

# RE/CONSTRUYENDO A LA NUEVA MUJER. PRESIÓN ESTÉTICA SOBRE EL CUERPO FEMENINO EN LA ACTUALIDAD. UN ANÁLISIS FÍLMICO

Arruabarrena Ubetagoyena, Ane. Universidad de Cádiz. aufane@gmail.com

## Resumen

La Nueva Mujer, independiente y con inquietudes tanto personales como profesionales, que avanza en visibilidad y representación, se ve también sometida al doble yugo de la tradición y la modernidad. Nuestra sociedad ha visto cómo la tasa de natalidad ha ido decreciendo progresivamente mientras llegaba la ‘liberación femenina’ y la consecuente entrada de las mujeres en el mercado laboral, por lo que una mujer de más de treinta años y sin un compromiso sentimental o sin visos de formar una familia tradicional constituye un elemento ‘desestabilizador’ para el sistema. A pesar de los avances a nivel superficial, seguimos recibiendo constantes mensajes desde distintas plataformas, para que nos identifiquemos con las tipologías normalizadoras del ‘ser mujer’. Entre ellas está el cine, y en especial el denominado *woman’s film*, películas sobre y para mujeres, que siguen patrones aparentemente repetitivos, sencillos e inofensivos, pero que esconden mensajes de valor ético y moral que pueden ejercer una poderosa influencia sobre las espectadoras, sin que éstas se percaten. Se trata de una discriminación mucho más dañina y peligrosa que el castigo físico: es el control de nuestra subjetividad y el maltrato a nuestra autoestima a través de nuestros cuerpos.

## Palabras claves

Nueva mujer/cuerpo/feminidad/subjetividad/autoestima/liberación  
femenina/sexualidad/neutralización/*women’s film*/teoría fílmica feminista

## Introducción

La sociedad de consumo, que se apodera de todo lo que puede y transforma todo lo imaginable en digno de consumir o incluso en producto de primera necesidad, ha jugado su gran baza con la Nueva Mujer.

Las mujeres occidentales han estado sometidas a lo largo de la historia al deseo de sus hombres y a la imagen que la sociedad y la religión había construido para ellas. Con la llegada de la modernidad y el concepto de ciudadanía en el siglo XVIII, la sociedad se dividió entre lo público y lo privado, y las mujeres quedaron relegadas a un segundo plano, dependientes de los hombres y sin posibilidad de una vida autosuficiente. A pesar de los logros de la primera ola del feminismo y de la inserción laboral de las mujeres debida a la falta de hombres, que habían dejado sus puestos de trabajo para enrolarse, a mediados del siglo XX cuando, terminada la guerra, los hombres volvieron del frente, las mujeres se convirtieron en ángeles del hogar, dedicadas en cuerpo y alma a cuidar de sus maridos, hijas e hijos. La llegada de los electrodomésticos las convirtió en consumidoras potenciales, y una parte del mercado, reservado hasta entonces solo a los



hombres, se abrió también para ellas. Es cierto que seguían siendo los maridos quienes compraban, pero las mujeres pedían. Esto supuso un gran salto para la mentalidad capitalista: las mujeres ya no eran tan solo reproductoras, se convertían también en consumidoras de los productos relacionados con el ámbito de lo privado. Sus casas debían ser perfectas, limpias y relucientes, la comida que preparaban exquisita, y su aspecto angelical. Las revistas femeninas proliferaron y se convirtieron en la nueva Biblia de aquellas mujeres, diciéndoles cómo debían vestir y comportarse. Siguiendo los dictámenes de la sociedad del momento, empresas cosméticas y editoriales se unirían para promulgar modelos de mujer que las féminas tenían que seguir para entrar en la norma, para convertirse en la mujer perfecta.

Estamos en el siglo XXI y parece que la situación de las mujeres en Occidente ha cambiado radicalmente. Estudian, trabajan fuera de casa, y tienen los mismos derechos y deberes legales que los hombres. Cada vez más mujeres ocupan puestos de gran responsabilidad y tienen altos cargos políticos. La mujer avanza en responsabilidades, en visibilidad, en representación, pero se ve, a su vez, sometida al doble yugo de la tradición y la modernidad. Podemos tener inquietudes y ambición más allá de las paredes de nuestros hogares, pero no podemos perder nuestra feminidad. Valores como la fuerza, la seriedad, el coraje o la inteligencia han estado tradicionalmente ligados a los hombres, mientras que de las mujeres se resaltaba su inestabilidad, su actitud recatada y su debilidad: el sexo débil, como lo conocemos, no puede perder su 'esencia' para acceder a terrenos que antes le eran vedados. Una mujer independiente, exitosa y segura de sí misma puede resultar amenazadora para el orden patriarcal, por lo que es necesario neutralizarla. El modo más eficaz es hacerla sentir discordante, fuera de la norma y por tanto de la sociedad, lo que se consigue por medio del control de su subjetividad y del ataque contra su autoestima: una mujer poderosa no puede ser a la vez femenina, y la pérdida de la feminidad es la pérdida del valor como mujer. El control sobre esa feminidad, sobre la esencia femenina representada en el cuerpo y las maneras de las mujeres, se construye en base a la imagen que estos intereses proyectan sobre nosotras. Intereses de procedencia compleja y dispersa, propiciados por el orden social que reniega del acceso de las mujeres al poder, y que tiene como grandes escuderos a los mercados de la cosmética y al editorial, que transmiten a la opinión pública los modelos que el orden solicita, obteniendo como contrapartida grandes ganancias de las consumidoras, devotas de esta nueva religión que es la estética femenina.

Desde que una niña alcanza la pubertad se convierte en un ser susceptible de ser deseado. La sociedad valora a los adolescentes por su inteligencia, su simpatía y sus aptitudes físicas para el deporte, principalmente. Mientras, una adolescente inteligente, simpática y deportista corre el riesgo de ser considerada un 'marimacho'. Las niñas aprenden desde muy pequeñas que para gustar a los chicos tienen que ser guapas y delgadas, y las revistas para adolescentes se encargan de confirmarles dicha idea. Igual ocurre en la escuela, entre amigos y en la familia. A pesar de que se fomentan otros valores, y que en la actualidad está generalizada la valoración de las niñas también en el ámbito intelectual, no deja de alabarse la belleza de las muchachas mientras que un niño simpático y sociable es sinónimo de éxito, al margen de si es más o menos agraciado.

Las mujeres crecemos siendo conscientes de que nuestro objetivo principal es agradar, y para gustar a los demás no basta con que seamos cultas, inteligentes y desenvueltas. Todo eso sirve de poco si no lo acompañamos con un físico que se adecue al canon

creado para nosotras. Así, crecemos con la autoestima minada desde muy jóvenes; empezamos a recorrer nuestro camino como personas adultas con una presión social que resuena en nuestros oídos cada vez con más fuerza, y que dista mucho de la sensación del hombre de que puede conseguir lo que se proponga tan sólo por su valía.

La que se conoce como la Nueva Mujer, una persona que puede vivir sus inquietudes con libertad, busca –si los busca- compañeros de viaje con esa misma premisa. Y sin embargo, los hombres parecen asustarse con mujeres que ya no los necesitan, sino que simplemente los quieren. Las mujeres con más éxito profesional y social tienen más problemas para emparejarse que las que mantienen el rol femenino tradicional. Por supuesto, no pueden buscarse culpables en este hecho. Las circunstancias son variadas igual que lo son las mujeres, pero sí es cierto que mientras se publicita la imagen de la Nueva Mujer por doquier, resulta menos peligrosa la mujer que no se sale de la norma. Pasados los treinta, lo que en la veintena se veía como un espíritu libre e inquieto se convierte en un carácter ‘raro’, y en una ofensa para la sociedad, puesto que no entra en las reglas socialmente aceptadas. No por más sabido es menos cierto que una mujer soltera que haya entrado en la treintena es una ‘solterona’, y un hombre de la misma edad se convierte en ‘soltero de oro’. Los años de fertilidad de las mujeres son finitos, y pasada una edad, el tiempo para una mujer que desee ser madre biológica parece que juega en contra. En una sociedad que ha visto cómo la tasa de natalidad ha decrecido proporcionalmente a la ‘liberación femenina’ y la consecuente entrada de las mujeres en el mercado laboral, una mujer de más de treinta años y sin un compromiso sentimental o sin visos de formar una familia tradicional es un elemento ‘desestabilizador’ para el sistema. Por mucho que se haya avanzado a nivel superficial, siguen marcándonos los clichés de la mujer que vive para atrapar a un hombre y el hombre que huye del compromiso. Y lo siguen haciendo porque, aunque de manera más sutil, son mensajes que se nos transmiten incesantemente desde diversas plataformas, entre ellas el cine, como trataremos de demostrar en estas páginas.

La mujer actual ha interiorizado que tiene que ser joven y esbelta, y se afana en conseguirlo asumiéndolo como una tarea más en su larga lista. Con la asunción de cada norma nace una nueva, más férrea que la anterior, que exige a las mujeres más esfuerzo y más gasto. Con este método, la mujer nunca consigue llegar a un punto en el que se sienta bien; busca constantemente mejorar para alcanzar un ideal que la sociedad le marca y que se construye cada vez sobre bases más imposibles. La belleza femenina se medía a mediados del siglo XX por la pureza, la elegancia y la discreción de los ángeles del hogar. La mujer tenía que ser coqueta, cuidar su higiene y cuidarse en el vestir. La preocupación máxima del ángel del hogar en este sentido era que su marido, al llegar a casa, la encontrara deseable. Ahora, con una presión cada vez mayor sobre nuestros cuerpos y la perfección de estos, la mujer tiene que ser siempre atractiva, de día en el trabajo, de noche en una fiesta, en bañador en la playa, o desnuda en la cama.

