

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Autor/a:**

**Tutor/a:**

**Curs:**

**Grau:**

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

## Compromís d'obra original\*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

**\*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

---

# Musas by Cartier

---

*Creación de un catálogo fotográfico para Cartier*

Marta Ibáñez Alíer  
Tutor: Gabriel Martínez y Surinyac  
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
Facultad de Comunicación  
Universidad Autónoma de Barcelona



---

*El arte es una mentira que nos acerca a la verdad.*

*Pablo Picasso*

---

---

*La publicidad es una técnica parásita, aprovecha para su beneficio el talento de otros, reutiliza hallazgos, vampiriza ideas. No deja de ser lógico. En nuestro afán por conectar con el consumidor resulta más seguro, y también más cómodo, aprovecharnos de aquello que ya ha alcanzado el alma de nuestro público.*

*Toni Segarra*

---

<b>1.</b>	Introducción	6
<b>2.</b>	Metodología	8
<b>3.</b>	Contrabriefing	11
	3.1 Historia de la marca	12
	3.2 Significados de la marca	13
	3.3 Target y tono de comunicación	14
<b>4.</b>	Concepto de comunicación	15
	4.1 Eje del concepto	16
	4.2 Análisis de las obras	17
	4.2.1 Frida Kahlo	18
	4.2.2 Ingrid	21
	4.2.3 Black Women	23
	4.2.4 Madame X	25
	4.2.5 La Joven de la Perla	27
	4.2.6 Gala	29
	4.2.7 Marilyn Monroe	32
	4.2.8 Joven durmiendo	35
<b>5.</b>	Imagen Corporativa de la Colección	38
	5.1 Nombre	39
	5.2 Logotipo	39
	5.3 Colores	39
	5.4 Tipografía	40
	5.5 Aplicación diseño papel	41
	5.6 Aplicación diseño digital	42
<b>6.</b>	Conclusiones	43
<b>7.</b>	Bibliografía	46
<b>8.</b>	Annexos	50



# 1.

## Introducción

# 1. Introducción

---

La fotografía como forma artística siempre me ha resultado sorprendente. La fotografía tiene una enorme fuerza expresiva: tiene la potestad de impactar, de comunicar y transmitir todo lo que desees, de seducir, de congelar momentos, etc. No deja de ser una forma de extensión de uno mismo, a través de la fotografía se puede hablar de manera más profunda que con las palabras.

“La cámara es un medio fluido de encontrar esa otra realidad” – Jerry N. Uelsmann

Por otra parte, la historia de la pintura me fascina: todo lo que hay detrás de un cuadro, la simbología oculta en cada obra, el contexto histórico que lo rodea o la misma vida del autor. A través de la historia de la pintura leemos entre líneas nuestra propia historia, viajamos por diferentes épocas y ciudades y entendemos nuestra cultura a día de hoy. La pintura ha sido durante siglos la herramienta para documentar la realidad.

De ahí surgió mi idea de interrelacionar la pintura con la fotografía. Dos disciplinas que se enmarcan dentro de lo que entendemos por arte como forma de interpretación personal del mundo.

El presente proyecto es la elaboración de un catálogo fotográfico de joyas bajo la firma de Cartier, donde cada una de las fotografías reproduce e interpreta algunos de los cuadros más o menos conocidos de la historia del arte.

La pintura, de la misma manera que la fotografía, resulta ser una disciplina que abarca muchos géneros pictóricos (paisaje, bodegón, retrato, desnudo, etc.) de manera que elegí el retrato entre todas ellas ya que resultaba el más ideal para mostrar una colección de joyas.

El siguiente paso fue elegir una marca apropiada y a la vez un tema que permitiese crear una colección exclusiva. Las musas y Cartier fue mi elección. La ausencia de las mujeres en la historia es una realidad que me preocupa, ellas también han sido protagonistas y han aportado sus obras, deseos y reflexiones.

“Hay una mujer al principio de todas las grandes cosas” - Alphonse de Lamartine.

Paralelamente, la historia de Cartier ha estado unida a la vida de una mujer que marcó un antes y un después en su leyenda.

