



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLÁSTICAS

# “Nueva propuesta de calendario *pin-up* 2013”

Tesis que para obtener el título de:

**Licenciada en Diseño y Comunicación Visual.**

Presenta: **Karen Itzel Barrera Rojas**

Director de tesis: **Benito Juárez García**

México, D.F., 2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México

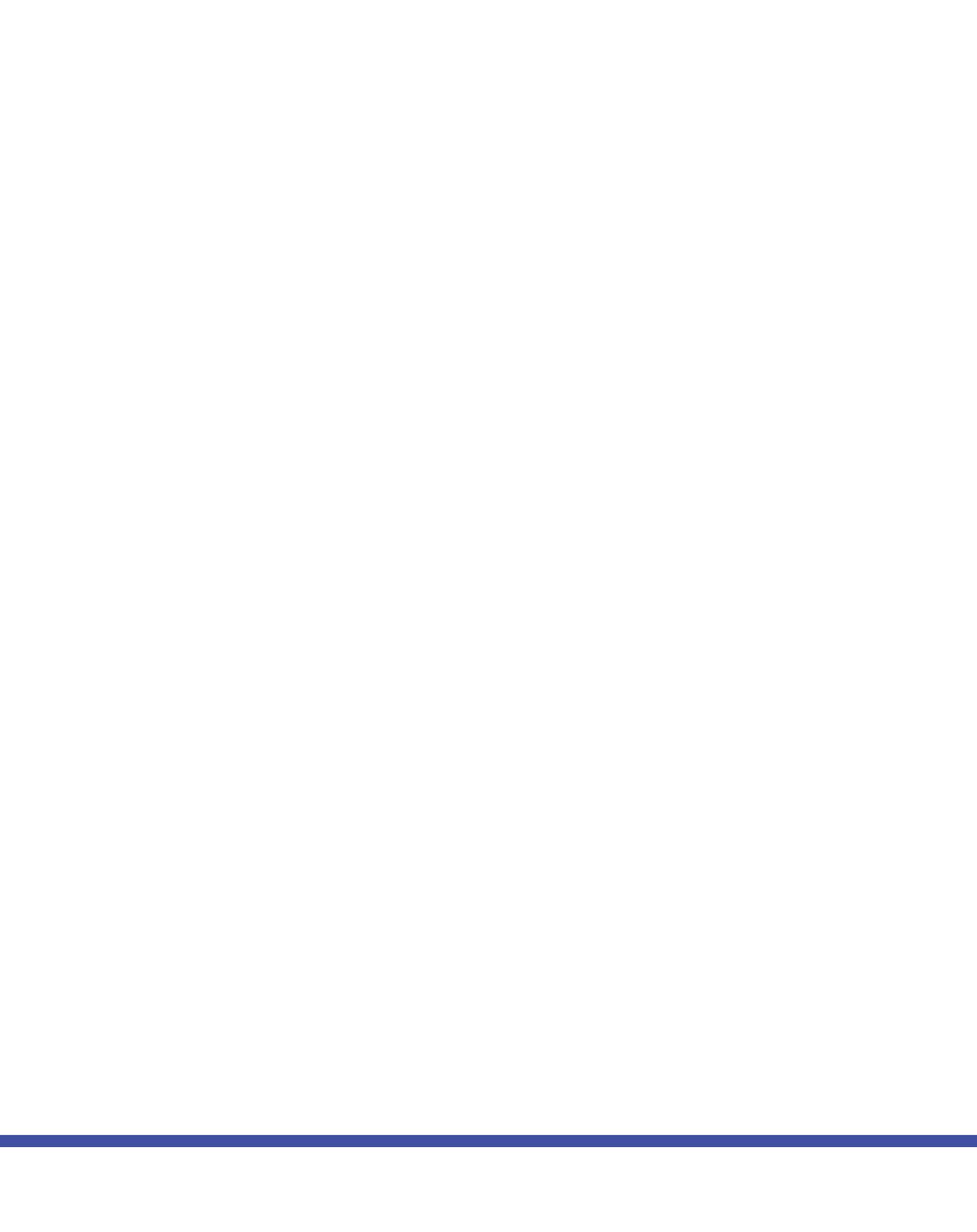


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



# AGRADECIMIENTOS

*Gracias a Miguel Angel y Aralina, mis padres, por esos besos de buenas noches cuando niña, por las noches en vela cuando enfermaba (que fueron muchas), por toda la paciencia y el apoyo tanto económico como emocional que tuvieron conmigo durante estos años de estudio y sobre todo, con éste proyecto. Los amo con todo el corazón y le estoy eternamente agradecida a Dios, al destino, a la vida (o como quieran llamarle) por haberme puesto en sus manos, sólo ustedes podrían haber criado a este ser tan subversivo, tan inquieto, tan diferente y haberlo llevado por el mejor de los caminos.*

*Gracias a Miguel... Mickey, mi hermano, mi compañero de travesuras y con los años de algunas parrandas, que aunque la distancia nos separa el corazón nos mantiene unidos. Gracias por ser mi mejor amigo.*

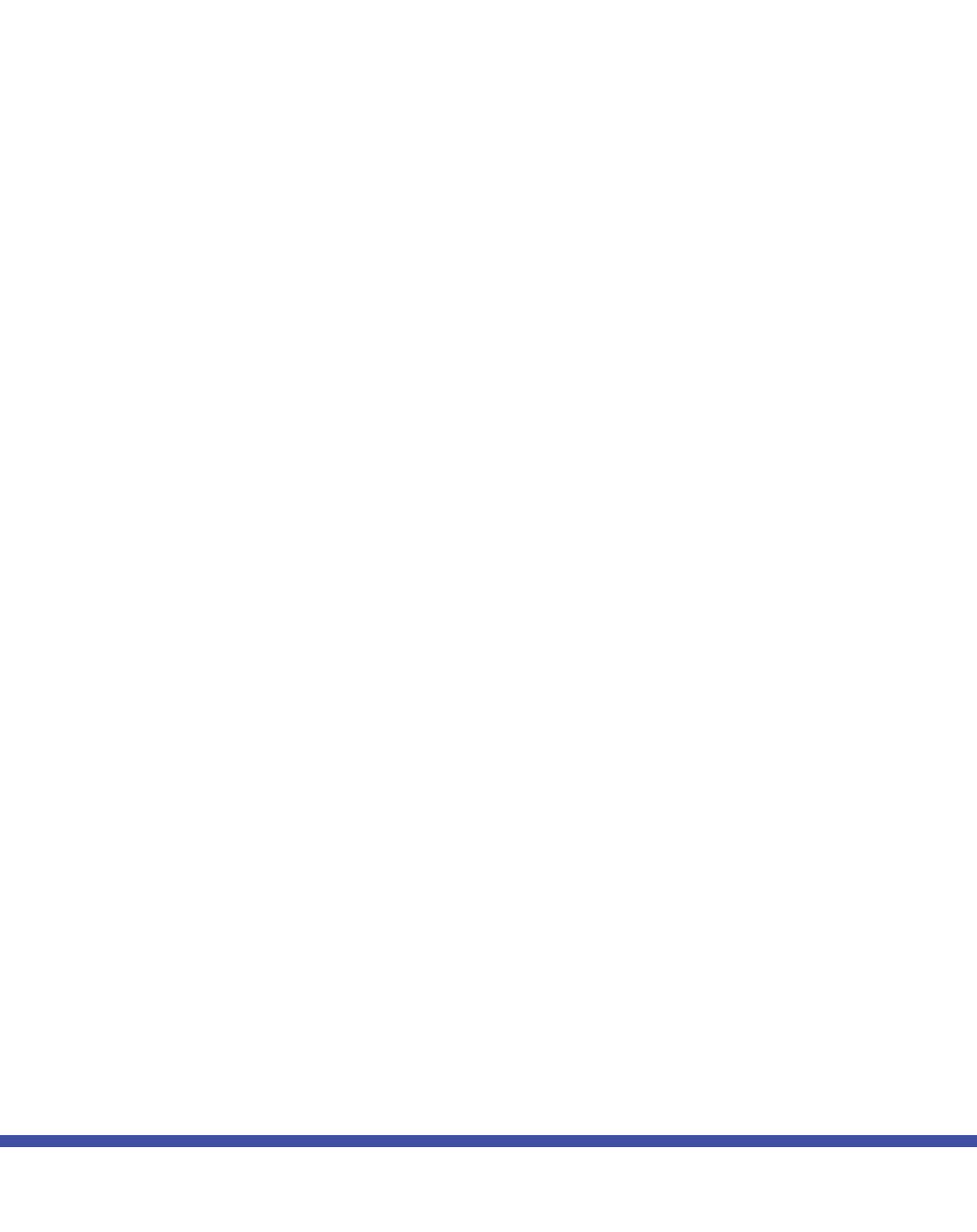
*Gracias a Hugo (mi tío consentido) y María Eugenia (mi abuela consentida) por ser como son y vivir toda la vida que recuerdo a nuestro lado.*

*Gracias a Tania y a las 12 mujercitas que confiaron en mí regalándome su tiempo para las sesiones de fotos.*

*Gracias UNAM por ser mi segunda casa desde la preparatoria, donde viví muchos de los mejores momentos de mi vida.*

*Gracias ENAP, por lo bueno, lo malo, los sinsabores y las victorias, las experiencias, el aprendizaje, los desvelos, los sueños, los berrinches, las semanas con tareas eternas, los trabajos repetidos y sobre todo, por las personas conocidas.*

*Por último, pero no menos importante, gracias a mi tía Norma, mi tío Ulises (q.e.p.d.), mi tío Juan, mi tía Lucía y a mis primos que son en realidad mis hermanos: Wendy Pino, Brandon, Potter, Iván, Rontontón, Gaby e Itzel, por sus muestras de cariño y apoyo siempre.*



# ÍNDICE:

<b>INTRODUCCIÓN.</b>	<b>3</b>
Capítulo I.	<b>5</b>
<b>LA FOTOGRAFÍA DE RETRATO PIN-UP</b>	
1.1 BREVE HISTORIA DEL <i>PIN-UP</i>	<b>5</b>
1.2 DEFINICIÓN DEL TERMINO <i>PIN-UP</i>	<b>10</b>
1.2.1 DEFINICIÓN DEL TERMINO <i>CHEESECAKE</i>	<b>11</b>
1.3 LOS PRINCIPALES SOPORTES DEL <i>PIN-UP</i>	<b>13</b>
1.3.1 EL <i>NOSE-ART</i>	<b>17</b>
1.4 EL <i>PIN-UP</i> HOY EN DÍA	<b>19</b>
1.5 EL RETRATO <i>PIN-UP</i>	<b>20</b>
1.5.1 EL PROCESO DE SELECCIÓN DE MODELOS <i>PIN-UP</i>	<b>25</b>
1.5.2 TIPO DE ILUMINACIÓN Y FONDOS PARA EL RETRATO <i>PIN-UP</i>	<b>27</b>
1.5.3 TIPO DE MAQUILLAJE, PEINADO Y VESTIMENTA <i>PIN-UP</i>	<b>30</b>
Capítulo II	<b>41</b>
<b>EL CALENDARIO <i>PIN-UP</i></b>	
2.1 TIPOS DE CALENDARIO	<b>41</b>

2.2 COMPARATIVA DE CALENDARIOS PREVIOS DEL ESTILO <i>PIN-UP</i>	<b>45</b>
Capítulo III	<b>61</b>
<b>DISEÑO DE CALENDARIO CON FOTOGRAFÍAS DE MODELOS <i>PIN-UPS</i> MEXICANAS</b>	
3.1 BRIEFING DE CALENDARIO PIN-UP 2013	<b>61</b>
3.2. PROCESO DE CREACIÓN DEL CALENDARIO DE PIN-UPS MEXICANAS 2013	<b>65</b>
3.2.1: LA SELECCIÓN DE MODELOS (PROCESO DE CASTING Y DECISIÓN FINAL).	<b>66</b>
3.2.2: MECÁNICA DE LAS TOMAS FOTOGRAFÍAS.	<b>70</b>
3.2.3 SELECCIÓN FINAL DE FOTOGRAFÍAS PARA USO EN EL CALENDARIO, EDICIÓN Y PROPUESTA DE CALENDARIO PIN-UP 2013	<b>78</b>
3.3 PRESENTACIÓN DE SOPORTE FINAL (CALENDARIO).	<b>89</b>
<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>109</b>





# INTRODUCCIÓN

El objetivo de este proyecto es proponer una forma diferente de distribución de los elementos de un calendario *pin-up* haciendo adecuaciones que a la diseñadora le parecen pertinentes. Además de conocer brevemente el movimiento *pin-up* a partir de sus inicios, adentrar al lector en los soportes que fueron explotados por la industria y finalmente presentar un nuevo diseño de calendario.

Durante éste recorrido se podrán encontrar los cambios pequeños pero significativos que tuvo el movimiento mientras evolucionaba, el detectar su decadencia e incluso podremos darnos cuenta de la gran participación por parte de las *pin-ups* en la publicidad, siendo inigualables protagonistas de un sin número de artículos de publicidad cuando el movimiento estaba en su cúspide.

Se pretende abarcar de una forma breve y concisa la historia de las *pin-ups*, destacando los principales factores que dieron pie a que se hicieran famosas e incluso, que a pesar del tiempo y el espacio, sigan presentes en la sociedad, aunque no con el

mismo impacto que en los años 50's.

Una vez iniciada la historia, se procederá a conocer los tecnicismos que podrían existir dentro de los retratos tipo *pin-up* dado que la fotografía de *pin-ups* tiene sus propios apartados, trucos, estereotipos, modelos y poses que la caracterizan y la hacen única.

Todo en una fotografía es importante, desde la elección de la modelo hasta la forma en que es maquillada y vestida, su iluminación o los fondos, ya que de no seguir ciertas referencias, la fotografía podría parecer sólo un retrato y habría perdido el valor de un retrato tipo *pin-up*.

Para cuando conozcamos los trucos y tecnicismos, nos adentraremos en los soportes explotados por la industria de las *pin-ups*, haciendo hincapié en los calendarios. Conoceremos también algunos tipos de calendarios comerciales y compararemos a lo largo de la historia

ciertos ejemplos de calendarios de *pin-ups* para poder conocer sus retículas, técnicas, aciertos y deficiencias.

Todo esto, para poder hacer una nueva propuesta de calendario *pin-up*, la cual surge con el propósito de lanzar al mercado mexicano un artículo de uso común y satisfacer al amplio mercado joven que se encuentra identificado con el *pin-up* y que desafortunadamente tiene acceso a limitadas publicaciones en el país o que debe comprarlas en otros países. Esto es para aquellos que conocieron a las *pin-ups* en sus años cúspide, para aquellos que aman a esas *pin-ups* y pretenden imitarlas hoy en día y para los que no las conocen, pero que seguramente, también se enamorarán de ellas.

En pocas palabras, ésta investigación pretende adentrar al lector en el tema del *pin-up*, así como su fotografía de retrato, usos, costumbres y nuevos movimientos que han surgido a partir de éste, para después desarrollar el diseño de un calendario tomando todo lo anterior y trayéndolo al año 2013, mejorándola de la mejor manera posible.

Podrá ser consultada por cualquier persona que busque conocer más acerca de las *pin-ups* y no se conforme con lo que el internet le puede ofrecer, que aunque es innegable que representa una gran herramienta, no hay datos tan exactos como los hay en los libros. Además, la mayoría de los libros que existen sobre el *pin-up* están escritos en inglés, francés o alemán, así es que esta publicación no pretende sustituir a la bibliografía existente, pero si modestamente contribuir al conocimiento del tema en el idioma español.

## Capítulo I

# “LA FOTOGRAFÍA DE RETRATO *PIN-UP*”

En este primer capítulo hablaremos de la historia de las *pin-ups*, cómo surgieron y qué soportes las impulsaron.

La intención es poder ubicarnos dentro de un marco histórico para imaginar qué sucedía en esos años y comprender de una mejor forma cómo fue que las *pin-ups* se volvieron tan famosas, irresistibles y con el tiempo cotidianas.

## 1.1 BREVE HISTORIA DEL *PIN-UP*

“A pesar de que la idea de usar el *sex appeal* para atraer a las personas es tan vieja como la misma humanidad, el *pin-up* es un invento moderno.”<sup>1</sup>

Las *pin-ups* comienzan a escribir su historia a principios del siglo XIX, con ciertos descubrimientos y logros en la comunicación visual que comenzaron a facilitar la reproducción de imágenes, tales como la

<sup>1</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.32-35

evolución de los carteles publicitarios, el descubrimiento de la “litografía”<sup>2</sup> por Aloys Senefelder en Alemania (1796), la invención o el descubrimiento de varios procesos fotográficos por Joseph Nicéphore Niépce, Louis Daguerre en Francia y William Henry Fox Talbot en Reino Unido (1830 -1835) y el desarrollo de las prensas de alta velocidad (1850) ya que esto último permitió la diseminación de información, tanto escrita como gráfica. Con estos avances en las comunicaciones llegó la tecnología para la reproducción de fotografías en grandes cantidades y con esto toda una nueva era para la publicidad ya que ningún artista había empleado aún un medio impreso para retratar a una mujer *sexy* que invitara al espectador a fantasear con unírsele en un placer sensual.

Aunque las primeras fuentes de las *pin-ups* fueron evoluciono-

<sup>2</sup> Litografía n. f. Arte de reproducir, por medio de la impresión dibujos trazados con materia grasa en una piedra caliza. Diccionario Planeta de la lengua española usual, Ed. Planeta, España, 1990.

nando a través del desarrollo de la ilustración de impresos en Europa, las *pin-ups* se convirtieron esencialmente en un concepto, un producto y un estereotipo norteamericano ya que fue a través de revistas en Estados Unidos que la imagen de las verdaderas *pin-ups* fueron más agresivamente perseguidas y se desarrolló posteriormente en sus formas modernas."<sup>3</sup>

“El sexo apareció en la otra mitad del siglo XIX en las revistas con imágenes y anuncios, que en gran parte eran ficción (sino es que completamente ficticias). Por ejemplo, a partir de 1878, las portadas de la revista “*Police Gazette*” mostraban imágenes de prostitutas, que siempre eran voluptuosas, no como las delgadas mujeres que aparecían en las revistas de moda...

En 1880 las fotos subidas de tono y las “picantes” historias de las reinas del burlesque y actrices eran característica estándar de las revistas. Por ese tiempo, también se comenzaron a publicar suplementos fotográficos de actrices y atletas campeo-

nes, se vendían también con bastante éxito fotos de actrices, bailarines, figuras del deporte, carreras de caballos, perros y gallos de pelea.

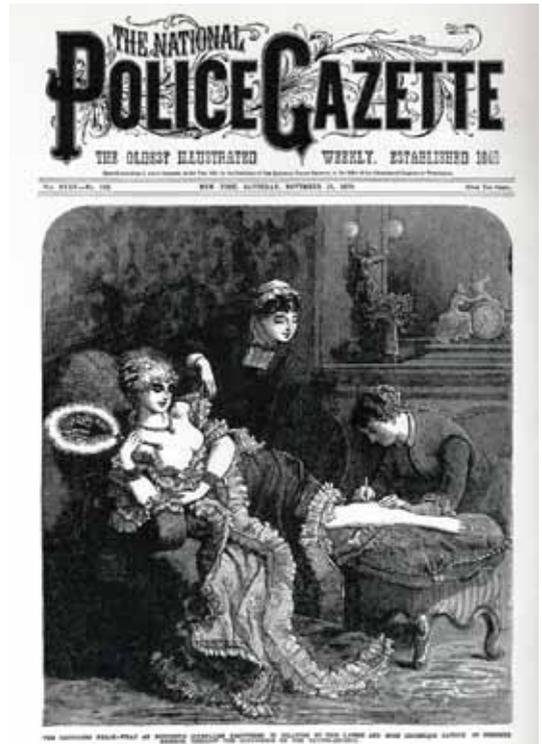


Imagen 1: Una de las tantas portadas de la revista *Police Gazette*.

Fue en Nueva York en donde se recibió al *burlesque*<sup>4</sup> con sorpresa y alegría, el *burlesque* en Norteaméri-

<sup>4</sup> Estilo artístico que se vale de la parodia y la exageración de rasgos para ridiculizar un tema, glorificando lo socialmente inaceptable o denigrando lo dignificado. El *burlesque* americano es una variante dramática del *burlesque* europeo de la era Victoriana. El género resurge en décadas siguientes, presentando un contenido más erótico en el que presentan actos artísticos y *performances* que normalmente involucran un gran contenido sexual.

<sup>3</sup>“The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.32-35

ca era sólo *striptease* y un desfile grotesco de pechos inflados de silicona presentado en calientes, humeantes y húmedos lugares que no parecieran un teatro.

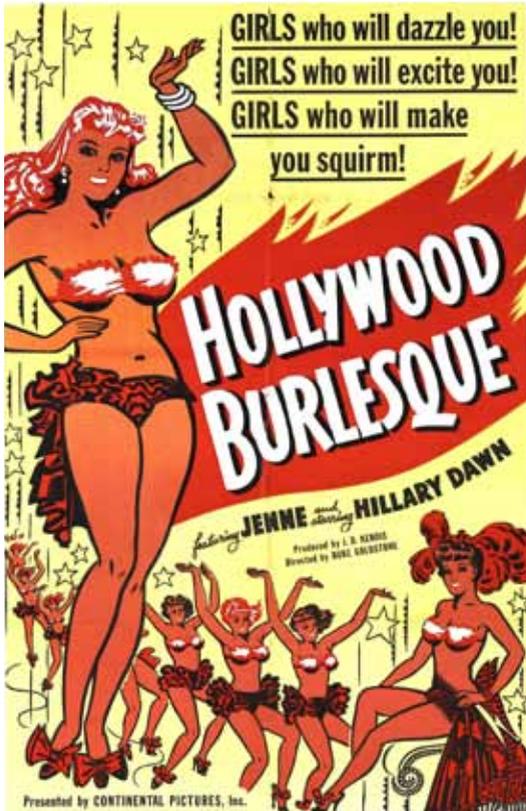


Imagen 2: Cartel anunciando un show de burlesque en Hollywood.

