la construcción de un mundo cada vez más liberal. La Primera Guerra Mundial supuso un cambio en el mundo de la mujer, con su incorporación al mundo laboral y su liberación de la opresión machista.

Las mujeres de esta década son conocidas bajo en anglicismo *Flapper*. El término surgió a raíz de la película de Olive Thomas titulada *The flapper*, en la que se mostraba cómo era el modo de vida de las mujeres liberales. El concepto fue una idea de las mujeres mucho más casual que formal, rompiendo con la estética de la década anterior. El prototipo era una joven inmadura, independientemente de la edad, que vestía con vestidos sueltos y tenía poca consideración por las normas de conducta.

El estilo relajado que tenían representa un rechazo del estilo victoriano. Es aquí cuando aparece por primera vez el término andrógino encontrando a mujeres con pechos pequeños, una figura recta, sin curvas, y pelo al estilo *garçon*² o *bob cut*³. Se usaban

² Hace referencia a un corte de pelo de mujer con un estilo masculino.

³ Es un corte de pelo de mujer que se alarga hasta la mandíbula. Normalmente suele llevar flequillo.

sujetadores y fajas que moldeaban una figura sin formas dando una imagen infantil y frágil, recordando a la vez al estilo varonil.

Es importante destacar que en este momento se rompe con el estereotipo de la piel blanca y se empieza a poner de moda un tono bronceado a raíz de que Coco Chanel, diseñadora de moda, saliera con la piel morena, la cual antes era símbolo de trabajo en el campo. Además el uso del maquillaje, limitado anteriormente a las prostitutas y actrices, empieza a usarse como símbolo de belleza.

El ideal de la delgadez y un aspecto mejorado llevó a las mujeres de la década a la dieta y al ejercicio con el fin de lograr esta apariencia. Una de las actrices considerada un símbolo para las mujeres de los “locos años 20” fue Norma Talmadge

7.6.3. La moda durante la guerra. Años 30 y 40

El impacto de la Gran Depresión y la guerra tuvo como consecuencia un estilo más tradicional en la moda, rompiendo con el estilo *flapper*. El pelo corto seguía permaneciendo común. Sin embargo, la ropa se ajustaba más al cuerpo para mostrar una cintura natural.

En este período las mujeres empiezan a adaptar los trajes diseñados para hombres a sus cuerpos, usando ropa masculina. Tendencia que en la actualidad se ha visto reflejada tanto en hombres como en mujeres.

Al contrario que la década anterior, las mujeres recuperan la tendencia de principio de siglo usando ropa que enfatizara las curvas del cuerpo femenino. Los propios anuncios informaban a la sociedad cómo podían evitar una apariencia de delgadez.

Lograr estas medidas no estaba al alcance de todas las mujeres. Se empieza a observar que la mujer ideal no es la misma que representaba a la media o a las mujeres que se podían ver en la calle, como pasó con las *chicas Gibbes* o las *chicas Flapper*. Barbara Stanwyck o Lena Horne representaron el canon de belleza durante el período de guerra.

Muchas personas consideran que durante esta etapa nace la primera supermodelo, llamada Lisa Fonssagrives. Era considerada la *it girl* del momento gracias a su físico y característica personalidad, como Cara Delevingne en la actualidad.

7.6.4. Después de la guerra. Años 50

El final de la II Guerra Mundial supuso un cambio en la sociedad. Esta década se caracterizó por presentar un ideal de belleza basado en mujeres con muchas curvas y pechos grandes, presentando una constitución de reloj de arena.

A partir de los años 50, Hollywood empieza a adquirir importancia en el mundo del cine gracias a la popularidad de sus películas. Este hecho hizo que el impulso de las modelos creciera dentro de la opinión pública. La actriz Marilyn Monroe ha sido considerada históricamente un icono, a pesar que durante este período no tenía la misma fama que en la actualidad ya que “representaba la vulgaridad”.

Las opciones de moda de la mujer tuvieron una expansión que conllevó al máximo aprovechamiento de los productos de belleza y maquillaje, llegando incluso a no salir de casa sin ellos para dar una apariencia perfecta.

La representación del ideal de belleza como la media que presentaban las mujeres de esa época se iba perdiendo paulatinamente. Cada vez más mujeres, consideradas iconos, se iban alejando de lo que se podía ver en la calle.

7.6.5. Twiggy. Años 60

En los años 60 se vuelve a retomar la figura de los años 20, rompiendo con la etapa anterior. Este cambio tan brusco se produjo por la revolución sexual que supuso una lucha contra la privación de la felicidad de la sociedad, la cual estaba cada vez más cansada de no poder hablar ni expresarse libremente en términos sexuales.

Todo este contexto hizo que las mujeres con curvas vertiginosas dejaran de representar un icono para la sociedad pasando a mujeres delgadas y andróginas volviendo a las *flapper*.

Este tipo de estilo se denomina *twiggy* como consecuencia de la supermodelo Leslie Lawson, la cual era conocida con ese diminutivo. Fue nombrada por el periódico *Daily Express* como “el rostro de 1966”. Antes nombramos a Lisa Fonssagrives como la mujer considerada, por algunos, la primera supermodelo. Sin embargo, Twiggy fue la primera gran modelo internacional.

Leslie Lawson fue la encargada de romper con la idea de los cuerpos idealizados ya que presentaba un aspecto opuesto a los iconos anteriores. Tenía pecho pequeño, cintura fina, pelo corto y aspecto juvenil, de muñeca. Su apariencia era de ojos grandes, pestañas largas y cara pequeña.

A pesar de este prototipo también persistió en algunas referencias femeninas la figura de reloj de arena. Empezó a aparecer el boom de la moda Hippie, la cual presentaba cabello largo y liso. Otro icono de la belleza fue la actriz Sophia Loren.

El promedio de las mujeres de la época se alejaba bastante de las mujeres que eran consideradas unos referentes en la moda y en la belleza. Por lo tanto, lo que era considerado bello no se veía reflejado en la sociedad.

7.6.6. Thin is this. Años 70

La moda Twiggy sirvió a esta década para la continuación de un ideal delgado, lo que supuso un impacto negativo en la salud de la mujer y los hábitos alimenticios. Surge entonces la anorexia nerviosa, llegando a ser popular entre las féminas de los 70.

La cantante Karen Carpenter, icono de la época, llegó a ser conocida por sus desequilibrios alimenticios, los cuales acabaron con su prematura muerte. Se produjo un aumento de pastillas para adelgazar entre las que se encontraban las anfetaminas, potencialmente peligrosas, que suprimían el apetito.

El pelo era típicamente largo y el maquillaje estaba ausente para lograr una apariencia natural, sin productos en el rostro. Esto produjo que las marcas de cosméticos se aprovecharan de la tendencia y ampliaran su oferta de maquillaje.

Los cuerpos de las mujeres de la época no estaban representados en las celebridades o referentes de belleza. Esto hizo que la obsesión por alcanzar un cuerpo ideal, incluso perjudicando la salud, tuviera un gran impacto entre las mujeres.

7.6.7. Supermodelos y cuerpos de gimnasio. Años 80

El ideal de belleza femenino de los años 70 siguió persistiendo durante esta década. Sin embargo, se empieza a dar un énfasis en los *cuerpos fitness*. Los cuerpos tonificados, sin llegar a estar muy musculosos, se convierten en un referente. Los espectáculos de

ejercicio aeróbico y los videos se convirtieron en una tendencia. Esto hizo que se rompiera con el pensamiento de conseguir un cuerpo perfecto solo con dieta pasando a mantener una figura perfecta con ejercicio.

Este boom del ejercicio aeróbico se vio reflejado en la moda, que incluyó vendas, medias, leggings, calentadores de pierna y faldas cortas. Una de las modelos más destacables fue Jane Fonda con sus ejercicios de aerobio.

A finales de los 80 y principios de los 90 surge el fenómeno de las supermodelos. Los medios de comunicación empezaban a tender a sacar mujeres cada vez más bellas y más altas. El fenómeno supermodelo no era solo de moda, sino también social. A la sociedad le empieza a interesar la vida privada de sus referencias ya que la mayoría de ellas estaban con famosos; Claudia Shiffer con David Copperfield, Stephanie Seymour con Axl Rose (cantante de Guns and Roses), Cindy Crawford con Richard Gere. Este hecho es el que más vendía en las revistas. Por lo tanto, las marcas empezaron a darse cuenta que incluir a las supermodelos en los desfiles era asegurarse que el público lo iba a ver. Además de destacar que estas modelos cobraban una millonada por desfile. A la lista de modelos nombradas anteriormente se suma Naomi Campbell.

7.6.8. Waif look y heroin chic Los años 90

El ideal de mujer alta y delgada durante esta década se hizo más exagerado. La belleza de la mujer tendía a cuerpos cada vez más estrechos y finos con un pecho grande. Pamela Anderson, con la serie *Baywatch*⁴ fue la principal causa de esta tendencia.

La aparición de Kate Moss, a raíz de las campañas de la marca *Calvin Klein*, rompió con las modelos de cuerpos perfectos y apariencia saludable para dar paso a otras andróginas, más infantiles, adaptándose al espíritu minimalista de la época. La principal causa de este hecho fue la preocupación de los diseñadores por un público cada vez más interesado en las modelos que en las prendas de ropa.

Las modelos presentes de esta década recibían el nombre de *waif look* y *heroin chic*. El primer concepto hacía referencia a las modelos altas, delgadas y ojos grandes, recordando

⁴ Conocida en España como *Los vigilantes de la playa*.

a *Twiggy* o a Audrey Hepburn en la década de los 50. La modelo por excelencia que hacía referencia a este término, como hemos nombrado, era Kate Moss.

En cuanto al segundo término, llevado a cabo por la misma modelo, hace referencia al auge que tuvo el consumo de la cocaína. Los agentes del cambio querían reproducir, a través de una sesión fotográfica, los últimos días de verano y los primeros de otoño. Moss, se presentó como una chica delgada, con la cara lavada y fresca, el pelo al aire y unos diseños con prendas fáciles y cómodas. Tres años después de esa sesión, se atrevieron a empujar los límites de lo convencional con vestidos negros, ojos muy maquillados con colores oscuros y poses que mostraban la extrema delgadez. En resumidas cuentas lo que se pretendía era parecer yonkis, mujeres metidas en la cocaína y a las que les gusta la fiesta. Tom Ford criticó este estilo de mujer

"En la moda, el *hastío* es cool. El punto está en parecer que lo has visto todo, que lo has hecho todo; que lo has sido todo. Es una actitud que pretende intimidar, y la droga es el siguiente paso. Si parece que has estado de fiesta la noche entera se invocan todas esas imágenes en tu cabeza".

Queremos destacar que el cuerpo del hombre no ha tenido un canon de belleza tan marcado como el de la mujer. En la publicidad y en la moda ocupaba un lugar secundario. Es a partir de los años 80 cuando empieza a establecerse un ideal masculino, con la aparición de hombres esbeltos y bellos en el mundo del cine, moda y publicidad. Los movimientos feministas y la búsqueda de nuevos consumidores hicieron que el hombre apareciera con mayor frecuencia.

La imagen del hombre desde principios de siglo hasta finales sigue con la dinámica de Grecia y Roma; un hombre fuerte, marcado, seguro de sí mismo y guapo. Encontramos a un hombre de rasgos finos, belleza cautivadora, ojos sombreados de negro y una figura esbelta. Es entonces cuando los hombres delgados intentaban luchar contra otros más masculinos y fuertes. La llegada del sonido al mundo del cine, en el año 1926, hizo que estos contaran, además, de una voz grave, sensual y deseable. Destacaron Rodolfo Valentino, Clark Gable y Humphrey Bogart.

En los años 60, los hombres empiezan a adquirir importancia en la sociedad gracias a los medios de comunicación haciendo que se fije un referente masculino. Pero no es hasta los años 70 cuando empieza a aparecer un hombre distinto al que se había visto hasta

entonces. Por un lado existía una belleza ideal masculina con hombres más feminizados y unisex, con aspecto juvenil, cara de niño y pelo alborotado que a su vez transmitían dulzura y sensualidad. Destacaron Timothy Bottoms y Ryan O’Neill.