De esta manera, el proyecto se completa desde tres temas fundamentales: la fotografía, la pintura y las mujeres. Debe entenderse como un homenaje a ambas disciplinas y a las musas que en su día inspiraron de alguna manera a los artistas, a la sociedad y que siguen siendo inspiración de muchos atraídos por el arte como yo.



## 2. Metodología

---

En el desarrollo de una campaña de comunicación podemos distinguir diferentes roles relevantes, los cuales muchas veces encontramos que se llevan a cabo por el mismo profesional. En este caso, todos los roles que conforman una campaña de comunicación y a su vez, una sesión de fotografía, fueron llevados a cabo por la misma persona en diferentes etapas.

### Preproducción

Durante la etapa de preproducción se fijaron los elementos estructurales del proyecto y se definió todo el proceso artístico que se llevaría a cabo en el proceso de producción.

#### Estrategía

En primer lugar se realizó un contrabriefing de Cartier con la finalidad de estudiar al detalle la marca, su comunicación y sus principales valores. Seguidamente se planteó la estrategia de comunicación que marcaría el eje conceptual del catálogo y se eligieron aquellas obras que más adelante se reproducirían en fotografías.

#### Casting

Con la finalidad de contactar con modelos que representaran las musas protagonistas de los cuadros, se llevó a cabo un casting a través de la plataforma online Yatecasting. Tras publicar el casting y conseguir un total de 126 candidatas, se hizo una selección detallada según el parecido que la modelo tuviesen con el cuadro.

#### Plan de producción

Una vez escogidas las modelos, se realizó un calendario provisional en el que se iría encajando las diferentes necesidades que fueran surgiendo a lo largo de la realización. En su elaboración se tuvieron en cuenta varios aspectos como la disponibilidad de las modelos, de los recursos técnicos, artísticos y el plató, así como jornadas de descanso entre sesiones.

#### Recursos técnicos

De la misma manera, se tuvo en cuenta el material técnico que se utilizaría para la realización de las fotografías y se hizo una reserva del plató según los días fijados, teniendo en cuenta el calendario provisional.

#### Atrezzo y vestuario

Por otra parte se desempeñó la función de Director de Arte en el momento de preparar todo lo referente a los aspectos visuales y estéticos para la realización de las fotografías: búsqueda del attrezzo, decorado, fondos y las joyas y accesorios que conformarían las imágenes.

#### Producción

##### Producción fotográfica

Tras una etapa de pre-producción, se pasó al momento de la realización de la sesión fotográfica teniendo en cuenta la programación del calendario. Durante esta etapa, en un primer lugar se revisó previamente todo el material, el equipo, vestuario y todo lo necesario para una correcta realización así como la confirmación por parte de las modelos. Además, se tuvo en cuenta un margen para solucionar imprevistos y tomar decisiones de último momento.

Seguidamente, se acondicionó todo el plató de acuerdo a la ambientación e iluminación que se quería conseguir. Paralelamente se iba preparando a las modelos, de manera que también se adquirió el rol de maquilladora y estilista.

En último lugar se pasó a disparar las fotografías acordadas, midiendo la luz de la escena para conseguir el resultado deseado y controlar las sombras indeseables así como detallando la postura al milímetro de las modelos de manera que reprodujese lo mejor posible el cuadro, que siempre se encontraba a mano.

#### Postproducción

En la fase de postproducción se llevó a cabo todo trabajo de edición; el retoque fotográfico, el diseño editorial del catálogo y la maquetación final de éste con la ayuda del paquete de Adobe Creative Suite (Adobe Photoshop CS6 y Adobe InDesign CS6).



### 3. Contrabriefing

---

Para comprender el universo de Cartier y realizar su próximo catálogo de joyería de 2016, estudiaremos con detenimiento su historia, sus significados así como el target y el tono de comunicación que emplea en su comunicación.

#### Historia de la marca

Hablar de la firma de joyería de Cartier es trasladarse a un mundo más allá de la fantasía y sofisticación que se inició en 1847, a manos de Louis-François Cartier, cuando le compró a su maestro un pequeño atelier parisino. Diez años más tarde, el pequeño taller atraía una clientela de renombre, gracias al patronazgo de la princesa Matilde, prima de Napoleón III, y podía ufanarse de su título de proveedor de la familia imperial francesa.