En 1869 el *Appletons Journal* mencionaba que: "las mujeres presentes en el burlesque, vestían (o semi-vestían) los trajes más lujosos y seductores

posibles: Uno queda deslumbrado con esos rostros hermosos que cantan la jerga vil, bajo el ingenio y las costumbres abandonadas de los personajes."<sup>5</sup>

A la par que esto sucedía, algunos personajes comenzaron a mostrar interés por plasmar en ilustraciones otro tipo de mujer, algo más recatada pero igual de bella, esto conlleva al nacimiento de la chica Gibson (*Gibson girl*), considerada como la primera *pin-up*.<sup>6</sup>



Imagen 3: Ilustraciones de las Gibson girls

<sup>5</sup> "The pin-up, a modest history", Mark Gabor, Ed. Evergreen, Págs.36-39

<sup>6</sup> La *Gibson Girl* es considerada como el primer ideal de belleza femenina estadounidense.

El cuerpo y los rasgos aristocráticos de la chica se consideraban como un modelo que muchas jóvenes estadounidenses querían imitar, y un retrato romántico de los rasgos femeninos. Era alta y delgada, pero con formas, y solía llevar corsé. Tenía la nariz y la boca pequeñas y bien dibujadas, pero sus ojos eran grandes. Elegante y bien vestida, correspondía con la imagen de una señorita bien educada. La *Gibson Girl* representaba en su época la imagen completa de la moda, la belleza y el éxito social. Sana, incluso deportista, segura de sí misma, pero sin ostentación, sonreía con frecuencia, pero no solía reír, manteniendo siempre cierta distancia.

“La primera *pin-up girl* genuina resultó una creación norteamericana que cobró vida en 1887 de la pluma de Charles Dana Gibson, la cual según Charles G. Mortignette se trataba de una mezcla de dos ideas: la de la chica de a lado (*the girl of the next-door*) y la chica de tus sueños”.<sup>7</sup>

“La chica Gibson nunca fue sólo un cuerpo, ella era amor, moda, integridad y refinamiento”<sup>8</sup>

Las primeras *pin-ups* fueron ilustradas (pintadas), como la chica Petty y la chica Vargas, quienes hicieron popular el *pin-up*, pero para 1930 y 1940 los fotógrafos comienzan a capturar modelos en película.

Con el paso de los años, el *pin-up* evolucionó como una combinación de elementos que producen una particular imagen basada en la excitación y el encanto.

“Las primeras *pin-ups* eran vinculadas a todo tipo de temas, productos comerciales, historias

<sup>7</sup> “Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales”, Ana Alêhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.23

<sup>8</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.56

y profesiones. Los soportes principales de estas imágenes eran los calendarios y carteles, razón por la cual obtenemos el término *pin-up* o en español colgar en la pared.

Estos soportes fueron especialmente populares entre los soldados durante la guerra.”<sup>9</sup>, aunque también había revistas, postales o tarjetas de las cajas de cigarros.

“El fin de la época pin up se vislumbra alrededor de los años 70’s, donde la fotografía se había hecho cargo de la época *pin-up*, con imágenes que tendían a quitarle la diversión al sujeto y ponían énfasis literal en las partes sexuales...”<sup>10</sup>.

El proceso más evidente en la evolución de las *pin-ups* es la gradual desnudez de estas, las cuales comenzaron siendo recatadas y desafortunada o afortunadamente terminaron utilizando desnudos explícitos: la emergencia de senos y traseros desnudos, hasta llegar a la desvergonzada exposición del vello púbico y la vulva. Las *pin-ups* ya para entonces no eran más que un objeto sexual.

<sup>9</sup> “The Great American Pin-up”, Charles G. Mortignette, Louis K. Meisel, Ed. Taschen., 2002, Pág.15

<sup>10</sup> “The Great American Pin-up”, Charles G. Mortignette, Louis K. Meisel, Ed. Taschen., 2002, Pág.17



Imagen 4: Fotografía de Betti Page, una de las principales pin-ups y pionera en las fotografías de sadomasoquismo.

“Hoy en día, la fotografía de desnudo, ha perdido su estilo *cheesecake*<sup>11</sup>. Desde 1960, las revistas para hombres como *playboy*, *penthouse*, entre otras, han competido en una carrera por enseñar más. Las nuevas revistas se acompañan de caricaturas, ficción, entrevistas a famosos e incluso artículos serios. “Además estos productos periódicos ofrecen fotografías con alta calidad de color, con brillantes terminandos que dejan muy poco a la imaginación. Triste-

<sup>11</sup> Cheesecake: éste término es usado generamlente como un sinónimo de la palabra pin-up, nació de la frase “*better than a cheesecake*” (mejor que un pastel de queso) haciendo referencia a una “suculenta”mujer.

mente, es algo muy lejano a la inocencia de los años 50’s.”<sup>12</sup>

En la actualidad las mujeres continúan siendo utilizadas para promocionar servicios o productos, es fácil encontrar calendarios o publicaciones donde destacan mujeres que parecen caídas del cielo, con poca ropa o totalmente desnudas que en la mayoría de los casos poco o nada tienen que ver con lo que promocionan.



Imagen 5: Muestra de calendario 2012 patrocinado por TECATE, QUAKER STATE y ELF.

Cierto es que esa imagen de una mujer difícilmente ya es considerada una *pin-up*, pero existe toda una historia detrás de ella, que tiene mucho que ver con las *pin-ups*.

<sup>12</sup> “1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection”, Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.21

## 1.2 DEFINICIÓN DEL TERMINO PIN-UP

“El concepto *pin-up* aparece en Estados Unidos y representa un modelo de mujer bonita e insinuante, fotografiada o retratada para la portada de una revista o un calendario; el término puede referirse también a dibujos, acuarelas, pinturas y otros tipos de ilustraciones.

Según Daniela Vázquez<sup>13</sup>, en uno de sus artículos para la revista *online* uruguaya *freeway* la expresión *pin-up* tiene su mayor presencia en la sociedad americana de los años 50, popularizándose tanto entre el género masculino como el femenino.

Las imágenes de *pin-up* nunca fueron consideradas pornográficas dado que, las modelos nunca mostraron sus partes sexuales de manera explícita y podían encontrarse en revistas, periódicos o tarjetas postales.”<sup>14</sup>

“Una *pin-up* puede representar lo que sea que amemos, queramos amar o queramos tener. Cualquier imagen impresa que pueda ser colgada en una pared posiblemente podría ser considerada una *pin-up* siempre y cuando en la imagen aparezca una modelo. En el uso común el término se extiende para las imágenes que aparecen en tarjetas de juego, llaveros, vasos, etc. Así, a pesar del significado literal del término, está claro que la esencia de una *pin-up* no es tanto su forma física sino su calidad de imagen.”<sup>15</sup>

Etimológicamente, el concepto *pin-up* designa al tipo de ilustración que se difundía en los carteles y calendarios que vestían las calles de los años 20. Estas imágenes se transformaron en un ícono de belleza, las ilustraciones reflejaban la imagen femenina explotando su lado más sensual posando en actitudes sugerentes.

“La palabra *pin-up* implica una imagen destinada a ser colgada y mirada por un largo tiempo sin que el espectador se canse de ella.”<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Columnista de la revista *online Freeway* que dedicó uno de sus artículos a la temática de las *pin-ups*.

<sup>14</sup> “Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales”, Ana Alêhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Págs. 17-21

---

<sup>15</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.23

<sup>16</sup> “Pin-ups. Guide to pin up photography”, Bruno Bernard et Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.120

La estética *pin-up*, se caracteriza por tener un cincuenta por ciento de sensualidad y el la otra mitad de ingenuidad.



Imagen 6: Fotografía de Marylin Monroe, la *pin-up* más famosa

La mujer *pin-up* se caracteriza por sus curvas, que en vez de taparlas las ponen a la vista de todos, destacando lo mejor de su voluptuosidad como senos y trasero; y por supuesto, todo su erotismo a flor de piel. Además aquella frescura del rostro de estas chicas se caracterizaba por

sus labios siempre pintados de rojo intenso, sus pestañas infinitas y cejas muy marcadas.

Existen varias definiciones para el término *pin-up*, aunque la mayoría nos llevan a la misma imagen: una mujer que tiene una actitud o una que pareciera invitar al espectador a participar en una fantasía.

### 1.2.1 DEFINICIÓN DEL TERMINO CHEESECAKE

Es común que al hablar de *pin-ups* nos encontremos con el término *cheesecake*, el cual podría ser considerado un sinónimo aplicado a las mujeres que literalmente eran mejor que un pastel de queso (*better than a cheesecake*).

El *cheesecake* también fue un fenómeno meramente americano, que va muy ligado al *pin-up*.

“La fotografía de *cheesecake* parece haber sido generada en gran medida por el *burlesque*.”<sup>17</sup>

<sup>17</sup> “1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection”, Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.14

“Se dice que el movimiento *cheesecake* obtuvo su nombre en 1915, cuando un fotógrafo editor exclamó al ver la imagen de una modelo: ¿Por qué esto es mejor que un pastel de queso? (*why this is better than a cheesecake?*)”<sup>18</sup>

¿Cómo era exactamente una modelo *cheesecake*?

El prototipo era bastante similar al de una *pin-up*. Allen Chellas<sup>19</sup> escribió así de ellas en una revista de 1950: “un fotógrafo *pin-up* quiere ya sea el prototipo sano de una chica americana o el tipo sensual que siempre parece estar molesta.

El peso es relativamente poco importante, pero hay dimensiones básicas que deben ser conforme a las cifras de aceptación general en el mercado. Caderas y busto de unas 34 pulgadas (alrededor de 86-87 cm.) con una cintura de 10 pulgadas menos (60 cm. aproximadamente).”<sup>20</sup>

<sup>18</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.23

<sup>19</sup> Editor del libro “Cheesecake: An American Phenomenon” (El Pastel de queso: un fenómeno americano)

<sup>20</sup> “1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection”, Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.16

“Los clásicos shows de chicas *cheesecakes* estaban llenos de chicas con curvas, con enormes pechos expuestos casi por completo, que posaban coquetamente en un escenario predecible. Existen variaciones del escenario, las poses o las formas de enfatizar la anatomía.”<sup>21</sup>

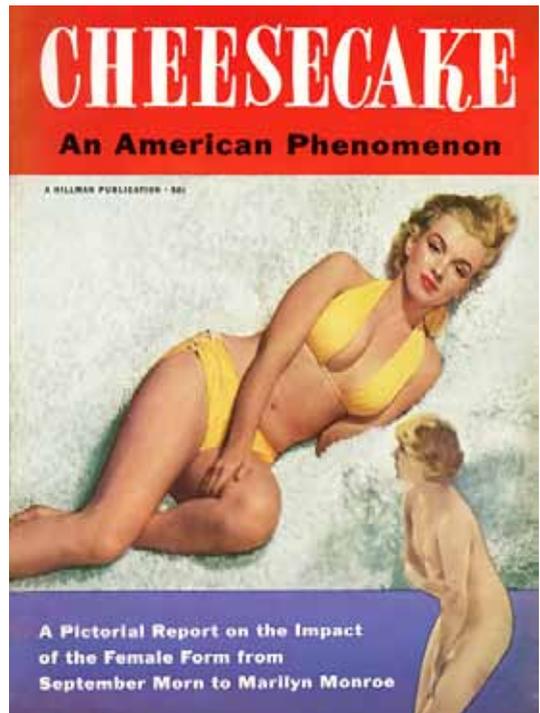


Imagen 7: Portada de publicación dedicada al *cheesecake*, los titulares rezan: *Cheesecake*, un fenómeno americano. Un reporte pictórico del impacto en las formas de las mujeres, de *September Morn* (primer calendario considerado *pin-up* publicado en 1912 por Paul Chabas) a Marilyn Monroe.

<sup>21</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.27

“Otros estilos de *pin-up* y *cheesecake* se han utilizado en asociación con una gran mezcla de las emociones, actitudes, actividades, temas y medios, como: la violencia, la sátira, el romance, el erotismo, la pureza, el fetichismo, el lesbianismo, el *soft-core*<sup>22</sup>, el erotismo, la danza, el teatro, el *burlesque*, las aspirantes al estrellato, los deportes, los dibujos animados, el nacionalismo, el pacifismo, la domesticidad, la naturaleza, pero sobre todo la fantasía erótica es la clave para entender todos los estilos de las *pin-up*.”<sup>23</sup>

El *cheesecake* en pocas palabras es “la fotografía que muestra especialmente la hermosura y esbeltez femenina.”<sup>24</sup>

---

22 Género pornográfico en el que no se muestran actos sexuales explícitos ni penetración.

Normalmente suele estar protagonizado por mujeres solas o en pareja que muestran sus cuerpos desnudos, se acarician y se besan con el fin de excitar al espectador pero nunca llegando a consumir ningún tipo de práctica sexual, siendo una masturbación lo más explícito que puede verse. Muy rara vez se ven hombres en este género.

23 “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.24

24 “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.23

## 1.3 LOS PRINCIPALES SOPORTES DEL *PIN-UP*

“En lo que respecta a su consumo masivo, las *pin-up* se convirtieron en un símbolo colectivo estadounidense, como reflejo de una sociedad victoriosa, segura y potente.”<sup>25</sup>

Dentro de los medios en los que se comercializaban las imágenes de *pin-ups* tenemos principalmente tres: revistas, calendarios y posters.

Sin embargo, no se debe perder de vista que existen otro tipo de soportes, como las cartas de juego, las cigarreras, las tarjetas postales, los llaveros, los vasos, los platos, las charolas y un sin fin de objetos.

### Revistas:

“Existen tantas revistas de *pin-up* como hay revistas en el mercado.

Durante 1930 la revista *Esquire* incluía posters de *pin-ups* en

25 “Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales”, Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.108

cada publicación, pero en 1950 las dejó de usar, quizá porque prefirió no competir con la nueva revista sensacional del momento "Playboy", publicada por primera vez en Diciembre de 1953. Playboy siempre ha tratado los placeres más sensuales: comida gourmet, *high fidelity* (alta fidelidad), viajes de romance, y por supuesto, sexo. Con la gradual relajación de las leyes censurantes, la presentación de las *pin-ups* de Playboy se fue haciendo progresivamente más desnuda.



Imagen 8: Portada de la revista Playboy

Las áreas públicas de los modelos podían ser expuestas sin interferencia o con muy pocas restricciones por parte del Estado o la Iglesia y sin quejas por parte de los anunciantes o lectores. *Esquire* y *Playboy* fueron las primeras revistas que dignificaron el *cheesecake pin-up* y elevaron su hasta ahora imagen de clase baja.

La más amplia gama de imágenes *pin-up*, la mejor variedad en técnica, estilo y elección de modelos (desde las muy inocentes, hasta las que tenían los senos más grandes que un cuerpo podía cargar) aparecían en una revista de chicas.<sup>26</sup>

### Calendarios:

“Los calendarios *pin-up*, fueron y son herramientas de publicidad, como extensiones de una revista, un regalo de una compañía o un comercial que mostraba el nombre de los patrocinadores y su dirección.

Los primeros calendarios de chicas fueron publicados al final del siglo XIX y al principio del siglo XX. Hace apenas un poco de tiempo que el calendario *pin-up* se publica por razones que no son de publicidad y que está

<sup>26</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Págs. 30

disponible al alcance del público en general."<sup>27</sup>

“El uso del calendario ha proporcionado venta en masa para la distribución de imágenes de chicas. En algunos calendarios existe un tema por año y en otros, un tema para cada mes.

Los calendarios *pin-up*, varían desde el tamaño de bolsillo hasta el de tamaño natural, usualmente son impresos a todo color y en una buena calidad.

Existen dos categorías para los calendarios *pin-up*: fotográficos y hechos por artistas.

Los calendarios fotográficos usaban mayormente modelos que posaban para las revistas de chicas y normalmente su fotografía aparecía tanto en el calendario como en la revista. Generalmente, las chicas de pechos grandes y caderas anchas eran fotografiadas en las clásicas poses *cheesecake*.

El calendario *pin-up* más famoso es el de las fotografías de Marilyn Monroe desnuda. Generalmente las estrellas de cine no se exponían ante sus

fans a través de un calendario, el vehículo para exponerse desnuda era a través de una revista con clase como *Playboy*."<sup>28</sup>



Imagen 10: Fotografía más conocida del calendario donde apareció Marilyn Monroe desnuda.

En los calendarios hechos por artistas, las ilustraciones utilizadas eran específicamente hechas para el calendario, aunque algunos artistas, como Vargas, eran más conocidos por sus trabajos en las revistas.

<sup>27</sup> "The pin-up, a modest history", Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.56

<sup>28</sup> "The pin-up, a modest history", Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág. 31



Imagen 9: Calendario ilustrado de Vargas, publicado en 1946 por la revista *Esquire*

Había también otra forma de clasificar los calendarios: el calendario exclusivo y el calendario en serie.

Las compañías grandes y prósperas que vendían cigarrillos, tequila, refrescos, bombillos, rifles, tractores y jabón encargaban calendarios exclusivos. "Se contrataba a los artistas más buscados para que pintaran el

calendario anual de la compañía y no se permitía que ninguna otra compañía usara esas imágenes. Una chica linda de calendario podía sujetar una botella de cerveza, un cigarrillo o sólo ser bella para cumplir con los requisitos del contrato de un cliente exclusivo.



Imagen 11: Imagen de un calendario exclusivo de 1947 para la empresa Coca Cola.

El cliente encargaba su calendario exclusivo a través de las compañías impresoras de calendarios, quienes a su vez negociaban con el pintor."<sup>29</sup>

Hoy en día los calendarios exclusivos suelen formar parte de colecciones o son vendidos por altos precios.

## Posters:

La utilización de posters *pin-up* evolucionó hacia la última parte del gran año del arte litográfico en París, a finales del siglo XIX.



Imagen 12: Poster de la empresa Coca Cola con la frase HAVE A COKE (toma una coca).

El objetivo del poster era anunciar un evento teatral, promocionar un café o vender un producto.

<sup>29</sup> "Mexican Calendar girls", Angela Villalba, Ed. Chronicle Books, E.U.A., 2006, Pág.17

Muchos de los primeros posters que contienen imágenes *pin-up* para anunciar varios productos son ahora de colección. Hasta los últimos años, el poster se ha hecho más para exponerse ante el público que para el consumo privado.

Hoy, el poster aún se usa en teatros, estaciones, pizarrones y otros lugares públicos."<sup>30</sup>

## 1.3.1 EL NOSE-ART

La historia de la aviación norteamericana se caracteriza por las ilustraciones exhibidas en sus aviones de combate durante la II Guerra Mundial.

"En 1944 el Secretario de Guerra de las Fuerzas Aéreas Americanas firmó el Reglamento 33 donde se autorizaba la decoración personal como moral de refuerzo."<sup>31</sup>

En esta etapa, los símbolos plasmados en los bombardeos to-

<sup>30</sup> "The pin-up, a modest history", Mark Gabor, Ed. Evergreen, Págs. 32

<sup>31</sup> "Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales", Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.108

maron una poderosa carga psicológica entre los combatientes, dando una imagen de unidad a las tropas, ayudando a una identificación más rápida de los aviones compañeros, generando sentido de pertenencia a un grupo organizado y consiguiendo la implicación, tanto civil como militar, necesaria para soportar la dureza de la guerra.

Por su parte, Estados Unidos suministraba a las tropas calendarios de chicas *pin-up* con el consejo de colgarlas en sus taquillas. Fue así como las *pin-up* traspasaron el papel para ser dibujadas en los aviones de combate, generando un nuevo movimiento denominado “*Nose Art*”.

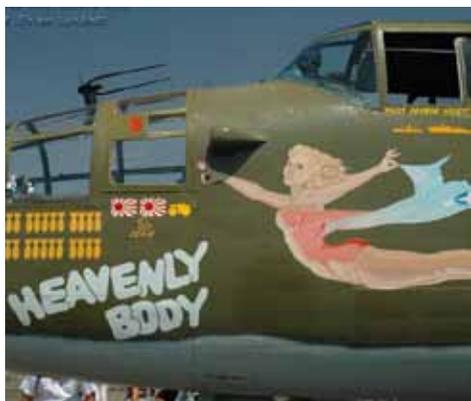


Imagen 13: Fotografía de una máquina de guerra adornada con una *pin-up* que simula volar con capa y con la leyenda *Heavenly Body* (cuerpo celestial).

Los *graffitis* hacían alusión a las fuerzas militares junto con eslógans de apoyo, colores vivos y saturados y como imagen, una mujer muy bonita y sonriente, con la dulzura y picardía propia de las *pin-up*.

Las *sisters*, como también eran denominadas las *pin-up* se vuelven “señoras del cementerio”. Con su imagen femenina, atrevida y libre, contribuyen al propósito de suavizar la visión de la muerte.

Estas imágenes desprendían complicidad entre los soldados, unían a los jóvenes (en general menores de 20) durante la guerra y los ayudaban a encontrar consuelo en las imágenes de la mujer que les acercaba a su país y a sus hogares. Al observar a las preciosas chicas pintadas animando su valía evocaban el deseo de vencer y volver a casa victoriosos. Partían al combate más seguros con la firma de la unidad estadounidense pintada.

El movimiento *Nose Art* llegó a decorar todo tipo de maquinaria militar, el fuselaje de los aviones, las velas de los barcos, chaquetas de cuero, cabinas, etc., sin embargo la mayoría de las obras son anónimas realizadas por civiles y militares.

En el estilo del dibujo, acompañando a la figura femenina, solían incluirse dados, cartas y todo tipo de atributos de la suerte ya que las imágenes eran como talismanes.



Imagen 14: Avión de las fuerzas americanas adornado con una *pin-up* y la leyenda "sentimental journey" (viaje sentimental)

## 1.4 EL MOVIMIENTO PIN-UP HOY EN DÍA

El movimiento *pin-up* se ha ido convirtiendo en un estilo de vida, apegándose de gran manera a la subcultura *rockabilly*.

La estética contemporánea del *rockabilly* está basada en estilos específicos de vestido, peinado y maquillaje que buscan emular los populares años 50's y darles un toque moderno.