Por otro lado, nace un hombre influenciado por el periodo de formación gay ya que la hombría se vinculaba a los pechos desarrollados y brazos gruesos. A su vez es opuesto al del hombre con rasgos juveniles ya que éstos aparecen como *latin lover*⁵, con patillas, bigote, pelos en el pecho, fuertes y musculosos, derrochando masculinidad y testosterona. Con estas características de *machoman*⁶ destacó Buró Reynolds.

La cultura de Hollywood impulsó los cuerpos marcados, de voluminosos músculos, haciendo que surgiera un nuevo prototipo de hombre a raíz de la aparición de Stallone y Schwarzenegger, contaminado por el fisioculturismo. A pesar de este referente, también persistían los hombres varoniles, más delgados y con pelo con aires de galán. Triunfaron Michael Douglas y Mickey Rourke.

En los años 90, el hombre pierde su virilidad y empiezan a surgir modelos masculinos con rostros infantiles, rasgos femeninos y gran belleza física. Destacaron Brad Pitt y Di Caprio. Este nuevo prototipo de hombre dio paso a un modelo metrosexual en el año 2000, caracterizado por cuidarse igual o incluso más que la mujer.

7.7. Siglo XXI

A finales del Siglo XX aparecen las supermodelos que conviven a su vez con mujeres delgadas, de apariencia casi enfermiza. A partir del año 2000, el canon de belleza sigue persistiendo y continúa hasta la actualidad.

“La belleza de la mujer se asocia en la actualidad a un cuerpo entendido como perfecto si sigue unos cánones de delgadez y unas formas establecidas por la sociedad y difundidas por los medios de comunicación. Los investigadores sociales son unánimes al afirmar que los criterios de belleza vigentes en nuestra sociedad responden más a criterios mercantilistas que a modelos relacionados con la salud y el bienestar (Bernardo, 2003)”

⁵ La palabra *Latin lover* hace referencia al prototipo de amante latino propio de las telenovelas sudamericanas. Se caracteriza por el moreno de piel y cabello, por ser seductor y apasionado.

⁶ Este término hace referencia a hombres varoniles.

La cita de Bernardo hace referencia a que los medios de comunicación y la publicidad son los principales causantes de difundir un canon de belleza femenino delgado, llegando a ser perjudicial para la salud de la modelo y negativo para la sociedad, creando trastornos alimenticios entre las mujeres. A los medios de comunicación se les suman los centros de medicina y cirugía estética, quienes difunden ser capaces de conseguir “el cuerpo perfecto con el que siempre soñaste”. Esto ha causado que la sociedad de este siglo le dé una gran importancia a la buena imagen ya que nos han educado que las personas que le dan importancia a su cuerpo, y se cuidan, salen beneficiosas en el ámbito laboral, personal o social, adquiriendo mayores logros con respecto a los que no lo hacen. Por lo tanto, “poseer un cuerpo esbelto, joven y sano, permite sentirse integrado en la sociedad de consumo que rechaza los cuerpos que no se rigen por los códigos imperantes” (García-Ochoa, Y. C. pp. 229).

Por lo tanto, a principios de siglo, para ser considerada una mujer guapa debías ser delgada, joven, con gran belleza física. Esto provoca que el “yo real” no se acercara al “yo ideal” que la publicidad vendía. Concepto que estuvo muy presente a principio del siglo anterior donde el canon de belleza se establece en función a chicas “de la calle”.

Esta situación hizo que la pasarela Cibeles en 2006, tomara medidas en contra de la delgadez extrema de las modelos con la intención de frenar la imagen y el impacto que éstas estaban teniendo en la sociedad.

En cuanto a los hombres, al igual que en el caso de las mujeres, encontramos diversos prototipos. A principio de siglo nace el hombre *metrosexual*. Como se indicaba en el punto anterior, el movimiento homosexual y el feminista han hecho que la sociedad sea cada vez más libre e igualitaria. El hombre siempre ha tenido especial cuidado con su imagen, al igual que ha perseguido el ideal de belleza prefijado. Sin embargo, a mitad del siglo XIX y principios del XX, la figura del hombre se encuentra totalmente relegada al ámbito militar. Se era más hombre cuanto más vinculado se encontraba al ámbito bélico. En este contexto, el hombre se encontraba en el seno de una rígida e irrompible estructura de valores alejada por completo de lo sentimental y lo hedonista. Por este motivo, el hombre del Siglo XX descuida la imagen que tiene de sí mismo por considerar esta práctica como una actividad femenina. Como se ha mencionado anteriormente, en la década de los 70 esta serie de comportamientos por parte del varón acarrea una serie de problemas de comunicación y forma de ser en el mundo masculino. Es en estos años

cuando proliferan un conjunto de teóricos dispuestos a estudiar el por qué y las incertidumbres que encierra el fenómeno de la masculinidad tradicional. Es la primera vez en la historia que el propio hombre se concienza acerca de su manera de estar en el mundo y de relacionarse como hombre tocando de lleno los estudios de género. Esto desemboca en un período de crisis en el que la masculinidad tradicional comienza a tambalearse en gran parte agravado por los cambios sociales como la incorporación en el ámbito laboral y el movimiento homosexual. No encontramos con el caldo de cultivo perfecto para que se produzca el fenómeno de pluralidad de masculinidades de las que surgirá el hombre metrosexual.

Los medios de comunicación y la industria publicitaria son conscientes de las nuevas necesidades del hombre moderno y encuentran aquí una oportunidad para extender su propio mercado y obtener beneficios. El hombre metrosexual es delimitado y proyectado por los medios, proyectando una serie de estereotipos que terminan por calar en la sociedad. El hombre del siglo XXI tiene como referente la figura que se encuentra vinculada a los valores que los medios previamente deciden implantar acorde con sus políticas de empresa. Teóricos como Mark Simpson estudian este hecho, bautizando este nuevo modelo hijo del sistema capitalista como el metrosexual en 2003.

Este nuevo hombre se basa en un estilo de vida saludable, buena forma física, cuidado en sus peinados, cuidado con el pelo corporal, incluso inexistencia del mismo, altos y llamativos. En este estilo destaca David Beckham, quien a pesar de ser un futbolista, ha tenido influencia en la sociedad.

A lo largo del marco teórico se ha hecho un análisis de la evolución que ha sufrido el canon de belleza con el paso de los años. Los datos aportados y abordados han partido de las investigaciones de distintos especialistas acerca del ideal de belleza de un determinado momento. Se ha hecho un recorrido desde Grecia hasta los primeros años del Siglo XXI. Hasta el Siglo XX, las imágenes usadas por la presente investigación para ejemplificar el canon que se describe han sido esculturas y pinturas. Sin embargo, a partir del año 1900, con la aparición de la figura de “modelo”, se han usado fotos de referentes de la época. El marco teórico de la investigación comprende el estudio de cánones de belleza desde la Antigua Grecia hasta los primeros años del Siglo XXI y permitirá avanzar con el estudio de nuevos modelos y cánones de belleza que se impongan en la sociedad futura.

8. ANÁLISIS, RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Para el análisis del presente trabajo de investigación se han analizado tres diseñadores distintos en tres colecciones de tres años diferentes. La primera tabla creada nos sirve para analizar la evolución existente en cada desfile de cada diseñador. En algunos casos, la tabla ha sido dividida en pasarela de mujer y pasarela de hombre ya que la misma colección ha sido presentada en distintos desfiles, uno para cada sexo. Posteriormente, se ha creado una tabla que sirva como referencia a la hora de comparar las tres colecciones de distintos años de cada diseñador. La última tabla se ha usado para comparar a los diseñadores entre sí y ver cómo han evolucionado y en qué se diferencian. Estos datos nos van a servir para justificar los objetivos a alcanzar descritos en el punto 6.

8.1. Análisis y resultados de cada desfile

John Galliano

Para poder comprender la evolución de los modelos de Galliano es necesario hacer un inciso de su biografía.

John Galliano es uno de los diseñadores más prestigiosos y exitosos del mundo. Nacido en Gibraltar, se graduó posteriormente en una de las mejores escuelas del mundo, *Saint Martins* de Londres. Su desfile de final de carrera fue visto por Anna Wintour, directora de Vogue América, quien quedó cautivada por los diseños de Galliano. Gracias a este hecho, obtuvo el premio al mejor diseñador británico, fundó su propia marca y se trasladó a París contratado como director creativo por Givenchy y un año después por la *maison* de Christian Dior. Desde entonces, *John Galliano* y *Christian Dior* forman parte de LVMH⁷. En el año 2010, tuvo serios problemas con el alcohol lo que le llevó a su detención y acusación por declaraciones antisemitas y agresiones leves. Salieron a la luz diversas grabaciones de Galliano atacando a unas personas supuestamente judías. “La gente como usted tendría que estar muerta. Su madre, su padre, todos en la cámara de gas” “Amo a Hitler”. Este hecho le llevó a ser despedido como director creativo de Dior y de su propia firma. Hay que destacar ya que los diseños de la firma *John Galliano* no

⁷ LVMH responde a las palabras *Möet Hennessy – Louis Vuitton* y hace referencia a un conglomerado francés dueño de más de 60 marcas de renombre alrededor del mundo.

están hechos por él mismo sino por Bill Gaytten. Años posteriores, Galliano ha vuelto a salir a las pasarelas de la mano de la firma de Maison Martin Margiela.

Diseñador	John Galliano
Año de la colección	Spring. 1995. “Ready-to-Wear”
Tipo de modelo	Modelo “cuerpo perfecto”
Número de hombres	0
Número de mujeres	23
Número de andróginos	0
Tema del desfile	Estilo Pin-Up de Paris
Reivindicación del diseñador	Sensualidad y elegancia de la mujer de los años 90 a través de las supermodelos y vuelta al estilo de los años 50.

El primer desfile a analizar⁸ es del año 1995 de la colección de primavera. Como se ha explicado anteriormente, durante este desfile, Galliano trabajaba como director creativo para la firma Givenchy. Las modelos que aparecen en él corresponden al canon de belleza prefijado en la década de los noventa. Aparecen famosas supermodelos como Naomi Campbell, Linda Evangelista o Carla Bruni, entre otras. Mujeres altas, delgadas, con una gran belleza física.

Galliano con este desfile hace un llamamiento a la época pin-up de décadas anteriores con atuendos característicos de este estilo como escotes en forma de corazón, dejando los hombros al descubierto, faldas o pantalones entallados y de talle alto y zapatos de tacón alto acabados en punta. Las modelos muestran actitud y gestos sugerentes, sacando el lado más femenino de la mujer. Con este tipo de modelos, el diseñador pretende llegar a un gran número de espectadores ya que al acudir a referentes femeninos, los seguidores

⁸ *John Galliano Spring 1995 Ready-to-Wear Fashion Show*. (1995). *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1995-ready-to-wear/john-galliano>

van a ver a aquellas famosas idealizadas. Esto a su vez hace que la sociedad se fije en la modelo antes que en el diseño. Hay que destacar que no aparece ningún hombre en este desfile ni tampoco existe una *menswear* de esa colección dedicada a los hombres.



Naomi Campell desfilando para John Galliano en el año 1995

Diseñador	John Galliano
Año de la colección	Spring. 2007. "Ready-to-Wear"
Tipo de modelo	Modelo delgada
Número de hombres	0
Número de mujeres	51
Número de andróginos	0
Tema del desfile	<i>Dior</i> en un desfile de <i>John galliano</i>

Reivindicación del diseñador	Romper sus diseños extravagantes de pasarela para dar paso a ropa real.
-------------------------------------	---

Antes de analizar la segunda colección de John Galliano es importante hacer un inciso en la colección de primavera⁹ del pasado año ya que fue bastante llamativa al mostrar un tipo de modelo inusual. Galliano pretendió romper con el estereotipo de mujer y hombre delgado que se había impuesto desde la aparición de las supermodelos y los metrosexuales. Hacía mucho tiempo que se estaba viendo en las pasarelas el mismo tipo de modelo caracterizado por poseer una gran altura y un cuerpo delgado. El diseñador pretendió captar mediante ese desfile la atención del público, contagiado por este fenómeno, y reivindicar de manera moral que todo el mundo es bello. Por este motivo, mujeres y hombres desfilaron a la misma vez en la pasarela mostrando “parejas orgullosas y desiguales”. Por ello se pudo observar a un hombre anciano con una mujer guapa, alta y delgada, a dos hombres juntos de la mano, al igual que a dos mujeres, a una modelo *curvy* con un hombre delgado, a personas de distintas etnias... En este desfile no se aprecia un canon de belleza destacable ya que aparecen personas con fisionomías de todos los estilos.