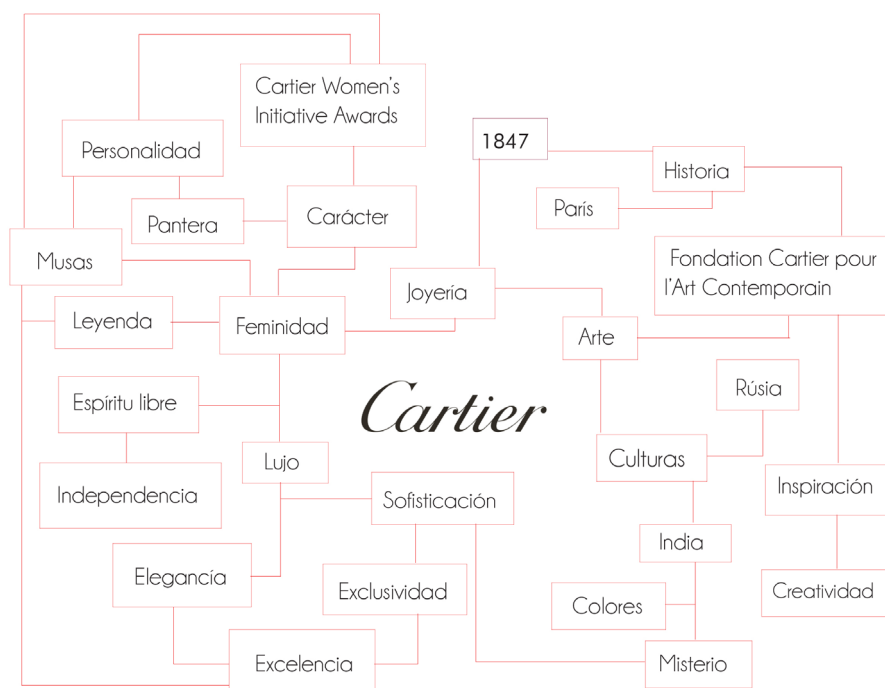
Destacó desde el primer momento, tanto que en 1899 su hijo Alfred Cartier decidió trasladarse al domicilio que sigue teniendo en este momento la joyería, el emblemático 13 de la rue de la Paix, en pleno centro de París. Fue el pistoletazo de salida no sólo para Cartier, sino para muchas otras marcas de joyería que siguieron su ejemplo y se instalaron en la misma calle, consiguiendo concentrar en ella todo el talento joyero de París, entre los que Cartier por supuesto tenía un lugar especial.

La maison no tardó en expandirse, en 1902 ya se instaló en las ciudades de Londres y Nueva York, después de que los tres hijos de Alfred tomaran la dirección de la marca: Louis, Pierre y Jacques. Además, ya era proveedora de las cortes oficiales de Inglaterra, España, Siam, Portugal, Rusia, Grecia, Serbia, Rumania, Bélgica, Egipto y Mónaco.

A lo largo de su historia Cartier siempre ha destacado por su gran imaginación y creatividad, contribuyendo a la evolución de los estilos a través de las diferentes épocas. Louis, Pierre y Jacques se embarcaron en diversos viajes, donde los continentes y sus países eran su fuente de inspiración: África, la China, Oriente, la India o el Golfo Pérsico. Figuras geométricas del art deco, la energía de las grandes ciudades, los colores vivos, las combinaciones atrevidas de zafiros, esmeraldas y rubíes, etc. fueron materia de inspiración que desembocaría en la creación de un estilo único, siendo el talento para adaptar tales exotismos al gusto de sus clientes lo que le abrió las puertas de la leyenda.

## Significados de la marca

Para clasificar y jerarquizar de manera correcta los valores que atribuimos a Cartier, hemos llevado a cabo un mapa de significados.



Los conceptos más cercanos al centro (la marca) son los más relevantes, mientras que los más lejanos son menos importantes. También podemos ver cómo los valores se asocian unos a otros mediante rayas debido a su cercanía de significado e importancia.