Imagen 15: Fotografía de una chica *rockabilly* con peinado y maquillaje tipo *pin-up*

Tanto hombres como mujeres persiguen el viejo estilo con copetes altos llenos de vaselina, paliacates en la cabeza en el caso de las mujeres o doblados en un bolsillo del pantalón en los hombres, lentes tipo ojo de gato, camisas a cuadros, vestidos en forma de lápiz, etc., sin embargo visualmente resultan diferentes a lo que eran las personas y la moda en los años 50's, la mayoría tienen modificaciones corporales como expansiones o tatuajes, el tipo de mujer es un poco más agresivo y sensual a diferencia de las *pin-ups* pioneras que eran dulces y sensuales.

"Las *pin-up* modernas suelen tener tatuajes y modificaciones corporales, olvidándose de los viejos tabués."<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Atleework Kendra, "Ehow style", How to be a Rockabilly girl, Ehow, 06 de Julio del 2011,



Imagen 16: Fotografía de una chica *rockabilly-pinup* con atuendo de la época y tatuajes por todo su cuerpo.

Se asocian con los automóviles clásicos e incluso tienen un género de música específico también llamado *rockabilly*, aunque suelen combinar su estilo con el *rock & roll* que hace de ésta una subcultura rica que constituye un estilo de vida para muchos.

Es importante mencionar que no es un elemento forzoso el que a una *pin-up* moderna le guste el

*rockabilly* o que a una chica *rockabilly* se le tenga que asociar con el movimiento *pin-up*. Son sin duda dos movimientos que están separados por una pequeña línea, pero que ni son, ni significan lo mismo.

## 1.5 EL RETRATO *PIN-UP*

Sin duda alguna, las imágenes *pin-up* son una gran fuente de fantasías eróticas.

“Los más sutiles cambios en la pose de la modelo o su actitud podían sugerir una gran variedad de posibilidades eróticas, que iban desde la seducción más refinada hasta el más crudo fetichismo u orgía”.<sup>33</sup>

La polémica discusión que ha existido desde que surgió la fotografía entre esta y la ilustración, también se hizo presente en la historia del *pin-up*. De hecho, aún cuando ya existía la fotografía, esta sólo era utilizada como un instrumento de ayuda para la ilustración, es decir, simplemente usaban la fotografía para después fantasear y crear la imagen que ellos deseaban o bien la utilizaban para recrear a la modelo: primero se hacía

---

Consultado: 22-10-2011. ([http://www.ehow.com/how\\_8699057\\_rockabilly-girl.html](http://www.ehow.com/how_8699057_rockabilly-girl.html))

---

<sup>33</sup> “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág. 57

la toma y después se mejoraba; de esta forma los ilustradores podían alargar las piernas o doblarlas en posiciones imposibles en las que una mujer real no podría contener más el vientre y se dejarían ver las arrugas naturales que el estómago tiene o incluso su cabeza daría la impresión de ser más pequeña.

En el siguiente ejemplo, vemos una ilustración de Gil Elvgren, donde se expone la fotografía y su resultado final.



Imagen 17: Fotografía usada por Gil Elvgren para crear una ilustración.

Podemos notar que la modelo no tiene una falda tan corta en la fotografía real, ni su pierna tiene el empuje tan curvado, sus facciones fueron estilizadas para hacerla parecer una pin-up y su posición fue un poco más erguida en la ilustración, de forma que se percibe un poco

más delgada y con un busto más grande del que se aprecia en la fotografía.

Sin embargo, los fotógrafos siempre buscaron lograr imágenes muy parecidas a las ilustraciones, haciéndose de algunos trucos que les permitían efectos similares.

Por ejemplo, para lograr alargar el cuerpo sin que la cabeza se hiciera muy pequeña, debían elegir un ángulo bajo de toma y tener a la modelo inclinada hacia delante de la cintura para arriba.

“Para acentuar la vitalidad de la modelo, hay que usar un arreglo diagonal de su figura en nuestra composición rectangular. De otro modo, una colocación de la figura muy horizontal o vertical resultará en una estética menos armoniosa.”<sup>34</sup>

“De cualquier forma, no importa que tan hábil sea el fotógrafo, él nunca será capaz de lograr la misma poética perspectiva ni la composición que un artista del

<sup>34</sup> “Pin-ups. Guide to pin up photography”, Bruno Bernard et Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.123

pincel y la pluma."<sup>35</sup>, esto conlleva a todo un debate sobre la fotografía y la ilustración de *pin-up*, sus pros y sus contras.

A pesar de esto, la fotografía tiene más realismo en la práctica y en el caso del *pin-up*, representa un lazo más inmediato con el espectador, éste sabe que esa chica existe, en cambio, cuando se trata de una ilustración, supone que es parte de la imaginación de alguien.

Para hacer fotografía de retrato *pin-up* no es suficiente el conocimiento de un fotógrafo de periódicos o el de una revista; requiere de un poco de cambios en su forma de trabajo antes de hacer foto de *pin-ups*, como el hacer uso constante de tomas de ángulo bajo, el saber caracterizar a una modelo para que evoque visualmente a una chica *pin-up*, el ser constante y perseverante hasta alcanzar la imagen donde la expresión facial resulte franca, cómoda y sensual, etc. Este tipo de fotografía es una especialidad dentro de la fotografía de retrato.

---

<sup>35</sup>"Pin-ups. Guide to pin up photography", Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.120

Un fotógrafo de *pin-ups* siempre buscará que su modelo luzca más bella y utilizará recursos como la perspectiva y el uso de luces para que la favorezcan.

Hay que moverse y buscar el mejor ángulo de la modelo, aquel que nos permita sentir que la composición está lograda y claro, en el que nuestro sujeto fotográfico luzca mejor. La mayoría de los retratos *pin-up* incorpora todo el cuerpo y se centra menos en un área particular.

"El fotógrafo se acercará mucho más a la realidad por congelar la acción en su momento más característico y atractivo. Encontrar la fracción de segundo en la que una sola imagen estática va a crear la ilusión de la continuidad dinámica y el ritmo perfecto es una difícil tarea y es mejor conocida como la técnica pose sincera o franca (*posed candid* en inglés)."<sup>36</sup>

El hablar de una pose franca podría parecer contradictorio, sin embargo, con el paso del tiempo y cierta experiencia uno se va dando cuenta que es el término ideal para cuando después de un determinado número de tomas, el modelo comienza a re-

---

<sup>36</sup>"Pin-ups. Guide to pin up photography", Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.156

lajarse y sus gestos faciales y corporales son tan naturales como cuando no estaba frente al lente.



Imagen 18: Retrato de Marilyn Monroe donde vemos un ejemplo de *posed candid*.

Cierto es que el número de tomas no es exacto para nadie, habrá modelos que por su alta estima, el conocimiento de su propio cuerpo o por el simple hecho de que ese es su trabajo no requerirán de muchas tomas previas para lograr relajarse.

También habrá modelos que tarden un poco más en olvidar que están frente a un lente y sobre todo, olvidar aquella presión de no ser mal fotografiado.

Afortunadamente, hoy en día gracias a la tecnología de la fotografía digital, el encontrarse con modelos así ya no representa

un problema tan grande en cuanto a costos de rollos fotográficos, revelado o ampliaciones, pero sí en cuanto a tiempos tanto de sesión como de edición.



Imagen 19: Close up a hoja de contactos de un sesión de fotografías de una modelo *pin-up*.

Existen programas de edición muy variados, aunque el de uso más común es *Adobe Photoshop* seguido de *Lightroom*, con los que podemos cambiar fondos, mejorar iluminación, crear efectos, etc.

En estos tiempos sobran fotógrafos que gustan de adelgazar

a las modelos o hacerlas más prominentes, cambiarles el color de ojos, de cabello, etc., es decir, crean a partir de una una imagen una nueva modelo. Éste trabajo no profundizará en formas de edición ni mucho menos alterará la imagen de una forma tan drástica. Lo recomendable es que se haga una buena toma desde el inicio para no gastar demasiado tiempo en la edición. Recordar que en los 50's no contaban (y quizá ni siquiera imaginaban) que existirían las cámaras digitales o los programas de edición, así que ellos requerían de ciertos trucos en sus tomas para mejorar a la modelo. Se habla de que algunos fotógrafos usaban un poco de aceite en la piel de las modelos para que tuviera cierto brillo, pero existen otros muchos trucos, como ajustar la ropa por la parte de la espalda o hacer tomas desde un ángulo bajo.

Los fotógrafos de *pin-ups* también recomiendan que la modelo no se dedique sólo a posar, sino que realice una rutina de baile por ejemplo, será necesario verla ensayando, para así conocer la rutina y evaluar los momentos en los que sería más

conveniente disparar, es decir, adelantarnos un poco para tener éxito en un mayor número de tomas.

Hay que tener cuidado con las fotos que transmiten una mirada de miedo, sorpresa o inquietud. Será mejor hacer varias tomas para que nuestra selección pueda ser más rica y variada y si llegamos a tener problemas con las expresiones faciales, estas tomas puedan ser descartadas de inmediato.



Imagen 20: Retrato de Marilyn Monroe posando en bikini.

La fotografía de retrato de tipo *pin-up* suele ser confundida con gran facilidad con varios rangos de la fotografía, por lo que hay que delimitar bien nuestro tema para no caer en vicios y/o crear confusiones.

Aunque la fotografía de *pin-up* carga mucho erotismo en su imagen,

no debe ser confundida con la fotografía de desnudo o con el arte erótico, ya que no son realizadas bajo la misma perspectiva ni mucho menos tienen el mismo fin en común.

“La pornografía no califica como material *pin-up* porque trae consigo exactamente lo que una *pin-up* no debe hacer: la pornografía es explícita.”<sup>37</sup>

### 1.5.1 EL PROCESO DE SELECCIÓN DE MODELOS *PIN-UP*.

La receta de Bernard Sommers, un fotógrafo de modelos *pin-ups* y *cheesecakes*, para elegir a sus modelos tenía según él, un toque de la cocina mexicana: “tu nunca mezclas picante con picante, pero sí, picante con dulce.”<sup>38</sup> Para Bernard las fotos debían tener un significado, “la combinación perfecta entre un cuerpo muy provocativo y picante con una inocente cara, que pareciera estar diciendo: ¿por qué me miran esos hombres?”<sup>39</sup>

37 “The pin-up, a modest history”, Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.27

38 “1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection”, Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.17

39 “1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection”,

“...la cualidad *pin-up* es una cuestión de actitud. Chicas bonitas en actitudes sugerentes. Una sonrisa, una mirada, un gesto. Entre la ingenuidad y la picardía.”<sup>40</sup>

El estereotipo de la típica chica americana tiene dentro de su personalidad una chica vivaz, fresca, picarona, un poco traviesa pero sobre todo irresistiblemente bella. Debe ser sonriente y de aspecto amable, tal y como el sueño de cualquier hombre de la chica de a lado (*girl next door*).

“La estética *pin-up* sigue un patrón. Se trata de mujeres bonitas y sensuales, normalmente plasmadas en situaciones comprometidas que destilan erotismo e ingenuidad.

La desnudez no es un requisito, su encanto reside en las poses y la intencionalidad de sus miradas, en esa falda que enseña lo justo apoyada en la imaginación. A pesar de que el *pin-up* no es pornográfico, hay que utilizar modelos mayores de edad ya que aunque

Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.16

40 “Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales”, Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.18

la modelo no estará completamente desnuda, su imagen buscará ser sexualmente provocativa.



Imagen 21: Fotografía de Marilyn Monroe con una perfecta mezcla de una pose sugerente y dulce.

Las *pin-ups* suelen ser recatadas en sus comienzos y más descodadas al final, pero siempre insinuantes.<sup>41</sup>

Una modelo *pin-up* debe saber posar de manera provocativa, sugerente y juguetona sin caer

<sup>41</sup> "Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales", Ana Alêhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.21

en lo vulgar. Básicamente, buscamos un ángel, pero con un estilo sexy y claro, terrenal.



Imagen 22: Fotografía de Betty Grable durante una sesión de fotos en traje de baño.

Deben tener seguridad en sí mismas y dominar a la lente con "la actitud reinante y común en todas las *pin-ups*: una mezcla explosiva de erotismo,

elegancia, picardía e ingenuidad, siempre alejadas de la pornografía y lo vulgar. Descaradas y pudorosas, entregadas e inalcanzables, eróticas y entrañables, extremadamente sexies y siempre alegres."<sup>42</sup>

Debemos entender el tipo de cuerpo que necesita una chica *pin-up*. Un típico estereotipo de modelo de alta moda o una actriz que aparece en la televisión no cabe ni da el ancho para éste tipo de retrato. Requerimos de una mujer más bien voluptuosa, pero claro, en buenas condiciones físicas, una mujer más real que quizá tenga pocas o ninguna cirugía estética.

"Hay que destacar la ausencia de una edad concreta. Dentro de las *pin-up* se aprecia la pureza y juventud, que irradia ilusión y esperanza. La edad de las *pin-up* es tan variada que se decide no clasificarlas."<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> "Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales", Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.21

<sup>43</sup> "Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales", Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.20

## 1.5.2 TIPO DE ILUMINACIÓN Y FONDOS PARA EL RETRATO *PIN-UP*

"La iluminación es el complemento técnico para la expresión de estados de ánimo. Las luces de un estudio son para un fotógrafo lo que para un pintor sus pinceles; las luces y las sombras son para uno, lo que los colores son para el otro. Las luces de estudio fueron usadas para la fotografía de *pin-ups* porque garantizaban un mejor control y separaban a la figura del fondo. La iluminación de fondo con el necesario relleno añade profundidad a la imagen."<sup>44</sup>

El retrato *pin-up* hecho en estudio, normalmente requiere de 3 ángulos de iluminación. La luz principal se usará para iluminar todo el tema, una lateral nos ayudará a controlar las sombras y una última será una luz cenital que nos ayudará a sacar detalles.

---

<sup>44</sup> "Pin-ups. Guide to pin up photography", Bruno Bernard et Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.123

Se recomienda el no colocarnos demasiado cerca del modelo, por lo menos a 1 metro de él, para evitar extrañas sombras en el fondo o problemas con el flash.

La composición es la "organización de las formas en un espacio determinado, de forma que al juntarlo todo, es algo placentero al ojo. Si se tiene sentido de la pulcritud y sentimiento por el ritmo ya se tendrá la mitad de la batalla ganada. No hay que saturar la imagen, es preferible que el enfoque en el lente esté sobre un determinado sector y no en toda la composición. En una composición pictórica, menos es más."<sup>45</sup>

El fondo es uno de los elementos más importantes en nuestra toma fotográfica, éste puede hacer perfecta nuestra fotografía complementándose con todo un conjunto y ayudando a resaltar a la modelo o saltando tanto a la vista y distrayendo nuestra mirada del objeto principal, que romperá por completo la imagen matando literalmente nuestra composición.

<sup>45</sup> "Pin-ups. Guide to pin up photography", Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.123

"En una sesión de fotos de *pin-ups*, hay que hacer la figura humana el centro de atención, ya sea dentro de un estudio o en espacios exteriores, el fondo es un mero acento visual."<sup>46</sup>



Imagen 23: Fotografía del estudio mexicano Bob's pin-up & boudoir photography.

Cuando trabajemos en el estudio, debemos cuidar que la modelo pueda posar de forma cómoda, algunas de las poses serán cansadas

<sup>46</sup> "Pin-ups. Guide to pin up photography", Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.123

o complicadas y si no cuidamos éste detalle, seguramente su incomodidad se verá reflejada en su rostro y no tendremos el aspecto dulce, relajado y sobre todo natural que requiere el retrato tipo *pin-up*.

Cuando elijamos un fondo natural, es decir en tomas exteriores, hay que buscar paisajes como montañas, mares, lagos, ríos e incluso desiertos. Hay que sacar el mayor partido posible a la biodiversidad que nos ofrece el país donde nos encontremos.



Imagen 24: Fotografía de Katy Perry, cantante contemporánea con un atuendo pin-up en una sesión de fotografías en un jardín.

“Los fondos naturales tienden a complementar la figura humana de formas encantadoras. Mezcla el contorno de la figura humana rítmicamente en las curvas de la naturaleza y habrás llegado a dominar la

primera regla de la buena composición: la integración de las partes divergentes en una completa armonía.”<sup>47</sup>

“Mediante el uso de la luz del sol y de la sincronización del flash, el sistema de iluminación también puede aplicarse a la fotografía al aire libre. Es recomendable usar el sol, cuando esté en lo alto y a un lado, como iluminación principal de la modelo y rellenar con un flash de frente. No poner el flash muy cerca del sujeto, ya que esto va a destruir el equilibrio de la iluminación tan esencial para la armonía de la imagen. Finalmente hay que recalcar que una hábil iluminación es lo que crea la ilusión de la realidad tridimensional. Una apropiada iluminación del fondo hará que su chica *pin-up* prácticamente sobresalga de la imagen.”<sup>48</sup>

Algunas de las fotografías de *pin-ups* fueron tomadas también en lugares realmente cotidianos, donde no hay un especial cuidado en el fondo, se usaban lugares como “el cuarto,

<sup>47</sup> “Pin-ups. Guide to pin up photography”, Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.89

<sup>48</sup> “Pin-ups. Guide to pin up photography”, Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.123

en el baño de alguien, la cocina, el sótano, la oficina o un motel barato.

Los fotógrafos principiantes usaban lo que tuvieran a la mano en la casa o el garaje. Para agregar interés a la atmósfera los sets deben estar adornados con redes de pesca, pisos o paredes de madera, estrellas de mar, enormes lunares, postales de tierras lejanas, etc, algo que convierta la escena en artística, romántica, exitante o erótica."<sup>49</sup>

### 1.5.3 TIPOS DE VESTIMENTA, MAQUILLAJE Y PEINADO PIN-UP.

La elección de la vestimenta, el maquillaje y el tipo de peinado que portará una modelo *pin-up* representa un proceso importante para una sesión de fotografías. Hay que ser precavidos para no confundir al espectador con otra época u otro tema.

<sup>49</sup> "1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection", Mark Rotenberg y Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.20

## Vestimenta

La mayoría de los autores opinan que el elegir el vestuario adecuado es de suma importancia para el éxito de las fotografías, ya que, de no ser precavidos con la vestimenta el tema podría modificarse completamente, al grado de caer en un desnudo artístico, retrato comercial, retrato de moda o pornografía.

"Es difícil encontrar desnudos totales dentro de la fotografía *pin-up*, el uso de ropa y algunos accesorios es de cierta forma necesario, ya que una *pin-up* siempre busca dejar algo a la imaginación."<sup>50</sup>

La modelo *pin-up* usará ropa o accesorios tan simples como joyería, maquillaje, peinado, juguetes, almohadas, cinturones o equipo deportivo, los cuales estarán arreglados para cubrir estratégicamente áreas vitales de la anatomía al contrario del arte desnudo donde no se usan zapatillas ni aretes.

"Una mujer completamente desnuda, rara vez es tan tentadora como una chica apenas vestida."<sup>51</sup>

<sup>50</sup> "Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales", Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, Pág.21

<sup>51</sup> "The pin-up, a modest history", Mark Gabor, Ed. Evergreen, Pág.27

Esto se refuerza con la idea de que “un desnudo transpira menos *sex appeal* que un inteligente atuendo *pin-up*, ya que éste último invita visualmente al público a participar.”<sup>52</sup>

Para la selección de la vestimenta debemos ser audaces y astutos. Se recomienda hacer de la modelo una cómplice y dejarla participar en la elección de lo que usará, podría sorprendernos con ideas o creaciones de sus propios *outfits*<sup>53</sup>.



Imagen 25: Fotografía de Corina Camacho, modelo del calendario de *pin-ups* mexicanas 2013, quien propuso como parte de su *outfit* un *short* de cintura alta, con un *bodysuit* blanco con lunares negros y escote tipo *halter* y para finalizar zapatillas rojas.

Es preciso tener presente que no todo luce bien con todas las mujeres, hay que conocer los cuerpos y saber que habrá mujeres a las que se les vea bien un vestido tipo lápiz y habrá mujeres que no lo luzcan, lo que significa que no existe un prototipo de ropa que una modelo *pin-up* deba usar como muchas personas o incluso fotógrafos lo creen. El atuendo debe ir con la personalidad de la modelo.



Imagen 26: Imagen de una chica *pin-up* usando un vestido en forma de lápiz y tela de imitación de piel.

<sup>52</sup> “Pin-ups. Guide to pin up photography”, Bruno Bernard y Susan Bernard, Ed. Taschen, 1999, Pág.88.

<sup>53</sup> Término en idioma inglés que se refiere a un conjunto de ropa.

Puede que el arriesgarnos con un vestuario original sea un acierto y se convierta en un factor favorable en el impacto de la fotografía.

La forma de vestir de las mujeres en 1950 estaba dictada por la moda de aquellos años que distaba mucho de lo que conocemos y usamos ahora. En general se rescata el hecho de que muchas prendas podían confeccionarse en casa y que las mujeres se ponían a prueba diseñando sus vestuarios, a veces incluso con ayuda de revistas del hogar donde había secciones que explicaban en breves pasos cómo coser una falda o un vestido.

“Abundaban las prendas que fueron diseñadas para acentuar claramente las partes del cuerpo como senos, trasero y cintura. Aparte de los trucos del oficio, como seguros o ganchos en la ropa (usados en la parte posterior para apretar un suéter), el aceite de bebé para ayudar a resaltar los puntos sobresalientes de la chica, las medias de red negras, los labios humedecidos, etc. La técnica esencial no es de ingeniosamente vestir o desvestir, sino de que la chica *golpee al lector*

*sin noquearlo*”<sup>54</sup>, en pocas palabras que su imagen enamore e hipnotice a cualquiera que le admire.

La ropa de moda durante la época *pin-up* eran los corpiños ajustados, los brassieres que llegaban hasta la cintura, tops con forma cónica, botas altas que se acordonaban en los muslos, las medias hasta el muslo, los ligeros y los tacones altos, los vestidos, especialmente con cierre, botones, encajes en la espalda o corsets, las faldas de círculo con dibujo sencillos, geométricos o florales, las crinolinas y las blusas sin mangas o recortadas.