Ahora bien, en este desfile del año 2007¹⁰, Galliano vuelve a sorprender al público abriéndolo con ropa de color blanco, algo inusual en él. Los diseños que se aprecian en esta temporada son menos extravagantes, acercándose más a una línea de *Dior* que a la firma del propio diseñador. Galliano pretende que su ropa “sea real”, es decir, que pase fácilmente de la pasarela a la calle para ser vendida y llevada por el público.

En cuanto al tipo de modelo que aparece en este desfile, se observan a mujeres delgadas, blancas de piel y con rasgos muy marcados, sin llegar a perder la feminidad, recordando a la Kate de los 90 durante su campaña de *Calvin Klein*. En cuanto al maquillaje, se ha optado por una piel limpia al estilo *no-make-up-make-up*¹¹ con unas cejas anchas y negras decoradas con pedrería. El corte de peinado con flequillo recto por encima de las cejas

⁹ Mower, S. (2005). *John Galliano Spring 2006 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2006-ready-to-wear/john-galliano>

¹⁰ Phelps, N. (2006). *John Galliano Spring 2007 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-ready-to-wear/john-galliano>

¹¹ No-make-up-make-up: se trata de maquillar el rostro con productos naturales dando una sensación de cara lavada y luminosa, con aspecto sano.

hace que el look sea aún más minimalista. Sin embargo, también aparecen otros más llamativos como moños “nido de pájaro”¹² a los que se les suma, en algunas ocasiones, pamelas extravagantes donde se aprecia a la perfección la esencia de Galliano.

La colección de primavera 2007 contaba con una línea masculina diseñada por Galliano. Por este motivo, es importante hacer un análisis de los modelos varones que salen en el desfile y determinar qué canon de belleza aparece.



May Andersen desfilando para John Galliano en el año 2007

Diseñador	John Galliano
Año de la colección	Spring, 2007. <i>Menswear</i>
Tipo de modelo	Metrosexual
Número de hombres	59
Número de mujeres	0

¹² Moño alto que recuerda a un nido de pájaro, con volumen y pelo cardado.

Número de andróginos	0
Tema del desfile	Frankenstein
Reivindicación del diseñador	Reivindicar que él es el científico loco de la moda a través de sus modelos caracterizados al estilo Frankenstein

La extravagancia de Galliano no deja de sorprender en el presente desfile¹³, al igual que en ninguno de los anteriores y posteriores. Podemos observar como el diseñador hace un guiño al personaje de ficción Frankenstein a través de la caracterización de los modelos, con cables dibujados por el cuerpo. Además recurre al *animal print*, en este caso de leopardo, para el diseño de las prendas masculinas.

El modelo que se puede ver en estos desfiles es un hombre alto, atractivo y con buena forma física, algunos diseños permiten ver la musculatura de los varones. Los rasgos faciales del sexo masculino son marcados, característica anatómica de los hombres, recordando al prototipo metrosexual: hombre con buen físico al que le importa el cuidado corporal y facial, a través de un estilo de vida saludable y productos de belleza que ayuden a mantenerla.

¹³ Blanks, T. (2006). *John Galliano Spring 2007 Menswear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-menswear/john-galliano>



Modelo desfilando para John Galliano en el año 2007

Diseñador	John Galliano
Año de la colección	Spring. 2016. "Ready-to-Wear"
Tipo de modelo	Delgado
Número de hombres	-
Número de mujeres	28
Número de andróginos	4
Tema del desfile	Geisha japonesa
Reivindicación del diseñador	Vuelta a los diseños excéntricos de Galliano

Para el análisis de este desfile se ha decidido escoger la colección de primavera del 2016¹⁴ por los característicos rasgos de los modelos seleccionados por el diseñador. Esta vez,

¹⁴ Mower, S. (2015). *Maison Margiela Spring 2016 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/maison-martin-margiela>

John Galliano pone de manifiesto sus diseños de la mano de la firma de *Maison Margiela*. Se puede apreciar claramente la inspiración oriental que tiene el desfile, presente siempre a lo largo de su carrera. A la hora de analizar el tipo de modelo que aparece cuesta saber el sexo del mismo. El diseñador se ha decantado por un juego de adivinanza basado en descubrir quién es mujer y quién es hombre. Los modelos parecen perchas cuya función es sujetar los diseños de Galliano. En el desfile se aprecia con cierta dificultad cuatro andróginos descubiertos al leer el nombre del modelo, no por la apariencia que tienen. Además los diseños dificultan saber si están dirigidos a hombres o a mujeres.

Las mujeres que aparecen son delgadas, altas y de piel pálida. Transmiten frialdad y se muestran como seres insípidos, con falta de vida. Sus rasgos faciales son marcados y mezclados a su vez con rasgos del sexo masculino. En cuanto a los andróginos, a simple vista parecen mujeres, con rasgos marcados, pero son hombres.

Al final del desfile, Galliano no aparece saludando al público, hecho que se repetía a lo largo de todos sus desfiles anteriores. Esto se debe a que la firma *Maison Margiela* nunca ha sacado al artífice de los diseños presentados, y Galliano quería respetar y continuar con dicha tradición.

La colección de primavera 2016 tiene diseños realizados exclusivamente para hombres, quienes desfilan en una pasarela distinta a la de la mujer. Sin embargo, esos diseños no han sido realizados por John Galliano sino por el equipo de la propia firma.



Andrógynos desfilando para *Maison Margiela* en el año 2016

Victoria's Secret

The Victoria's Secret Fashion Show es un show anual patrocinado por *Victoria's Secret*, una marca de lencería y ropa de dormir que utiliza el programa para promover y comercializar sus productos. El show cuenta cada año con algunas de las principales modelos de moda del mundo actual tales como Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Behati Prinsloo, Candice Swanepoel y Lily Aldridge.

Los primeros espectáculos, pertenecientes a los años 90, se llevaron a cabo en los días previos a San Valentín para promocionar la marca en este día de fiesta. Desde el año 2001, los espectáculos fueron trasladados antes de la temporada de vacaciones de Navidad. También en 2001, el espectáculo hizo su red de difusión de la televisión en *ABC*, aunque en años posteriores, se ha emitido en la *CBS*. El *Fashion Show* se ha celebrado en diferentes ciudades del mundo como Miami, Los Ángeles, Cannes, París y Londres. Los cuatro primeros espectáculos se llevaron a cabo en el Hotel Plaza de Nueva York, pero a raíz de haberse convertido en un evento televisado se ha celebrado en lugares como la Armería de Regimiento 69 en la ciudad de Nueva York.

Este espectáculo atrae a cientos de celebridades y artistas que actúan en el show. Cada año, de veinte a cuarenta modelos de moda de todo el mundo son seleccionadas para llevar a cabo el desfile. En un año típico, esto incluye media docena de mujeres conocidas como los *Ángeles de Victoria's Secret*, que ayudan a conocer el evento. Las alas de Ángel gigante usadas por los modelos, así como otras alas de varias formas y tamaños como mariposa, pavo real o alas de diablo, se han convertido en emblemáticas de la marca secreta de Victoria.

Diseñador	Victoria's Secret
Año de la colección	1995
Tipo de modelo	“Cuerpo perfecto”
Número de hombres	0
Número de mujeres	15
Número de andróginos	0
Tema del desfile	La mujer sexy
Reivindicación del diseñador	La sensualidad de la mujer

El desfile presente¹⁵ data del año 1995. Se divide en siete colecciones diferentes en las cuales se pasa de una a otra a través de un apagado de luces y pertenece a la temporada Primavera/Verano. La mujer que se representa es la de cuerpo perfecto. En este desfile no encontramos hombres ni andróginos, solo catorce mujeres que desfilan repetidamente combinando lencerías con prendas de dormir. En la primera parte, las modelos desfilan con lencería blanca y negra en su mayoría y algunas con camisetas ceñidas.

¹⁵ *Victoria's Secret First Fashion Show 1995*. (2016). *Imim Farson*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=dbPgrOXYQY0>

En la segunda parte, predominan las batas y los pantalones de pijama. En esta colección vemos tonos como el rosa o el morado, además del blanco y negro.

La tercera colección es la dedicada a las jóvenes adolescentes, por lo que se centra en prendas rosas como las batas, los pantalones o las faldas por debajo de las rodillas.

En la cuarta parte predominan los bodis en negro.

En la quinta, la lencería tiene estampados florales y los colores son alegres, predomina el rosa, el amarillo o el rojo.

En la sexta parte, las modelos desfilan con camisones largos, en los que vuelve a predominar el negro.

En la séptima y última parte destacan las telas similares a las de la cultura asiática.

El tipo de modelo que aparece en estos desfiles lo hemos nombrado en el presente trabajo como “cuerpo perfecto”. Se trata de mujeres que no son excesivamente delgadas pero tampoco llegan a estar totalmente fibrosas como las “chicas fitness”. Poseen gran altura, cintura pequeña y algo de cadera. Es decir, este tipo de mujeres tienen curvas en sus cuerpos manteniendo la delgadez. Además, tienen glúteos y pechos llamativos y piernas muy largas. A esto se le suma una gran belleza “a la que toda mujer quisiera aspirar”. Este tipo de modelo de “cuerpo perfecto” se conoce en la actualidad de manera coloquial como modelo “Victoria’s Secret” como consecuencia de ser las que desfilan para la firma.

La primera modelo Española en desfilan para esta firma fue Helena Barquilla, en este mismo año, y compartió pasarela con otras *tops* como Stephanie Seymour o Veronica Webb.



Modelo desfilando para Victoria’s Secret en el año 1995

Diseñador	Victoria's Secret
Año de la colección	2007
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto
Número de hombres	0
Número de mujeres	31
Número de andróginos	0
Tema del desfile	Primer segmento: Blade Runner; Segundo segmento: Age Of Elegance; Tercer segmento: Think Pink; Cuarto segmento: Rome Antique; Quinto segmento: Sureally Sexy; Sexto segmento: Deck the Halls
Reivindicación del diseñador	La sensualidad de la mujer

El desfile¹⁶ que nos ocupa data del año 2007 y se divide en seis colecciones o segmentos. La gala gira alrededor de ocho conocidas modelos; Heidi Klum, Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Karolina Kurkova, Selita Ebanks, Izabel Goulart, Marisa Miller, Miranda Kerr.

El *Fashion Show* fue presentado por Heidi Klum y contó con la colaboración especial de las Spice Girls, Seal y William James Adams. La gala comienza con la actuación de will.i.am interpretando *I Got It From My Mama*, mientras van desfilando las modelos a su alrededor. Esta colección trata la temática de *Blade Runner* en la que predominan las plumas, las piedras brillantes, los corsés y telas con estampados imitando pieles de animales como la jirafa o el guepardo.

En la segunda parte del desfile destacan las rayas en la lencería junto a corsés y capas transparentes. Las modelos llevan símbolos del mar como el ancla.

La puesta en escena de la tercera parte del desfile representa la línea joven de la firma, denominada *Think Pink*, la cual se dirige a las modelos que debutan por primera vez. Esta

¹⁶ *The Victorias Secret Fashion Show 2007*. (2015). *YouTube*. Recuperado 14 June 2017, a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=7BJIsuX2HzU>

vez, la lencería va acompañada de pompones, perros de peluche, grandes alas de colores, entre otros elementos, y predominan los tonos pastel. Todo ello acompañado de brillo.

Antes de comenzar el cuarto segmento, vuelve a salir en antena Seal, esta vez, acompañado de su entonces pareja y ángel Heidi Klum, en la que ambos interpretan *Wedding Day Live*.