De esta manera, podemos destacar algunos valores centrales como la joyería, el arte, la sofisticación y la feminidad, de los cuales nacen otros conceptos que también definen a la marca como la independencia, los colores, la ciudad de París o la iniciativa Cartier Women's Initiative Award.

En este punto es importante subrayar que Cartier aborda la feminidad a través de la metáfora de la Pantera, que desde 1914 se ha convertido en el icono que le define todo su imaginario y proyecta su personalidad de exclusividad y espíritu libre. Se trata de un arquetipo animal que ha constituido una posición competitiva propia, generando unos significados muy diferenciadores del resto de marcas de la competencia.



## Target

La maison Cartier conecta directamente con mujeres adultas, que podemos encontrar en la franja de edad que comprende de los 25 a los 50 años. Se trata de un público objetivo que presenta un nivel socioeconómico alto, tienen un poder adquisitivo superior y una posición social destacada. Normalmente en este segmento el padre de familia se desempeñan como gerente, director o destacado profesional.

En cuanto a su hogar, suelen vivir en casas o departamentos propios de lujo ya sea en el centro de la ciudad o en las zonas de alrededor más exclusivas de la urbe.

Por lo que respecta a su tiempo libre podemos decir que se trata de mujeres que otorgan valor a la educación y a la cultura, que disfrutan viajando y suelen asistir a clubs privados. Normalmente este target se siente atraído por el mundo del arte y sobretodo por la pintura .

## Tono de comunicación

El tono de comunicación que utiliza Cartier podríamos definirlo como elegante, exclusivo, sofisticado, cuidado, distinguido, formal y con estilo.

A continuación mostraremos la estética que presenta Cartier en sus creatividades:



Fotografías excluidas de su web oficial: <http://www.cartier.es/>

4.

Concepto de  
comunicación

## 4. Concepto de comunicación

---

Trás haber estudiado con detenimiento a Cartier y sobretodo sus significados y valores de marca, pasamos a explicar el eje de comunicación que marcará su catálogo de joyería de 2016.

### 4.1 Eje de comunicación

En la leyenda de Cartier también destacó la figura de una mujer, Jeanne Toussaint, colaboradora y musa, personificación perfecta de la mujer independiente a quien se le debe la creación del icono más importante de la Maison, La Pantera.

Jeanne Toussaint conoció a Louis Cartier en su llegada a Francia, quien advirtió en ella las cualidades ideales para el negocio de la alta joyería. Así , Cartier se convirtió en su mentor y la fue introduciendo en todas las formas artísticas que tanto le atraían e inspiraban en sus creaciones. En 1923 Cartier presentó una colección dirigida por Toussaint, quien aportó una nueva concepción a los objetos de lujo. En 1933, Louis Cartier decide nombrarla directora creativa de la Maison y a partir de ese momento toda idea que surgía debía ser aprobada y presentada bajo su juicio.

Un peculiar gusto por lo exótico, unido a un espíritu elegante impulsó su apodo de “La Pantera”. La metáfora de su personalidad con la de la pantera fascinó a Cartier hasta el punto de diseñar la primera joya-fiera de la Maison, un reloj de pulsera con pavé blanco y negro de diamantes y ónix que reflejaba con su dibujo el pelaje del animal. Aquella inspiración se convirtió en emblema e imagen de la firma.

En el libro Amazing Cartier se nos describe a Toussaint de la siguiente forma:

...con voz grave, de estilo ecléctico, clásico pero desenfadado, extravagante y a la vez refinado, de estilo indudablemente francés, particular e imaginativo.

Le gustaba el arte Románico y Gótico, poseía gran conocimiento de la historia del arte. Siempre desarrolló su trabajo de forma presente y vigilante, siguiendo las pautas que había aprendido de Louis Cartier. En su carrera demostró muchas cualidades, poseía un ojo agudo, juicio sólido, gran osadía, una manera muy personal de apreciar el trabajo desarrollado por los demás, entusiasmo infatigable por su trabajo.

...su juicio seguro y la confianza en sus decisiones hacían que fuera receptiva a las sugerencias de los demás.