Imagen 27: Algunos típicos vestidos de 1950.

<sup>54</sup> "1000 Forbidden Pictures, the Rotenberg collection", Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. Taschen GmbH, Alemania, 1999, Pág.21

“Otra forma de vestir de las populares *pin-up* de 1950 fue el vestido de lápiz, un tubo delgado que debía ir abrazado o pegado a la cadera y que llegaba hasta la pantorrilla, con un cinturón o fajilla que apretara la cintura.”<sup>55</sup>



Imagen 28: *Pin-up* usando un vestido con forma de lápiz para sesión de fotos en estudio.

A pesar de que hasta 1964 se publica la primera edición de trajes de baño de *Sports Illustrated*, las *pin-ups* de los años 50's ya utilizaban diminutos bikinis y trajes de baño atrevidos. Los colores más usados eran el rojo, el blanco y el amarillo, al igual que con la lencería.



Imagen 29: Fotografías de 1950 con modelos *pin-up* usando bikinis.

<sup>55</sup> Debra Pachucki, “Ehow style”, 1950's Pin up Clothing, eHow, 26 de Mayo del 2011. Consultado: 22-10-2011. ([http://www.ehow.com/info\\_8492979\\_1950s-pinup-clothing.html](http://www.ehow.com/info_8492979_1950s-pinup-clothing.html))

## Maquillaje

El maquillaje *pin-up* tiene un estilo que incluso hoy en día es conocido como clásico, tiene ese perfecto balance que lo hace lucir natural y que en sí, no es tan complicado, ni recargado y mucho menos tardado.

Hay algunos "artículos de maquillaje que nunca deben faltarle a la chica *pin-up*:

-Base de crema. (espumosa o líquida.)

-Rubor. (uno más oscuro que el que se utiliza para todos los días.)

-Delineador líquido y máscara de pestañas.

-Pestañas postizas.

-Lápiz de cejas.

-Dos tonos complementarios de sombra de ojos, como beige pálido/neutral y un marrón más oscuro.

-Un lápiz labial rojo y delineador de labios mate (con punta.)

-Polvo de acabado."<sup>56</sup>

El maquillaje debe ser brillante pero natural, clásico y sencillo, en el común de los casos con los labios rojos, las mejillas rosadas, los ojos bien definidos y pesados con ayuda de varias capas de rimel.



Imagen 30: Ejemplo de maquillaje estilo pin-up.

Es necesario en este tipo de maquillaje "crear cejas limpias y bien definidas, añadir sombra de ojos neutral para los párpados, aplicar delineador líquido negro a lo largo de la línea de las pestañas superiores, usar

<sup>56</sup> Fleur, "Diary of a vintage girl." The good pin-up Guide: part 1, Miércoles 26 de Agosto del 2009. Consultada: 22-10-2011. (<http://www.diaryofavintagegirl.com/2009/08/good-pin-up-guide-part-1.html>).

rubor en las manzanas de las mejillas y definir el contorno de los pómulos, aplicar lápiz labial y brillo en tonos rojos; enchinar las pestañas y usar rimel para hacer que los ojos parezcan más grandes y atractivos. Se puede considerar el uso de pestañas postizas como una forma de enfatizar los ojos y de aumentar el drama global de la mirada."<sup>57</sup>

Podría decirse que la parte clave del maquillaje es el delineado de los ojos. Sin éste, el maquillaje será un estilo común, pero con un delineado bien logrado será un maquillaje de *pin-up*. Para esto se utiliza el delineado de *cat-eye* (ojo de gato) y consiste en dibujar una línea curva que ira elevándose hasta el párpado o donde nosotros lo deseemos.

Esta línea suele tener el efecto de dulcificar la mirada y hacer los ojos más expresivos.



Imagen 31: Ejemplos de diferentes delineados de *cat-eye*: Apenas redondeado, ligeramente alargado (se eleva al pliegue del párpado) y muy alargado (casi hasta la ceja).

## Peinado

Para crear un peinado tipo *pin-up* sólo hace falta un secador de cabello, horquillas y un cepillo redondo, además de paciencia para las primeras ocasiones, aunque con la práctica todo va siendo más fácil.

Algunos peinados clásicos *pin-up*:

### "*Glamorous bangs*"



Imagen 32: Peinado estilo *glamorous bangs*.

<sup>57</sup> Jullian McCoy. "eHow Style", How to look like a pin up girl, eHow, Consultada: 22-10-2011 ([http://www.ehow.com/how\\_6545226\\_look-like-pin-up-girl.html](http://www.ehow.com/how_6545226_look-like-pin-up-girl.html))

Colocar el cabello detrás de la oreja de un lado y peinarlo hasta que el largo alcance la nariz o sobre un ojo. Ya que el flequillo está de una manera lateral, podemos agregar rizos en intervalos variables para crear un efecto de ondas en cascada con un rizador para el resto del cabello.

### **Rockabilly**



Imagen 33: Corte y peinado estilo *rockabilly* populariza por Bettie Page en 1940.

El estilo *rockabilly* es en realidad uno de los más utilizados por su simplicidad, tanto por las *pin-ups* como por las chicas del movimiento *rockabilly*, siendo éste quizá el estilo clásico de hoy en día.

El cabello debe ir al hombro con un flequillo corto y grueso, cortado en línea recta en la frente o con una punta al centro. El cabello en éste estilo puede ser también levantado con un moño alto o suelto con ondas suaves. En general, es el estilo que más le va a las morenas y a las pelirrojas

### **Bouffant**



Imagen 34: Amy Winehouse con un *bouffant* alto.

Es cabello amontonado que se usa en la parte superior de la cabeza. Puede ser abultado y pequeño, como el que usaba Jacqueline Ke-

nedy... <sup>58</sup> o en forma de colmena y grande, como lo usaba la ya fallecida cantante contemporánea Amy Winehouse.

## Copetes altos

Se trata de un copete grueso y



Imagen 35: Ejemplo de copete alto. Podemos notar que se usa alrededor de la mitad del cabello para crear éste.

<sup>58</sup> Luca Cusolito, "eHow Style", Pin up Girl Hairstyles 1940s, eHow, Consultado: 22-10-2011. ([http://www.ehow.com/list\\_7153457\\_1940\\_s-pin\\_up-girl-hairstyles.html](http://www.ehow.com/list_7153457_1940_s-pin_up-girl-hairstyles.html))

abultado, generalmente hecho con el mismo cabello largo. Hay que dividir lo que va a ser el fleco en un triángulo bien marcado y después, con ayuda de orquillas o pasadores hay que irlo acomodando por secciones ya sea hacia delante o hacia atrás como si se fueran a crear rizos. Después de un rato, quitar los pasadores y cepillar para unir el cabello hacia el lado deseado. Aplicar bastante spray.

## Victory Rolls (rollos victorianos)

Se trata de rizos asimétricos en la parte superior de la cabeza para simular una forma de V. Existe también la variación en la que sólo se usa un rollo victoriano de un lado y el otro lado se riza o se deja suelto.

Su realización es muy parecida a la de un copete alto, aquí se usará un cepillo redondo o en su defecto dos dedos para poder dar forma al rollo y atorarlo con ayuda de pasadores u orquillas.

El proceso de hacer los rollos es un tanto complicado y se obtienen buenos resultados

después de varios intentos. Suele ser un peinado menos común en las chicas *rockabilly* pero muy apreciado por las *pin-ups*. Es común verlo en chicas *cheesecakes* cuando acuden a eventos, sesiones de fotos o galas, a diferencia del peinado *rockabilly* que se lleva en los días cotidianos.

### French Twist



Imagen 36: Retrato de mujer de los 40's usando el peinado de *victory rolls*, el cual "era en realidad una semejanza de las maniobras que realizaban los aviones de combate"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Amanda Moorhouse, "Lipstick and Curls", *Victory Rolls*. Consultada el 20-11-2012 (<http://www.lipstickandcurls.net/blog/victory-rolls/> )



Imagen 37: Peinado estilo *frech twist* popularizado por Audrey Hepburn (izquierda) y utilizado más recientemente por Anne Hathaway (derecha).

Este estilo clásico sigue siendo popular hoy en día, se utiliza con modernos accesorios para el cabello o con joyas.

El giro se inicia con la recolección del cabello en una coleta baja, justo en la base de su cráneo. Hay que girar la cola de caballo hacia la izquierda o derecha, dependiendo de donde se quiera el cabello hasta que se sienta apretado. Apretar la cola de caballo trenzado con una banda elástica cubierta y luego mantener la cola de caballo hacia arriba. Hacer un giro a mitad de camino y asegurar con horquillas el cabello, para luego terminar torciendo el resto de la cola de caballo. Anclar con pernos a medida que se avanza. Finalmente

se puede adornar en lo alto con una tiara o un prendedor vistoso.

Este peinado no es muy relacionado con el estilo *pin-up* de hoy en día, sin embargo sigue vigente gracias a la elegancia que brinda para quien lo lleva.

### **Poodle Cut**



Imagen 38: Peinado estilo *poodle cut* popularizado por la famosa pelirroja Lucille Ball.

Un corte *poodle* era un estilo corto y rizado. El cabello iba peinado en la parte superior hacia delante en rizos o bucles que parecía un copete en

la cabeza. Los lados se cepillaban un poco."<sup>59</sup>

Como conclusión hay que destacar que lo que caracteriza a una chica *pin-up* no es su vestuario en sí, aunque tenga relevancia, ni sus poses, aunque son decisivas, ni siquiera sus peinados, sino esa actitud reinante y común en todas las *pin-ups*, una mezcla explosiva de erotismo, elegancia, picardía e ingenuidad. Si tenemos una modelo linda, con un buen peinado, maquillaje y el vestuario adecuado pero que no tiene las cualidades de parecer una *pin-up*, de sentir que no hay par con su belleza y de hacernos temblar con sólo mirarla habremos quizá tomado un buen retrato más una fotografía de *pin-up*. Necesitamos una chica que tenga la belleza física y que esté confiada de que la tiene.

---

<sup>59</sup> Jessica Anne Elizabeth, "eHow Styles", 1950s Pinup Girls' Hairstyles, eHow, Consultado el: 22-10-2011. ([http://www.ehow.com/about\\_5369684\\_pin-up-girls-hairstyles.html](http://www.ehow.com/about_5369684_pin-up-girls-hairstyles.html))



## Capítulo II

# “EL CALENDARIO PIN-UP”

Durante éste segundo capítulo, veremos los distintos tipos de calendarios que hay en el mundo comercial y abordaremos el principal problema por el cual surgió esta tesis: el diseño de los calendarios *pin-up*.

Con una breve presentación que enlistan algunos calendarios de *pin-ups* de diferentes ilustradores y en diferentes años, podremos visualmente conocer las deficiencias de estos, el constante uso de elementos como frases, tipografías pequeñas, etc.

## 2.1 TIPOS DE CALENDARIOS

“Los orígenes del calendario se pierden en la noche de los tiempos. El paso de una sociedad de cazadores-recolectores a otra agrícola y sedentaria hace necesario un mejor conocimiento de los cambios estacionales.

El determinar con la mayor exactitud posible los días para la siembra de los cultivos podía determinar la supervivencia de la nueva sociedad agrícola.

Todas las culturas sedentarias desarrollaron unos calendarios más o menos complicados, para contar sistemáticamente el tiempo y organizar las actividades agrícolas y sociales.

Desde calendarios basados en el ciclo lunar y/o en el ciclo solar o bien en ruedas calendáricas, el estudio de las estaciones y su relación con los astros celestes más cercanos, el sol, la luna, Venus, etc., dotó a los poseedores de este conocimiento de gran ascendencia social. Habitualmente, este conocimiento residía en la clase sacerdotal y les servía para determinar las fechas más importantes.

La transmisión de los diferentes tipos de conocimiento fue modelando estas sociedades siendo el conocimiento y la interpretación del calendario uno de los más valiosos. Podemos hablar del calendario sumerio, el calendario egipcio, el calendario

chino, el calendario celta, el calendario hebreo, el calendario hindú, el calendario maya, el calendario azteca, el calendario incaico, el calendario helénico, el calendario juliano y el calendario islámico como algunos de los más conocidos.

Suponemos también que en las sociedades pre-agrícolas pudo existir algún tipo de medición del paso del tiempo, pero realmente se desconoce si existieron sistematizadamente."<sup>60</sup>

A continuación, se enlistarán algunos de los tipos de calendarios más conocidos:

### “Calendario Chino

El Calendario Chino utiliza una combinación del calendario lunar y el calendario solar para medir el tiempo. Contiene 12 lunaciones, para un resultado de 353 a 355 días, intercalándose un año embolismal que contiene 13 meses lunares (383 – 385 días).

### Calendario Perpetuo

El Calendario Perpetuo es un sistema que permite determinar el día de la semana para cualquier fecha toma-

<sup>60</sup> “El blog del calendario”, Los orígenes, Talleres Matauco, Consultado el: 20-11-2011. (<http://www.matauco.com/es/blog-del-calendario/2010/09/165-los-origenes>)

da al azar, es decir se puede ubicar cualquier día, de cualquier mes sin importar el año.

Normalmente, para poder saber el día de la semana que cae una fecha cualquiera requiere de una serie de cálculos un poco complicados; mientras que con el calendario perpetuo se puede hacer de una manera sencilla.

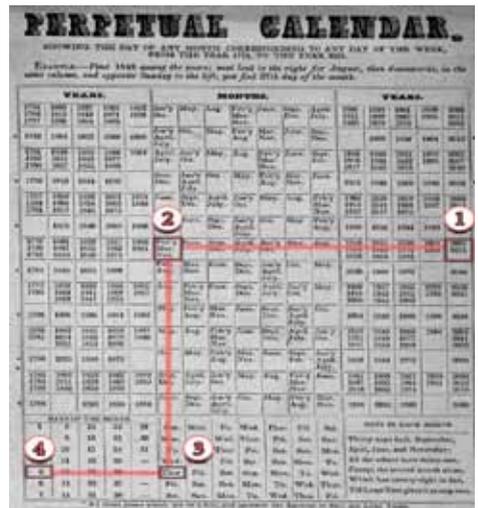


Imagen 39: Ejemplo de calendario perpetuo.

### Calendario Egipcio

Los egipcios fueron los primeros en dividir el año en 365 días y luego se hicieron las modificaciones que suscitaron al final en el Calendario Gregoriano utilizado

hoy en día. Los egipcios crearon el calendario (2781 a.c.) basándose en las crecidas del Río Nilo, que era la fuente de vida de ese pueblo.

## Calendario Lunar

El Calendario Lunar es aquel que calcula los años de acuerdo con los ciclos de la Luna. En este calendario, cada lunación (período en el cual la luna vuelve a estar en exactamente la fase menguante o creciente) corresponde a un mes lunar; cada mes lunar incluye 29.53 días solares.



Imagen 40: Ejemplo de calendario lunar.

## Calendario Juliano

El Calendario Juliano medía el tiempo basándose en el movimiento del sol.

En muchas iglesias ortodoxas sigue siendo utilizado para el cálculo de la fecha de Pascua. En el año 46 a.c. se acordó que cada año tendría 365 días y cada 4 años a los años normales se le sumaría un día para hacer un total de 366 días. Estos años de 366 días se denominan años bisiestos.

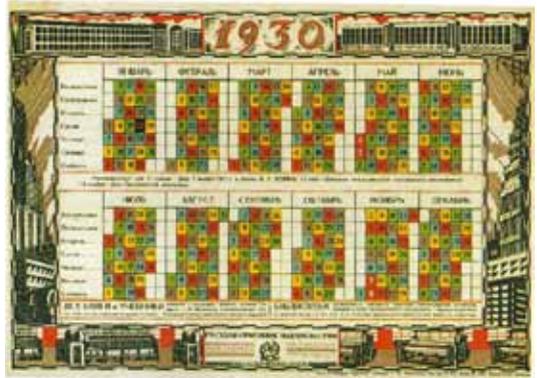


Imagen 41: Ejemplo de calendario juliano.

## Calendario Romano

El Calendario Romano constituía 10 meses lunares, de Marzo a Diciembre; el tiempo entre Diciembre y el comienzo del nuevo año no correspondía a ningún mes dentro de este calendario.

## Calendario Maya

El Calendario Maya es considerado uno de los más exactos, a pesar de que nosotros nos regimos por el calendario Gregoriano (que ha probado tener muchas fallas y ser completamente inexacto). El Calendario Maya consiste en dos subcalendarios diferentes que transcurren simultáneamente."



Imagen 42: Ejemplo de calendario maya.

## Calendario Gregoriano

El Calendario Gregoriano es el que hoy en día se utiliza como calendario oficial mundial. Fue creado en Europa y obtuvo su nombre de su promotor el Papa Gregorio XIII. El ca-

lendario Gregoriano sustituyó al calendario Juliano.

Además de las diferencias para contar el tiempo, los calendarios también se pueden dividir por su tamaño de impresión, ya que dependiendo de este factor varía mucho el uso que uno le da, como el calendario de pared, el cual puede presentarse en un sólo pliego con un buen tamaño o en varias hojas de tamaño tabloide, el calendario de bolsillo, el calendario de escritorio, que algunas compañías usan como tarjeta de presentación, etc.



Imagen 43: Calendario de pared publicado por la revista Esquire en 1951.

Para este trabajo de tesis nos enfocaremos principalmente en lo que fueron los calendarios de pared.

## 2.2 COMPARATIVA DE CALENDARIOS PREVIOS DEL ESTILO PIN-UP

Como vimos anteriormente, el calendario fue uno de los soportes que catapultó al movimiento *pin-up*.

Usaremos algunos ejemplos de calendarios enlistados cronológicamente para ver el cambio tanto en el diseño como en el uso de ilustraciones y fotografías.

Con ayuda de estos, podremos crear un diseño que vaya de acuerdo con la temática y que además sea contemporáneo.

En general el tipo de diseño del calendario *pin-up* a pesar de no ser el ideal, se ha mantenido en la constante de usar una imagen grande y darle poca importancia a los datos como los días y el mes.

Nuestro primer ejemplo está fechado con el año de 1941. Encontramos una ilustración donde la modelo aparece desnuda

pero cubriendo estratégicamente sus senos y su sexo.

En cuanto a composición la imagen tiene demasiado peso en comparación a los datos, los cuales parecen un lunar o mancha enfadosa.



Imagen 44: Calendario de el ilustrador Alberto Vargas.

Incluso la posición en la que aparecen los días del mes nos demuestra que en cuanto a jerarquía representan lo menos importante.

A continuación tenemos dos calendarios fechados con el año de 1947, publicados por la revista "Esquire".

Podemos notar que no hay uso de fotos aún (al menos para calendarios), se siguen usando las tradicionales ilustraciones.

Se da prioridad a la imagen y los datos como días y nombre del mes quedan relegados nuevamente a unos cuantos centímetros.



Imagen 45: Calendario de el ilustrador George Petty.

El tener una imagen tan grande funciona para un poster, es completamente acertado, pero para un ca-

lendario un completo error. No tiene sentido alguno tener un calendario de unos 88 x 53 cm con números apenas visibles.

En el segundo ejemplo vemos un problema similar en cuanto a composición de la imagen, sin embargo los datos se engloban en un rectángulo que tiene un color distinto al del fondo; este detalle nos sirve para que la vista nos lleve directamente a los datos y se facilite la lectura del mes a pesar de que los números y letras no tienen tanto peso dentro de la imagen.



Imagen 46: Calendario de el ilustrador Alberto Vargas.

Existe un detalle muy importante, dependiendo el ilustrador era también el estilo de la modelo. Existen ilustraciones de *pin-ups* que evidentemente sabemos que no son reales y algunas

otras que con un poco de suerte, lucen casi como una fotografía.

Por ejemplo, tenemos éste calendario de 1949, donde encontramos una modelo que pareciera haber sido fotografiada. Su pose es humanamente posible, comparada con otras ilustraciones, sus facciones se ven muy naturales, y el uso de colores, contrastes y sombras es magnífico.

La composición se parece en gran medida a la del calendario de Vargas de 1947, sin embargo, la imagen compite demasiado con los datos haciendo que el mes se vea encimado.

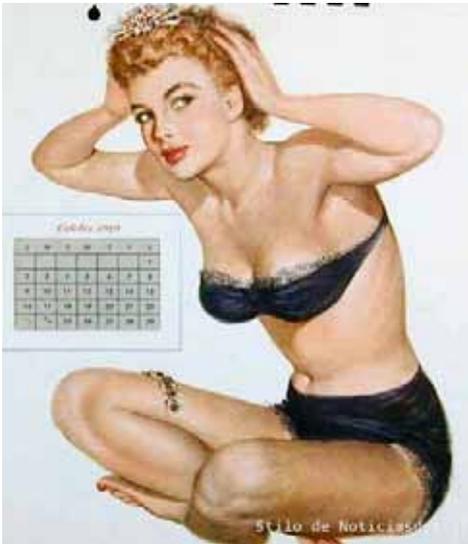


Imagen 47: Calendario de el ilustrador Al moore.

Para 1950 nos encontramos aún con el uso constante de ilustraciones.

A pesar de que en ésta época ya comenzaban a ser explotadas las fotografías de *pin-up*, el dejar de hacer uso de la ilustraciones requirió de más tiempo. Esto es porque como mencionabamos en el capítulo I, a pesar de que la fotografía representaba un nexo más grande con el espectador, el poder aumentar o reducir medidas de busto y cadera, afinar facciones, alargar piernas o simplemente crear una mujer ideal sólo podía hacerlo un ilustrador.



Imagen 48: Calendario de el ilustrador Al moore.

El diseño del calendario sigue siendo parecido, el acento visual es la modelo, la cual es mostrada en una encantadora pose. Se van dejando atrás esos rasgos tan parecidos a los

de los de las *gibson girls* y nos encontramos con mujeres que se apegan ligeramente más a la realidad. Los datos como días y nombre del mes están como un simple lunar en la hermosa ilustración.

Para 1952 tenemos otra ilustración. Éste calendario, realizado para la revista *Esquire* nos deja completamente claro que la moda del querer ser una *gibson girl* se ha ido, los rasgos en general de la ilustración nos muestran una mujer un poco más cercana a la realidad, a diferencia de las *gibson girls*, las cuales a pesar de tener una figura humana lucían bastante distantes a los que es una mujer real.