El cuarto segmento trata la temática *Rome Antique*, en el que las modelos desfilan con capas repletas de plumas de colores o corsés con piedras preciosas, alrededor de una fuente, imitando a la Fontana di Trevi de Roma.

La quinta parte, denominada *Sureally Sexy*, comienza con una de las modelos desfilando con alas con un estampado azul con nubes blancas imitando a los ángeles. A continuación, salen las demás modelos con lencerías imitando a elementos musicales como la guitarra o el pentagrama.

La sexta y última parte comienza con la canción *Stop* de las Spice Girls. A continuación, Seal vuelve a cantar mientras las modelos van desfilando, esta vez interpreta el tema *Amazing*. La puesta en escena tiene de fondo un gran árbol de navidad y las modelos imitan a ángeles y adornos de navidad. En esta colección predominan el blanco y el rojo, junto a los elementos con brillo. Al final del desfile, Selita Ebanks presenta el Fantasy Bra, un sostén exclusivo de joyas realizado por un diseñador de joyería de renombre, el cual es usado desde 2001 en los desfiles como punto focal para la promoción del Show.



Adriana Lima Desfilando para *Victoria's Secret* en el año 2007

Diseñador	Victoria's Secret
Año de la colección	2016
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto
Número de hombres	0
Número de mujeres	57
Número de andróginos	0
Tema del desfile	Primer segmento: The Road Ahead; Segundo segmento: Mountain Romance; Tercer segmento: Pink Nation; Cuarto segmento: Secret Angel; Quinto segmento: Dark Angel; Sexto segmento: Bright Night Angel
Reivindicación del diseñador	La sensualidad de la mujer

El desfile¹⁷ que nos ocupa data del año 2016 y se divide en seis segmentos o colecciones. El *Fashion Show* contó con la colaboración especial de estrellas del pop como Lady Gaga, Bruno Mars o The Weekend. La gala gira alrededor de doce conocidas modelos; Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Lily Aldridge, Martha Hunt, Stella Maxwell, Josephine Skriver, Romee Strijd, Elsa Hosk, Jasmine Tookes, Lais Ribeiro, Taylor Hill y Sara Sampaio. Cabe destacar que en el *Fashion Show 2016* desfilaron caras mundialmente conocidas, como son Bella y Gigi Hadid, Kendall Jenner, la menor de las hermanas Kardashian, o Irina Shayk. En la primera parte, titulada *The Road Ahead*, las modelos visten lencería acompañada de disfraces de cabezas o alas de dragones, kimonos o plumas de colores, en honor a la cultura china, a la cual se quiere expandir el Show. En esta colección predominan los colores fuertes y llamativos, como el amarillo, el verde o el rojo.

¹⁷ *Victoria's Secret Fashion Show 2016 Full*. (2015). *Izlesene.com*. Recuperado 14 June 2017, a partir de https://www.izlesene.com/video/victorias-secret-fashion-show-2016-full/8676888?utm_source=player&utm_medium=referral&utm_campaign=player_info_izlesene_embed

La segunda parte del desfile, titulada *Mountain Romance*, comienza con la actuación de Lady Gaga cantando *Million reasons*, vestida con traje negro y rojo, acorde con los tonos del escenario. A continuación, entran las modelos desfilando a su lado. Esta colección es un paralelismo con el decorado, en el que las modelos imitan con su vestimenta las flores que nacen en las montañas, reflejando la juventud y belleza de las modelos.

La tercera parte pertenece al segmento *PINK* del *Show*, es decir, la parte dedicada a las jóvenes. La apertura de este segmento la hace Bruno Mars. El cantante de pop realiza una actuación en la cual interpreta la canción *Chunky*, mientras las modelos más jóvenes de la firma, con lencería y complementos en color rosa, van desfilando por la pasarela.

La cuarta parte del desfile gira en torno a la actuación de The Weekend, en la que canta *Star boy* en el centro del escenario mientras las modelos, vestidas con chaquetas o gabardinas hechas de charol en su mayoría como si fueran espías secretas, desfilan bailando al ritmo de la canción.

El quinto segmento, titulado *Dark Angel*, vuelve a comenzar con una actuación de Lady Gaga, en la que canta *Baby let's get high* en medio del escenario mientras las modelos desfilan a su alrededor, al igual que con The Weekend. Esta colección destaca por el predominio del color negro, al que hace referencia el título del segmento. Las modelos llevan grandes alas de plumas negras.

El último segmento, *Bright Night Angel*, acaba con la actuación de *24 magic* de Bruno Mars. En esta colección las modelos llevan lencería con piedras y prendas brillantes. Al final del desfile, Jasmine Tookes fue la encargada de llevar el Fantasy Bra.



Alessandra Ambrosio desfilando para *Victoria's Secret* en el año 2016

Karl Lagerfeld

Karl Lagerfeld es uno de los diseñadores más conocidos en todo el mundo, y debe gran parte de su éxito a la labor para la firma de Coco Chanel, a su actividad como fotógrafo y a sus apariciones públicas con celebridades del mundo del espectáculo o *top models*.

El inicio de la carrera de Lagerfeld tiene su origen en París, ciudad a la que emigró en el año 1953 con 20 años. A los 22 años fue premiado con un puesto de trabajo en la casa de modas *Pierre Balmain*, tras haber ganado un concurso patrocinado por el Secretariado Internacional de Lana.

Karl se hizo creador independiente colaborando con diferentes casas de moda que incluyen nombres como *Chloé*, *Fendi* y *Chanel*. Años más tarde, en los 80, fundó su propia marca, llamada *Lagerfeld*, la cual lanzó perfumes y líneas de ropa.

Actualmente, es director creativo de *Chanel* y realiza personalmente las campañas publicitarias de la casa, con sus propias fotografías.

Diseñador	Karl Lagerfeld
------------------	----------------

Año de la colección	1995
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto / metrosexual
Número de hombres	6
Número de mujeres	23
Número de andróginos	0
Tema del desfile	Porter woman
Reivindicación del diseñador	La igualdad de género en las vestimentas

El desfile que nos ocupa data del año 1995. Se divide en siete partes y pertenece a la colección Primavera/Verano. La temática de esta colección se denomina *Porter woman* o mujer portero, la cual hará su aparición al principio o al final de cada parte de la colección. La colección se divide en cinco partes y al final de cada una de ellas aparece una mujer acompañada de seis hombres.

Las modelos enseñan los diseños más femeninos de *Chanel* con vestidos y bañadores ceñidos de colores llamativos, vestidos por debajo de la rodilla y pantalones de pata de elefante combinados con tops y chaquetas, trajes de chaqueta con faldas por encima de las rodillas, pantalones de talle alto ceñidos y bikinis bajo camisetas con nudos y, por último, camisones de seda de distintos colores con brillos.

El tipo de modelo que aparece en este desfile es el de mujer alta, delgada, con curvas, con pecho y glúteos llamativos y perfectos para la ropa de baño y con una belleza abismal. Durante el desfile se puede apreciar a algunas *tops* del momento como Claudia Shiffer y Naomi Campell. La actitud que muestran las modelos es de mujer segura, divertida, sensual y sexy.

En cuanto a los hombres, quienes quedan en un segundo plano, siguen el canon establecido de los 90, varones altos, guapos y fuertes.



Naomi Campbell desfilando para *Chanel* en el año 1995

Diseñador	Karl Lagerfeld
Año de la colección	Spring. 2007. “Ready-to-Wear”
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto / hombre delgado
Número de hombres	6
Número de mujeres	58
Número de andróginos	0
Tema del desfile	Moderno Chanel
Reivindicación del diseñador	Moderno Chanel sin olvidar los orígenes de la firma

En este desfile del año 2007¹⁸, Karl se centra en un estilo moderno en el que sus modelos visten prendas transparentes. Los diseños que resaltan en esta colección tratan en su mayoría mini-faldas, vestidos por encima de las rodillas, bodis y shorts. Prendas ligeras y femeninas combinadas con puños de oro, pulseras, collares de perlas y cuñas de

¹⁸ Mower, S. (2006). *Chanel Spring 2007 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-ready-to-wear/chanel>

plataforma con brillos. Karl presenta esta colección en blanco y negro, aunque con algunas prendas en tono pastel. En cuanto a los hombres, visten pantalones acompañados de camisas o polos debajo de las chaquetas.

Respecto al tipo de modelo que aparece en el desfile, podemos observar a mujeres altas, delgadas y con un pecho no muy prominente. Los bañadores dejan ver los perfectos cuerpos que poseen, con cintura estrecha y cadera más ancha. Sin embargo, no se aprecia musculatura en sus cuerpos. En cuanto a los rasgos de la cara, vemos cómo se repiten las cejas anchas y no muy señaladas, los ojos rasgados y los rasgos faciales marcados. El peinado se caracteriza por un recogido sencillo con la raya hacia un lado.

Refiriéndonos a los hombres que desfilan en esta colección, observamos modelos de estatura media, delgados con brazos musculosos. Lagerfeld deja a un lado a los metrosexuales para decantarse por un hombre más delgado, con menos musculatura y con una apariencia más desarreglada.



Daria Werbowy desfilando para *Chanel* en el año 2006

Diseñador	Karl Lagerfeld
Año de la colección	Spring. 2016. "Ready-to-Wear"
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto / Metrosexual

Número de hombres	4
Número de mujeres	47
Número de andróginos	0
Tema del desfile	La vida en el aeropuerto
Reivindicación del diseñador	La idea de cómo debería verse la sociedad vistiendo <i>Chanel</i>

El presente desfile pertenece a la colección Spring del año 2016¹⁹. Karl Lagerfeld sigue sin abandonar los estampados propios de la marca Chanel. El desfile está inspirado en la vida que sucede a diario en los aeropuertos. Al comienzo del desfile, aparecen cuatro hombres, altos, guapos y fuertes, portando unas maletas y vestidos con el mismo traje, haciendo una alusión a los pilotos de avión. Posteriormente, aparecen las mujeres guapas, altas y delgadas, algunas con maletas y otras con gafas de sol. En este desfile aparece Kendall Jenner, uno de los rostros más conocidos en la sociedad del Siglo XXI.

Destacan los total look con estampados geométricos, simétricos y otros asimétricos, algo propio y usual de los diseños clásicos de *chanel* destinados a un público femenino, elegante, sexy y sensual.

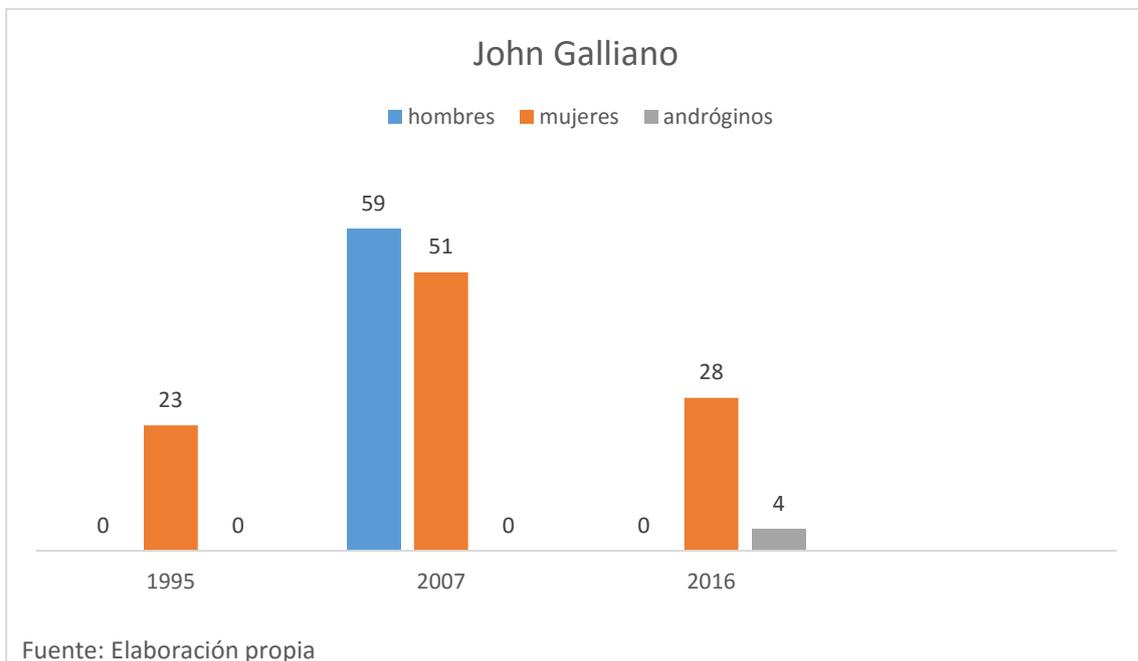
¹⁹ Mower, S. (2015). *Chanel Spring 2016 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>