...seguía haciéndose llamar Mademoiselle Toussaint, aún después de haberse convertido en la Baronesa Hèly d'Oissel.

De esta manera, el concepto de comunicación que queremos abordar son las musas de la inspiración, que han estimulado el pensamiento de los artistas de la misma manera que han inspirado a Cartier.

Admiramos y reconocemos el trabajo y las obras de los artistas pero quién se oculta en la superficie del lienzo, en los versos o poemas, en la fotografía que deja al descubierto parte de su identidad, y penetró al artista hasta encontrar inspiración? Modelos, amigas, artistas, musas, amantes, mujeres... han sido elegidas por artistas por diversos motivos: manera de pensar, por su belleza, por su fuerza y su carácter, por su representación, etc. Nuestro objetivo es hacer una oda a aquellas musas independientes y de personalidad intrigante, que representan los valores de la firma Cartier y de Jeanne Toussaint a la vez que estimularon en su día las grandes obras de pintores reconocidos.

Para la elaboración del catálogo se estudiarán ocho obras más o menos conocidas en las cuales haya una mujer como protagonista que haya inspirado al artista. La elección de las obras y de sus musas, dará nombre a las joyas que conformarán la colección de Cartier a partir de algún elemento relevante como su personalidad, la historia del cuadro o la intencionalidad del artista.

#### 4.2 Análisis de las obras

A continuación se mostrarán las obras elegidas y luego se pasará a su análisis:



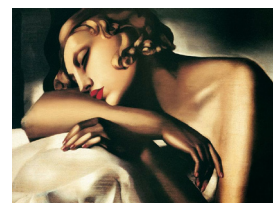
Gala de espaldas mirando espejo imaginario , S.Dalí.



Portrait d'une Négrasse, Benoist.



Autoretrato para el Doctor Eloesser, Frida Kahlo.



La Dormeuse, Tamara de Lempicka.



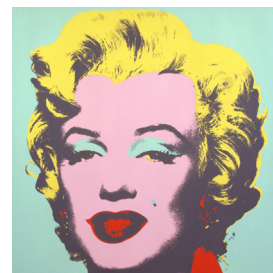
La joven de la Perla, J.Vermeer.



Ingrid, Ryan Pickart.



Madame X, J.Sargent.



Marilyn Monroe, Andy Warhol.





# 4.2.1

*Pinte mi retrato en el año de 1940  
para el Doctor Leo Eloesser, mi médico y  
mi mejor amigo. Con todo mi cariño. Frida Kahlo*

## 4.2.1 Frida Kahlo

Frida Kahlo no sólo es reconocida como la mujer de las flores en la cabeza, del famoso unicejo o de los bordados coloridos. Frida Kahlo es reconocida como la pintora autodidacta y latinoamericana más famosa del siglo XX y, sobretodo por ser el ejemplo de mujer luchadora y valiente. La pintora mexicana representa inteligencia y personalidad y la obra que nos deja puede definirse como un documento metafórico casi exacto de toda su vida y su dolor. Tal y como ella decía "Amurallar el propio sufrimiento es arriesgarte a que te devore desde el interior".

Frida Kahlo sufrió poliomielitis desde los 6 años de edad, enfermedad que fue determinante años más tarde en la deformación de su matriz y en su incapacidad para tener hijos. Además, a los 18 años sufrió un accidente de tráfico. El autobús en el que viajaba fue arrollado por un tranvía lo que supuso la fractura de varios huesos y múltiples lesiones en la espina dorsal. Fue entonces cuando hizo de su dolor un aliado y utilizó la pintura como válvula de escape para su sufrimiento. Es por ello que gran parte de su obra son autorretratos en los que refleja su propia imagen "reconstruida". "Pinto autorretratos porque estoy mucho tiempo sola. Me pinto a mí misma, porque soy a quien mejor conozco".

Su pasión por la pintura le llevó a relacionarse con varios artistas, entre ellos la fotógrafa Tina Modotti y el muralista Diego Rivera. En 1929 Diego y Frida se casan e inician una relación dominada por la pasión y la tortura, tan tormentosa como enriquecedora artísticamente. "Quisiera darte todo lo que nunca hubieras tenido, y ni así sabrías la maravilla que es poder quererte".