Imagen 49: Calendario para la revista *Esquire*.

La modelo ésta vez no tiene ropa en la parte superior de su cuerpo, sin embargo, se cubre en las par-

tes necesarias para dejar al espectador imaginar el resto.

Sigue la constante de abarcar casi el 80% u 85% del soporte con la imagen, aunque el tamaño de letra crece un poco y tiene una lectura más rápida y sencilla.

La modelo está acompañada de una frase en la esquina inferior derecha, la cual es también un dato constante y común en los calendarios de *pin-ups*. Estas líneas normalmente hablaban de amor, superación personal, feminismo o romanticismo. Podían o no tener algo que ver con el tema de la imagen.

Éste otro ejemplo de calendario de 1952 estaba adornado en sus meses con algunos dibujos relativos a las festividades de cada mes.

Este podría ser uno de los mejores ejemplos en los que la imagen por sí sola funcionaría mejor, quizá proponiendo sólo un cartel y no un calendario, puesto que parece que se añadieron dos propuestas diferentes en un mismo soporte. La imagen por sí sola sería más agradable a la vista que viendola en su conjun-

to como calendario. Los datos al estar colocados en un espacio blanco rompen la armonía del diseño del calendario.



Imagen 50: Calendario ballyhoo de el ilustrador Gil Elvgren.

Para 1953 tenemos 3 ejemplos de calendarios. El primero (diseño sumamente parecido al de 1950), nos muestra una ilustración bastante peculiar, donde la modelo dada la posición tanto de su cuerpo como la de su ropa parece mostrar uno de sus senos (el izquierdo) y parte del derecho. No es algo que sea

evidente, se nota hasta que se pone atención.

Su posición diagonal rompe con todos los ejemplos que habíamos visto anteriormente, ya que aunque no eran del todo horizontales o verticales, en este caso, la ilustración permite que el acomodo de la frase y de el mes se integren de mejor manera pareciendo parte del diseño y no una simple mancha.



Imagen 51: Calendario con la leyenda: *Life is tough, the sun maids say, every girl must choose a way - all wrapped up, or decollete -, the greatest wardrobe curse of all, are strap marks left by friendly Sol.* (La vida es dura, las criadas lo dicen, cada chica tiene que elegir un camino -, todo envuelto o descubierto (con escote) -, la mayor maldición de todas, son las marcas de los tirantes que deja el amigable sol.)

En el segundo calendario, el uso y tamaño de la tipografía parecen ser más acertados. La ilustración nos muestra a una chica en una situación

común, pillada<sup>61</sup> mientras escucha música y tiene su blusa desabotonada dejando ver parte de su pecho.



Imagen 52: Calendario para la revista Esquire con ilustraciones de Frederick Smith.

Como pocas veces, el puntaje para la palabra Marzo es mayor, esto funciona para cuando vemos el calendario desde un punto lejano.

Éste año surge también la revista *Playboy*, quien comenzó las publicaciones de sus calendarios con

<sup>61</sup> Según el Manual de la Lengua Española, Ed. 2007, pillar se refiere a sorprender o encontrar a alguien desprevenido.

Marilyn Monroe, siendo éstas sus primeras fotografías (públicas) desnuda.



Imagen 53: Imágenes del primer calendario de Playboy.

Con el tiempo, *Playboy* se convertirá en un constante productor de calendarios, lo que también traerá consigo que el *pin-up* llegue a su decadencia y con el pasar de los años termine por ser pornografía pura. Basta con mirar a Marilyn Monroe apareciendo completamente desnuda, cubriendo su pubis con sus piernas pero mostrando completamente sus pechos cosa que no era común en las *pin-ups* pioneras.

Para 1955 George Petty realiza un calendario con ilustraciones donde las modelos ya poco tienen de *pin-ups*.

No hay peinados elaborados, ni una vestimenta planeada. De hecho, un año después realizará otro calendario que no tiene mucha diferencia con este.



Imagen 54: Imágenes del calendario del ilustrador George Petty, mes de Febrero.

El acomodo de los elementos en general es agradable aunque sencillo.

A la par, en el ámbito fotográfico *Playboy* continuó colocando entre sus páginas a chicas de caras hermosas y cuerpos bien formados (hoy en día consideradas principales íconos del *pin-up*) para que aparecieran igualmente en sus calendarios, tal es el caso de Bettie Page.

Es curioso notar que *Playboy* estaba tan seguro de que lo que vendía era sólo piel que a los calendarios sólo se les ponía el nombre del mes en letras muy pequeñas y en alguna esquina del poster, no había días ni semanas.



Imagen 55: Fotografía del calendario de *Playboy* 1955.

En el estilo de fotografía de retrato que encontramos en éstos calendarios se reitera la constante línea que usará *Playboy* tanto para sus publicaciones como para sus ca-

lendarios de hoy en día: mujeres con cuerpos hermosos mostrando sin inhibición todas sus partes, con la actual diferencia claro, que hoy en día es más difícil conocer a una mujer con un cuerpo escultural que sea natural. La mayoría ya son cuerpos sometidos a múltiples cirugías estéticas para lograr entrar dentro de un prototipo de mujer muy banal. Pocas mujeres quedan como aquellas Marilyn Monroe, Bettie Page, Bettie Grable, entre muchas otras, las cuales sabían que su belleza lejos de radicar en sus curvilíneos cuerpos, radicaba en su naturalidad, en esa actitud de manejarse como una mujer sexy que parecía una chica buena pero con poco ropa.

Para 1956 tenemos el mencionado calendario de Petty, mantiene la constante de presentar a las modelos con ropa semi-transparente y con balerinas en los pies.

Además se le añade un extraño acomodo tipográfico, donde al parecer, no le bastó con poner el mes de enero de 1956 sino agregó otros 2 meses, en un tamaño menor y la frase haciendo que la propuesta se vea encimada y desorganizada.

En cuanto a los rasgos de la ilustración, parece tener un retroceso en cuanto al tipo de mujer que se venía viendo, ya que se aleja de la reali-

dad con cuerpos exuberantes pero demasiado delgados y con rasgos tan finos que lejos de parecer los de una mujer real parecieran los de una muñeca.



Imagen 56: Imagen del mes de Enero del calendario de Petty en 1956.

Con el tiempo, el pillar a una mujer en una situación común o comprometedor dejó de ser un motivo. La modelo ahora sabe que se le está observando y posa cómodamente sin ninguna historia detrás de ella.

Las fotografías en sí, ya no han cambiado mucho, lo que ha cambiado son los modelos, la forma de arreglar el cabello, la moda, el canon de cuerpo que deben tener, pero desafortunadamente, el estilo *pin-up* se perdió de un momento a otro en un abrir y cerrar de ojos.

Por ejemplo, esta es la fotografía de una de las páginas de un calendario de 1960. Once años antes, había mucho más que echar a la imaginación. Todo es demasiado evidente, tan gráfico que lo implícito dió paso al umbral de la pornografía y terminó por volverse explícito.



Imagen 57: Fotografía del calendario de Playboy 1960.

Hoy en día, el movimiento *pin-up* está retomando fuerza nuevamente, aunque como se comentaba en el capítulo I, apartado 1.3 “El *pin-up* hoy en día” el movimiento ahora tiene sus variaciones tanto físicas como ideológicas, lo cual representa un enorme cambio.

Y con el resurgimiento del movimiento *pin-up*, personas jóvenes realizan todo tipo de actividades relacionadas a éste, desde confección de ropa hasta sesiones de fotografía especiales y producciones de materiales en

serie como tazas, playeras, botones, bolsos y calendarios.

El calendario que está por ser descrito es obra de una fotógrafa mexicana, desafortunadamente me parece que carece completamente de unidad en su diseño, de una buena selección de fotografías y de modelos que se apeguen más al prototipo de las *pin-ups*. A diferencia de los calendarios descritos donde se hablaba más del diseño que de las modelos o sus poses, en éste calendario se hablará tanto de las fotografías como del diseño, por ser uno de los ejemplos más actuales con los que se cuenta.

El principal problema del calendario es que si se observara cada mes por separado, podría incluso creerse que fue diseñado por personas diferentes. No es claro el por qué se usaron tipografías tan diferentes para cada mes. Evidentemente, el usar una misma tipografía para los 12 nombres de los meses y quizá otra para los días de cada mes, le habría dado más unidad al calendario y una mejor lectura al nombre de los meses, ya que por ejemplo, en el mes de Abril, la tipografía es poco visible a la distancia, a diferencia de Enero o de Julio.

Lo que se presenta aquí es la segunda publicación de el calendario *Project pin-up 2011*.

La fotógrafa Flaii decide mostrarnos en Enero a una modelo que al parecer está tomando una ducha, la fotografía principal está invadida por otras tres fotografías que no parecen ser lo suficientemente buenas como para competir con la principal.

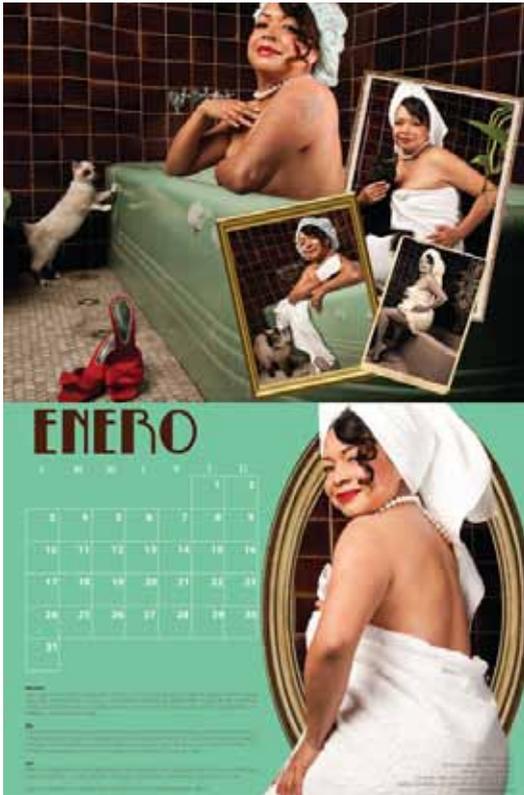


Imagen 58: Mes de Enero del calendario  
project pin-up.

De hecho la fotografía principal tampoco es la mejor bajo del criterio de quien escribe esto, en general los encuadres son muy justos y entonces

corta parte de la cabeza o de un brazo.

La mejor fotografía quizá habría sido la que Flaii usó para acomodar los datos del mes. En esta toma la modelo se nota un tanto más relajada que en las fotografías anteriores donde pareciera estar incómoda, aunque el encuadre resulta estar muy justo, si se mira con atención, los dedos alcanzan a ser cortados, además de la cabeza.

La modelo no parece ser joven y aún cuando la edad no fuera una limitante dentro del *pin-up* no cumple con los requisitos estéticos.

En cuanto al acomodo de datos, parece acertado el tamaño que les da y los colores utilizados, sin embargo habría que evaluar que tan correcto es poner a competir los datos con otra imagen de forma tan cercana. El marco dorado está casi pegado al cuadro de los datos del mes y resulta cortado por unos cuantos centímetros del lado derecho de la imagen.

Para los meses de Junio y Noviembre utiliza un diseño más uniforme entre ellos pero que desentona con los otros meses

dado que son los únicos en que utiliza el color negro como fondo y fotografías que tienden más a los tonos oscuros. Es probable que habría sido más acertado elegir una sola gama de colores, fondos y marcas de agua para todo el calendario, es decir, si le agradaba el negro, trabajar con colores oscuros todo el calendario.

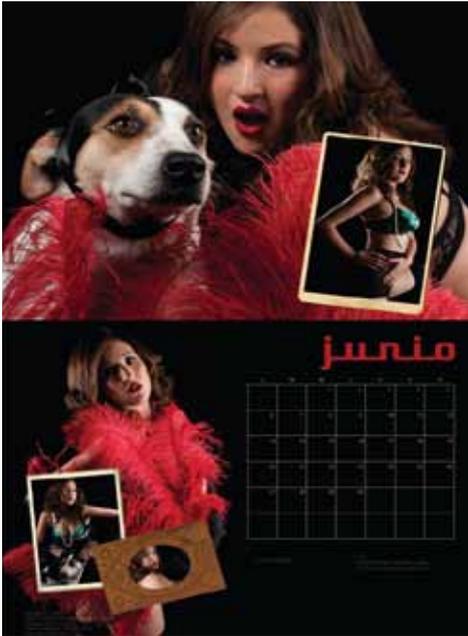


Imagen 59: Mes de Junio del calendario *project pin-up*.

En cuanto a las fotografías, al mes de Junio le faltó un poco más de luz en general. La sombra que crea el cabello de la modelo en

la fotografía principal es muy fuerte y esto la hace un poco incómoda. Parece ser el único mes donde usó iluminación lateral, la cual no parece ser la mejor opción por las sombras tan fuertes que crea, además en el estilo *pin-up* este tipo de iluminación no se usaba.

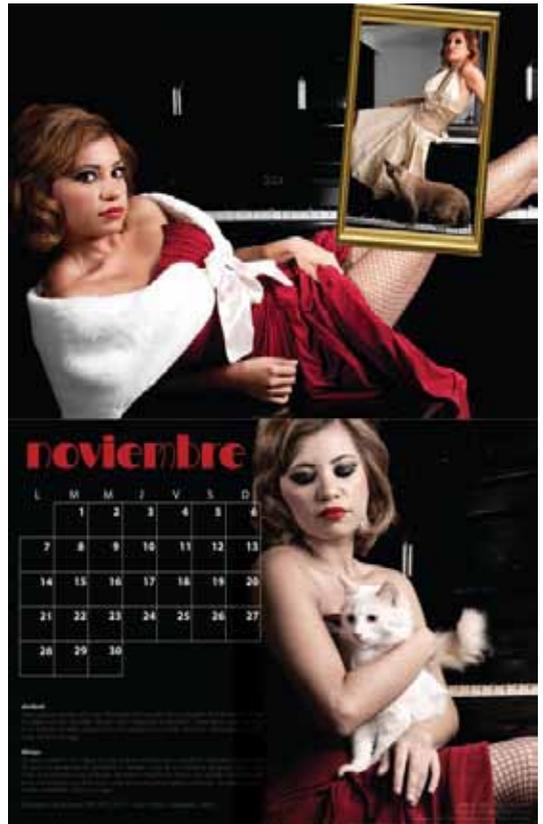


Imagen 60: Mes de Noviembre del calendario *project pin-up*.

En su acomodo insiste en usar una fotografía más encimada en la prin-

cial y en la parte inferior del calendario usa hasta tres imágenes, dando la impresión de que no hubo una selección previa y por ende no sabía que foto escoger. Sería recomendable que hiciera una estricta y rigurosa selección de fotografías y publicar las otras fotografías que le parecieron medianamente buenas en la página oficial el proyecto.

Para los meses de Junio y Noviembre surge la duda de por qué si el tamaño del calendario parece ser el adecuado para hacer anotaciones en él, usa un fondo negro, ¿con qué artículo se podría escribir sobre un fondo negro?



Imagen 61: Mes de Octubre del calendario project pin-up.

Para el mes de Octubre y Diciembre nos encontramos con modelos con atuendos muy diferentes pero en poses sumamente parecidas. Las dos sentadas, con las rodillas alzadas, los talones recargados y la cara a tres cuartos.



Imagen 62: Mes de Diciembre del calendario project pin-up.

Encontramos de nuevo el problema de que no hay unidad, ni maneja una coherencia en la parte inferior de un mes con otro, en Diciembre decide usar todo un detalle como fondo y

agregar una foto sin utilizar diferentes porcentajes ni transparencias, lo cual hace que la fotografía principal compita con la parte inferior; en Octubre sólo usa una fotografía que ayuda como fondo. La parte inferior por si sola de este mes funciona bastante bien.

Los encuadres del mes de Octubre parecen ser más acertados que los de Diciembre, donde corta una pata del perro y parte del cabello de la modelo. En estos dos meses se tiene la mejor iluminación en las tomas.



Imagen 63: Mes de Abril del calendario *project pin-up*.

Para Abril y Agosto tenemos una nueva propuesta por parte de Flaii: usar líneas.

No parecen adecuadas en el mes de Abril ya que al estar justo detrás de texto dificultan la lectura, quizá habría sido acertado usarlas si hubiera tenido el cuidado de acomodar cada línea con el texto, de modo que los números se vieran al centro.



Imagen 64: Mes de Agosto del calendario *project pin-up*.

Por el contrario en Agosto el acomodo de las líneas es más acertado, aunque insiste en encimar fotografías

y hacer de sus obras un *collage*. Incluso incluye una fotografía donde la modelo pin-up pierde todo protagonismo y la mascota que la acompaña se vuelve el sujeto fotográfico principal.



Imagen 65: Mes de Marzo del calendario *project pin-up*.

El mes de Septiembre y Marzo siguen bajo los mismos problemas de falta

de unidad en relación a el calendario en general.

En marzo, en el espacio dedicado al texto utiliza una fotografía alterada que parece tender hacia los tonos rojizos como fondo de agua y en Septiembre también decide alterar la fotografía para hacerla un poco más sepia, algo parecido a lo que hizo en el mes de Abril y Mayo.



Imagen 66: Mes de Septiembre del calendario *project pin-up*.

La modelo del mes de Marzo, es una de las que más se apegan al prototipo de una chica *pin-up*. En la fotografía habría funcionado mejor un enfoque selectivo, ya que la bicicleta compite mucho con la modelo y el perro. Al desenfocar la bicicleta y enfocar a la modelo le habríamos dado la importancia que merece.

Para Septiembre los encuadres se notan justos de nuevo, en la fotografía principal es increíble que le haya cortado el brazo derecho y la mano izquierda a la modelo teniendo un cuarto de encuadre a su derecha sin nada interesante más que un pizarrón y una mesa.

Julio y Mayo parecen los meses más acertados: la modelos son jóvenes y encantadoras.

Sin embargo, encimó en sus imágenes principales otras fotografías que merman el gran resultado.

La fotografía principal de Julio era buena por sí sola, a diferencia de Mayo, donde la fotografía virada a sepia es un estilo más propio del *pin-up* que la principal y habría funcionado mejor, además de tener un mejor encuadre.



Imagen 67: Mes de Julio del calendario *project pin-up*.

Si sólo hubiera usado su fotografía principal, no sabríamos que hubo una mejor toma que no fue usada, sin embargo, el riesgo de usar más de una o dos fotografías radica en que surgirán las comparaciones y entonces estaremos expuestos a que se dude de nuestra selección.

Para el mes de Mayo vuelve a tener una modelo con algunas mascotas para las tomas, pero logra un mejor

equilibrio entre la importancia de la modelo y los animales.

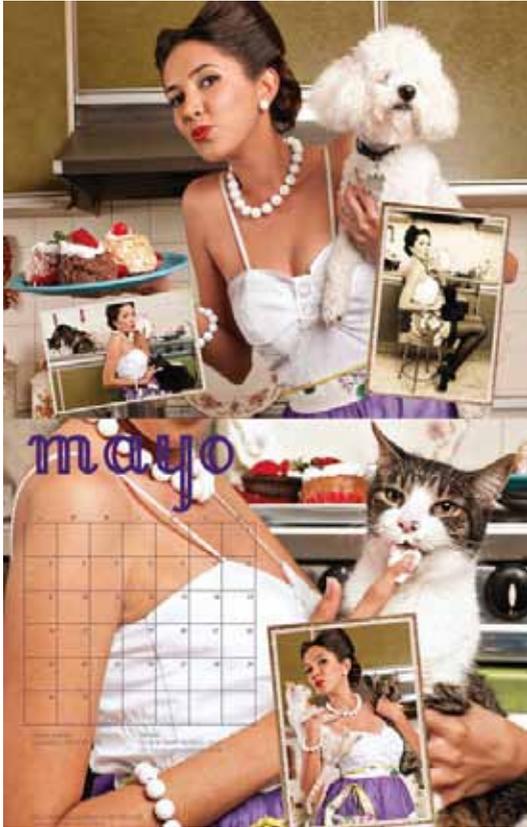


Imagen 68: Mes de Mayo del calendario project pin-up.

Como comentarios finales habría que resaltar que hubo falta de unidad en el diseño y en las imágenes fotográficas, la cual se habría notado menos si en todas las sesiones hubiera utilizado el mismo nivel de producción, no hay comparación entre fotografiar a lado de un avión, que con un perro.

Además, que sus modelos sean tan dispares en su edad no es un error, pero tampoco un acierto, sería mejor establecer un máximo y un mínimo de edad.

Este capítulo se cierra con la intención de haber captado los errores que fueron persiguiendo a los calendarios desde poco antes de 1950 hasta nuestros días. Cosas tan simples como una mala distribución o un tamaño de tipografía no adecuado resulta en un efecto contraproducente no sólo para la fotografía o ilustración de una *pin-up* sino para el calendario entero. Así mismo, una mala fotografía tiene un efecto contraproducente para el calendario.

La única intención de revisar errores y aciertos de los calendarios y comentar brevemente sus fallas más visibles es para lograr un rediseño que resulte funcional sin perder la única constante de los calendarios *pin-up*: hacer resaltar a una linda chica.

## Capítulo III

# “DISEÑO DE CALENDARIO CON FOTOGRAFÍAS DE MODELOS *PIN-UPS* MEXICANAS”

Durante este capítulo se hablará del desarrollo del calendario propuesto.

Se hará un pequeño *briefing* y se describirán los pasos que se tomaron para llegar el resultado final como los aspectos técnicos de las fotografías seleccionadas para el calendario.

### 3.1 BRIEFING DE CALENDARIO *PIN-UP* 2013

#### Objetivos

Entre los objetivos que se tienen, el principal es resolver de una forma eficaz el diseño de un calendario del tipo *pin-up*, con un diseño más sofisticado que el de hace cincuenta años, pero con ciertas constantes gráficas que han tenido a lo largo de su historia los calendarios de *pin-ups*, como el uso de una imagen proporcionalmente más grande que el texto.