Kendall Jenner desfilando para *Chanel* en el año 2016

8.2. Análisis y resultados de cada diseñador

Gráfico 1



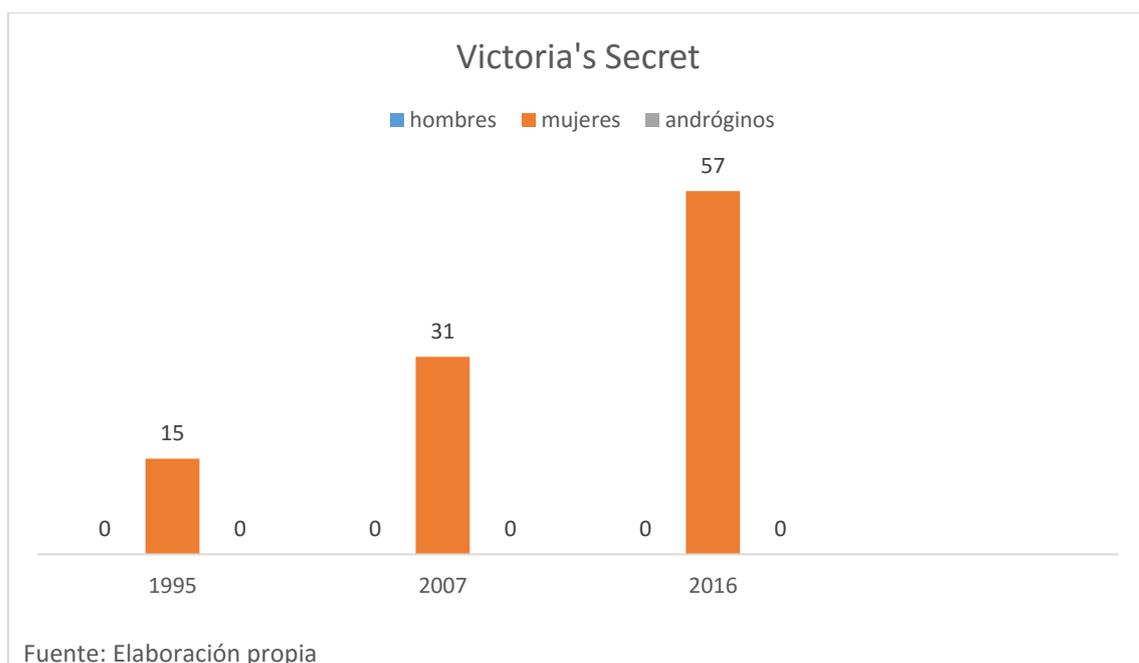
John Galliano es uno de los diseñadores que más ha evolucionado en sus diseños y en el tipo de modelo deseado para llevarlos. Comenzó con modelos femeninas y conocidas por la gran audiencia, las supermodelos, como Naomi Campbell, Linda Evangelista o Carla Bruni durante su etapa como diseñador de *Givenchy*. La decisión de escoger a este tipo

de modelo se corresponde con el público al que se dirigía la marca, mujeres femeninas, sensuales, elegantes y sexys. Además de esta idea, la estrategia de elegir a supermodelos para llevar los diseños era puro marketing ya que el desfile iba a ser visto por millones de fans y sus diseños iban a ser comprados.

Tras de este tipo de mujer, Galliano se decantó por otro más delgada ajustado al canon de belleza de los primeros años del Siglo XXI. Mujeres no reconocidas socialmente ni famosas, de extrema delgadez, blancas de piel y de gran altura. Hay que destacar que este tipo de modelo sigue sin perder la feminidad y sensualidad propia de la mujer. En cuanto a los hombres, se ha analizado un desfile del año 2006 donde se aprecia a la perfección el prototipo metrosexual descrito en el marco teórico. Hombres altos, fuertes, guapos, arreglados y cuidados. Hay que destacar que Galliano divide sus diseños en hombres y mujeres. Por lo tanto, el dato del año 2006 son dos desfiles distintos, uno de mujer y otro de hombre, de la colección de primavera, una para féminas y otra para varones.

En los últimos desfiles de Galliano, trabajando para la firma *Maison Margiela*, el tipo de modelo que ha vestido sus diseños ha evolucionado hasta ser “una percha dedicada a portar sus diseños” con la intención de fijar la mirada del público hacia la ropa y no hacia la persona que la lleva. Modelos cada vez más “sosos” e “insípidos” e incluso elementales donde cada vez se tiende más a lo andrógino, en personas como en ropa.

Gráfico 2



Victoria's Secret, posiblemente sea la firma de ropa que menos ha variado a lo largo del tiempo. Siempre ha mantenido sus diseños sexys y sus modelos despampanantes, hecho que ha causado que sus *shows* sean los más famosos y esperados en el mundo.

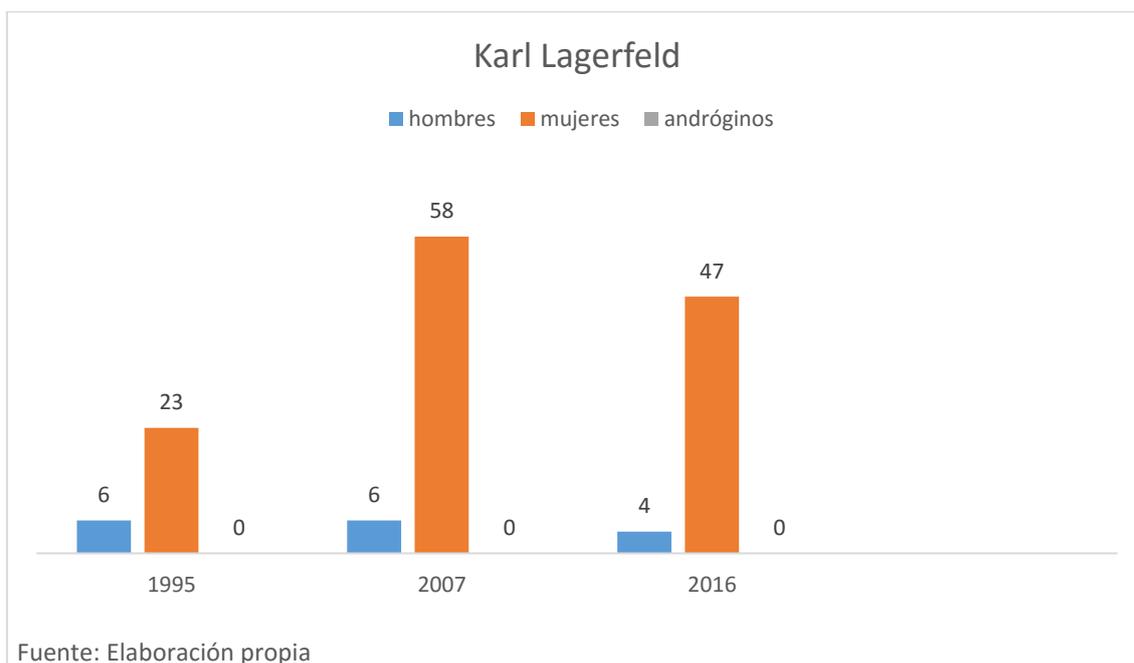
En el año 95, la firma contaba con un pequeño número de modelos en sus desfiles dado que era la época en la que se estaba empezando a conocer. Las chicas que aparecen tienen un buen físico y gran belleza. Sin embargo, a la vista está que los cuerpos no estaban tan definidos con respecto a los modelos actuales. Cabe destacar que la lencería que sacaba la firma en ese año se ajustaba a la moda del momento; bragas anchas y grandes, sujetadores sin relleno ni copa y nada de brillo, todo muy básico. Además los modelos no llevaban ningún accesorio o disfraz que los hiciera deslumbrar ni desfilaba ninguna *top model* famosa del momento.

En el año 2007 observamos cómo se ha producido un aumento en el número de modelos. A pesar de seguir manteniendo la estética de “cuerpo perfecto”, las mujeres tienen unos cuerpos más llamativos, con cinturas más finas y caderas ligeramente más anchas, unos pechos bastante voluminosos en comparación con sus cuerpos y unos glúteos perfectos para la lencería. Sus rostros son marcados, con labios gruesos y ojos grandes. Aquí ya empiezan a parecer caras conocidas por la sociedad como Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Miranda Kerr y Heidi Klum, entre otras. Los diseños que llevan son mucho más llamativos, con encajes, pedrería, sujetadores con copas y relleno para alzar el pecho y braguitas más pequeñas para dejar visible la parte del glúteo. Todos estos diseños van acompañados por disfraces y accesorios referentes al tema que trata el desfile en ese momento. La pasarela cuenta con una escenografía espectacular, con música en directo y bailarines, propios de un *show*.

El año 2016 no difiere del desfile del año 2006. Los modelos siguen el mismo canon y los *shows* la misma estética. Algunas modelos vuelven a aparecer como Adriana Lima o Alessandra Ambrosio, con el mismo físico que hace diez años.

Hay que hacer un hincapié en la estricta dieta y rutina deportiva que hacen los “Ángeles de Victoria's Secret” para desfilan una vez al año en ese *show*. Esta vida tan estricta se ve reflejada en los espectaculares cuerpos y cuidados faciales que tienen. Además siempre muestran una actitud de mujeres sexys, seguras de sí mismas, sensuales y con carácter, capaces de comerse el mundo y que éste esté a sus pies.

Gráfico 3

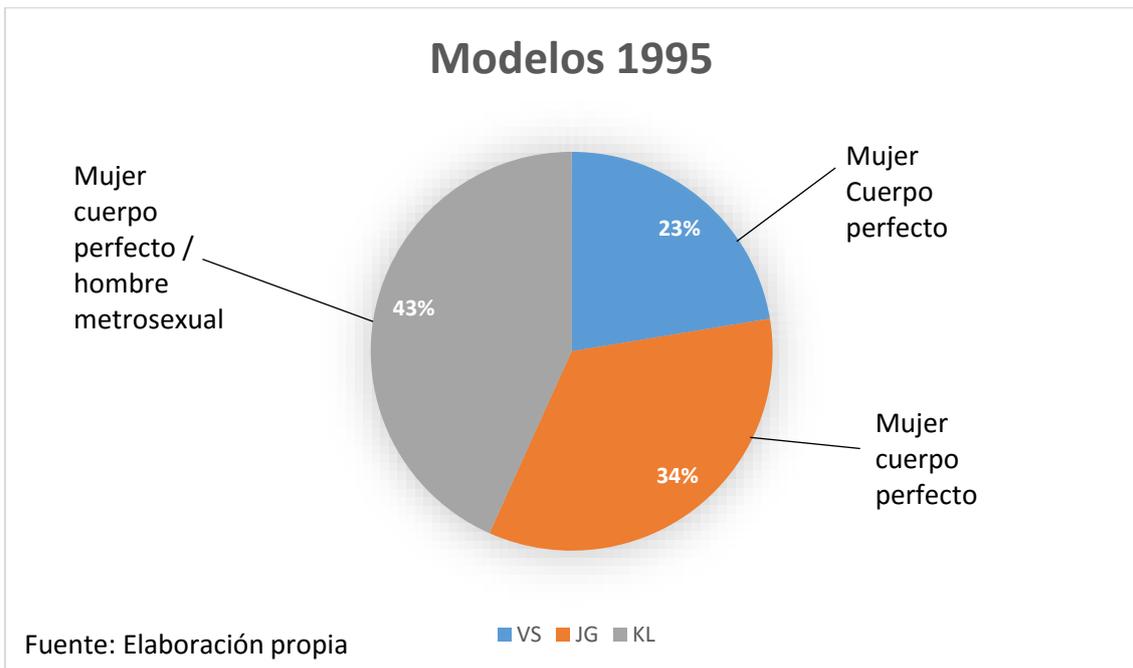


Karl Lagerfeld empezó a diseñar para la firma *Chanel* en el año 1995 y ha seguido diseñando para esta, entre otras muchas, hasta la actualidad. A lo largo de todos sus desfiles ha mantenido de manera constante el mismo tipo de modelo femenino, mujeres con unos cuerpos espectaculares, altos, delgados y con ligeras curvas, y con rasgos faciales femeninos y bellos. En sus desfiles centra toda la atención en la mujer, quedando el hombre relegado a un segundo plano. En la gráfica se puede apreciar la gran diferencia que hay entre el número de mujeres y de hombres en los desfiles. Es importante destacar que en sus desfiles siempre han aparecido caras conocidas con el propósito de que estos sean vistos y seguidos por la gran audiencia.