Ya no basta con resultar agradables a la vista de los hombres, ahora tenemos que estar perfectas para cualquier mirada: en el trabajo, en un bar, en los vestuarios del gimnasio, en la piscina... El control sobre nuestros cuerpos ha llegado a la desnudez, en la que aparecen elementos prohibidos como la celulitis, las estrías, la flaccidez,... incluso el vello, perfectamente aceptado y a veces incluso vanagloriado en los hombres, resulta grotesco en un cuerpo femenino. Esta obsesión por la tersura y firmeza de la piel se traduce en horas de gimnasio, cremas reductoras, anticelulíticas, reafirmantes, inyecciones homeopáticas, acupuntura, masajes drenantes o liposucciones, por citar

algunas de las opciones para buscar la perfección de la silueta. Opciones, todas ellas, que contribuyen a engordar –paradójicamente- el mercado del culto al cuerpo.

El atractivo físico en el ser humano en general, pero la perfección en el caso de las mujeres, sale de sus hogares y se instala también en el lugar de trabajo. Con el mismo currículum, una mujer joven, delgada y atractiva tendrá más opciones de conseguir un puesto de trabajo que la que no lo es. En muchas ocasiones también conseguirá el trabajo a pesar de que su currículum sea peor que el de la mujer menos agraciada. Y sea como fuere, haya conseguido el puesto por su valía profesional o no, en el trabajo se comentará que está allí sólo por su físico. El físico de la Nueva Mujer resulta de vital importancia en el ámbito laboral, ya sea por ser socialmente deseable como por no serlo. Pero para bien o para mal, y en puestos de gran responsabilidad, la mujer no puede evitar que su imagen sea siempre motivo de comentarios.

Esta necesidad de la que hablábamos de ser perfectas incluso en la desnudez puede resultar arrolladora para nuestra autoestima. Vivimos una liberación sexual por el paso de la dominación religiosa a la dominación civil, y las mujeres somos cada vez más capaces de vivir libremente nuestra sexualidad. Sin embargo, en este momento es la estética la que se convierte en escollo para que disfrutemos del sexo con igual libertad que los hombres. Las insatisfacciones con partes de nuestro cuerpo provocan en nosotras miedos a la hora de enfrentarnos a nuevos compañeros sexuales, y la necesidad de que la otra persona nos desee puede ser superior al deseo de sentir. Las mujeres somos conscientes de que somos observadas, deseadas, admiradas, pero nosotras no observamos, no analizamos a la persona que tenemos de frente en su desnudez. Nuestros parámetros son distintos en lo que respecta a los requisitos para hombres y mujeres.

Se dice que no hay peor crítico con una mujer que ella misma. Y es cierto. Pero no podemos llevarnos a engaño: la regulación que hace la mujer de sí misma es el resultado de años de presión moral, social y consumista sobre su aspecto físico. Las reglas han ido extendiéndose a varios frentes, difuminándose hasta *invisibilizarse*. Pero que no se vean no significa que no estén. Ya no están sólo en el sistema, sino también, y sobre todo, en las propias mujeres, que han interiorizado las exigencias hasta convertirlas en una parte natural de sus vidas.

En la opulenta sociedad occidental, la comida ya no es solo un producto de primera necesidad, sino también un placer, incluso un exceso. La obesidad se ha convertido en un problema generalizado de salud, igual que lo fue antes - y lo sigue siendo en otras zonas del mundo- la desnutrición. La sociedad consumista compra cada vez más comida, pero tiene prohibido engordar. Se trata de regular nuestros placeres, y como siempre, la regulación es mayor en el caso de las mujeres. Tenemos mucho que comer, pero si queremos ser deseables tenemos sólo dos opciones: controlar y limitar los alimentos que podemos ingerir (producto de nuestra propia auto-regulación), o comer por placer y someternos después a los más variados y costosos métodos para perder el peso ganado.

La Nueva Mujer tiene que ser siempre delgada, pero también por siempre joven y atractiva. Su cuerpo se convierte en un objeto de deseo que hay que cuidar, e ir reparando con el paso del tiempo. A medida que la mujer de éxito va madurando, aumenta su poder adquisitivo. El mercado, consciente de la potencialidad de este

segmento, es cada vez más exigente y cruel con las mujeres de mediana edad, a las que transmite que cumplir años es sinónimo de perder belleza y atractivo. Es, como sabemos, una estrategia de marketing para dicho sector, pero no por ello deja de ser una forma de neutralizar a las mujeres independientes con más experiencia, que podrían rebelarse contra las desigualdades del sistema de manera más eficaz que las más jóvenes.

Esta neutralización se da en particular en las chicas más jóvenes y las mujeres maduras, pero pasa por la vida de toda Nueva Mujer. Podemos ser independientes, autónomas, inquietas y emprendedoras. Pero sólo si también somos jóvenes y delgadas. Cuando esa situación se alarga y la mujer continua siendo independiente, autónoma, inquieta y emprendedora, resulta molesta. Y no se la puede reprender como en tiempos anteriores, en los que las mujeres eran ciudadanas de segunda. ¿Pero la Nueva Mujer es realmente una mujer que se hace a sí misma, o son las mismas consignas actuando sobre otros puntos vitales de la mujer? La estrategia del control de la subjetividad resulta de lo más eficaz: si la persona no se deja dominar, minaremos su seguridad creando modelos de mujer inexistentes a los que equipararemos a las mujeres reales, para hacerles sentir sus peculiaridades como imperfecciones, y sus experiencias vividas como indeseables arrugas que dan cuenta de su vejez. Una autoestima dañada resta fuerzas para la reivindicación.

### **Los cuerpos dóciles**

En *Vigilar y Castigar*, Foucault (1975) explica las diferencias entre las prácticas punitivas anteriores al siglo XIX, cuando la pena física consistía en un castigo, y las posteriores. Ahora las penas siguen siendo físicas (prisión, trabajos forzados, deportación), pero el cuerpo supliciado, “el sufrimiento físico, el dolor del cuerpo mismo, no son ya los elementos constitutivos de la pena. El castigo ha pasado de un arte de las sensaciones insoportables a una economía de los derechos suspendidos”<sup>1</sup>. Para mantener el orden, el poder no necesita emplear la violencia física; basta con una constante mirada vigilante que el individuo llegue a interiorizar hasta ser uno mismo quien reprime su deseo mediante el auto-control. Es el proceso de docilización de los cuerpos. El cuerpo dócil es el resultado de una operación de anatomía política, conformada por la aplicación de las diferentes disciplinas en los cuerpos. Sobre ellos se aplican sanciones normalizadoras, que tienen la función de encauzar al individuo y serializarlo, ya sea forzadamente o mediante mecanismos de persuasión y control de masas. “En toda sociedad, el cuerpo queda prendido en el interior de poderes muy ceñidos, que le imponen coacciones, interdicciones u obligaciones”<sup>2</sup>.

Basándose en el pensamiento de Foucault, la filósofa feminista Susan Bordo (1997) habla de los cuerpos útiles de las mujeres, entrenados a través de una particular praxis femenina que impone ciertas reglas, y que reflejan, en términos simbólicos, la visión dualista de la vida social y económica en dos esferas claramente definidas: la del hombre y la de la mujer. Las relaciones de poder entre sexos se reproducen en los cuerpos. Así, en los últimos años se ha dado la constante devaluación del cuerpo de las mujeres, hasta generar una compulsión por amoldar el propio cuerpo a unos contornos de una forma imaginaria. Esta creciente preocupación por la línea es, según Bordo, una poderosa estrategia de normalización, y una flexible y duradera estrategia de control

---

<sup>1</sup> Foucault, 1975, 18.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 140.

social. Los cuerpos de mujeres se convierten en cuerpos dóciles, habituados a la regulación externa.

El ideal estético femenino contemporáneo es la delgadez, convertido en una norma para las mujeres más allá de sus diferencias étnicas y raciales. Pero según Bordo, y siguiendo la teoría de Roland Barthes de que es el significado del estilo de ropa lo que nos hace comprarla, lo que hace admirable el cuerpo delgado es su significado histórico y contemporáneo, y no simplemente su valor estético. Desde el siglo XIX, ‘masculinidad’ y ‘feminidad’ se han construido a través de un proceso de mutua exclusión. Por lo tanto, no se puede simplemente añadir virtudes históricamente masculinas a las femeninas para crear una Nueva Mujer, o viceversa, porque el resultado sería una parodia. Para Bordo, la construcción de la feminidad contemporánea transmite ideales y directivas contradictorias. Por un lado, se promociona la concepción doméstica de la feminidad, que requiere, tanto simbólica como literalmente, que la mujer alimente a los demás en lugar de alimentarse a sí misma. Este control sobre el apetito por la comida es en realidad la expresión más concreta de la construcción de la feminidad: el hambre de la mujer por el poder, por la gratificación sexual y por la independencia, debe ser contenido. Además, un cuerpo hambriento, delgado, como los que ilustran las revistas femeninas, es asimismo un símbolo de debilidad y fragilidad, un estado que mina las capacidades para la lucha por el ascenso al poder. En la otra cara del discurso está la idea de resistir al hambre como un ejemplo de virtud típicamente masculina, de auto-control. El cuerpo esbelto codifica la idea de una persona auto-regulada, en la que todo está en orden a pesar de las contradicciones de la cultura.

A principios de los años noventa, la feminista Naomi Wolf (1991) se convirtió en un exponente de la tercera ola del feminismo con su primer ensayo, *El mito de la belleza*. Su tesis sostiene que cuantos más obstáculos legales y materiales han salvado las mujeres, más opresivas han sido las imágenes de la belleza femenina. Según Wolf, el mito de la belleza es el arma política que utiliza el orden patriarcal para frenar el progreso de la mujer.