Por otra parte se busca difundir el calendario y lograr una estrategia de lanzamiento donde el calendario *pin-up* 2013 obtenga una mayor difusión para así poder expandir el número de personas que conocen el movimiento *pin-up* en México o en otros países de habla hispana. Esto crearía familiarización por parte del público respecto a la propuesta de calendario.

Además se busca que el proyecto tenga aceptación y se logre obtener recursos financieros para hacer otras propuestas y poder lanzar un calendario 2014.

#### Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos a 3 meses son:

Consolidar el proyecto para crear un lazo de reconocimiento y de fidelidad con el *target*, esperando que se sienta satisfecho con su producto para que en un futuro desee las siguientes ediciones.

Los objetivos estratégicos a 8 meses son:

Haber concluido satisfactoriamente la venta de la primera edición de los calendarios y de ser exitosa, comenzar el reclutamiento de nuevos modelos y convocar a las que más agradaron en el 2013.

### **Objetivos comerciales:**

Los objetivos comerciales son vender el tiraje completo de 250 ejemplares.

Se busca alcanzar los objetivos a través del lanzamiento publicitario de banners a través de redes sociales como *facebook*, *twitter*, *blogger*, entre otras.

### **Consumidor**

Se busca generar interés en el público de entre 18 y 25 años, hombres y mujeres de clase media-alta con escolaridad indistinta, sobre todo en personas que ya conocen el movimiento, que forman parte de la cultura *rockabilly* o que tienen interés en los temas de fotografía, arte o los años 50's.

Paralelamente se busca generar interés sobre personas de en-

tre 60 y 75 años. Representan al *target* que vivió de cerca los años 50's y que puede tener un lazo personal más estrecho con lo que recuerda del pin-up y sus viejas representantes. Aunque este no es el *target* principal, es un sector que podría resultar alcanzado.

Entre los principales consumidores se espera encontrar a personas que gustan de coleccionar o simplemente comprar artículos de los 50's, ya sea tanto creados en esas épocas como nuevas interpretaciones o propuestas apegadas a ese estilo, personas que pertenezcan al movimiento *rockabilly* o que hayan vivido sus mejores años durante la cúspide del *rock & roll*, además de personas con interés en los proyectos mexicanos que busquen apoyar e incentivar a los jóvenes que se aventuran a exponer su trabajo.

Se busca motivar a los consumidores ofreciéndoles un producto que el mercado no ofrece con facilidad dentro del país a un precio mucho más accesible que cuando deciden importar un calendario.

La otra forma de motivación es ofreciendo un producto de calidad con acabados que no ofrece ningún otro calendario a un precio competitivo en el mercado, de forma que el consumidor no siente que está pagando

más dinero del que debería ni descuidando sus necesidades primarias por comprar un artículo que entraría más en las necesidades sociales. Hoy en día lo que muchos consumidores buscan es la mejor calidad al menor precio posible.

## Proposición

El calendario *pin-up* 2013 es un producto que ofrece excelente calidad en su impresión, cada hoja tiene un acabado de barniz UV que le brinda brillo y protección al papel, cuenta también con un arillo de metal en el borde superior que facilita la unión y el movimiento de las páginas y un orificio al centro de la parte superior para que, como en los viejos años el calendario se cuelgue para ser admirado (*to pin-up*), todo esto para finalmente ofrecer 12 fotografías que nos remontan a aquellas hermosas *pin-ups* de los 50's.

Propuesto en un tamaño tabloide, el calendario constará de seis hojas impresas por frente y vuelta y 2 hojas impresas sólo por el frente.

Un bello artículo para consentir a la mirada y además llevar un control de nuestros días.

## Tipo de mensaje

A través de un *marketing*<sup>1</sup> meramente virtual que conforme avanza el tiempo decline también en *marketing* de boca en boca se busca que se venda el producto despertando interés en el tema y captando la atención del público.

Con un mensaje que se interpretaría como racional dentro de la publicidad, el calendario trata de satisfacer aspectos como precio, calidad y utilidad en el tiempo.

El calendario busca transmitir sensaciones como alegría, originalidad al tener un producto fuera de la común y que pocas personas tendrán, diversión y empatía.

## Idea de estrategia publicitaria

Se propone una estrategia dinámica con impacto visual que invite a los espectadores a comprar el producto.

---

<sup>1</sup> Se le denomina así en el idioma inglés a la mercadotecnia. La mercadotecnia es un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

Contará con el apoyo cibernético para que el consumidor pueda acercarse al producto a base de la creación de un *twitter* y un *facebook*, redes sociales altamente usadas por el *target*.

Buscamos que el *target*<sup>2</sup> sienta el deseo de ver pasar sus días con un calendario muy al estilo de los años 50's.

## Costos

El tiraje inicial del calendario será de 300 ejemplares, sin embargo se tienen que descontar los calendarios que serán regalados a cada modelo por participar, a las personas que nos facilitaron automóviles, permisos y locaciones, los que serán regalados como promoción del calendario y los que se darán como muestra a los sinodales de esta tesis.

El costo de 300 calendarios con acabados fue de \$20,000. Sin embargo no engloba gastos generales, como transportación a las sesiones, alimentos para el equipo de trabajo y los modelos, renta de carro, pagos de gasolina, casetas, etc. Estos gastos extras nos hacen reflexionar sobre lo que implicaron las sesiones.

<sup>2</sup> Palabra del idioma inglés utilizada en el diseño para referirse al público al que se está dirigiendo algo, a su objetivo.

El tiraje a vender fue de 250 calendarios con un precio de:

- \$150 durante los meses de Octubre del 2012 a Marzo del 2013.

En este período el calendario manejó el precio que se había pensado originalmente para la recuperación de inversión del capital. Se vendieron en esta etapa alrededor de 150 piezas.

-\$100 durante los meses de Marzo a Mayo del 2013.

El calendario bajó su costo por ser vendido ya empezado el año, en este período se recuperó por completo la inversión del producto. En esta etapa se vendieron 45 calendarios, lo que representa junto con los primeros 180 vendidos casi la totalidad del tiraje.

-\$50 durante los meses de Junio a Julio del 2013

Lo que en las redes sociales se manejó como una oferta de 2 calendarios por \$100 fue la última estrategia para vender los 25 calendarios restantes.

La oferta fue bien aceptada por el público y permitió agotar el tiraje del calendario, haciendo de este proyecto un éxito y logrando cumplir con los objetivos principales.

En general se tuvo una buena respuesta por parte del público mexicano e incluso hubo algunas compras realizadas por extranjeros. Sin embargo fue un proceso largo y más difícil de lo que esperaba en un principio, sobre todo por las constantes críticas y envidias hacia ciertos modelos por su aspecto físico.



Imagen 69: Calendario vendido a una chica Londinense en la "Expo tattoo 2013".

### 3.2 PROCESO DE CREACIÓN DEL CALENDARIO DE PIN-UPS MEXICANAS 2013

Para acercar más al lector a la experiencia de éste proyecto, se describirá paso a paso el cómo se realizó éste calendario, desde la búsqueda y selección de modelos, las técnicas usadas para las tomas fotográficas, el criterio para decidir cuál era la mejor fotografía de la sesión de cada mes, el leve retoque que se les hizo a las imágenes tratando de respetar las facciones y el cuerpo de las participantes pero buscando la mejora de la toma, para concluir con la presentación del soporte final.

Este proceso resultó sumamente enriquecedor por todos los obstáculos que se encontraron a lo largo del camino. Desde buscar las locaciones hasta problemas con el impresor, la nueva experiencia de tener que firmar contratos y los sinsabores de no poder contar con todas las modelos que se quería, sino con las que se podía.

## 3.2.1: LA SELECCIÓN DE MODELOS

### (Proceso de casting y decisión final)

Para poder llevar este proyecto de lo teórico a lo práctico, el primer paso que se dió fue definir a qué tipo de modelo se estaba buscando para el calendario. Revisando la comparativa hecha de los calendarios previos de *pin-ups* y consultando diferentes libros del tema, se concluyó que se requería de mujeres jóvenes de entre 18 años como mínimo y 27 como máximo, con personalidad divertida que entrara en el rango de edad del *target* para lograr una mayor empatía y conexión con este.

Físicamente las modelos debían apegarse un tanto al tipo de belleza de las *pin-ups*, es decir, lucir un cuerpo saludable, pudiendo ser delgadas o de talla grande<sup>3</sup> pero transmitiendo una sensación agradable, caderas anchas y cintura pequeña de preferencia.

<sup>3</sup> Con talla grande nos referimos a mujeres que utilizan ropa 9-11 como máximo, tomando en cuenta que los canchones actuales consideran a este tipo de mujeres como gruesas o grandes e imposibles de ver en el mundo de la moda.

Para el casting de modelos se lanzó una convocatoria que corrió del 13 de Octubre al 25 del mismo del 2011. Ésta fue difundida mediante redes sociales como *Twitter*, *Facebook*, *DeviantArt*, *Flickr* y  *Blogger*<sup>4</sup>. Si la convocatoria no reunía por lo menos doce modelos, se utilizarían sólo seis participantes apareciendo dos veces a lo largo del año en el calendario. Sin embargo, la convocatoria fue aceptada con más éxito del que se esperaba y se descartó la idea de usar a seis señoritas, ya que tan sólo en la preselección resultaron 18 jóvenes seleccionadas. Esto daba oportunidad de elegir a 12 modelos finales que aparecerían como únicas protagonistas de un determinado mes, tal y como sucedía en los calendarios de *pin-ups*.

Con un cartel que rezaba en su primera línea y con mayor puntaje: "Busco modelos *Pin-Up*" y uno que contenía la información de contacto y requisitos para la convocatoria, ésta primera etapa buscaba que las interesadas mandaran entre 3 y 5 fotografías que les hubiera tomado alguien más para poder conocer a las interesadas y hacer una preselección de las mejores candidatas antes de las tomas fotográficas.

<sup>4</sup> Redes sociales con alto flujo de usuarios hoy en día. Las últimas tres se usan para publicar trabajos de artistas o amateurs para dar a conocer sus obras, críticas o ventas.

No fue examinada la calidad de las imágenes en cuanto a iluminación, poses, técnicas, etc, sino el contenido en sí, la actitud de la modelo, su fisonomía, su facilidad de controlar sus gestos y su cuerpo. Era necesario que con las fotografías que las jóvenes enviaban se pudiera ver su comportamiento frente a una cámara. Como se explicaba algunos capítulos antes, el comportamiento de una persona es completamente diferente cuando está frente a una cámara y por esto era tan importante que fueran retratos hechos por alguien más.

Las modelos podían tener entre 18 y 27 años, características físicas que fueran con el prototipo *pin-up* y ser mexicanas. Además debían tener conocimientos básicos del *pin-up*, ser parte de la corriente *rockabilly* o de *pin-up* en México, esto implicaría que las jóvenes ya dominaban el uso y manejo de maquillaje, peinados y vestimenta tipo *pin-up*. Por último era preferible que tuvieran flexibilidad en sus horarios, ya que se iban a realizar sesiones de prueba del 2 al 6 de Noviembre.



Imagen 70: El primer cartel de la convocatoria.

Las chicas que no cumplían con estos requisitos no fueron consideradas, quizá porque no lucían tan joviales como otras, porque sus horarios no les permitían estar presentes en el proyecto o porque físicamente prometían mucho, pero al estar frente a una cámara, se notaban demasiado tímidas. La única excepción que se hizo fue con modelos que no tuvieran conocimiento del tema pero que con sus fotografías enviadas tuvieran un perfil prometedora.

Todo lo que se diseñó para la convocatoria fue realizado con tomas previas de la autoría de quien escribe estas líneas. La idea de incluirlas surgió como

principal aliciente hacia las participantes, de esa manera las modelos podrían ver parte del trabajo que se buscaba lograr y sentirse más animadas a participar.



Las tomas fotográficas se harán a partir del 2 al 6 de Noviembre.

Manda entre 3 y 5 fotografías tuyas de cara y cuerpo completo\* (de preferencia con atuendos tipo pin-up) a [la.kbarrera@gmail.com](mailto:la.kbarrera@gmail.com). Con el título: convocatoria pin up. No olvides incluir tu nombre completo, edad, mail y teléfono. Por favor también indícame qué fecha y un horario aproximado en el que podrías participar.

Del 14 al 24 de Octubre puedes mandar tus fotos.

El 25 de octubre dare a conocer los resultados en el sitio web:

<http://chingalemanita.blogspot.com>

\*Es importante que las fotografías hayan sido tomadas por otra persona, me interesa saber cómo te comportas frente a una cámara. Los autoretratos no serán tomados en cuenta.

Imagen 71: El segundo cartel de la convocatoria.

El primer cartel representaba el éxito de la convocatoria. Si convencía o llamaba la atención, las personas, sobre todo del sexo femenino se acercaban a informarse más sobre el tema y conocer a detalle las bases.

Se les facilitó un *link* que al hacer clic<sup>5</sup> las redirigía a un *blog*, en el cual se podían ver dos carteles en grande, el primero que era el que las había llevado hasta ahí y un segundo cartel que enumeraba los requisitos previamente mencionados y describía con más detalle la dinámica de la convocatoria.

Habiendo terminado el plazo de recepción de fotografías se diseñó un tercer cartel para anunciar a las modelos preseleccionadas y un cuarto cartel donde se mostraban las fotografías de las jóvenes elegidas.

## Modelos Seleccionadas



Osiris Camacho  
 Anna Gargiulo  
 Berenice Rodríguez  
 Melissa Esparza  
 Jessica Tapia  
 Erika López  
 Marycarmen Sánchez  
 Pamela Cisneros  
 Aline Flores  
 Mirna Zepeda  
 Andrea Vázquez  
 Ana Rojas  
 Viridiana Mondragón  
 Andrea Ramírez  
 Karen Flores  
 Paola Rodríguez  
 Sandra Lira  
 Corina Camacho

**FELICIDADES!**  
 En breve me comunicaré con ustedes para informarles acerca de sus citas.

Imagen 72: El tercer cartel de la convocatoria.

<sup>5</sup> En informática, clic se refiere a la pulsación que se hace en alguno de los botones del ratón de una computadora u ordenador.

En el tercer cartel se colocaron los nombres de las 18 modelos preseleccionadas y fue publicado el 25 de Octubre tal y como lo dictaba la convocatoria. Se contactó a cada chica de igual forma para concretar datos de la que sería su primer sesión para el proyecto.

Se realizó un cuarto cartel con una fotografía de cada participante elegida con el fin de dar a conocer los posibles rostros del calendario. Estos carteles también fueron publicados en el blog y redes sociales como *facebook* y *twitter*.

Estos carteles trataron de seguir sobre la misma línea de diseño de los dos previos en cuanto a colores y estilo, con la finalidad de establecer un criterio de unidad.

Al finalizar esta primera etapa se pasó a la toma de sesiones fotográficas.

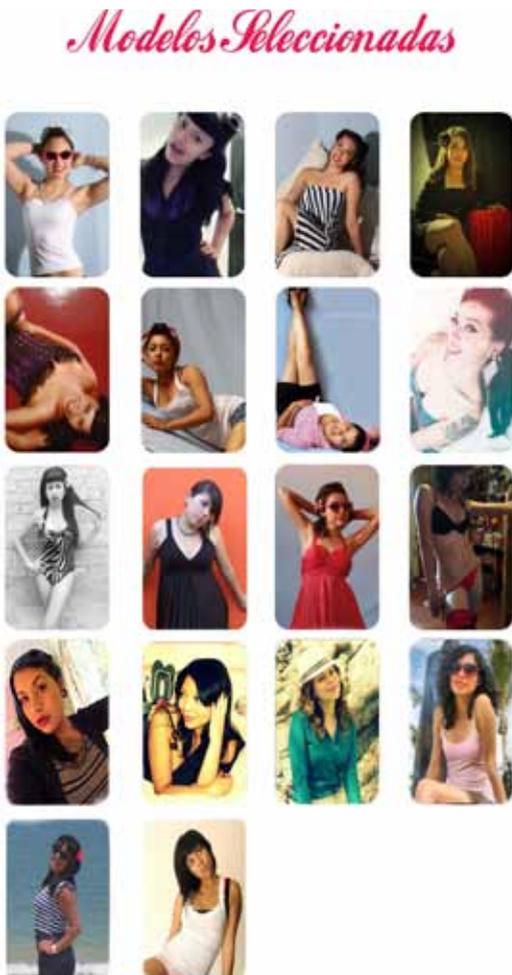


Imagen 73: El cuarto cartel de la convocatoria.

## 3.2.2 MECÁNICA DE LAS TOMAS FOTOGRÁFICAS

Las fotografías de la preselección se realizaron en un estudio con luz controlada. Se usó una cámara Canon 50D con un lente de 28-135mm.

Se utilizaron: 2 lámparas, de 75 vlt. cada una, que se sincronizaron con el flash, a una de ellas se le colocaron aletas y un filtro blanco, colocadas una casi a 3/4 del sujeto y la otra a un costado; diferentes fondos de colores (dependiendo los colores de ropa que trajeran las modelos), 1 reflectante de plata y una lámpara colocada de forma cenital de 35w luz de día.

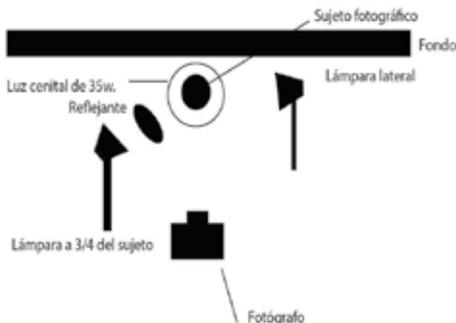


Imagen 74: Diagrama de la colocación de luces.

Las sesiones duraron entre una hora y media y dos horas. En esta etapa no se buscaba lograr las fotos finales para el calendario, estas sesiones tenían como objetivo principal conocer a las modelos y su facilidad de ser fotografiadas.

Se les comenzaba arreglando el cabello y maquillándolas. Ésta parte del proceso estuvo a cargo de la consultora de belleza Tania Alarcón Quelite con apoyo y dirección de quien escribe ésta tesis a lo largo de todas las sesiones fotográficas.



Imagen 75: Fotografía donde vemos a la consultora de belleza Tania Alarcón con la chica Julio (Andrea Vázquez) mientras era preparada para su sesión final.

Mientras las chicas eran arregladas se les pedía que mostraran por lo menos tres cambios de ropa. La mayoría de las jóvenes trajo más cambios de ropa de los requeridos, haciendo que la elección de vestimenta fuera mucho más específica y con menos

probabilidades de escoger prendas que pertenecieran a otro tipo de época o que salieran del contexto del *pin-up*.

Una vez que las modelos estaban maquilladas y peinadas, se elegía el primer cambio de ropa. Es recomendable comenzar con el cambio de ropa que menos convence o que no favorece en comparación con los otros atuendos a la modelo.



Imagen 76: Fotografía de la chica Junio (Mirna Zepeda) con su primer cambio de ropa en la sesión de preselección.

Esto da oportunidad de que la chica se relaje sin desperdiciar un buen

cambio de ropa. Si las fotografías resultan buenas tomas, significa que la chica ya ha estado frente a una lente antes o que ya ha perdido el miedo natural que se siente de saberse observado en ese momento y probablemente juzgado en la posteridad. Como esto ocurre en contadas ocasiones, es preferible que la modelo se relaje sin presiones.

Ésta primera etapa sirve además para hacer mediciones de luz y comenzar a observar los ángulos de la modelo.

Cuando se comienza a notar en la chica esa sonrisa natural y esa mirada espontánea, es hora de su segundo cambio. En ésta etapa, es recomendable comenzar a mover más a la chica: poses paradas, hincadas y sentadas. Lo que se busca en ésta segunda etapa es conocer su mejor perfil, hacerla sentir segura de que está quedando perfecta en cada toma para que refleje confianza y por supuesto, haciendo que la tensión facial y corporal se vayan.

Es común ver retratos donde el conjunto de los elementos y el modelo parecen un acierto, pero cuando se observan con atención la sonrisa, la mirada o

la expresión corporal no es tan acertada. No es correcto conformarse con ver que una cara relajada, nunca se debe perder de vista que las manos no aparezcan en la toma en formas extrañas y tensas, que los pies luzcan deformes por la pose o que la modelo no está bien parada.



Imagen 77: Fotografía de la chica Junio (Mirma Zepeda) con su segundo cambio de ropa intentando poses un poco más complicadas.

Para cuando se realice el tercer cambio, la chica ya debe estar relajada. Tendría que haber perdido el miedo a lograr una mala o una buena fotografía y sólo sonreirá cuando escucha la frase "cerraste los ojos, va de nuevo por favor".

Esta etapa es quizá la más cansada para la modelo, porque se hacen varias tomas de una

misma pose buscando el disparo perfecto<sup>6</sup>, por tanto existen ocasiones en que tienen que estar estáticas, conservando una mirada, una sonrisa, con una rodilla semiflexionada y brazos alzados, con las piernas en alto y el vientre contraído, sintiendo que su cuerpo tiembla pero tratando de controlar todo a la vez.



Imagen 78: Fotografías de la modelo Sandra (sesión de pre-selección) donde tuvo que mantener la misma pose durante varias tomas (las piernas arriba, sin ayuda de algún soporte y controlando sus gestos faciales). A lo largo de las 3 tomas se puede ver el cambio en su rostro.

En ésta etapa (y las posibles siguientes, dependiendo los cambios de ropa elegidos) es cuando se tiene la oportunidad de hacer tomas en poses un poco más complicadas. Con las piernas en la pared, recargadas en su espalda y las piernas en el aire sin apoyo alguno, apenas recargada en un banco con las manos y las

<sup>6</sup> Henry Cartier-Bresson (considerado el padre del fotoreportaje) predicó la idea de atrapar el instante decisivo. Se trataba, pues, de poner la cabeza, el ojo y el corazón en el mismo momento en el que se desarrolla el clímax de una acción. La frase "el disparo perfecto" nos remonta indudablemente a éste fotógrafo.

piernas en el aire, probando su equilibrio en una sola pierna (tomando en cuenta que usan zapatillas de por lo menos 8cm, es algo complicado), etc.