El tipo de mujer para llevar sus diseños en la pasarela ha sido escogido en función al público al que va dirigida la marca, mujeres elegantes, sexys y sensuales. De esta manera, al ver los diseños y las mujeres que los llevan van a desear tenerlos para poder ser como las modelos que ven.

8.3. Análisis y resultados de cada año

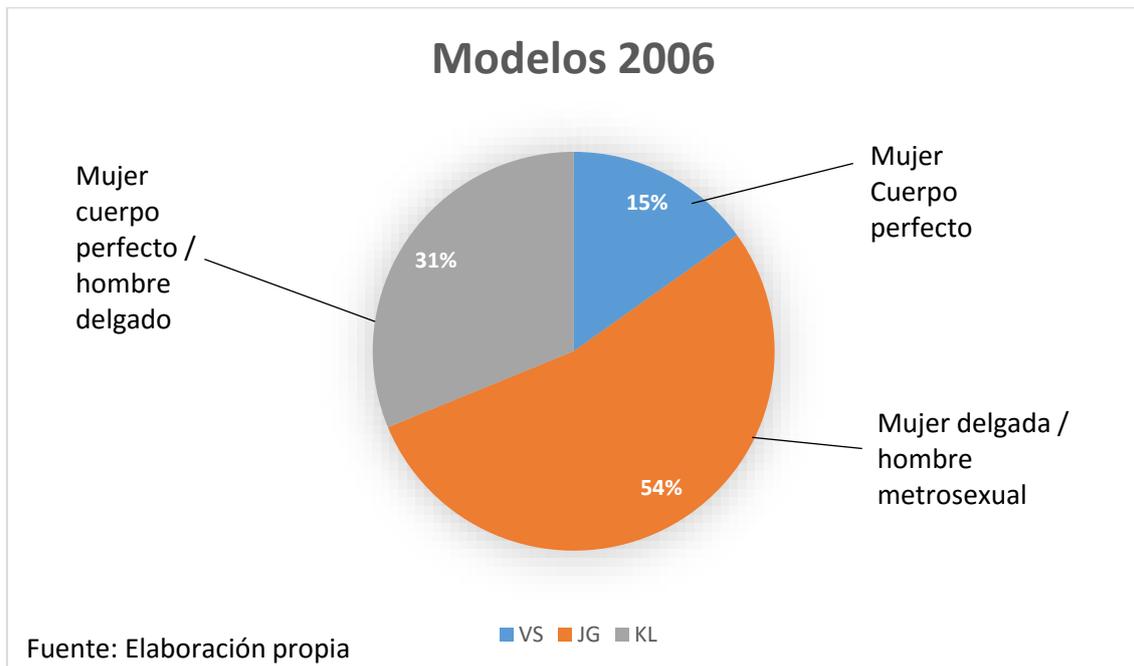
Gráfico 4



En el año 1995 podemos observar que el diseñador que más modelos usó para su desfile fue Karl Lagerfeld, seguido de John Galliano y la firma Victoria's Secret. En cuanto al tipo de modelo que aparece en estos desfiles claramente es la mujer alta, delgada, con curvas y gran belleza. Como se ha comentado en los gráficos anteriores, la aparición de las *top models* al final de los años 80 y principios de los 90 hizo que muchos diseñadores, como se puede observar en el gráfico, contaran con ellas para sus desfiles ya que de esta manera ganaban audiencia y la implicación de gran parte de la sociedad ya que más que un fenómeno de moda era un fenómeno social.

En cuanto a los hombres, apreciamos que en este año existen muy pocos modelos masculinos. Solo Karl Lagerfeld sacó a 6, guapos, altos y fuertes, pero quedan relegados en un segundo plano para darle protagonismo a la figura de la mujer.

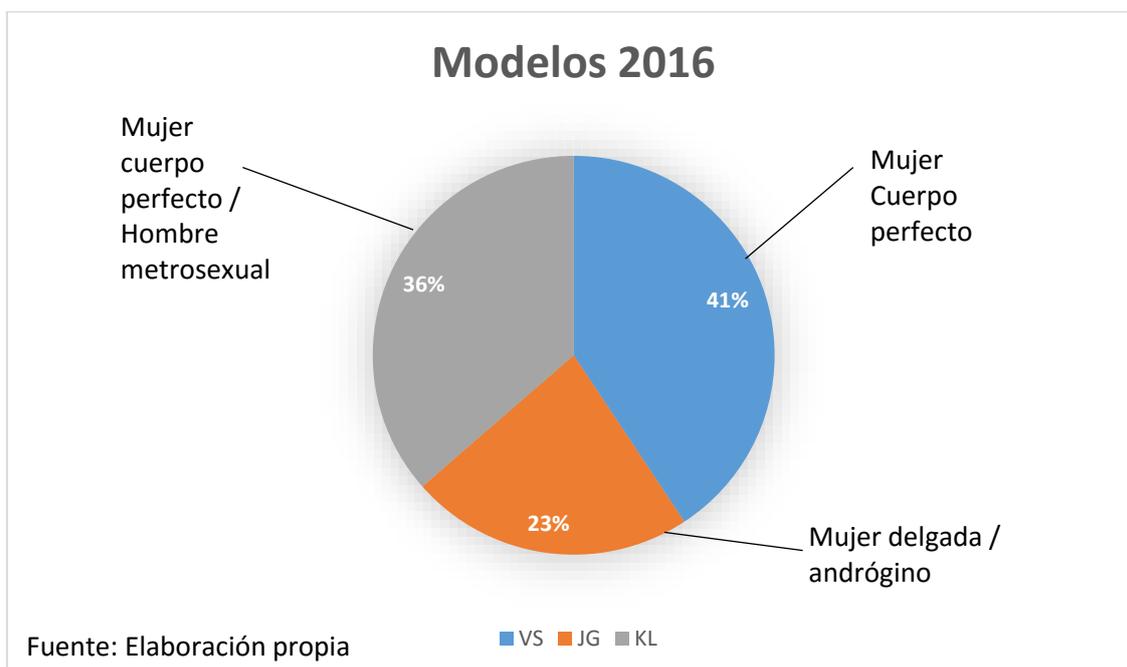
Gráfico 5



En el año 2006 las diferencias entre el tipo de modelo que usan los diseñadores para sus desfiles empieza a diferenciarse más. Hay que señalar que John Galliano divide sus desfiles entre la pasarela de hombres y la de mujeres ya que la propia marca del diseñador cuenta con una línea exclusiva de hombres. Éstos cuentan con una buena forma física, donde se puede apreciar en los brazos y el torso, con gran altura y belleza facial. Los rasgos de la cara son marcados y sin imperfecciones. En cuanto a los de Karl Lagerfeld, quienes desfilan en la misma pasarela que las mujeres, son más delgados que los de Galliano, no se aprecia la musculatura y tienen la espalda más estrecha además de poseer menor estatura. Por lo tanto, son menos llamativos que los de Galliano.

En cuando a las mujeres, tanto Victoria's Secret como Karl Lagerfeld coinciden en el mismo prototipo de mujer, siguiendo con la misma de 1995. No obstante hay que señalar que las modelos de la firma lencera son más sensuales y llamativas tanto por sus rasgos como por el cuidado de su cuerpo, donde se aprecia que tienen algo más de musculación. En el lado contrario, observamos como Galliano toma como referencia a modelos mucho más delgadas, con cuerpos menos llamativos y menos musculados y caras que pasan más desapercibidas.

Gráfico 6



En el año 2016 las diferencias entre los diseñadores son más notables que otros años e incluso aparece un nuevo tipo de modelo, el andrógino.

Karl Lagerfeld y Victoria's Secret siguen en la línea de años anteriores con las modelos de cuerpo perfecto, altas, delgadas y con ligeras curvas. Sin embargo, las de Victoria's Secret, como comentábamos en el gráfico anterior, son más explosivas y despampanantes, al igual que van más maquilladas y con la melena suelta para llamar más la atención. Al igual que los otros años, estas dos referencias usan modelos famosas con el objetivo de que sus desfiles sean vistos por el gran público.

Galliano empieza a sacar en sus desfiles modelos más "sosas", no llamativas y con rasgos faciales bastante inusuales. A su vez, en sus desfiles empiezan a aparecer los andróginos que son personas con rasgos propios del sexo opuesto. A simple vista parecen mujeres, al igual que las otras que desfilan, pero si miramos el nombre observamos que son hombres. Además, los diseños que llevan no ayudan a averiguar el sexo del modelo. Este tipo de modelos son usados por Galliano para que el público centre la mirada en sus diseños y deje a un lado la persona que los lleva. Por lo tanto vemos como estos modelos hacen una función de "percha andante".

En cuanto a los hombres, solo Karl Lagerfeld saca a 4 en la pasarela para abrir el desfile y, al igual que en los pasados años, este queda en un segundo plano.

Por lo tanto, en esta gráfica se puede observar que cada vez más diseñadores van variando el prototipo de modelo en sus desfiles, al contrario del año 1995, donde la gran mayoría de los diseñadores contaba con modelos espectaculares en sus desfiles, desviando la mirada de los espectadores hacia ellos.

Como se comentó en la metodología, se ha realizado una encuesta a 34 personas para ver cuál era el canon de belleza que tenía cada una de ellas. Sin embargo, antes de entrar en los resultados es necesario comentar, además de los ideales de belleza o tipos de modelo que han sacado los tres diseñadores analizados, otros cánones que han surgido a lo largo del Siglo XXI.

En el año 2004 la marca *Dove* realizó una campaña publicitaria basada en la “belleza real”. Esta campaña consistió en mostrar cuerpos de mujeres sin retoques fotográficos, donde se observaba celulitis, kilos de más, pecas, canas, estrías... Todo mostrado con total naturalidad. Esta campaña abrió paso a que cada vez “más mujeres reales” empezaran a salir en publicidad y televisión.

Este hecho hizo que se pusieran de moda los modelos *curvy*²⁰, volviendo a los modelos de los años 50. *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Glamour* y *Elle* se empezaron a sumar a esta moda, sacando en sus páginas a modelos con cuerpos voluminosos y con curvas. Destaca Ashley Graham, Myla Dalbesio, primera modelo *curvy* de *Calvin Klein*, y las españolas Lorena Durán y Marisa Jara.

Por otro lado, este siglo se caracteriza por la revolución de internet. Las Redes Sociales han propiciado la aparición de las nuevas *it girls*, *influencers*²¹ o *bloggers*. Este nuevo concepto ha sido una de las causas de la vuelta de las supermodelos. Encontramos a mujeres como Kendall Jenner, Gigi Hadid o Bella Hadid, con gran impacto en internet. Muchos diseñadores luchan porque alguna de las supermodelos de la actualidad salgan en sus desfiles ya que, gracias a ellas, tienen asegurado que su desfile será visto por millones de personas. Además de este fenómeno encontramos a las “chicas fitness” que

²⁰ El término *curvy* es bastante subjetivo. Su definición no está clara ni delimitada. La palabra hace referencia a modelos con curvas, al estilo de Marilyn Monroe, o de “tallas grandes”.