### Análisis de la obra

Autorretrato dedicado al Dr. Eloesser es el título que recibe uno de los muchos autorretratos de Frida Kahlo. Esta obra fue un regalo de agradecimiento a su viejo amigo y médico el Dr. Eloesser por el tratamiento que estabilizó su condición cuando en 1939 empezó a sufrir un incremento en el dolor de espalda. En la parte inferior del cuadro podemos observar la dedicatoria

"Pinté mi retrato en el año de 1940 para el Doctor Leo Eloesser, mi médico y mi mejor amigo. Con todo mi cariño. Frida Kahlo".

Fue una época difícil para Frida pues las infidelidades de Diego aumentaron su crisis emocional y le llevaron a divorciarse del muralista en 1939. Fue una relación tormentosa a la vez que apasionada que sobrevivió a amantes, un divorcio, una segunda boda, la presión de ambas carreras artísticas, la enfermedad de Frida y a su incapacidad para tener niños.



Volviendo al cuadro, podemos destacar dos símbolos o detalles. Por una parte, el collar de espinas que lleva alrededor de su cuello ya que se trata de un recordatorio del dolor que su amigo y médico le ayudó a tratar. Además, se dice que fue el Doctor Eloesser quien convenció a Diego Rivera de que se reconciliara y se volviese a casar con Frida por segunda vez un año después de su divorcio en 1939.

Y, por otra parte, podemos destacar el pendiente que lleva Frida en el cuadro, un regalo de Pablo Picasso, el cual conoció en su estada en París. Tanto la mano que sujeta la bandolera como los pendientes hacen referencia a lo que se llama en México "milagros", piezas de marfil con la forma de la parte del cuerpo humano de la persona que se quiere que sea curada.

Como vemos, Frida creó una pintura personal y profundamente metafórica, derivada de su exaltada sensibilidad y de varios acontecimientos que marcaron su vida.



#### *The deep earring*

Tras haber estudiado a Frida Kahlo en todos los aspectos, su obra, vida y personalidad, "deep" es el adjetivo que mejor califica a todo su universo imaginativo. Deep en su traducción al español significa profundo, sentido, penetrante, grave o hondo y es así como fue la vida de la artista, como lo reflejaba así en sus cuadros y como nos sentimos al admirar cada una de sus obras. Una pintura profunda que deja entrever su realidad, vida y personalidad. Y es así como ella misma adquirió el papel de su propia musa y como nosotros la consideramos como tal. Por otro lado, el pendiente escogido transmite esa fragilidad que vemos también en Frida, una pieza bañada en oro muy delicada a la vez que barroca.



4.2.2



## 4.2.2 Ingrid

Ryan Pickart es un artista contemporáneo que se convirtió en una gran sensación en Pinterest hace poco más de un año. El mismo se define como un retratista de mujeres que basa su trabajo en la percepción natural de su belleza, manteniendo un equilibrio entre su fuerza y su fragilidad. A través de sus cuadros Pickart intenta comunicar una relación entre las diferentes mujeres que pinta y los tejidos y materiales que utiliza. Investiga los colores, el material y los tejidos y explora las texturas, las líneas y las formas en cada uno de los cuadros.

La mayoría de sus retratos combinan rasgos de gente cercana a él, amigas o familiares que han inspirado algo en él. Las expresiones faciales de sus retratos son un punto importante a estudiar, la mayoría tienen un rostro relajado, sobrio, equilibrado y algo misterioso.

Entre sus influencias destacan Gustav Klimt, Alexander McQueen, Egon Schiele o Matthew Barney.



### *The dainty earring*

Después de estudiar la técnica, observar las mujeres que utiliza Ryan Pickart para protagonizar sus obras y entender la percepción natural que busca en ellas, se escogieron unos pendientes bañados en oro texturizados de la misma manera que sus cuadros. Por otra parte, "dainty" era el mejor adjetivo que definía el resultado de sus pinturas y sus musas: delicadas, finas y elegantes.