Imagen 79: Fotografía de la chica Junio (Mirna Zepeda) con su tercer cambio de ropa , esta foto fue la que la hizo seleccionada final para aparecer en el calendario.

Éste tipo de fotografías es ideal reservarlas para los momentos en que la modelo ya aprendió a sonreír en el momento indicado, a no parpadear cuando se le avisa que se tomará

la fotografía, a repetir una pose cuantas veces sea necesario, a no moverse porque entonces puede perder la pose o variar la iluminación en su rostro, etc.

Cada detalle, forma un conjunto, y se debe buscar que las fotografías sean buenas tanto en detalles como en su conjunto. Por este motivo es recomendable seguir estos pasos, los cuales ayudan a tener más control sobre las condiciones de la sesión de fotografías, el tiempo que se dedica a ellas y sobre la modelo.

En total, cada sesión registró entre 80 y 120 disparos, variaba tanto por los cambios de ropa como por la versatilidad de la modelo, así como su facilidad para repetir poses. Sin embargo se eligieron sólo las mejores tres fotografías de cada modelo para la preselección final. Se enlistarán las tres fotografías finales de estas sesiones de trece de las modelos con el fin de poder mostrar un poco del material obtenido.

## Corina Camacho

Corina Camacho se destacó por ser una de las modelos más interesadas en aparecer en el calendario desde un principio. Forma parte del movimiento *rockabilly*

en México. Durante su sesión se mostró audaz, con conocimiento de poses que favorecían a su espigado cuerpo, siempre dispuesta, alegre y propositiva.



### Andrea Ramírez

Andrea Ramírez fue otra de las modelos seleccionadas para el calendario final. Cuenta con un rostro fotografiable y a pesar de su baja estatura, tiene un cuerpo que representaba mucho de lo que se estaba buscando: pechos grandes sin caer en lo vulgar, cintura pequeña y cadera grande.

Andrea resultó una modelo que transpiraba erotismo, quien con una mirada podía cambiar el significado de una pose.



### Pamela Cisneros

Pamela Cisneros era una de las modelos más jóvenes de las sesiones. Su belleza mexicana, con ojos expresivos y boca sensual le facilitaban parecer inocente y provocativa a la vez, tal como una chica *pin-up*.

Había sido una de las seleccionadas para el calendario final, sin embargo, pocos días antes de darle la noticia, Pamela tuvo que renunciar a su lugar por haber tenido problemas con su papeleo para entrar a la Universidad, dándole oportunidad de aparición a Andrea Vázquez.



### Anna Gargiulo

Anna Gargiulo fue una de las modelos que no fueron elegidas por el desempeño en sus sesiones. A pesar de tener un bello rostro Anna tuvo muchos problemas con el control de su cuerpo en la sesión. Fue hasta las últimas fotografías donde pudo reflejar menos timidez, pero no fue suficiente para demostrar que podía

aparecer en un calendario donde lejos de verse bonita tenía que transmitir sensualidad e inocencia.



### Ana Rojas

Ana Rojas fue una de las modelos que aunque no había sido tomada en cuenta por completo como seleccionada final, tuvo oportunidad de aparecer en el calendario gracias a quienes no pudieron continuar con el proyecto. Se eligió a Ana por su disposición durante las tomas, ya que fue de las modelos a las que se le hizo uno de los peinados menos favorecedores, sin embargo ella continuó con humor durante la sesión y logró salir adelante con sus tomas.



### Andrea Vázquez

Andrea Vázquez resultó una de las modelos más propositivas durante su sesión. A pesar de ser la modelo de talla más grande cuidaba mucho sus poses para lucir estética y tuvo buen control corporal (como poder sumir el vientre durante ciertas poses y manejar los brazos correctamente). Esta fue la principal razón para ser una de las elegidas para el calendario al cancelar otra modelo su aparición.



### Marycarmen Sánchez

Marycarmen fue una de las modelos más audaces, parecía darle lo mismo estar en liguero, desnuda o con un vestido. Se mostraba segura y conocía bien su cuerpo. Había sido seleccionada para el calendario final, sin embargo, pocos días después de darle a conocer el resultado, tuvo que abandonar el proyecto por su embarazo.



## Paola Rodríguez

Paola era la modelo con más edad. A pesar de formar parte de la corriente *pin-up* en México, Paola no fue seleccionada por dos razones, la primera era que a pesar de tener muy buenos vestuarios, tenía poco control sobre su expresión facial, la sesión con ella fue larga y con pocos resultados favorables. La segunda razón por la cual no fue convocada fue porque Paola no le dió la importancia que se requería al proyecto, canceló dos veces su sesión de fotografías y llegó tarde el día de las tomas.



## Melissa Esparaza

Melissa era otra de las modelos más jóvenes en el proyecto. A pesar de ser muy delgada, mostraba un cuerpo saludable. Tiene una cara de rasgos inocentes, sin embargo, durante la sesión de fotografías demostró que podía ser una chica buena o una chica mala con un sólo cambio de expresión en su boca y en su mirada.



## Jesica Tapia



Jesica fue otra de las modelos con quien costó muchas tomas obtener fotografías buenas o regulares. Con problemas de nervios durante casi toda la sesión y sobre todo de control de cuerpo al no manejar zapatos

de tacón alto ni lograr poses donde tuviera que esconder el vientre o levantar las piernas por demasiado tiempo, fue descartada.

### **Berenice Rodríguez**

Berenice fue seleccionada por demostrar tener conocimientos del *pin-up* a lo largo de su sesión. A pesar de tener múltiples ocupaciones siempre mostró compromiso con el proyecto. Sin embargo, fue lamentable que para su sesión final tuviera algunos kilos de más, lo cual dificultó la selección de su fotografía para el calendario.



### **Mirna Zepeda**

Mirna se convirtió en una de las modelos consentidas de la cámara. Se declaró novata en las sesiones de fotografías y en el tema del *pin-up*, trajo consigo un par de shorts y un sólo vestido, pero se mantuvo dispuesta a usar cualquier vestuario que se le proporcionara para poder participar. Mirna a pesar de no sa-

ber mucho del tema había sido preseleccionada porque sus fotos de la convocatoria (aunque eran de eventos familiares o escolares) dejaban ver un rostro y cuerpo ideales para el proyecto, además de demostrar interés y compromiso.

Resultó una de las mejores modelos, con la sesión quizá más larga y donde se lograron una enorme variedad de tomas arrojando resultados sorprendentes.



### **Sandra Lira**

Sandra era una de las chicas más entusiastas, siempre atenta a las indicaciones y con la suficiente condición física para soportar poses complicadas. Fue otra de las modelos que habían sido seleccionadas para el calendario final, sin embargo, antes de dar a conocer los resultados Sandra tuvo que cambiarse de vivienda a otro estado de la República Mexicana complicando su aparición.



### **3.2.3 SELECCIÓN FINAL DE FOTOGRAFÍAS PARA USO EN EL CALENDARIO, EDICIÓN Y PROPUESTA DE CALENDARIO *PIN-UP* 2013.**

Es así como podemos conocer un poco del proceso de las primeras sesiones. Poco después de estas y de haber tomado la decisión final (con los cambios pertinentes por las modelos que tuvieron que abandonar el proyecto y las que tuvieron que llegar a suplirlas aunque quizá no resultaban tan apegadas al prototipo *pin-up* como las primeras) se dieron a conocer los resultados de las doce finalistas.

Para las fotografías finales se decidió tomar un poco más de riesgos y realizar en la mayoría de las sesiones en exteriores.

Las tomas en exteriores suelen ser más complicadas porque dentro de un estudio, uno dirige las luces a gusto y conveniencia; estando fuera, el clima, la hora del día, el lugar elegido, etc. determinan en gran parte nuestra iluminación.

Estas fotografías finales se realizaron:

9 en escenarios exteriores como: La Marqueza, Toluca; El jardín botánico de la UNAM, D.F.; Parque María del Carmen, calle Escobar Zerman (elegida por tener palmeras como árboles principales) y el jardín de un hogar en la Col. Industrial, D.F.; y en instalaciones del TEC de Monterrey Campus Toluca, en el Estado de México.

Tres escenarios interiores que fueron:

un cuarto con papel tapiz antiguo, unas escaleras con iluminación baja y una sala.

Se usó una cámara Canon 50D con un lente de 18-55mm. Se utilizaban sólo las luces del sol, pantallas y reflectores de luz. Para direccionar la luz una persona sujetó el reflector blanco colocada casi a 3/4 del sujeto y se buscó que la luz del sol estuviera cenital o unos 30 grados menos.

Cuando la luz estaba cenital se utilizó un difuminador para disminuir las sombras tan duras que se producían en las caras de los modelos.

En estas sesiones se lograron entre 40 y 55 disparos, sólo podían traer dos cambios de ropa o tres como máximo y tuvieron una duración de entre 45 minutos y una hora.

Se trató de respetar la dinámica de elegir el atuendo menos favorable al principio y utilizar conforme fuera perdiendo el miedo a la lente los demás atuendos.

Para la selección final, se eligió sólo 1 fotografía por modelo para que ésta fuera la imagen que apareciera en el calendario.

Las fotografías sin edición ni retoque alguno serán enlistadas con el propósito de mostrar las tomas directas de cámara.

### Corina Camacho

Para la sesión con Corina se utilizó una camioneta antigua como motivo principal. Las fotografías fueron tomadas en una calle de la colonia Industrial, al norte de la Ciudad de México.

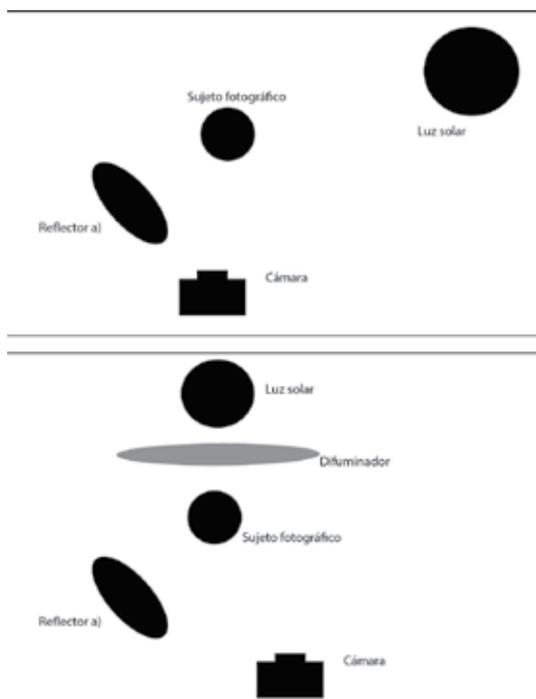


Imagen 80: Diagrama del uso de la luz solar complementado con reflectores y pantallas.

Corina nuevamente se mostró audáz con sus vestuarios, eligiendo siempre conjuntos que la hacían lucir espigada. En la fotografía usa unos shorts de cintura alta que permiten ver sus largas piernas, una camisa de cuadros anudada al frente y unas zapatillas rojas.

A pesar de haber tenido 2 sesiones en diferentes locaciones, su fotografía elegida simulaba la acción de una camioneta llevandola hacia algún lugar (o hacia el año 2014) y por eso se presentó para el mes de Diciembre.



### **Andrea Ramírez**

La sesión de Andrea, al igual que la de Melissa Esparza, tuvo lugar en uno de los paraderos turísticos de la Marqueza, Toluca.

En estas sesiones se pudo aprovechar lo que el mismo lugar nos brindaba, como mesas de madera, rejillas, pasto de diferentes tonos, etc.

Para su vestuario optó por unos shorts a la cadera con una camisa anudada; que al contrario de Corina, permitía ver su vientre y comenzar a imaginar parte de sus senos.



Esta fue una de las fotografías con más retoque digital, donde los letreros de "quesadillas", "azteca", etc. fueron removidos o desenfocados para evitar distracciones en la imagen final del calendario.

### **Melissa Esparza**

La sesión con Melissa se realizó a la par de la de Andrea Ramírez.

Para su vestuario eligió los tonos rojos, con un vestido de lunares que

hacían resaltar su piel blanca.

Su fotografía con mucho pasto y sol nos hacía recordar los días en los que en México se recibe a la primavera y por eso se le otorgó el mes de Marzo.



### **Ana Rojas**

La sesión con Ana tuvo lugar en uno de los jardines del Tec de Monterrey, Campus Toluca. Se buscó dentro del campus una cafetería donde se pudieran trabajar las tomas.

Ana optó por un vestido azul con lunares blancos que iba ceñido en la cintura.

Su fotografía fue elegida para el mes de Agosto por los árboles de clima un tanto frío y poco pasto que se alcanzan a advertir en el fondo de la fotografía. En México, en Agosto nos encontramos en pleno otoño, donde si bien no hace demasiado calor, tampoco hace tanto frío como para no salir a visitar algún bosque.



### **Andrea Vazquez**

Andrea compartió el día de sesión con Ana en el Tecnológico de Monterrey, Campus Toluca.

Para la sesión de Andrea se utilizaron las escaleras de uno de los edificios y para la de Ana el balcón de una de las cafeterías.



También se utilizaron como escenarios durante las sesiones lugares como las mesas de la cafetería, bancas del edificio y un lago artificial.

Al igual que con Ana se buscaron tonalidades un tanto más cálidas en las fotografías y sus fondos para evocar el Otoño.

En el caso de la fotografía de Andrea, el retoque digital buscó desaparecer los tubos que competían con ella y centrarnos más en su cara.

## Mirna Zepeda

La sesión con Mirna se desarrolló en el jardín de una casa en la col. Industrial, en el D.F.



Nuevamente Mirna sorprendió con cada cambio de ropa que tuvo, desde traje de baño hasta un ceñido short. Para su sesión de fotografías eligió un vestido de tipo *pin-up* pero más moderno, adornado con corazones y un discreto cinturón rojo.

Se le retrató con una coca-cola puesto que es la bebida a la que más nos remitimos al hablar de *pin-ups* por los diversos artículos promocionales que maquillaron en esas épocas.

Se le asignó el mes favorito por casi todos porque en México disfrutamos del verano, y aunque ella no está en alguna playa, se muestra cómoda y alegre, disfrutando de una refrescante bebida.

Para su fotografía, el fondo de bambús fue modificado digitalmente para cubrir toda la pared y así destacar a Mirna.

### **Osiris Camacho**

Osiris tuvo su sesión en el mismo hogar que Mirna.

Para Osiris fue utilizada una de las habitaciones que tenía un papel tapiz antiguo y un banco de cedro que facilitó el jugar con su cuerpo y su atuendo para las poses.

Para su sesión eligió un vestido café largo y ampón, lo cual facilitó la toma en que sube las piernas sin que se le vea nada más de lo necesario.

La edición de su fotografía se basó en ajustar el ángulo de toma pues visualmente se percibía desalineado.



### **Karen Flores**

Karen fue la única modelo que quedó seleccionada junto a un familiar (su hermana), además de ser de las pocas modelos en que su sesión y vestuario tuvo que ser más planeado, dado que es un mes representativo (en el mes de Noviembre se celebra el día de muertos en México).

Se optó por maquillarla como una *catrina*, personaje típico dentro de la cultura mexicana, pero para no perder el rumbo en el tema del *pin-up* utilizó lencería.



Se eligió un escenario de poca iluminación para su sesión con el fin de recrear la idea de la muerte.

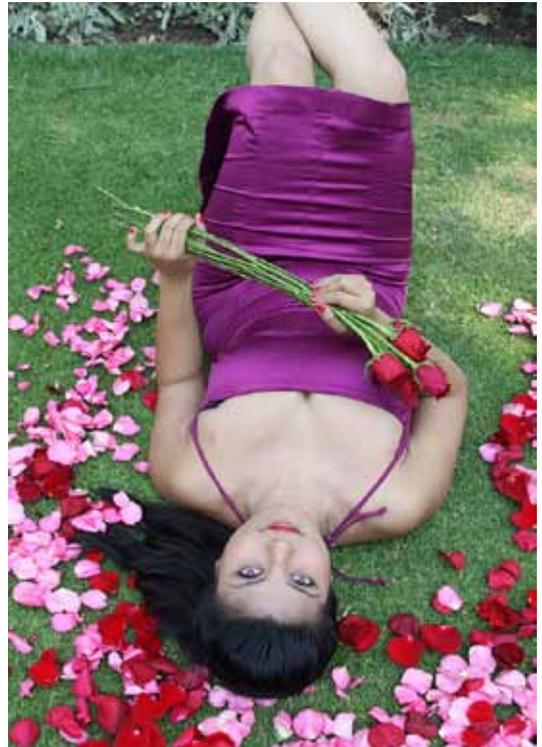
### **Berenice Rodríguez**

Berenice pidió ser el mes romántico del año (en México el 14 de Febrero se celebra el día del amor y la amistad) puesto que tenía pensado ya un vestuario y una situación: un vestido morado que hiciera resaltar su piel clara con rosas y pétalos alrededor, con un ambiente como

de cita amorosa, en el que la amada espera ansiosa que su enamorado la acompañe.

Se optó por hacer su sesión de fotografías en el jardín botánico de Ciudad Universitaria, al sur de la Ciudad de México.

A pesar de haber subido de peso, Berenice cuenta con un rostro tierno pero a la vez atractivo, por lo cual se decidió que su fotografía resaltara su belleza sin mostrar su cuerpo por completo.



## Aline Flores

La hermana de la chica Noviembre fue, además de Mirna, una de las modelos que fueron aceptadas porque físicamente cumplían con las características de una *pin-up* a pesar de no conocer mucho del tema.

Aunque contaba con poca experiencia frente a la cámara Aline no tuvo problemas para posar y controlar su cuerpo y sus gestos.



Su sesión fue una de las más sencillas en la sala de un hogar. Con esto se trató de retomar la idea de algunos fotógrafos de captar a las chicas en cualquier lugar. Se le asignó el mes de Mayo porque en México al celebrarse el día de la madre, se le relaciona con el hogar.

## Viviana Mondragón



Viviana fue otra de las modelos que tuvo una sesión con un tema claro en su mes, dado que en Septiembre en México se celebra la independencia. La

intención era además de lograr una clara asociación con el mes, remontarnos a las viejas pin-ups mexicanas, quienes siempre lucían los trajes típicos del país.

Usó un traje con motivos mexicanos en lentejuelas de colores y su sesión fue realizada en un parque al norte de la ciudad.

### Erika López



Erika fue la única chica con tatuajes visibles en su cuerpo que pasó todos los filtros de selec-

ción. Pertenece al movimiento *hard-core* en México, el cual aunque no está ligado de una forma tan directa con el *pin-up* como el *rockabilly* tiene muchas seguidoras en sus filas.

Erika tuvo oportunidad de posar con un automóvil clásico en una de las calles de la colonia Industrial, al norte de la Ciudad de México.

### Diseño

Finalmente y dado que las fotografías elegidas tienen formatos tanto verticales como horizontales, se decidió hacer un reencuadre un tanto cuadrado para transportarlas al soporte final.

La imagen, como en los calendarios *pin-ups* abarca una buena parte del soporte, sin embargo se buscó lograr un peso ideal en el que la imagen no perdiera su importancia y los números y datos tuvieran buena visibilidad, no se podía repetir el error de la constante de hacer los datos tan pequeños que no se vieran o que parecieran una mancha visual en el diseño por estar tan encimados con la imagen.

En este caso la imagen representa por lo menos el 75% del soporte y en el espacio sobrante se hizo un acomodo en el lateral izquierdo para colocar los datos del mes, además

de un espacio para escribir notas, esto con el fin de que el calendario lograra su función de ser utilizado como instrumento de consulta tanto de días como de asuntos personales (citas, fiestas, recordatorios de consultas, etc.).



Imagen 81: Muestra de la propuesta final del mes de Octubre con su retícula.



### 3.3 PRESENTACIÓN DE SOPORTE FINAL (CALENDARIO).

El calendario propuesto es un tamaño doble carta, también conocido como tabloide. Se decidió usar este tamaño por ser adecuado para colocarse en la pared y poder verlo desde unos cuantos metros de distancia.

El calendario consta de seis hojas impresas por frente y vuelta y 2 hojas impresas sólo por el frente mediante el proceso de offset con un acabado de barniz UV para darle un aspecto brillante.

Se le realizó un orificio al centro en la parte superior para poder colgar el calendario y se le añadió un espiral de metal para que no se deshojara con facilidad y así prolongar su tiempo de vida.

Para concluir este trabajo, presento las imágenes finales de cada mes del calendario de *pin-ups* mexicanas 2013, donde además de ver el resultado final de las imágenes en cuanto a edición, se puede apreciar en conjunto el diseño propuesto.