El mito se basa en que la cualidad ‘belleza’ tiene existencia universal y objetiva, y las mujeres deben aspirar a tenerla y los hombres aspirar a tener mujeres que la tengan. Wolf, sin embargo, niega que el mito de la belleza tenga que ver con las mujeres; lo considera una contraofensiva masculina que ha ido ganando terreno con la expansión de la clase media y el desarrollo de las nuevas tecnologías. A partir de la segunda ola del feminismo y la revolución sexual, la mujer occidental de clase media es cada vez más fuerte, lo que obliga al mito a renovarse para seguir teniendo poder. Con la diseminación de millones de imágenes que muestran el ideal del momento se consigue alimentar dos elementos: el temor de las instituciones dominadas por los hombres ante la amenaza de las mujeres emergentes, y el sentido de culpa de éstas últimas frente a su propia liberación. La diferencia con los intentos de escapar de las anteriores místicas de la feminidad es que “los estragos del mito de la belleza nos destruyen físicamente y nos provocan un debilitamiento psicológico”<sup>3</sup>.

Entre las plataformas desde las que se nos lanzan mensajes sobre nuestra apariencia estética se habla principalmente de la publicidad y de las denominadas ‘revistas femeninas’, que sin duda nos presionan con imágenes de cuerpos perfectos y consignas

---

<sup>3</sup> Wolf, 1991, 24.

mortificadoras<sup>4</sup>. Las revistas nos hablan de lo que nos falta, de lo que tenemos defectuoso, de lo que deberíamos eliminar, y la publicidad nos ofrece las herramientas para lograrlo. Sin embargo, los modelos que más nos afectan son aquellos que están tan codificados que no conseguimos desenmascarar. Este ha sido el principal motivo para escoger el cine como vehículo de nuestro análisis de la presión estética sobre la mujer actual.

### **El cine como creador de modelos**

El cine es un medio de representación, y como tal, se inspira en la realidad para crear nuevos mundos. Tiene la capacidad de reflejar la sociedad, pero también crea modelos que la sociedad aprehende, y puede ayudar a perpetuar las realidades o a cambiarlas. A nivel personal, el cine también tiene la capacidad de transformarnos, de hacernos viajar por lugares insospechados, enseñarnos formas de vida y prepararnos para situaciones que podremos vivir en el futuro, o recordarnos sensaciones y momentos pasados. Una máquina tan poderosa puede liberarnos o hacernos esclavos. Porque hasta la película más intrascendente tiene un lenguaje propio cargado de valoraciones, que podrán afectarnos más o menos dependiendo de la efectividad del lenguaje cinematográfico y de la predisposición de espectadoras y espectadores.

Hemos optado, para nuestro análisis, por dos comedias amables y populares, protagonizadas por mujeres y dirigidas principalmente al público femenino. La elección de los dos títulos a los que nos referiremos (*El diario de Bridget Jones* y *El diablo viste de Prada*) ha sido fruto de un interés particular por mostrar cómo en films que se catalogan como cine sin pretensiones, películas para pasar el rato, e incluso películas para mujeres (siguiendo la extendida idea de que los asuntos que preocupan a las mujeres son asuntos banales), son también los que más mensajes llevan implícitos, y los que más llegan al gran público, que se acerca a este tipo de películas con inocencia y despreocupación. Nos proponemos demostrar que detrás de argumentos simples y diálogos triviales se esconden consignas y advertencias para la Nueva Mujer, que sale de la sala de cine sonriente y divertida, creyendo que todo lo visto y escuchado a quedado ahí dentro, y sin embargo no puede dejar de pensar en que ella también debería empezar a contar las calorías que ingiere, sólo por precaución, y en lo bien que le sentarían unos zapatos de Christian Louboutin de 600 euros. El cine opera tan sólo con la recepción de la espectadora, y nuestra memoria es selectiva. Cuantas más películas veamos mayor será nuestro imaginario, y cuanto más sepamos del mundo más difícilmente asimilaremos ciertos mensajes cinematográficos sin pasarlos por el filtro de nuestra razón. Aún así, no podemos subestimar la capacidad del cine para crear modelos de comportamiento, y para destruir clichés.

Roger Boussinot definió muy bien el séptimo arte cuando dijo que el cine es el arte de proyectar al espectador sobre la pantalla sin hacerle abandonar su asiento. Se trata de conseguir que el espectador entre en la película y se crea observador privilegiado de

---

<sup>4</sup> A modo de ejemplo, en el nº 260 de la revista Elle, de mayo de 2008, encontramos titulares como: "Yoga facial, cirugía extrema, cosmética 'bio, baños de hielo... todo el mundo se pone guapo", "Las 10 leyes de las compras con estilo", "¿Eres natural, obsesiva, impaciente...? Identificate con alguna de estas 'celebrities' y encontrarás tu anticelulítico ideal", o "Sin esfuerzo no hay gloria". En el reportaje de la página 406 sobre anticelulíticos, se nos advierte: "Con un guardarropa repleto de minifaldas y vestidos ultrafemeninos, no puedes permitirte el lujo de tener flaccidez o piel de naranja". Y para las que creían no tener problemas con su figura: "A pesar de ser delgadita, tú tampoco escapabas a la grasa localizada".

otras vidas, como Cecilia en *La rosa púrpura del Cairo*<sup>5</sup>, pero sin hacerle notar que esas vidas están construidas por alguien. “El cine tiene varias facetas íntimamente relacionadas entre sí: es espectáculo, es arte y es medio de comunicación. Por todo ello es medio para educar”<sup>6</sup>.

El nacimiento del cine supuso un cambio enorme en la cultura del entretenimiento. El cinematógrafo desencadena una sensación mucho más marcada que en otros espectáculos de estar asistiendo al mero desarrollo de la realidad, impresión que se reforzará con la llegada del cine sonoro. “Como acto comunicativo, todo film puede verse como una estrategia persuasiva y es precisamente la especificidad de su propuesta concreta la que debe ser interrogada en cada caso”<sup>7</sup>. El primer modo de representación del cine, el Modo de Representación Primitivo (M.R.P.), estaba caracterizado por su frontalidad, la falta de perspectiva, los grandes planos y la inmovilidad de la cámara, lo que conlleva la exterioridad consciente de la espectadora frente a lo que ocurre en la pantalla. Sin embargo, en el Modo de Representación Institucional (M. R. I.), el objetivo es presentar un mundo organizado y coherente dentro del relato, sin interferir en el proceso que sufre el espectador durante la película: ‘el olvido de sí’. A través del montaje, el M.R.I. crea una lectura naturalista. Este poder referencial de la imagen fílmica hace del cine un medio de representación y persuasión muy eficaz. Christian Metz definió dos tipos de identificaciones del espectador o espectadora con la película: la identificación primaria es la que lleva a cabo con la cámara, a través de la cual el sujeto se identifica con la mirada de ésta. Los espectadores nunca dejan de saber que están asistiendo a un espectáculo imaginario, pero su posición ante él es pasiva. Según Pilar Aguilar (1998), “para apropiarse del relato, hay que identificarse en algún grado con la mirada de la cámara, adaptándose a un proceso que viene organizado por la visión masculina”<sup>8</sup>. La identificación secundaria es la que se da con los personajes, y puede ir circulando a lo largo del film de un personaje a otro, dependiendo de la mirada de la cámara, así que una identificación se construye a través de la otra.

### **Aproximación a la teoría fílmica feminista**

La “teoría fílmica feminista”, como la denomina Giulia Colaizzi (2007), forma parte de un proyecto general de crítica socio-cultural que se articula en torno a la necesidad de desnaturalizar la imagen en nuestra sociedad visual. En los años setenta, las críticas feministas utilizaron el enfoque sociológico y se preocuparon fundamentalmente del tratamiento estereotipado de las mujeres en el discurso fílmico, según los patrones más tradicionales de la feminidad: “objetos de deseo, adoración o violencia, sujetos pasivos, castigados si se atreven a plantearse una actitud activa, a desear o cuestionar el modelo hegemónico de ángel del hogar’, y atrapados por su propia sexualidad en la imposibilidad de salir de las figuras complementarias y yuxtapuestas de madre/*femme fatale*, virgen/puta”<sup>9</sup>.

En la década de los setenta las feministas advierten las limitaciones de este tipo de estudio, y el interés pasa a la reconstrucción de la mirada y la estructura narrativa del texto fílmico, es decir, pasan del interés por el significado de las películas al interés por

---

<sup>5</sup> *The Purple Rose of Cairo*, Woody Allen, Estados Unidos, 1985.

<sup>6</sup> González, 2004, 32.

<sup>7</sup> Carmona, 1993, 37.

<sup>8</sup> Aguilar, 1998, 51.

<sup>9</sup> Colaizzi, 2007, 12.

el modo de elaboración de ese significado. Para ello, empiezan a utilizar el psicoanálisis y la semiología.

E. Ann Kaplan (1998) utiliza la metodología psicoanalítica en sus análisis fílmicos, porque considera que sirve para desvelar los secretos de la socialización dentro del patriarcado. “Se podría afirmar que los modelos psíquicos creados por las estructuras sociales e interpersonales de tipo capitalista [...] necesitaban inmediatamente una maquinaria (el cine) para liberar su subconsciente y una herramienta analítica (el psicoanálisis) para comprender y ajustar las perturbaciones causadas por las estructuras que limitan a las personas”<sup>10</sup>.

Hablábamos también del enfoque semiológico, que se centra en la relación de los elementos dentro del sistema de signos que es la película, concibiendo a la mujer como signo. Se dan dos niveles de significación, el denotativo y el connotativo, y en este segundo entra la categoría de ‘mujer’. “En el cine se traslada a la mujer, como tal, como mujer real, al segundo nivel de connotación, el mito; se la presenta como aquello que representa para el hombre, no por lo que ‘verdaderamente’ significa”<sup>11</sup>. De esta manera, según Kaplan, la significación real de las mujeres en el cine se sustituye por connotaciones que satisfacen las necesidades del patriarcado. Dicho de otra manera, las mujeres en las películas no sirven de significantes para un significado (el de la mujer real), sino que tanto el significante como el significado se han elidido para construir un signo que representa algo en el subconsciente masculino. La mujer como imagen se convierte en objeto de la mirada masculina, que la cosifica, fragmentándola y convirtiéndola en un fetiche para evitar la amenaza que la mujer real le suscita.