4.2.3



### 4.2.3 Portrait d'une Négrasse

*Portrait d'une Négrasse* es una obra realizada por Marie Guilhelmine Benoist en 1800, pintora francesa de estilo neoclásico que reflejó sus inquietudes hacia la mujer y sus derechos en algunas de sus obras.

#### Análisis de la obra

En el cuadro aparece una mujer de tez negra medio cubierta con una sábana blanca con el pecho derecho descubierto y mirando fijamente al espectador. A pesar de que no hay detalles del fondo, por el vestuario y la silla con la tela azul nos indica que se encuentra en el interior de un hogar. Benoist utiliza tonos oscuros- la piel negra de la joven- y claros -la sábana y el fondo uniforme- que transmiten una armonía unida al toque de exotismo del turbante y la propia figura de la mujer.

El retrato no únicamente es interesante desde un punto de vista estético, sino desde un punto de vista histórico, pues hace una clara alusión al cambio político-social de finales del siglo XVIII que se produjo en Europa y en Francia, concretamente.

Benoist utiliza la simbología del color (fajín rojo, silla azul y sábana blanca) para hacer una alusión a la bandera tricolor francesa surgida durante la Revolución Francesa en 1794. La importancia de la Revolución Francesa, la Declaración de los Derechos del Hombre y los Ciudadanos y, con ello el cambio político-social que se produjo es fundamental para entender el cambio de mentalidad y la ruptura contra los modelos tradicionales y la monarquía absolutista. En este contexto, Benoist celebra la emancipación de la mujer, de los esclavos y de la libertad en general a la vez que responde al racismo francés de principios del siglo XIX.

Aunque no sabemos si es o en qué medida Benoist participó en los debates volátiles sobre la esclavitud y la corriente de género a finales de los siglos XVIII y principios del XIX en Francia, su pintura puede ser vista como una voz de protesta, aunque sea pequeña, en el discurso sobre la esclavitud humana.

La obra sorprendió a la sociedad de la época y hubo reacciones positivas y negativas de la pintura. Sin embargo, no sólo sorprendió por representar a una mujer de tez negra como protagonista, sino que además la dibujó siguiendo la convención tradicional europea, reservada a las mujeres blancas de clase alta.

#### *The exotic bracelet*



La joya escogida para incorporar a la fotografía es un brazalete de oro vintage, que destaca y contrasta con la piel negra de la joven, dando como resultado un bonito juego cromático. El adjetivo "exotic" que en su traducción al español se definiría como exótico o singular hace alusión a la etnia o procedencia de la musa.



4.2.4



## 4.2.4 Madame X

Se llamaba Virginie Amélie Avegno Gautreau, pero ha pasado a la historia con el nombre, mucho más sugerente y misterioso, de 'Madame X'. Virginie Amélie era una joven de origen estadounidense y esposa de un banquero y hombre de negocios francés, Pierre Gautreau. Reconocida por su belleza poco convencional, llamó la atención tanto de la alta sociedad burguesa de París como de los artistas de la época y llegó a representar a la mujer parisienne, un nuevo prototipo de mujer sofisticada y despreocupada a la vez. Su piel pálida, su belleza y los continuos rumores sobre sus infidelidades la convirtieron en una celebridad en los ambientes de la alta sociedad parisina.

Su fama llevó al pintor John Singer Sargent a querer retratarla, ya que pensó que sería la llave perfecta que le abriría las puertas como pintor retratista de la burguesía.

### Análisis de la obra

En 1883 Sargent comenzó a realizar los distintos bocetos y pinturas preparatorias, y no fue hasta un año después que la obra estuvo lista para ser expuesta en el Salón de París. Sargent retrató a Gautreau medio de perfil con un largo vestido negro de amplio escote que resaltaba al máximo la blancura de su tez y del vestido caía un tirante sobre su hombro derecho. El resultado entusiasmó a ambos, sin embargo se convirtió en un escándalo y se le acusó de haber cometido el "pecado" de retratar a la joven en una pose excesivamente altiva y sensual. Fue interpretado como un signo de sexualidad explícita, que al parecer no estaban preparados para aceptar en esa época.