²¹ Persona que tiene influencia en la sociedad a través de las redes sociales.

han revolucionado algunas redes sociales como *Instagram* o *Facebook* a raíz de compartir vídeos de sus entrenamientos o dietas. Sus cuerpos se caracterizan por un torso con pecho bastante voluminoso, normalmente suele ser operado, un abdomen marcado donde se aprecian a la perfección los abdominales, unos glúteos voluminosos, redondos y alzados, a causa del entrenamiento, y unas piernas muy definidas.

En el lado opuesto observamos en numerosos desfiles a modelos que sirven como percha para llevar los diseños de las grandes firmas, con la intención de centrar la mirada en la ropa y no en la cara de la persona que la lleva. Como se ha mencionado anteriormente, estos modelos se han visto reflejados en los desfiles de Galliano tanto con mujeres extremadamente delgadas como con andróginos. Este prototipo de modelo ha traspasado las pasarelas para incorporarse a las tiendas *online* como *Zara*.

Comentamos que a principios de siglo aparece la figura del metrosexual pero con el paso de los años, en contraposición a este tipo de hombre surge el lumbersexual, conocidos coloquialmente como los *híster*. La palabra hace referencia a un “chico leñador”, con camisa de cuadros, pantalones rotos, botas de montaña, barba desaliñada pero a su vez atractivos. El psicólogo Luis Muiño, en una entrevista al periódico ABC, lo definía como “hombre barbudo, con camisa a cuadros y que exuda feromonas. Es básico, asilvestrado, muy vinculado a la figura del nuevo hippie, a la naturaleza y que en teoría, no cuida su imagen”. Este nuevo canon de belleza masculino pretendía acercarse y ajustarse a la sociedad.

Cuando hablábamos de mujeres hacíamos referencia al término *curvy*. En el caso de los hombres aparece el término *fosfisano*²² para describir a hombres atractivos con “algún que otro michelin de más”. Esta nueva tendencia surge a raíz de un artículo publicado por Mackenzie Pearson, estudiante de la Universidad de Clemson, donde defendía que las mujeres actuales sienten un mayor deseo por los hombres jóvenes y ligeramente “fofos”, más naturales y humanos, dejando de lado a los cuerpos de gimnasio. Hay que destacar que esta moda adquirió mayor importancia cuando diversos famosos americanos, como Leonardo DiCaprio, Ben Affleck o Jason Segel, mostraban libremente este nuevo modelo de hombre en las playas.

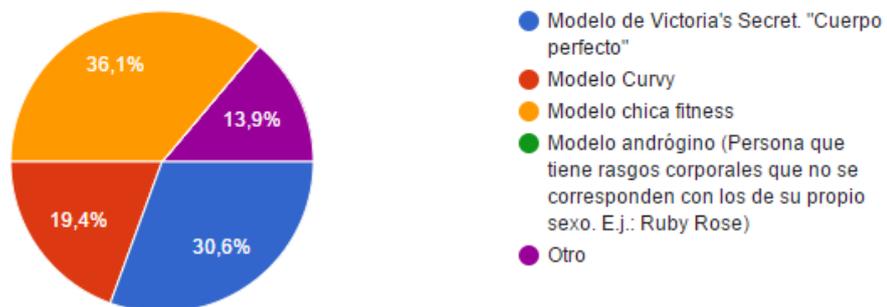
²² Conocido también como *gordiflaco* o *Dad Bod* “cuerpo de papá”

8.4. Encuesta

La siguiente encuesta, realizada a 36 personas, se ha formulado con el objetivo de averiguar cuál es el ideal de belleza de cada entrevistado.

¿Cuál es su ideal de belleza femenina?

36 respuestas



Como podemos observar, el ideal de belleza no está claramente definido, los datos obtenidos están bastante equilibrados entre ellos. El canon de belleza con un mayor porcentaje, 36%, es el de “chica fitness”, seguido de modelo de Victoria’s Secret, con un 30.6% y modelo *curvy*, con un 19.4%.

En la casilla de “otro”, con un 13.9%, las respuestas han sido variadas:

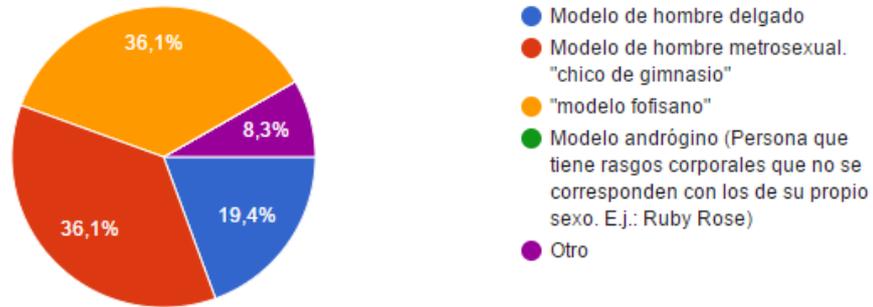
- “La belleza es secundaria”
- “El modelo de Victoria’s secret también es fitness. Elijo las dos”
- “Intermedio entre *curvy* y *fitnees*”
- “Alguien que esté normal y eso no es delgadísimo”
- “Sana”

Por último, el andrógino ha obtenido un 0%.

En cuanto a los hombres, los datos obtenidos han sido los siguientes:

¿Cuál es su ideal de belleza masculina?

36 respuestas



Al igual que en el caso anterior, observamos una equidad entre los datos.

Los dos cánones de belleza que han obtenido mayores resultados han sido el modelo de hombre metrosexual y el modelo de hombre “fofisano” con un 36.1% cada uno seguido del modelo de hombre delgado, con un 19.4%.

En cuanto a la casilla de “otro” los datos obtenidos han sido de un 8.3 % y las respuestas han sido las siguientes:

- “Hombre definido pero no to petado”
- “Hombre como Jon Kortajarena, delgado, alto y guapo”.
- “Jon Kortajarena”

Por último, el modelo andrógino ha obtenido un 0%.

Tras haber analizado las referencias de la moda, John Galliano, Karl Lagerfeld y Victoria’s Secret, y la encuesta a 36 personas, se han obtenido una serie de conclusiones.

Actualmente no existe un único ideal de belleza establecido en la sociedad. En ambas encuestas se ha comprobado que en la diversidad está la riqueza, en este caso de distintos ideales de belleza donde se aprecia la pluralidad de gustos. Los resultados obtenidos han sido equitativos, no se ha apreciado que un dato resalte de manera exagerada del resto.

La moda introduce heterogeneidad de cuerpos dejando a un lado la difusión de mujeres y hombres perfectos para centrarse en el público al que va dirigido. Galliano da preferencia

a sus diseños a través de “modelos perchas”, Lagerfeld a mujeres femeninas y menos exuberantes que los “ángeles de Victoria’s Secret” y la firma de ropa interior femenina acude a modelos que encajen con el perfil de diseños que exponen al público, chicas sensuales, femeninas, con cuerpos perfectos y rostros de gran belleza.

El modelo andrógino es utilizado por múltiples diseñadores para centrar la mirada en los diseños y que las personas que los porten queden al margen de los modelos, suponiendo a veces una distracción para los receptores.

Con los datos comparativos de los desfiles de 1995 se ha comprobado que el trabajo de modelo de pasarela quedaba restringido a mujeres, no interesaban los hombres. Sin embargo, actualmente los modelos de ambos sexos tienen interés social en la medida en que los hombres aparecen en desfiles propiamente masculinos y tienen su propia pasarela, independiente a la de las mujeres, conocida como *menswear*.

9. CONCLUSIONES

El ideal de belleza es un valor diacrónico que no se mantiene a lo largo del tiempo. Se ajusta a cada etapa histórica transformándose y adaptándose a los gustos, demanda e intereses de la sociedad en ese momento. El canon de belleza puede coincidir en diversos períodos a lo largo del tiempo, pero siempre está sujeto a las preferencias sociales.

A lo largo de cada etapa histórica ha existido un único canon de belleza preferente en la sociedad. Sin embargo, en la actualidad se ha observado que no existe un único ideal de belleza prefijado que la sociedad desee seguir y aspirar a él. Este valor se adapta cada vez más a los gustos y preferencias individuales. Se ha producido por los diversos movimientos sociales haciendo que las personas sean cada vez más libres, abiertas e igualitarias mentalmente, por lo que hombres y mujeres se encuentran en la misma posición social.

Los hombres siempre han estado preocupados por el físico y la consecución del ideal establecido, incluso más que las mujeres. Observamos como en la Antigua Grecia y Roma el cuerpo del hombre era símbolo de admiración y poder. Sin embargo, a partir del neoclasicismo deja de darle importancia produciéndose en los primeros años del Siglo XX una ruptura en el concepto masculino, rechazando el hecho de amarse a sí mismo por su condición varonil, producida por el rechazo a las personas homosexuales. Es entonces

cuando se produce un auge de la preocupación de las mujeres por su físico llegando incluso a la obsesión, con trastornos saludables, por alcanzar el prototipo prefijado en la sociedad. La obsesión del sexo femenino surgió por el alejamiento del canon de belleza y el físico de las personas del día a día. Los modelos pasan a ser ídolos a los que aspirar. La publicidad y los medios de comunicación propiciaron la aparición del hombre metrosexual haciendo que éste volviera a tener preocupación por establecer y alcanzar un canon de belleza. Además, las campañas de publicidad empezaron publicar mujeres con diferentes cuerpos reivindicando que toda persona.

En todo este ámbito se manifestó, como se comentó en el marco teórico, una preocupación en el mundo de la moda por la tendencia, cada vez más fuerte, a sacar a modelos extremadamente delgadas. Cibeles limitó, en el año 2006, el peso mínimo de las modelos para poder desfilan. Además, los diseñadores empezaron a acudir a modelos menos llamativos físicamente y se empezaron a incorporar personas andróginas en los desfiles.

Por lo tanto, tras los análisis expuestos en el presente trabajo, se ha llegado a la conclusión de que el canon de belleza depende de los gustos individuales de cada persona. Encontramos diversos prototipos como mujeres *curvy*, mujeres delgadas, mujeres con “cuerpos perfectos”, mujeres *fitness* así como hombres “fofisanos”, hombres metrosexuales, hombres delgados y hombre en forma. Todos ellos en su conjunto forman el ideal de belleza actual.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Diccionarios

- Belleza (2017). Recuperado a partir de <http://dle.rae.es/?id=5Jw7ezp>

Libros:

- MITOS. (1998) (1st ed., p. 89). Madrid.
- G. Aguiar, J. (2017). *¡Ámame por ser bello! Masculinidad=cuerpo+eros+consumo* (1st ed., pp. 269-284).
- García-Ochoa, Y. C. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Icono14*, 8(3), 11.

- DIEGO, Estrella de. (1992). *El andrógino sexuado: eternos ideales, nuevas estrategias de género*. Madrid Visor.
- RIELLO, Giorgio. (2016). *Breve historia de la moda: desde la Edad Media hasta la actualidad*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Farías Milla, Grace. (2011) *El ideal de belleza femenina en la literatura del siglo XII. Un análisis a Tristán e Isolda y Los nueve Lais Bretones*, Revista Historias del Orbis Terrarum, Anejos de Estudios Clásicos, Medievales y Renacentistas, ISSN 0718- 7246, vol. 2, Santiago, 2011, pp.18-29

Artículos:

- *Women's Body Image and BMI: 100 Years in the US*. rehabs.com. Recuperado 23 May 2017, a partir de <http://www.rehabs.com/explore/womens-body-image-and-bmi/>
- Benavent, V. (2016). *"Heroin chic": por el lado más salvaje de la vida*. Harper's Bazaar. Recuperado 26 May 2017, a partir de <http://www.harpersbazaar.es/moda/tendencias/heroin-chic-tendencia-decada-90>
- Madrazo, J. (2017). *Belleza, sí, pero ¿qué es eso?*. Scielo. Recuperado 11 May 2017, a partir de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-04622006000100002
- Pérez Parejo, R. (2006). *El canon de belleza a través de la Historia: un método de descripción de personas para alumnos de E/LE*. *Pendientedemigracion.ucm.es*. Recuperado 11 May 2017, a partir de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero34/canonbe.html>
- Martín Llaguno, Marta (2002): *La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 50.. Ull.es. Recuperado 26 May 2017, a partir de <https://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina50mayo/5005mllaguno.htm>
- Dietris Aguilar: *La mujer y el tiempo: canon estético y desvíos en tres artistas del Renacimiento: Garcilaso, Fray Luis y Giorgione- nº 37 Espéculo (UCM)*. (2017). *Pendientedemigracion.ucm.es*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero37/mutiempo.html>
- Pérez Curiel, C. y Luque Ortiz, S. (2014). *La Infoxicación de los grupos de poder en las publicaciones de moda. Análisis de calidad de contenidos en las revistas especializadas de moda: De Vogue América a Telva España*.