En los principales géneros cinematográficos, el hombre aparece como héroe, como símbolo de dominio y control, y devuelve al varón su imagen reflejada y perfeccionada. La mujer, sin embargo, aparece como una figura desamparada y una víctima, reforzando así su sentido de la inutilidad y la inferioridad. En el cine clásico, la feminidad está alineada con la reproducción y la pasividad, y la masculinidad con la producción y la actividad. “El cine dominante refleja la distinción que el sistema patriarcal establece entre el masculino, activo, y el femenino, pasivo, cuando presenta a la mujer como objeto sexual, dispuesto para ser observado por el hombre, que es quien la construye desde su óptica particular, como representación de sus deseos eróticos; ella, en tanto cuerpo fetichizado, es mirada, mientras que al hombre, que sí merece la identificación del espectador con él, se le permite mirar”<sup>12</sup>. Pilar Aguilar afirma que las mujeres en el cine son casi siempre madres, esposas, novias o amantes del hombre, y las que no pertenecen a ninguna de estas categorías probablemente pasen toda la película intentando ingresar en alguna de ellas.

El cuerpo femenino es el objeto erótico por excelencia. Convertidas en una imagen permanentemente sexualizada independientemente del contexto, “nuestra posición de ‘ser contempladas’, ser objeto de la mirada (masculina), ha llegado a darnos placer sexual”<sup>13</sup>. La mujer como mito ha traspasado las pantallas para asentarse en la pasividad de las fantasías sexuales de las mujeres, y la fascinación general por el cine comercial es una muestra más del placer que proporciona la identificación con la cosificación.

---

<sup>10</sup> Kaplan, 1998, 51.

<sup>11</sup> *Ibid.*, 42.

<sup>12</sup> Arriaga Flórez, 2006, 39.

<sup>13</sup> Kaplan, 1998, 69.

Si nos fijamos en las películas protagonizadas por mujeres, dentro del género *woman's film*<sup>14</sup>, observamos que facilitan la naturalización del modelo burgués de feminidad de renuncia y pasividad, mediante la aportación visual del mismo. Interpelan a las espectadoras para que se identifiquen con tipologías establecidas y normalizadoras del 'ser mujer'. "Esto hace que, al mismo tiempo, la noción misma de cine de/para la mujer implique que las mujeres, y todo lo relacionado con la feminidad, como por ejemplo sus problemas emocionales, tengan menor importancia"<sup>15</sup>. En el *film noir*, encontramos los modelos femeninos que no deben reproducirse, puesto que esas mujeres ambiciosas e interesadas en el poder social, sexual y/o económico, se convierten en peligro y obstáculo para el hombre protagonista, y generalmente terminan como víctimas de su propia ambición. Su deseo será castigado al final de la película.

La socióloga Delfina Mieville (2008) considera que, atrapada por el discurso patriarcal, todavía hoy "la mujer es mujer sólo cuando es deseada por un hombre, y siempre es representada a través de una mirada masculina"<sup>16</sup>. Mieville se plantea si existe un deseo verdaderamente femenino o si, sin embargo, la mirada de la mujer no ha existido nunca. En los últimos años, la crítica feminista se refiere a la desesencialización del género: la subjetividad y el imaginario social se entienden como productos de un marco normativo en el que hay otros factores además del género, de igual importancia a la hora de definir la ubicación social de los individuos. Por lo tanto, si los individuos se construyen mediante identificaciones parciales e inestables en el tiempo y en el espacio, no podemos afirmar que la categoría 'mujer' es opuesta a la categoría 'hombre', y ni siquiera que el individuo concreto que llamamos mujer esté vinculado a la normatividad Mujer.

### **Análisis fílmico**

Las películas son realidades inacabadas que tienen que ser interiorizadas por espectadores y espectadoras, que las terminarán de manera personal. La espectadora construye un sentido que puede ser aceptado por otras y pasar así a formar parte del horizonte general de convenciones espectatoriales, convirtiendo el sentido en significado. Es por eso que las lecturas que se han hecho de un film con anterioridad condicionan nuestra recepción del mismo, pero no es posible afirmar que haya lecturas originarias o en estado puro.

Partiendo de este presupuesto, hemos escogido, para realizar nuestro análisis, dos películas de corte aparentemente similar, y que, sin embargo y como trataremos de mostrar, tienen notables diferencias de planteamiento y puesta en escena. *El diario de Bridget Jones* y *El diablo viste de Prada* son historias de mujeres y, presumiblemente, dirigidas a mujeres. Las dos parten de una situación de marginación (en distintos niveles), y las dos acaban superando los obstáculos y creyendo en sí mismas al final de la película. Pero tanto el punto de partida como el modo en el que se desarrolla la transformación de las protagonistas difieren de una a otra.

---

<sup>14</sup> Cine de mujeres.

<sup>15</sup> Colaizzi, 2007, 45.

<sup>16</sup> Extracto de la conferencia sobre *Sexualidad femenina y deseo*, en el Ateneo de Madrid, el 15 de abril de 2008 (fuente: AmecoPress).

Nuestro interés fue desde un principio analizar películas que hubieran tenido gran éxito de taquilla, que no fueran obras minoritarias sino trabajos más ‘amables’, populares y de entretenimiento, que nos permitieran ilustrar lo expuesto en estas páginas de introducción con respecto al cine comercial y sus mensajes ‘escondidos’. Hemos tenido en cuenta que las películas de gran audiencia son las que ofrecen modelos a un mayor número de espectadores, y por tanto, las que más socializan. Pero hemos considerado que la pluralidad de países de producción podría ser interesante a la hora de comprobar si los estereotipos que se atribuyen al cine norteamericano son realmente tan exclusivos o sin embargo podemos encontrarlos en películas de otras facturas. Así, analizaremos una película norteamericana y una inglesa. Ambas parten de novelas, cambiando, más o menos, el argumento de las obras originales. A pesar de que las dos novelas son creaciones de mujeres, una de las películas está dirigida por una mujer y la otra por un hombre.

### ***El diario de Bridget Jones***

Título original: *Bridget Jones's Diary*

País: Francia / Reino Unido/ EE. UU.

Año: 2001

Directora: Sharon Maguire

Basada en la novela homónima de Helen Fielding.

Bridget Jones tiene 32 años y vive en Londres. Es hija única. Su madre es seria y estricta, y no cede en el empeño de encontrar un novio para su hija. Su padre es afable y muy tranquilo, se mantiene al margen y tiene una buena relación con Bridget, que ha heredado su carácter entrañable.

Conocemos a Bridget en un momento de su vida en el que ha decidido cambiar, cansada de pasar las noches sola en casa, bebiendo, fumando y escuchando canciones tristes. Siente la presión de su soltería, y cree que con su aspecto y sus escasas virtudes tendrá pocas posibilidades de encontrar un buen novio. Especialista en relaciones afectivas de poca calidad, en las que ha tenido que soportar a “alcohólicos, adictos al trabajo, fóbicos al compromiso, mirones, megalómanos, gilipollas emocionales o perversos”, se decide a encontrar “un novio amable y sensato”. Pero no puede evitar caer rendida ante su jefe, Daniel Cleaver, la persona que encarna todas las cualidades que pretende rechazar.

La película nos presenta una mujer joven, hija única de un matrimonio de clase media-baja de las afueras de Londres, que vive sola en un sencillo apartamento de la capital, y trabaja como administrativa. A pesar de su juventud, está ya en la treintena y se nos recalca desde un principio que no tiene pareja estable. La imagen triste con la que conocemos al personaje se debe a que se siente sola en una sociedad que le pide lo que ella no tiene: una mujer de 32 años en la sociedad actual es independiente y moderna, pero tiene una pareja estable, o mejor dicho un hombre, con el cual quizá ya está casada, y desde luego tiene planes de familia. Y si no es así, si se trata de una mujer tan independiente y ambiciosa que no se plantea formar una familia tradicional, entonces será una exitosa mujer de negocios. Bridget no es ni una ni otra: no ha sacrificado la familia por su ambición profesional, ni viceversa. Y por supuesto, no se identifica con la mujer que compagina vida laboral con vida personal. Bridget es el antónimo de la Nueva Mujer, lo contrario de la Supermujer.

Su objetivo a principios de año es bajar de peso, y apunta cada día en su diario las calorías que ha ingerido, los cigarrillos que se ha fumado y las copas que ha bebido. Sin embargo, lo único que consigue es subir y bajar de peso constantemente, no reduce el número de cigarrillos diarios, y se pasa con el alcohol en numerosas ocasiones, ya sea con sus amigos o sola en casa en los períodos de tristeza. Su comportamiento es compulsivo en todos los ámbitos.

En su vida cotidiana abundan las torpezas. A lo largo del año que nos hace ver la película, Bridget se encuentra innumerables veces en situaciones bochornosas de las que nunca sale airosa; desde el acto que presenta a voz en grito por no haber pensado en encender el micrófono, a su aparición en una fiesta familiar embutida en un disfraz de conejita de Playboy, parece que le hacen perder la dignidad en cada secuencia.