# Pin-ups MEXICANAS





# Enero

Lar	Mar	Mi	Ju	Vi	San	Do
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Notas: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\*Día feriado



# Febrero

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

Notas: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\*Días festivos



# Marzo

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Se	Do
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Notas: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\*Día festivo



# Abril

Le	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Notas: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



# Maya

Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Name: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*The Guide*



# Junio

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

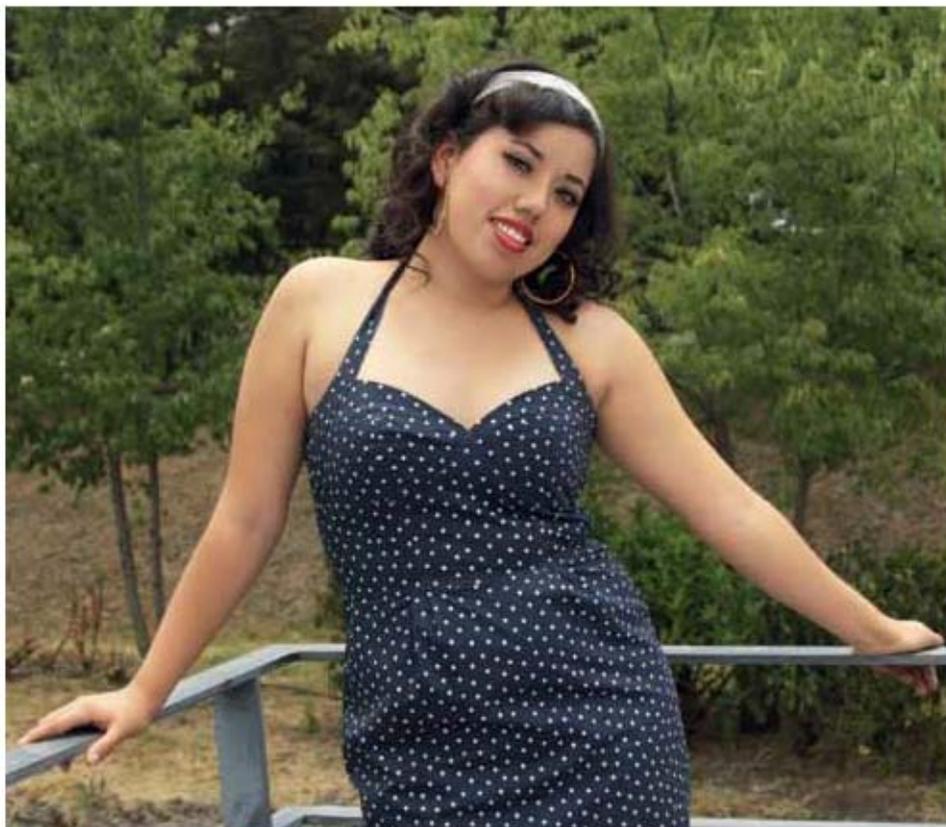
Notas: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



# Julio

<i>Lu</i>	<i>Ma</i>	<i>Mi</i>	<i>Ju</i>	<i>Vi</i>	<i>Sa</i>	<i>Do</i>
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

*Notas:* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# Agosto

Le	Ma	Mi	Ju	Vi	Se	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Notas: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



# Septiembre

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Notas: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

*\*Días festivos*



# Octubre

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Se	Do
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Notas: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# Noviembre

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Notas: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*\*Día festivo*



# Diciembre

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Notas: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

\*Día festivo



# Pin-ups

## MEXICANAS

### Calendario 2013

*Dance & Fotografías: Karim I. Barrera R.  
Maquillaje & peinado: Tania Alarcón O.*

*Dress & Photography: Karim I. Barrera R.  
Make up & hair: Tania Alarcón O.*

El Calendario de Pin-ups mexicanas 2013 nace a partir del proyecto de investigación de tesis de Karim Barrera.  
La inquietud de la fotógrafa es realizar un calendario para el público mexicano que es fiel amante de las pin-ups y de los calendarios, hecho y representado por jóvenes mexicanas.  
Este calendario es fruto de esfuerzo, coordinación y trabajo de quienes facilitaron casas, locaciones, vestuarios, etc., especialmente de: Osiris, Berenice, Melissa, Erika, Aline, Mirna, Andrea, Gabriela, Viviana, Andrea, Selene y Corina, porque sin su apoyo, nada de esto hubiera sido posible.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin contar con la autorización previa, expresa y por escrito de la autora. México 2012





# CONCLUSIONES

Después de conocer parte de la historia del *pin-up*, su relevancia dentro del mundo de la publicidad y tras el análisis realizado en los calendarios a lo largo del tiempo, podremos darnos cuenta que el tipo de diseño que se venía manejando para los calendarios *pin-up* tenía algunos aspectos que se podían mejorar a pesar de ser sumamente atractivo visualmente, pero con algunas carencias en la práctica.

No es suficiente sólo tener voluntad de hacer un calendario o conocer datos someros sobre un movimiento sin saber a ciencia cierta qué o para qué se desean hacer las cosas, tal y como el proyecto de Flaii<sup>1</sup>, el cual desafortunadamente carecía de unidad en su diseño, así como de una acertada selección de fotografías, lo cual degenera en un trabajo de una calidad baja visualmente.

Hay que dominar bien el tema, empaparse de toda la información posible, abrir libros, hojearlos una y otra vez, buscar otros que se vayan relacionando, conocer modelos, poses, situaciones y un sinfín de detalles que no nos brindará una sola fuente y mucho menos el buscador de *google* o *wikipedia*. Desafortunadamente muchas de las personas que hoy en día hacen proyectos de *pin-ups* sólo conocen una parte muy limitada del movimiento.

Esta investigación comenzó de cierta forma buscando libros del *pin-up*, sin embargo, no es conveniente limitarse a sólo tocar ese tema, se necesita conocer un poco de otros tantos temas relacionados en mayor o menor medida, como el retrato de moda, diseño de moda, la historia de los *beef-cakes*<sup>2</sup>, la historia de los mini-cuentos eróticos (mejor conocidos en México como “El libro vaquero”), y un sinfín de temas que en algunas ocasiones no contribuían de forma impactante a la investigación, ya que el lazo que mantenían con el tema de estudio era muy exi-

---

<sup>1</sup> Revisar en el capítulo II, la comparativa de calendarios *pin-up* para más información.

<sup>2</sup> Así se le conocía a los *pin-ups* masculinos.

guo, pero algunas otras veces, se encontró información de suma importancia, tal es el caso del *nose art*, las *gibson girls*, maquillaje, ropa e incluso de algunos peinados del estilo *pin-up*.

Lo más importante al final, fue que permitió a quien esto escribe, romper con la clásica pose de *pin-up* moderna con la cual hemos decidido mantenernos indisolubles:

Una chica, con las piernas recargadas en la pared, vestida como una *pin-up* con una actitud vulgar.

No es que esto esté mal, incluso hay que aceptar que los primeros intentos de fotografías de *pin-ups* de muchos fotógrafos de hoy en día se llevan varias tomas en ese tipo de poses, sin embargo, hay mucho más allá de aquella pose.

Existen las poses sado<sup>3</sup>, las lujuriosas, las cándidas, las sorprendidas y las expectantes, las inocentes y las sensuales que invitan a algo más, una variedad tan grande que uno tal vez jamás terminaría por realizar combinaciones.

---

<sup>3</sup> Se refiere al sadomasoquismo.

Resultó realmente satisfactorio el poder hacer una nueva propuesta de un calendario con un tema tan interesante, el traer de vuelta buenas épocas que se habían quedado sólo en los recuerdos de algunas personas y que cambiaron la perspectiva del *pin-up* de otras.

El planear todo para evitar los mismos errores, el estar preparados para las críticas y esperar que el público lo ame o lo odie, al igual que a las modelos (algunos preferían por encima de todas a una, algunos otros preguntaban que por qué tal o cual modelo había sido elegida si no era tan bella como las demás) y sobre todo, el luchar contra el problema de la ignorancia del tema, no por desconocerlo, sino por malinterpretarlo y desvirtuarlo. Había personas que al ver el calendario se preguntaban, por qué las modelos no estaban llenas de tatuajes o por qué no habían posado desnudas para el calendario. Es hasta ese momento en que te das cuenta que es necesario contribuir con un tema del que no se ha escrito en México para los mexicanos, es justo el momento en que sientes la necesidad de demostrar

que las cosas no fueron así y que si hoy en día han cambiado es porque la vida siguió y el movimiento tuvo que cambiar, no porque sea un error fotografiar a una *pin-up* sin tatuajes, que no pertenece al movimiento *rockabilly* y con ropa.

Los cambios no son fáciles, pero cuando hablamos de diseño, cuando hablamos de un buen cambio, los resultados pueden ser favorables.

Es así como quien escribe esto, espera haber hecho al menos un pequeño cambio en la historia de los calendarios de *pin-ups* y una humilde contribución al tema de retrato de *pin-ups* en el habla hispana.



Imagen 82: Fotografía de la autora del calendario con algunas de las modelos.



# BIBLIOGRAFÍA

"1000 Forbidden pictures"; Mark Rottenberg and Laura Mirsky, Ed. TASCHEN GmbH, Alemania, 1999, 766 pp.

"1000 Pin-up girls", Robert Harrison, Ed. TASCHEN GmbH, Italia, 2002, 576pp.

"Bernard of Hollywood: the ultimate pin-up book", Bruno Bernard y Susan Bernard; Ed. TASCHEN, Londres, 2002, 358pp.

"The great american pin up", Dr. Charles G. Martignette., Ed. TASCHEN, 2002.

"Pin-ups. Guide to pin up photography", Bruno Bernard et Susan Bernard, Ed. TASCHEN, 1999, 160pp.

"Pin-up, a modest history", Mark Gabor, Ed. Evergreen Taschen, Londres, 1996, 270pp.

"Influencia de la estética Pin-up en los cánones actuales",

Ana Alèhia Rico Cruz, Escuela Superior de Comunicación y Negocios, España, 164pp.

"World Calendar design", Rie Setita, Ed. PIE BOOKS, Japan, 2007.

"The best seasonal promotions", Poppy Evans, Ed. North Light Books, Estados Unidos de América, 1997, 144pp.

"Mexican Calendar girls", Angela Villalba, Ed. Chronicle Books, Estados Unidos de América, 2006, 144pp.

"American Pin Up: Calendar", TASCHEN, Ed. TASCHEN, 1998.

"André de Dienes: Marilyn", André de Dienes, Ed. TASCHEN, España 2002, 233pp.

## Fuentes electrónicas

"How to shoot pin-up photos?", formato html, Disponible en Internet: [http://www.ehow.com/how\\_2066957\\_shoot-pin-up-pho](http://www.ehow.com/how_2066957_shoot-pin-up-pho)

tos.html

“How to be a pin-up model?”, formato html, Disponible en Internet: [http://www.ehow.com/how\\_2066958\\_model-pin-up-photos.html](http://www.ehow.com/how_2066958_model-pin-up-photos.html)

<http://imagenesfotos.com/fotos-de-modelos-pin-up/>  
[http://www.pinupsrule.com/iiidp/0811853152#reader\\_0811853152](http://www.pinupsrule.com/iiidp/0811853152#reader_0811853152)

“Pin-up photography”, formato html, Disponible en Internet: <http://www.thepinupfiles.com/pinupPhotography.html>

<http://www.sinembargo.mx/17-10-2011/57394>

“Pin-ups mexicanas”, formato html, Disponible en Internet: <http://misslittlecherry.wordpress.com/2010/10/09/pin-ups-mexicanas/>

“Pin-up”, formato html, Disponible en Internet: <http://blog.benetton.com/mexico/tag/pin-up/>

“Calendarios mexicanos”, Angela Villalba, formato pdf, Disponible en Internet: <http://www.amazon.com/Mexican-Calendar-Girls-calendarios-Mexicanos/>

<http://www.pinupgirlclothing.com/vintage-style-inspired-clothing/separates.html>

# Imágenes tomadas de Internet y de los libros en la bibliografía para ésta tesis.

## Imagen 1

“Prostitua de clase alta tatuandose”, National Police Gazette, Noviembre 15 de 1879.

## Imagen 2

[http://2.bp.blogspot.com/-HD\\_FHXUZt3Y/TVy1H6YfyvIAA/AAAAAAAAAsU/8JVXpdrpHHU/s1600/hollywood\\_burlesque\\_poster\\_01.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-HD_FHXUZt3Y/TVy1H6YfyvIAA/AAAAAAAAAsU/8JVXpdrpHHU/s1600/hollywood_burlesque_poster_01.jpg)

## Imagen 3

“Of course there are mermaids”, The Gibson Girl Life, New York, 1902.  
Del libro “Pin-up, a modest history”.

## Imagen 4

<http://www.pinuppassion.com/Bettie-Page.html>

## Imagen 5

[http://3.bp.blogspot.com/-G4X-wRDeN4ww/UCQW-mHMaSI/AAAAAAAAAAmY/cEhGbDdHrFk/s1600/calendario\\_chica\\_agosto12.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-G4X-wRDeN4ww/UCQW-mHMaSI/AAAAAAAAAAmY/cEhGbDdHrFk/s1600/calendario_chica_agosto12.jpg)

## Imagen 6

“Marilyn: the Goddess of the pin-up Pantheon.”, fotografía de Marilyn Monroe por Bruno Bernard, 1953.  
Del libro “Bernard of Hollywood: the ultimate pin-up book”

## Imagen 7

<http://img2-3.timeinc.net/ew/i/2012/08/02/marilyn-monroe-cheesecake-DL.jpg>

## Imagen 8

[http://www.creativereview.co.uk/images/uploads/2011/11/sundblom\\_playboy\\_0.jpg](http://www.creativereview.co.uk/images/uploads/2011/11/sundblom_playboy_0.jpg)

## Imagen 9

Calendario 1946, publicado por Esquire, ilustración de Vargas. Del libro "Pin-up, a modest history"

## Imagen 10

"Golden Dreams", fotografía de Marilyn Monroe tomada por Tom Kelley Studio. Del libro "Pin-up, a modest history"

## Imagen 11

[http://www.calendariomania.es/1947/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1947-Coca-cola-USA.htm](http://www.calendariomania.es/1947/ellas/stilo_calendarios-ellas-1947-Coca-cola-USA.htm)

## Imagen 12

[http://farm4.static.flickr.com/3303/4557206872\\_6198383858.jpg](http://farm4.static.flickr.com/3303/4557206872_6198383858.jpg)

## Imagen 13

[http://i32.servimg.com/u/f32/15/92/84/61/dsc\\_2611.jpg](http://i32.servimg.com/u/f32/15/92/84/61/dsc_2611.jpg)

## Imagen 14

<http://elbauldeguardian.files.wordpress.com/2011/09/sentimental20journey20nose20art.jpg>

## Imagen 15

[http://fc01.deviantart.net/fs37/f/2008/257/7/d/ROCKA-BILLY\\_by\\_tiafumos.jpg](http://fc01.deviantart.net/fs37/f/2008/257/7/d/ROCKA-BILLY_by_tiafumos.jpg)

## Imagen 16

[http://24.media.tumblr.com/tumblr\\_mkc8bhH88q1rog-5buo1\\_500.jpg](http://24.media.tumblr.com/tumblr_mkc8bhH88q1rog-5buo1_500.jpg)

## Imagen 17

<http://2.bp.blogspot.com/-W2sBL4zpxDY/TaedZ50gALI/AAAAAAAAAaj4/O8hvdwyd-vwl/s1600/elvren-bike.jpg>

## Imagen 18

"Breakfast in Bed". Fotografía de Marilyn Monroe por André de Dienes, 1953.

Del libro: "André de Dienes: Marilyn".

Imagen 19

"Cinema beauties", de Julia Newmar, 1954.

Del libro "Pin-up, a modest history"

Imagen 20

Fotografía de Marilyn Monroe, por André de Dienes. Pág. 183

Del libro: "André de Dienes: Marilyn".

Imagen 21

Fotografía de Marilyn Monroe, por Douglas Kirkland

<http://pdnphotooftheday.com/tag/photo-plus-expo>

Imagen 22

"The million dollar legs", fotografía de Betty Grable, 1942.

Del libro "Bernard of Hollywood: the ultimate pin-up book"

Imagen 23

<https://www.facebook.com/bob-spinup>

Imagen 24

[http://3.bp.blogspot.com/-egvMge\\_WrFo/USyX1i0SUKI/AAAAAAAAADL0/p-4lw1hFCoI/s400/un-wallpaper-di-katy-perry-in-stile-pin-up-anni-30-40-125388.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-egvMge_WrFo/USyX1i0SUKI/AAAAAAAAADL0/p-4lw1hFCoI/s400/un-wallpaper-di-katy-perry-in-stile-pin-up-anni-30-40-125388.jpg)

Imagen 25

Imagen de Autor.

Imagen 26

<http://pinterest.com/pin/44895327509527200>

Imagen 27

<http://www.pocket-witch.com/wp-content/uploads/2009/07/sailor-secretary1.jpg>

Imagen 28

[www.pinupgirlclothing.com](http://www.pinupgirlclothing.com)

Imagen 29

[http://farm2.static.flickr.com/1209/4726628769\\_f66c349a4d.jpg](http://farm2.static.flickr.com/1209/4726628769_f66c349a4d.jpg)

Imagen 30

<http://cdn.followpics.com/show/imgs/10901a5c2985fdd8299c325310d53de3.jpg>

Imagen 31

[http://www.actitudfem.com/media/files/imagecache/content-images/images/cateye\\_0.jpg](http://www.actitudfem.com/media/files/imagecache/content-images/images/cateye_0.jpg)

[http://31.media.tumblr.com/tumblr\\_lmfwa3SuaK1qhnsq4o1\\_500.jpg](http://31.media.tumblr.com/tumblr_lmfwa3SuaK1qhnsq4o1_500.jpg)

[http://media2.onsugar.com/files/2012/07/29/3/192/1922153/167bde9082bce83a\\_dita-von-teese.xxlarge/i/Top-5-Cat-Eye-Makeup-Looks.jpg](http://media2.onsugar.com/files/2012/07/29/3/192/1922153/167bde9082bce83a_dita-von-teese.xxlarge/i/Top-5-Cat-Eye-Makeup-Looks.jpg)

Imagen 32

<http://hot1940shairstyles.com/vintagehairstyles/wp-content/uploads/image/peekaboobang.jpg>

Imagen 33

<http://www.pinuppassion.com/Bettie-Page.html>

Imagen 34

[http://4.bp.blogspot.com/\\_tCnbCyA6Tg/Ti0rvOYJxml/AAAAAAAAABgo/XA6t-vAgqb18/s400/Amy\\_Winehouse.jpg](http://4.bp.blogspot.com/_tCnbCyA6Tg/Ti0rvOYJxml/AAAAAAAAABgo/XA6t-vAgqb18/s400/Amy_Winehouse.jpg)

Imagen 35 y 36

<http://hubpages.com/hub/Rockabilly-Pin-up-Hairstyles-for-Women>

Imagen 37

[http://images.totalbeauty.com/content/brafton/large/Beauty\\_News\\_Anne\\_Hathaway.jpg](http://images.totalbeauty.com/content/brafton/large/Beauty_News_Anne_Hathaway.jpg)

<http://makeupandbeauty.com/wp-content/uploads/2011/03/audrey-hepburn-breakfast-at-tiffanys-dress.png>

Imagen 38

[http://www.dreamy-hairstyles.com/image-files/lucille\\_ball\\_poodlecut.jpg](http://www.dreamy-hairstyles.com/image-files/lucille_ball_poodlecut.jpg)

Imagen 39

<http://www.atril.org/calendario/files/2011/09/calendario-perpetuo.jpg>

Imagen 40

<http://acmefuer.files.wordpress.com/2012/05/calendario-lunar-2012-horizontal.jpg>

Imagen 41

<http://www.cozumelparks.com.mx/2010/11/24/y-la-revolucion-sovietica-llego-al-calendario/>

Imagen 42

[http://4.bp.blogspot.com/-feVPHCbQ0oY/ToLapP5kfcl/AAAAAAAAAVk/I1Z6\\_EZ\\_pZA/s1600/calendario-maya.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-feVPHCbQ0oY/ToLapP5kfcl/AAAAAAAAAVk/I1Z6_EZ_pZA/s1600/calendario-maya.jpg)

Imagen 43

[http://4.bp.blogspot.com/\\_TFRk-MtsMew/S7KElwyohdl/AAAAAAAAAAeQ/k7xQLREHfW0/s1600/Esquire+collage.jpg](http://4.bp.blogspot.com/_TFRk-MtsMew/S7KElwyohdl/AAAAAAAAAAeQ/k7xQLREHfW0/s1600/Esquire+collage.jpg)

Imagen 44

[http://www.calendariomania.es/1941/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1941-alberto-vargas.htm](http://www.calendariomania.es/1941/ellas/stilo_calendarios-ellas-1941-alberto-vargas.htm)

Imagen 45

[http://www.calendariomania.es/1947/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1947-George\\_Petty.htm](http://www.calendariomania.es/1947/ellas/stilo_calendarios-ellas-1947-George_Petty.htm)

Imagen 46

[http://www.calendariomania.es/1947/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1947-alberto-vargas.htm](http://www.calendariomania.es/1947/ellas/stilo_calendarios-ellas-1947-alberto-vargas.htm)

Imagen 47

[http://www.calendariomania.es/1949/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1949-Al\\_Moore.htm](http://www.calendariomania.es/1949/ellas/stilo_calendarios-ellas-1949-Al_Moore.htm)

Imagen 48

[http://www.calendariomania.es/1950/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1950-esquire.htm](http://www.calendariomania.es/1950/ellas/stilo_calendarios-ellas-1950-esquire.htm)

Imagen 49

[http://www.calendariomania.es/1952/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1952-esquire.htm](http://www.calendariomania.es/1952/ellas/stilo_calendarios-ellas-1952-esquire.htm)

Imagen 50

[http://www.calendariomania.es/1952/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1952-Ballyhoo.htm](http://www.calendariomania.es/1952/ellas/stilo_calendarios-ellas-1952-Ballyhoo.htm)

Imagen 51

[http://www.calendariomania.es/1953/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1953-esquire.htm](http://www.calendariomania.es/1953/ellas/stilo_calendarios-ellas-1953-esquire.htm)

Imagen 52

[http://www.calendariomania.es/1953/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1953-Ballyhoo.htm](http://www.calendariomania.es/1953/ellas/stilo_calendarios-ellas-1953-Ballyhoo.htm)

Imagen 53

<http://www.marilynmonroe.ca/camera/calendar/calendars.jpg>

Imagen 54

[http://www.calendariomania.es/1955/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1955-George\\_Petty.htm](http://www.calendariomania.es/1955/ellas/stilo_calendarios-ellas-1955-George_Petty.htm)

Imagen 55

<http://www.rentertainment.com/images/bettie-page-christmas.jpg>

Imagen 56

[http://www.calendariomania.es/1956/ellas/stilo\\_calendarios-ellas-1956-George\\_petty.htm](http://www.calendariomania.es/1956/ellas/stilo_calendarios-ellas-1956-George_petty.htm)

Imagen 57

[http://www.calendariomania.es/1960/eroticos/stilo\\_calendarios-eroticos-1960-playboy.htm](http://www.calendariomania.es/1960/eroticos/stilo_calendarios-eroticos-1960-playboy.htm)

Imágenes 58-68

<http://projectpinup.com/>

Imágenes 69-81

Imagen de Autor.

Todas las imágenes que no estén citadas aquí, también pertenecen a la autora y tiene todos los derechos sobre ellas.