Ámbitos (32), pp. 91-101. Recuperado el 15 de junio de 2017 de: http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/12910/Ambitos_32_10.pdf?sequence=1

Enlaces web

- Yorokobu. (2013). *La evolución del canon de belleza femenino a través de los tiempos*. Recuperado 11 May 2017, a partir de <http://www.yorokobu.es/canon-de-belleza-femenino/>
- Gatuna, N. (2007). *Análisis de los cánones de belleza masculino y femenino*. Doriforas.blogspot.com.es. Recuperado 11 May 2017, a partir de <http://doriforas.blogspot.com.es/2013/01/analisis-de-los-canones-de-belleza.html>
- “BELLEZA MEDIEVAL”. (2015). *Pulchritudosite.wordpress.com*. Recuperado 15 May 2017, a partir de <https://pulchritudosite.wordpress.com/2015/11/03/canones-de-belleza-iii/>
- *Metodología*. (2017). Recuperado 23 May 2017, a partir de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/correa_g_a/capitulo3.pdf
- Fernandez Navarro, D. (2012). *THE GIBSON GIRL – Un ideal de belleza... a la manera norteamericana.... VESTUARIO ESCÉNICO*. Recuperado 23 May 2017, a partir de <https://vestuarioescenico.wordpress.com/2012/12/22/the-gibson-girl-un-ideal-de-belleza-a-la-manera-norteamericana/>
- *LA BELLEZA EN EL S. XX*. (2007). *LOS CÁNONES DE BELLEZA A LO LARGO DE LA HISTORIA*. Recuperado 26 May 2017, a partir de <https://canonesbelleza.wordpress.com/2007/05/24/la-belleza-en-el-s-xx/>
- *Antonio Canova*. (2017). *Es.wikipedia.org*. Recuperado 13 June 2017, a partir de https://es.wikipedia.org/wiki/Antonio_Canova#Cultura_neocl.C3.A1sica
- *El hombre y la mujer en el romanticismo y el mito del amor sublime*. (2017). *Bitacoraaragon.blogspot.com.es*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://bitacoraaragon.blogspot.com.es/2014/02/el-hombre-y-la-mujer-en-el-romanticismo.html>
- *John Galliano Spring 1995 Ready-to-Wear Fashion Show*. (1995). *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1995-ready-to-wear/john-galliano>

- Blanks, T. (2006). *John Galliano Spring 2007 Menswear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-menswear/john-galliano>
- Mower, S. (2006). *Chanel Spring 2007 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-ready-to-wear/chanel>
- Mower, S. (2005). *John Galliano Spring 2006 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2006-ready-to-wear/john-galliano>
- Mower, S. (2015). *Maison Margiela Spring 2016 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/maison-martin-margiela>
- Mower, S. (2006). *Chanel Spring 2007 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-ready-to-wear/chanel>
- Mower, S. (2015). *Chanel Spring 2016 Ready-to-Wear Fashion Show*. *Vogue*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>

Audiovisual

- *Victoria's Secret First Fashion Show 1995*. (2016). *Youtube*. Recuperado 13 June 2017, a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=dbPgrOXYQY0>
- *The Victorias Secret Fashion Show 2007*. (2015). *YouTube*. Recuperado 14 June 2017, a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=7BJIsuX2HzU>
- *Victoria's Secret Fashion Show 2016 Full*. (2015). *Izlesene.com*. Recuperado 14 June 2017, a partir de https://www.izlesene.com/video/victorias-secret-fashion-show-2016-full/8676888?utm_source=player&utm_medium=referral&utm_campaign=player_info_izlesene_embed

11. ANEXO

Grecia

Amazona herida de Policleto



Doríforo de Policleto



El Apolo de Belvedere



Laocoonte



Edad Media

Helen of Troy, Evelyn de Morgan



Renacimiento

David de Miguel Ángel



El nacimiento de Venus de Sandro Botticelli



Neoclasicismo

Las Tres Gracias de Antonio Canova



Siglo XX

Dibujos de Charles Dana Gibson



Camille Clifford



Norma Talmadge



Barbara Stanwyck



Lena Horne



Marilyn Monroe



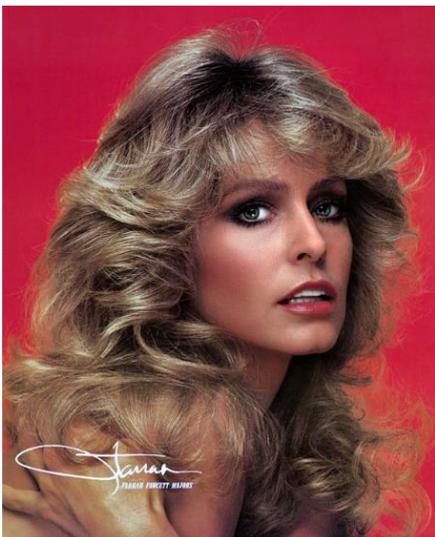
Leslie Lawson, conocida como Tiggy



Sophia Loren



Farah Fawcett



Karen Carpenter



Jane Fonda



Claudia Schiffer



Stephanie Seymour



Cindy Crawford



Naomi Campbell



Pamela Anderson



Kate Moss



Rodolfo Valentino



Clark Gable



Humphrey Bogart



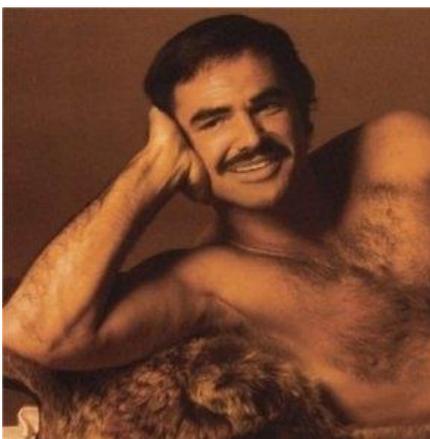
Timothy Bottoms



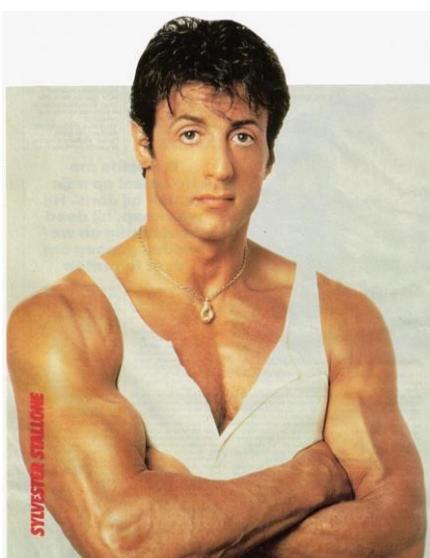
Ryan O'Neill



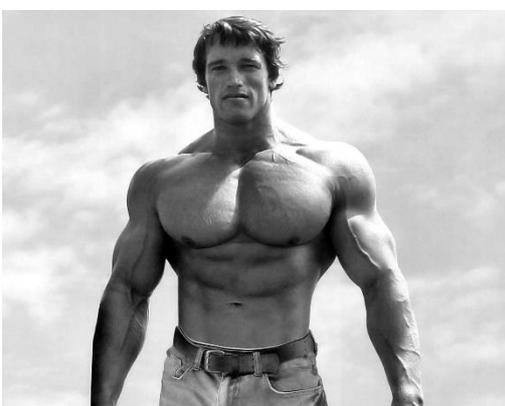
Buró Reynolds



Silvestre Stallone



Arnold Schwarenegger



Michael Douglas



Brad Pitt



Leonardo Di Caprio



Siglo XXI

David Beckham



Modelo de hombre “fosisano”



Lumbersexual



Modelo de mujer *fitness*



Modelo de mujer *curvy*



Naomi Campbell desfilando para John Galliano en el año 1995



May Andersen desfilando para John Galliano en el año 2007



Modelo desfilando para John Galliano en el año 2007



Andrógino desfilando para *Maison Margiela* en el año 2016



Modelo desfilando para Victoria's Secret en el año 1995



Adriana Lima desfilando para *Victoria's Secret* en el año 2007



Alessandra Ambrosio desfilando para *Victoria's Secret* en el año 2016



Naomi Campbell desfilando para *Chanel* en el año 1995



Daria Werbowy desfilando para *Chanel* en el año 2007



Kendall Jenner desfilando para *Chanel* en el año 2016



Tabla 1.

John Galliano				
Colección	1995	2007		2016
		Ready-to-wear	Menswear	
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto	Delgado	metrosexual	Delgado / andrógino
Nº Hombres	0	0	59	0
Nº Mujeres	23	51	0	28
Nº Andróginos	0	0	0	4
Tema	Estilo Pin-Up de París	<i>Dior</i> en un desfile de <i>John Galliano</i>	Frankenstein	Geisha Japonesa
Reivindicación	Sensualidad y elegancia de la mujer de los años 90 a través de las supermodelos y vuelta al estilo de los años 50.	Romper sus diseños extravagantes de pasarela para dar paso a ropa real.	Reivindicar que él es el científico loco de la moda a través de sus modelos caracterizados al estilo Frankenstein	Vuelta a los diseños excéntricos de Galliano

Tabla 2

Victoria's Secret			
Colección	1995	2007	2016
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto	Cuerpo perfecto	Cuerpo perfecto
Nº Hombres	0	0	0
Nº Mujeres	15	31	57
Nº Andróginos	0	0	0
Tema	La mujer sexy	Primer segmento: Blade Runner; Segundo segmento: Age Of Elegance; Tercer segmento: Think Pink; Cuarto segmento: Rome Antique; Quinto segmento: Sureally Sexy; Sexto segmento: Deck the Halls	Primer segmento: The Road Ahead; Segundo segmento: Mountain Romance; Tercer segmento: Pink Nation; Cuarto segmento: Secret Angel; Quinto segmento: Dark Angel; Sexto segmento: Bright Night Angel
Reivindicación	La sensualidad de la mujer.	La sensualidad de la mujer	La sensualidad de la mujer

Tabla 3

Karl Lagerfeld			
Colección	1995	2007	2016
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto / metrosexual	Cuerpo perfecto / hombre delgado	Cuerpo perfecto / metrosexual
Nº Hombres	6	6	4
Nº Mujeres	23	58	47
Nº Andróginos	0	0	0
Tema	Porter Woman	Moderno <i>Chanel</i>	La vida en el aeropuerto
Reivindicación	La igualdad de género en las vestimentas	Moderno <i>Chanel</i> sin olvidar los orígenes de la firma	La idea de cómo debería verse la sociedad vistiendo <i>Chanel</i>

Tabla 4

1995			
Nombre	Victoria's Secret	John Galliano	Karl Lagerfeld
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto	Cuerpo perfecto	Cuerpo perfecto / metrosexual
Nº Hombres	0	0	6
Nº Mujeres	15	23	23
Nº Andróginos	0	0	0

Tabla 5

2007			
Nombre	Victoria's Secret	Karl Lagerfeld	John Galliano
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto	Cuerpo perfecto / hombre delgado	Delgado / metrosexual
Nº Hombres	0	6	59
Nº Mujeres	31	58	51
Nº Andróginos	0	0	0

Tabla 6

2016			
Nombre	Victoria's Secret	Karl Lagerfeld	John Galliano
Tipo de modelo	Cuerpo perfecto	Cuerpo perfecto / metrosexual	Delgado / Andrógino
Nº Hombres	0	4	0
Nº Mujeres	57	47	28
Nº Andróginos	0	0	4