Hay sólo una escena en la que sale airosa, e incluso triunfante, de una situación comprometida, cuando su jefe y novio, después de haberla engañado con otra, le pide que no se marche de la editorial: *Gracias, Daniel. Me alegra oírlo. Pero si quedándome aquí tengo que trabajar a menos de diez metros de ti prefiero trabajar limpiándole el culo a Saddam Husein.*

A pesar de todos los errores que comete, Bridget Jones nos resulta una mujer entrañable, algo ridícula y siempre al borde del patetismo, pero sin llegar a ser grotesca. Sus amigos la adoran y la comprenden, y su sencillez y su ingenuidad hacen que tanto Daniel Cleaver como Marc Darcy, dos hombres apuestos, inteligentes y exitosos, la encuentren irresistible. Bridget es el estereotipo de mujer que ciertos hombres añoran: poco inteligente, amable, tímida y bondadosa; la mujer que vive por y para su hombre, que lo hace sentir poderoso delegando en él las responsabilidades. Incluso las curvas que ella detesta les resultan sumamente atractivas (ya hemos apuntado que un cuerpo curvilíneo, con cadera y pechos prominentes, transmite la idea de sexualidad). Gusta también a las mujeres, que no ven en ella una competidora sino más bien un compendio tranquilizador y exagerado de sus propios defectos. Igual pasa con las espectadoras de la película: extenuadas de ver cuerpos perfectos en la gran pantalla que las hacen sentir mal consigo mismas por sus particularidades corporales, la imagen de Bridget, una mujer con un cuerpo real, que se nos presenta incluso haciendo alarde de esas particularidades o ‘defectos’ de la protagonista, tranquilizan a las espectadoras, que no tendrán que competir con ella desde sus asientos, y si lo hacen, saldrán siempre ganadas, puesto que Bridget acumula las cualidades físicas y psíquicas indeseables para la Nueva Mujer. Bridget es una “solterona pirada”; ¿qué podría ser peor?

Hay diferentes opiniones sobre el significado de *El Diario de Bridget Jones*. Se promocionó como la historia de las presiones de la mujer moderna en clave de comedia; los problemas de treintañeras actuales encarnadas en una anti-heroína con la que poder identificarse. Ella sería así un compendio de todos los complejos y de las exigencias que sufrimos las ‘nuevas mujeres’, con el aliciente de que a pesar de todo ello triunfará por ser como es. Pero el personaje de Bridget puede considerarse también una parodia de la idea de las comedias románticas en las que lo importante es la belleza interior. La historia de la protagonista puede ser también la confirmación de que la mujer sólo es porque los demás la crean, lo que impide que encuentre su verdadera identidad.

Podríamos resumir la diégesis cinematográfica como la historia de una mujer que pretende cambiar para conseguir la vida que le satisface y encontrar al hombre perfecto. Pero resulta que el hombre perfecto la quiere tal y como es. La película nos intenta

transmitir que no hay que juzgar a las personas por su apariencia, y que la base para gustar a los demás es aceptarnos a nosotras mismas, más allá de presiones y complejos.

El diario de Bridget empieza siendo el diario de una mujer que no se gusta. Poco a poco, y después de pasar por numerosos episodios vergonzosos, se convencerá de que pueden amarla tal y como es. Dos hombres la han elegido a ella sobre mujeres más delgadas, más jóvenes, más elegantes, más cultas. Al final de la película la vida de Bridget es tal y como ella había soñado: tiene un novio exitoso, atractivo y que besa muy bien, que la adora a pesar de que no tengan nada en común. Ha conseguido trabajo en la televisión, porque admitió en la entrevista que tenía que dejar la editorial por haberse acostado con su jefe, y tras varios reportajes desastrosos, ahora es una estrella de la pequeña pantalla, después de que Marc Darcy le proporcionara una entrevista exclusiva por motivos personales. Nada de lo que ha conseguido se lo debe a su tesón o a su fortaleza; todas las situaciones a las que se enfrenta en el film la superan y si sale airosa es siempre por la compasión de los demás. Es evidente que ella intenta cambiar, ser responsable, tranquila, segura de sí misma, pero todo se va al traste cada vez que se encuentra con un ligero bache en el camino. Ansía entrar en la norma pero no consigue escapar de las pasiones.

Bridget se siente segura, pero esa seguridad no nace de sí misma y de su valía, sino de la imagen que los demás tienen de ella. Así que podemos decir que poco difiere la nueva Bridget de la antigua. Es una mujer nueva, pero una mujer construida en base a las opiniones de los hombres que están en su vida, igual que antes lo estaba en base a los juicios de su madre. La belleza era para ella un medio para acceder al amor y al reconocimiento social, y ha obtenido ambos *a pesar* de su falta de voluntad y sacrificio. Es cierto que se siente protegida, pero el final de la película, con ella en ropa interior, resguardada por el amplio abrigo de Marc, sugiere que si en algún momento esa relación no funciona, Marc retirará su abrigo y Bridget volverá a estar desnuda en medio de la gran ciudad, ante las miradas de los otros. Como afirma E. Ann Kaplan, el hombre aparece reflejado en el cine como símbolo de dominio y control, y la mujer es una figura desamparada, una víctima, lo que refuerza el mito de la inferioridad e inutilidad de las mujeres.

El personaje no evoluciona a lo largo de la película, los que cambian son los demás. Marc, que cuando la conoció criticó su forma de vivir y de comportarse, la quiere ahora tal como es; Daniel, que le fue infiel y no la tomó en serio, ha vuelto para confesarle su amor y para decirle que no podría tener una relación sentimental estable con nadie más que con ella; en el trabajo, donde ha demostrado más que en ningún lugar sus torpezas, es ahora una estrella. Después de innumerables subidas y bajadas de peso, sigue teniendo la misma figura que tenía al principio, e incluso algún kilo de más. Tampoco ha dejado de fumar, ni de beber. El único cambio que ha sufrido es el de estar emparejada: ya no es una solterona pirada. Para Kaplan, no hay hueco para la mujer soltera y sexual en los sistemas simbólicos. Como soltera, representaba la no-sedución; ahora, emparejada, seduce por doquier. Se ha reinsertado en la sociedad a través del sueño de la mujer tradicional: encontrar un hombre. El siguiente paso será casarse con él. Bridget, promocionada como Nueva Mujer, es en realidad el paradigma de la mujer tradicional, complaciente y sumisa.

### ***El diablo viste de Prada***

Título original: *The devil wears Prada*

País: EE. UU.

Año: 2006

Director: David Frankel

Basada en la novela homónima de Lauren Weisberger.

Andrea Sachs es una joven periodista de Ohio, inteligente, divertida y bella. La aceptaron en la prestigiosa universidad de Stanford (California) para cursar los estudios de derecho, pero su pasión por el periodismo es vocacional, así que no se lo pensó a la hora de escoger y marcharse a la universidad de Northwestern (Illinois). Aquello disgustó a sus padres, de clase acomodada, pero la apoyaron en su decisión. Ahora vive en Nueva York, donde comparte piso con su novio Neid, un atractivo y simpático joven que trabaja como cocinero en un restaurante de lujo. Andrea se ha propuesto encontrar trabajo en cualquier revista que pueda ayudarla a adquirir experiencia y conseguir referencias a la hora de intentar entrar en los prestigiosos diarios neoyorquinos.

Andy, como la llaman sus amigos y familia, es esbelta y de rasgos muy atractivos. Cuando la conocemos, descubrimos una belleza natural, sin artificios; no se cuida en exceso ni se preocupa demasiado por la moda. Su novio le prepara sándwiches de queso francés, y beben vino tinto en casa y cuando salen con sus amigos. Le gusta la buena cocina, y no sigue ninguna dieta. Considera que lo importante para triunfar en su profesión es el talento, la capacidad de trabajo y el esfuerzo, y la única importancia que le da a su aspecto en el trabajo es la de estar 'presentable'.

Miranda Priestley es la directora de *Runway*, la revista de moda más importante de los Estados Unidos. Divorciada y casada de nuevo, vive en un dúplex de lujo en el centro de Manhattan, con su marido, sus dos hijas gemelas, y un perro San Bernardo. Delgada, atractiva y de pelo cano, Miranda viste siempre prendas de marcas de lujo, y es conocida por su colección de accesorios exclusivos. Centrada absolutamente en su trabajo, como jefa Miranda es dura, exigente, perfeccionista y despiadada en el trato con sus empleados.

Las dos protagonistas, Andy y Miranda, parecen modelos absolutamente diferentes de mujer. Ambas representan a la Nueva Mujer, pero una mantiene intactos los valores positivos tradicionalmente femeninos, mientras que la otra ha accedido al éxito adoptando los valores negativos típicamente masculinos. Sin embargo, a medida que avanza el relato observaremos cómo sus dos posturas se acercan, se tocan, e incluso podrían intercambiarse en algunos momentos.

Conocemos a las dos protagonistas en la entrevista que Miranda le hace a Andrea para trabajar como su segunda asistente en *Runway*. Antes de hablar con ella, Miranda le da las consignas de la mañana a su primera asistente, Emily. Con una breve intervención descubrimos el carácter exigente y autoritario de Miranda. Habla de manera brusca, insulta a sus empleadas, y hace constantes alusiones ofensivas al peso de las modelos que trabajan para ella. Desde un principio se nos advierte del modelo de mujer que busca la película: hemos entrado en la Iglesia de la belleza que nos descubrió Naomi Wolf<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Wolf, 1991,161.

Miranda ha aceptado a Andrea por su carácter, pero eso no implica que vayan a pasar por alto la cuestión de su imagen. El tema de su aspecto es una constante desde que llega a la revista, y los comentarios vienen tanto de parte de la directora como del resto de los empleados. Miranda no la reprende por su aspecto 'descuidado' con demasiados comentarios hirientes, pero su desprecio se hace todavía más palpable por la forma que tiene de mirarla de arriba abajo cada vez que Andy entra en su despacho, y por su modo de mantener la vista fija en una parte del cuerpo de la joven que no le parece correcto. Andy aparece cosificada por ella y por la cámara, en los continuos barridos de su cuerpo que acompañan al movimiento de cabeza de Miranda, y fragmentada cuando la directora fija sus ojos en alguna parte de su atuendo. Esa mirada masculina es en este caso la de Miranda, que representa el poder tradicional, y por tanto lo masculino. Como veremos más adelante, esta mirada ejerce una poderosa influencia sobre Andy, tanto cuando es negativa como cuando significa aprobación. Las miradas y los gestos de Miranda Priestley son el eje por el cual se mueve el resto de personajes. Es el símbolo del concepto de poder de Foucault, según el cual basta con una constante mirada vigilante para que acabe siendo el propio individuo quien ejerza el auto-control.

La diégesis cinematográfica podría resumirse en que una joven brillante se ve seducida por un mundo de lujos y éxito que le hace perder sus valores, y con ellos a la gente que la quiere. Sólo ella será capaz de darse cuenta de lo que realmente importa en la vida.

La película toma como marco el mundo de la moda para hablarnos de la frivolidad en nuestra sociedad, de la ambición desmedida, de la pérdida de valores, de la importancia de la amistad, y de la soledad. Y sin embargo, su mensaje no deja de ser algo superficial. La industria de la moda se presenta como un universo tentador e inalcanzable, pero también como un lugar duro y despiadado donde lo único que importa es la imagen –sobre todo la imagen femenina-. Para acceder a él es imprescindible representar el modelo de mujer ideal de la actualidad: bella, joven y delgada. Andy cumple con los tres requisitos, y sin embargo no resulta apta precisamente porque los cumple de forma natural, sin tener que realizar sacrificios para conseguir la imagen que tiene. El motivo de querer cambiarla puede responder a dos objetivos: basándonos en las ideas de sociólogos como Bryan S. Turner o Zygmunt Bauman, la imposición de unos modelos concretos a la mujer y la exigencia de perfección física respondería a una estrategia capitalista para instar al consumo permanente. Pero desde la perspectiva feminista podemos afirmar que lo que se pretende al exigirle la perfección a Andy es normalizarla para crear un cuerpo dócil que no atente contra el sistema establecido. Después de haber analizado el filme consideramos que ambas razones pueden ser ciertas, convivir e incluso complementarse para lograr una sociedad automatizada y consumista. El consumismo de la sociedad aumentará cuanto mayor sea el control de la subjetividad de los individuos, siempre que dicho control se realice de manera no impositiva, sino mediante sanciones normalizadoras que encauzarán a la persona por un camino previamente delimitado.

Andy accede al cambio de imagen que se le exige en la revista, por el temor de sentirse rechazada. Y parece que lo haga sin que la transición le produzca ningún trauma. En una película que critica la imposición de la perfección física, es contradictorio que se haga creer a las espectadoras que es posible pasar en pocos meses de ser una persona de aspecto descuidado y con nulo interés por la moda a convertirse en un icono de estilo y glamour, vestida con la combinación ideal de prendas de los mejores diseñadores, y con

el maquillaje y el peinado siempre perfectos a cualquier hora del día. Más aún si tenemos en cuenta que Andy trabaja más de doce horas diarias bajo mucha presión, y vive continuos disgustos personales, lo que conlleva en todas las personas tener un aspecto cansado, puesto que el estado interior se refleja en el exterior. La ilusión de la 'belleza natural' de Andy crea inseguridad entre las espectadoras y las hace sentir culpables por no poder estar continuamente perfectas. La crítica es en realidad una contribución a la permanencia del sistema.

Emily, la compañera de trabajo de Andy, se molesta con ella porque puede ponerse las prendas más pequeñas sin dejar de comer hidratos de carbono. Nigel, el estilista, la felicita cuando baja de una talla 38 a una 36. Ella misma se sorprende cuando se mira al espejo al final de la película y percibe los cambios en su silueta. Por un lado, como decíamos, parece que la mejoría de Andrea no requiere esfuerzo alguno, pero también es cierto que desde que entra a trabajar en *Runway* y Nigel le advierte de las calorías de la crema de maíz, no vemos a Andy comer nada más. Bebe champagne y vino tinto, el tono de su voz se apaga, arrastra las palabras, y está siempre tensa, y de mal humor en muchas ocasiones. Parecen indicios de una estricta restricción alimentaria, que en el caso de Andy podría deberse a los comentarios críticos que recibe por parte de su jefa y compañeros cuando entra en la revista. Igual que demuestran los comentarios negativos de Miranda sobre el peso de las modelos, los personajes nos transmiten la idea ilusoria, según Susan Bordo, de que convertir el propio cuerpo en un cuerpo de hombre equivale a obtener los privilegios de éste último. Como podemos comprobar en Miranda, la fuerza de voluntad y el auto-control son cualidades típicamente atribuidas a los hombres, y si nos fijamos en Emily, recordamos que el cuerpo que va perdiendo las curvas se asemeja cada vez más al cuerpo masculino, lo que hace sentir a la mujer segura y lejos de resultar herida. El comportamiento de Emily muestra claros indicios de un trastorno alimentario, y sin embargo la película lo trata como algo banal, e incluso crea momentos cómicos con el tema. Una vez más observamos la superficialidad con la que se pretende hacer una crítica social.

Hemos adelantado, en la primera parte de este análisis fílmico, que los dos personajes protagonistas están más cerca de lo que podríamos creer a simple vista. Miranda parece una mujer malvada y sin escrúpulos que vive por y para su trabajo, y sin embargo descubrimos que es, en realidad, una persona sensible y vulnerable, que adopta esa postura en la vida porque cree que es el único modo de sobrevivir en un mundo de hombres que no la considera a su misma altura por el hecho de ser mujer. Ella trata, a su modo, de ayudar a Andy, endureciéndola para que no la hieran, haciendo de ella una copia de sí misma para que consiga sobrevivir en ese mundo repleto de tentaciones y caminos arriesgados. La alumna aventajada está a punto de alcanzar a su maestra, pero sus principios acabarán ganando la partida. Andy no aguanta en el mundo de la moda. Le resulta imposible resistirse a las tentaciones que aparecen en su camino, desde los vestidos de Chanel hasta el prestigioso escritor con el que se acuesta en París. Así que decide marcharse de *Runway*. Pero más que aceptar que deja la revista porque cree firmemente que su familia, pareja y amigos son lo primero, su decisión nos sugiere la falta de capacidad del personaje para enfrentarse a esas situaciones sin dejarse influenciar, y su huida hacia un mundo más cómodo en el que pueda desenvolverse sin tener que demostrar su capacidad permanentemente.

El mensaje que nos transmiten ambos personajes, aunque desde posiciones distintas, es común: la Nueva Mujer, independiente y capacitada, corre el riesgo de perder si intenta

entrar en la esfera pública en igualdad de condiciones con los hombres. Ya sea porque tenga que adoptar una actitud masculina para abrirse paso, lo que le hará fracasar en su vida personal, o porque su vulnerabilidad y falta de carácter la convertirán en blanco fácil para todo el que quiera aprovecharse de ella. La crítica vuelve a ser superficial, pero ante todo perjudicial para las espectadoras, que reciben el mensaje de que lo importante para una mujer debe ser el ámbito personal, y que para lograr la felicidad doméstica hay que sacrificar la ambición profesional. Una vez más, las protagonistas son mujeres tradicionales con el disfraz de Nueva Mujer, esta vez firmado por Prada.

## Conclusiones

El presente trabajo de investigación partía de la hipótesis de que la llamada Nueva Mujer, independiente y autosuficiente, sufre una fuerte presión sobre su aspecto físico como estrategia para minar su acceso al poder y convertirla en el mayor exponente del capitalismo consumista. Decidimos analizar esta situación en el cine comercial, por considerarlo una eficaz herramienta de representación y persuasión de la sociedad. A partir de la metodología empleada, y recurriendo a instrumentos teóricos, relacionados tanto con el cuerpo femenino como con el cine, hemos llegado a las siguientes conclusiones interpretativas acerca de las dos películas examinadas.

Con respecto al contexto cinematográfico, hemos podido comprobar que, a pesar de que la dirección de las películas corría en un caso a cargo de una mujer y en el otro de un hombre, la diferencia no es significativa, puesto que ambos filmes reafirman el sistema vigente, mediante la utilización de recursos alimentados por el discurso patriarcal. Se demuestra así que el hecho de que una película esté dirigida por una mujer no implica que aporte una perspectiva feminista. Tampoco observamos diferencias reseñables con respecto al lugar de producción de los filmes: al margen del siempre identificable humor inglés y sus diferencias con respecto a la comedia norteamericana al uso, el mensaje es igualmente negativo para la Nueva Mujer en ambos casos. La mirada masculina domina la imagen cinematográfica, y la mujer se convierte en objeto sexual del hombre, que se encarga de fragmentar y fetichizar el cuerpo femenino para evitar la amenaza que le supone la mujer real. Tanto Bridget como Andy aparecen cosificadas para deleite de los protagonistas masculinos, y sus cuerpos son fragmentados para demostrar a la audiencia los detalles que las hacen diferentes del resto de los personajes femeninos, y que, por tanto, se convierten en partes ‘fuera de la norma’, que indican la necesidad de cambio y adaptación de las protagonistas.

A pesar de que las tres protagonistas de las dos películas analizadas son mujeres, sus personajes se ven en todo momento influenciados por la compañía, o ausencia, de un hombre. Se cumple la teoría de Pilar Aguilar según la cual en el cine dominante, las mujeres son en la mayoría de los casos madres, hijas, novias o esposas de un personaje masculino, y cuando no lo son, como en el caso de Bridget Jones, pasan todo el filme intentado entrar en una de estas categorías. Como hemos podido observar, todo lo relacionado con el género femenino en el cine de factura comercial, desde los problemas personales a los profesionales, se concibe como cuestión de segundo nivel, idea que se trasmite a la audiencia tanto masculina como femenina.

*El diablo viste de Prada* tiene lugar en una importante revista femenina, y en *El diario de Bridget Jones* la protagonista pasa de una prestigiosa editorial a trabajar en el mundo de la televisión. En ambos casos, el lugar seleccionado para el desarrollo de la trama es

el relacionado con el arte, la cultura y el espectáculo, y la labor que desarrollan tiene un carácter algo hedonista, tradicionalmente asociado al ámbito de las mujeres, y considerado más frívolo que otro tipo de trabajos dominados por el sector masculino. El ámbito privado ha pertenecido tradicionalmente a las mujeres, que han visto durante siglos vetado su acceso a la esfera pública. Y aunque en estas dos películas se nos hable de mujeres con puestos de relativa responsabilidad fuera del hogar, la asociación de sus trabajos con el género femenino es evidente. El hecho de que sus compañeros de empresa sean homosexuales o tengan ademanes afeminados refuerza esta idea, si tenemos en cuenta la visión estereotipada del hombre homosexual con más ‘sensibilidad femenina’. Estamos, en ambos casos, frente a cine sobre mujeres y para mujeres, considerado de menor interés y profundidad psicológica que las películas dirigidas a hombres o al público en general. Sin embargo, después de un análisis crítico observamos que estas películas sobre y para mujeres, que siguen patrones aparentemente sencillos y repetitivos, esconden mensajes de valor ético y moral que, precisamente por la falta de profundidad que se le atribuye a este subgénero cinematográfico, pueden ejercer una poderosa influencia sobre las espectadoras sin que éstas se percaten. Hemos pretendido mostrar en las páginas de este trabajo algunos de los mensajes que podemos encontrar en estas películas si las leemos con espíritu crítico, y hemos observado coincidencias reseñables en lo que a la presión sobre la imagen femenina se refiere.

El cuerpo femenino es la metáfora de la personalidad de la mujer. El cuerpo se constituye como estatus del yo, y como expresión identitaria que ejerce de frontera y enlace con el mundo. En la sociedad actual, la obsesión por la delgadez femenina se percibe como algo natural, puesto que la delgadez en general, pero sobre todo la delgadez femenina, se concibe como cualidad positiva porque codifica la idea de una persona auto-regulada. Así, la obesidad se convierte en el mayor estigma de la sociedad, y el cuerpo delgado adquiere la categoría de mayor nivel y perfección en la mujer. La Iglesia de la belleza, de la que nos habló Naomi Wolf en *El mito de la belleza*, ha convertido el comer por placer en un pecado, lo que ha provocado el permanente sentimiento de culpa en las mujeres por caer en la tentación de la comida. En las dos películas que hemos analizado podemos comprobar esta búsqueda de la perfección a través de la transformación y el debilitamiento del cuerpo femenino, aunque de forma diversa.

Andy y Bridget son las dos caras de una misma moneda. La primera es un ejemplo de Supermujer, capaz de cumplir con la triple jornada femenina (trabajo, entorno personal y cuidado de su aspecto físico) a la perfección. Bridget no tiene pareja, cambia a menudo de empleo por no tomarse su labor demasiado en serio, y es un desastre en el cuidado de su imagen. A lo largo de *El diablo viste de Prada* vemos cómo Andrea no es tan ‘perfecta’, y opta por sacrificar su vida personal para medrar en la profesional. Pero Bridget ni siquiera se esfuerza por alcanzar metas más allá de bajar de peso para gustar a los hombres; es una mujer de carácter débil y poca personalidad que lucha por entrar en la norma de la mujer actual. Sin embargo, su falta de voluntad la hace fracasar en todos los intentos de regulación de sus apetitos. Andy se convierte en el paradigma de la mujer auto-regulada, que es capaz de renunciar a su naturaleza para alcanzar el nivel de aceptación social que busca, a pesar de que al final tanta presión le acabe sobrepasando. Ambas se nos presentan como ejemplos de la Nueva Mujer, independiente y ambiciosa a nivel profesional, y sin embargo constituyen una sutil reivindicación del rol femenino tradicional.

Los dos largometrajes tratan de hacer una parodia crítica de la sociedad actual, y presumen de reivindicar la libertad de acción y elección de las mujeres de hoy en día, que no deben dejarse doblegar por todas las presiones sociales a las que se ven sometidas. Y sin embargo, como ya hemos visto, tanto Andy como Bridget son –o se convierten en– mujeres de poco carácter, y emocionalmente débiles. Incluso Miranda, paradigma de la Nueva Mujer, muestra su lado más voluble en la última parte de *El diablo viste de Prada*. La diferencia entre estas mujeres débiles es la capacidad para auto-regularse, que se plasma en el cuerpo, como metáfora de la personalidad. Miranda es el ejemplo perfecto de la mujer controlada, y Andy es su alumna aventajada. Ambas son delgadas y atractivas. Bridget, sin embargo, está más entrada en carnes, y luce un aspecto más descuidado. Esta diferencia va más allá de lo que podríamos pensar, y podemos decir que las protagonistas aparecen en el contexto en el que aparecen, y juegan el papel que juegan, precisamente debido a su aspecto físico.

Las películas no solo reflejan, sino que contribuyen a perpetuar los estereotipos de las mujeres en la sociedad actual. Los hombres de los filmes, sin embargo, aparecen como héroes y símbolos de poder, en una clara interpelación a los espectadores, que se reafirmarán en el rol masculino tradicional. Esta diferencia entre el masculino activo y el femenino pasivo contribuye a reforzar el sentido de inferioridad de las mujeres, que aparecen, tanto en el caso de Bridget como en el de Andy, desamparadas y a la espera de un hombre que las salve y las proteja. Si decíamos que Miranda es una mujer poderosa, con una actitud que podríamos considerar ‘masculina’, el rol que adopta con respecto a las relaciones con los hombres será activo. Pero igual que ocurre con las heroínas del *film noir*, el querer tomar las riendas de su vida y sus relaciones le pasará factura al final de la película, cuando su marido la abandone por haber dado prioridad a su profesión y no haber prestado más atención a su familia. Miranda ha jugado un papel activo, pero no ha hecho lo correcto. Si se hubiera comportado de forma pasiva en el amor, dejando que fuera su marido quien llevase el mando, su final habría sido distinto. Nos encontramos con un nuevo mensaje escondido que acerca a las espectadoras a su lado más dócil y sumiso.

A pesar de que las diferencias entre los personajes de las dos películas son evidentes, tanto por el nivel social en el que se mueven como por las actitudes que de ello se derivan, comparten visiones sobre ciertos aspectos de la vida de la Nueva Mujer que nos gustaría resaltar. La búsqueda de la delgadez y el terror a la obesidad están presentes en las tres protagonistas: Miranda busca la perfección en sí misma y también en los demás, y teniendo en cuenta que la delgadez femenina simboliza el ideal de la mujer actual, sus juicios de valor son especialmente duros en lo que se refiere al peso de las mujeres que tiene a su alrededor. Andy se deja llevar por un mundo en el que la belleza y la delgadez son lo más importante, y a medida que pierde peso va dejando también sus valores en el camino. Bridget considera que la única manera de conseguir el amor es auto-regularse para convertirse en una de esas mujeres que aparecen en revistas como la que dirige Miranda: en una mujer joven, guapa y esbelta como Andy. No podemos dejar de mencionar en este caso a Emily, la asistente de Miranda en *El diablo viste de Prada*, personaje que representa a una anoréxica, de un modo tan pasmosamente superficial que se aleja de la parodia crítica y no es sino una reproducción de todos los clichés sobre la relación entre moda y trastornos alimentarios a los que nos tienen acostumbradas los medios de comunicación.

Emily es la mujer eternamente descontenta con su físico, que vive obsesionada con estar delgada, y que realiza sacrificios que atentan contra su salud para conseguirlo. Andy se convierte en una copia mejorada de Emily, puesto que consigue la perfección estética sin esfuerzo aparente. Y Bridget querría ser Andy, para no tener que controlar tantos impulsos por lograr su objetivo: ser sexualmente aceptable para resultar socialmente aceptable. Ambas películas provocan la identificación de las espectadoras con las protagonistas, pero de manera diferente. En el caso de *El diablo viste de Prada*, Andy es la mujer que todas las mujeres querrían ser: bella, delgada, joven y con estilo, y todo ello sin tener que pagar ningún precio por conseguirlo (aparentemente). Sin embargo, Bridget es todo lo que las espectadoras querrían no ser: una mujer con algunos kilos de más, de aspecto desaliñado y de torpes maneras. Las dos provocan un efecto en la audiencia; la primera crea ansiedad en las mujeres, que sienten vergüenza del pecado de no ser tan perfectas como ella, y la segunda es fuente de alivio por acumular más defectos y torpezas de las que podría tener cualquier mujer en el mundo real. Lo que queda claro es que ninguna de las dos está escogida al azar, y que el cometido de ambas es interpelar a las espectadoras para que vean en ellas el modelo de lo que quieren, o no quieren, ser.

Las tres protagonistas son mujeres trabajadoras, con empleos fuera del hogar. No conocemos el proceso por el cual Miranda llegó a su puesto directivo en *Runway*, pero sí sabemos que el Requisito de Belleza Profesional se da tanto en el caso de Andy como en el de Bridget a la hora de contratarlas. Cuando Andy llegó a la revista la juzgaron por su manera de vestir y por su peso. Consiguieron transformarla y con su cambio de imagen ganó en confianza y profesionalidad. Bridget era conocida en la editorial en la que trabajaba por la longitud de sus faldas y sus camisas semitransparentes, y cuando lo dejó y consiguió otro empleo, el jefe le hizo saber claramente que la había elegido para el puesto por su aspecto físico, y porque albergaba la esperanza de recibir a cambio favores sexuales. El mensaje que se nos transmite no es sólo que el aspecto físico de la mujer sea más importante que el del hombre a la hora de encontrar trabajo, sino que es un requisito imprescindible para las féminas, por encima de su capacidad intelectual y sus aptitudes profesionales. Un mensaje que justifican las protagonistas, quienes lo aceptan sin demasiada dificultad, e incluso se esfuerzan por resultar aún más atractivas para llegar más lejos en su carrera profesional.

La mirada masculina, además de dominar la imagen de los filmes, es también el eje central por el cual se mueven las protagonistas. En el caso de Bridget, las miradas de Daniel en el trabajo, y las de Marc en cada uno de sus encuentros, son fundamentales para modificar el estado de ánimo y la autoestima de la protagonista. Para Andy ocurre igual con la mirada de Miranda, quien, como ya hemos avanzado, representa la masculinidad tradicional por el poder que ostenta. Las mujeres confunden el ser atractivas sexualmente con ser miradas como objetos sexuales. Esas miradas a sus cuerpos, lascivas en el caso de Bridget, y valorativas en el caso de Andy, podrían considerarse acoso sexual en el puesto de trabajo. Sin embargo, se presentan a los espectadores como situaciones naturales, e incluso cómicas y ‘picantes’. Podemos considerar, por ello, que el acoso sexual en el puesto de trabajo, ese que no supera los límites de las miradas abusivas y los comentarios obscenos pero que atenta igualmente contra la dignidad de las personas, es algo que la Nueva Mujer tendrá que aceptar si desea entrar en el ámbito público. La mujer es porque los demás la miran, y el cuerpo en el que vive no le pertenece; es, como afirma Pierre Bourdieu, un ‘cuerpo-para-otro’.

El mensaje que se pretende transmitir no es sólo que las mujeres deban aceptar dichos tratos vejatorios como parte de su cotidianidad fuera de sus hogares, sino que tendrían que sentirse orgullosas por resultar deseables a los hombres, puesto que con el paso de los años, cuando ese deseo masculino desaparezca, lo hará también su posición social. Miranda Priestley es una mujer inteligente, ambiciosa y con poder. Pero es vieja. Pasada la treintena, la Nueva Mujer tiene que enfrentarse a una nueva dificultad: el paso de los años y el desprestigio social que ello supone para una mujer. Sus jefes o compañeros de trabajo pasarán de juzgarla como objeto sexual a discriminarla por no considerarla más una mujer. Si los hombres poderosos adquieren con la edad un mayor respeto de su entorno, las mujeres son sustituidas por chicas jóvenes como Andy, auto-reguladas y dispuestas a ceder para alcanzar la posición a la que aspiran. Lo demuestra claramente el cambio que los directivos de *Runway* quieren hacer en la revista, sustituyendo a Miranda por una mujer más joven para aportar frescura al proyecto. Miranda ronda la cincuentena, lleva décadas lidiando con hombres en su trabajo, y sabe perfectamente lo que quiere. A pesar de que sus actitudes sean típicamente ‘masculinas’, ella es una mujer y por tanto puede boicotear el sistema patriarcal en el que los hombres han aprendido a moverse. La mujer madura incomoda, y es necesario hacerla sentir prescindible para mitigar su poder.

La mujer, pasada la treintena, es considerada poco deseable, debido a la exaltación de la juventud en la sociedad actual. Si la Nueva Mujer, joven y soltera, resulta atractiva para los hombres, pasada la veintena una mujer sin compromiso desestabiliza el orden establecido y se considera amenazante para el sistema. Bridget es el perfecto ejemplo de esta marginación, y también de la ansiedad que provoca el sentirse fuera del estatus socialmente consensuado. La protagonista de *El diario de Bridget Jones* pasa toda la película buscando un hombre que la libere de su condición de soltera y que le permita sentirse aceptada. Pero también Andy, ejemplo de la perfecta mujer actual, termina sintiendo miedo de dar más valor a su trabajo que a su pareja, y de terminar como Miranda, con varios divorcios a sus espaldas, y ‘sola’ a los cincuenta.

Podemos enmarcar *El diario de Bridget Jones* y *El diablo viste de Prada* dentro del *woman's film* o cine de mujeres, que, como hemos señalado en la segunda parte de este trabajo de investigación, según Giulia Colaizzi, facilita la naturalización de modelo burgués de feminidad, de pasividad y renuncia. Tanto Andy como Bridget son ejemplos de la Nueva Mujer, pero no se han hecho a sí mismas. Andy es un producto prefabricado en una revista de moda, y Bridget es un modelo defectuoso de la mujer occidental de hoy en día. Estamos ante productos creados para interpelar a las espectadoras, que olvidarán, gracias a ellos, su anhelo de independencia e igualdad de derechos y obligaciones. Las películas colocan a ambas en un contexto propio de la Nueva Mujer, y ninguna de ellas es capaz de enfrentarse a las situaciones que en él se le presentan. Los filmes son carreras de obstáculos en las que las protagonistas no consiguen vencer, y vuelven como perros asustados a su rincón, el asignado tradicionalmente a las mujeres, el único lugar en el que una mujer puede sentirse plenamente segura: el hogar. La competencia entre las mujeres por sus atributos físicos, la percepción de la delgadez como valor absoluto, el Requisito de Belleza Profesional, o la marginación de las féminas autosuficientes pasada la primera juventud, son sólo algunas de las razones que se nos dan en ambas películas para que olvidemos la idea de entrar en un mundo tan complejo para nuestras limitadas miras, que terminaría devorándonos. Miranda, la mujer exitosa y autosuficiente por antonomasia, la mujer que ha conseguido ganarse el respeto del mundo gracias a una actitud fría y agresiva, tópico

de los hombres de poder en el ámbito público, es el golpe de efecto que necesitan las espectadoras para ver cómo se derrumba su castillo de la independencia. Ni siquiera ella ha podido soportar la presión de la esfera pública; no ha sido capaz de conciliar vida profesional y personal, y no ha podido evitar que, a pesar de todos sus cuidados, los años hayan hecho mella en su físico. Elemento de insignificante valor en la carrera profesional de un hombre, pero que consigue ganarle la batalla a una mujer, permanentemente presionada a nivel social por haber elegido una vida que no corresponde a su género.

La conclusión de estas dos películas no es que las mujeres –y la sociedad en general– tengamos que luchar contra estereotipos que nos impiden vivir nuestras vidas con la misma libertad con la que lo hacen los hombres. Lo que pretenden, al contrario, es hacer que las espectadoras se identifiquen con tipologías normalizadoras del ‘ser mujer’, y que sigan el patrón establecido por el cual las mujeres –más débiles e influenciables que los hombres, con menor capacidad intelectual, y con la importante tarea de la gestación de las nuevas generaciones– tienen que cumplir principalmente con su papel de madres y esposas. En el Occidente del siglo XXI no hay lugar para estrictas prohibiciones y limitaciones legales a las mujeres a la luz del día, pero sí lo hay para una discriminación mucho más dañina y peligrosa: el control de nuestra subjetividad y el maltrato a nuestra autoestima a través de nuestros cuerpos. Cosificadas, fragmentadas y percibidas como objetos sexuales –eso sí, con la habilidad de vestirlo todo de aparente naturalidad–, nunca lograremos sentirnos capaces de romper el techo de cristal y salir a la superficie reivindicando nuestra valía sin avergonzarnos por ello, igual que hacen cada día los hombres.

Dos películas como *El diario de Bridget Jones* y *El diablo viste de Prada*, aparentemente superficiales e inofensivas, transmiten mensajes tan perversos como el del odio hacia una misma o la incapacidad de las mujeres de enfrentarse a las vicisitudes de la vida más allá de las cuatro paredes de su casa, mientras promocionan Nuevas Mujeres vestidas de Chanel, que dirigen revistas y enamoran a los hombres más admirados. Son sólo dos ejemplos de la cantidad de filmes dirigidos a las mujeres actuales, que se consumen con ingenuidad y sin una mirada crítica por parte de las espectadoras y que, sin embargo, están en la base de toda una estrategia social para re/construir a esta Nueva Mujer, que difiere mucho menos de lo que creemos del concepto de mujer tradicional.

## Bibliografía

AGUILAR, Pilar, *Mujer, amor y sexo en el cine español de los '90*, Madrid: Fundamentos, 1998.

ARRIAGA FLÓREZ, Mercedes; Rodrigo BROWN SARTORI; José Manuel ESTÉVES SAÁ Y Víctor SILVA ECHETO (eds.), *Sin carne: representaciones y simulacros del cuerpo femenino. Tecnología, comunicación y poder*: Sevilla: Arcibel editores y grupo de investigación, 2006.

BAUMAN, Zygmunt (2004): *Identidad: conversaciones con Benedetto Vecchi*, Madrid: Losada, 2005.

BORDO, Susan, "The body and the reproduction of femininity", en Katie CONBOY, Nadia MEDINA and Sarah STANSBURY (Eds.), *Writing on the body. Female embodiment and feminist theory*, New York: Columbia University Press, 1997.

BOURDIEU, Pierre (1998): *La dominación masculina*, Barcelona: Anagrama, 2005.

CARMONA, Ramón, *Cómo se comenta un texto fílmico*, Madrid: Cátedra, 1993.

COLAIZZI, Giulia, *La pasión del significante. Teoría de género y cultura visual*, Madrid: Biblioteca Nueva, 2007.

FOUCAULT, Michel (1975): *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, Madrid: Siglo XXI, 1990.

KAPLAN, E. Ann (1983): *Las mujeres y el cine. A ambos lados de la cámara*, Madrid: Cátedra, 1998.

KUHN, Annette (1982): *Cine de mujeres. Feminismo y cine*, Madrid: Cátedra, 1991.

TURNER, Bryan S. (1984): *El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social*, México: Fondo de Cultura Económica, 1989.

WOLF, Naomi, *El mito de la belleza*, Barcelona: Emecé, 1991.