El escándalo llegó tan lejos que la madre de Gautreau pidió al pintor que retirara la obra de su hija del Salón, cosa que Sargent se negó y decidió cambiar el título de la obra por el de Madame X y repintar el lienzo para colocar el tirante en su sitio. Además, el revuelo llevó a que Sargent se planteara el abandono de su carrera artística como pintor.

Con los años Sargent mostró el retrato de 'Madame X' en varias exposiciones internacionales, hasta que finalmente el Metropolitan de Nueva York lo compró en 1916, un año después de la muerte de Madame Gautreau. Sargent confesó en una carta al entonces director del museo "Supongo que es lo mejor que he pintado", considerando el cuadro como su obra cumbre.



### *The charm necklace*

Para la fotografía se escogió un collar de oro blanco que destacase sobre el pecho pálido de la modelo. "Charm" es el adjetivo que más acorde va con las características del cuadro, la musa y la historia que se esconde detrás, pues se define como encantado, cautivador, hechizado o seductor.



4.2.5

## 4.2.5 La Joven de la Perla

La Joven de la Perla, la Muchacha del Turbante o la Monalisa del Norte, son los títulos bajo los que se reconoce la obra más famosa del holandés Johannes Vermeer.

Esta obra pertenece al género de pintura propio del barroco flamenco holandés conocido como la *tronie*, que consiste en la representación de retratos en pequeño formato con la finalidad de exagerar la expresión facial.

La joven aparece representada en un primer plano de perfil, girando su cabeza ligeramente para dirigir la mirada al espectador en un fondo oscuro. Viste una capa marrón de donde sobresale el cuello de una camisa blanca y su cabello está recogido por un turbante azul del que cae un pañuelo de intenso color amarillo, creando un bonito contraste cromático. La mirada de la joven constituye la esencia del cuadro, que se complementa con la ligera abertura de su boca. Vermeer logra capturar nuestra atención hacia el cuadro a través de su mirada penetrante. Parece un retrato conjunto, donde está presente tanto la joven como la intención de Vermeer en retratarla, es una mirada subjetiva de su pasión, del deseo de anhelar algo.

Sin embargo, el punto focal principal no recae sólo en la mirada de la modelo sino en la perla. Con un sencillo trazo en blanco sobre un fondo negro, Vermeer dio forma a la perla demostrando su habilidad, precisión y maestría.

Se desconoce la identidad real de la joven, lo que ha dado lugar a muchas teorías, historias e incluso a un libro “La joven de la Perla” de la escritora Tracy Chevalier (1999) que posteriormente sería llevada al cine en 2003 por Peter Webber.

### *The bright Pearl*

Si uno de los puntos focales de la obra de Vermeer es la perla que lleva la joven y que además forma parte del título de la misma, la elección de la joya y el nombre no podía ser otro que “The bright Pearl”. De esta manera, *bright* es el adjetivo que califica a la perla y que significa brillante porque destaca, ilumina, resplandece y da vida tanto al cuadro como a la musa.







4.2.6



## 4.2.6 Gala

La historia de Gala y Dalí comenzó en el verano de 1929, cuando Gala y su entonces esposo, el poeta Paul Eluard, visitaron al pintor en Cadaqués. La vida de ambos, desde que se vieron por primera vez, se fusionó en una relación que se prolongaría durante más de 50 años. En la relación Gala-Dalí hay algo sublime: pocos amores han sido tan extremos, exaltados y sinceros como el que Salvador Dalí sintió por la única mujer de su vida, Helena Diakonoff, Helena Deluvina, llamada por él Gala, Galuchka, Gradiva o Galarina.

Para Dalí Gala fue, tal y como él mismo la define “ la otra parte de sí mismo”, su alma gemela y la persona cuya llegada siempre había sentido. La definen como una mujer libre, que nunca se sintió condicionada ni coartada ante nada ni nadie, que impuso su voluntad allí donde quiso.

“Todo buen pintor que aspire a crear auténticas obras de arte, antes de nada debe casarse con mi esposa. Cualquier hombre puede tener una esposa, pero sólo es Gala la que cura su espíritu, la que vive continuamente con una esposa, la que adora las pinturas más que al pintor, la que tiende una mano cuando lo piden las circunstancias, la que te previene hacer lo que te interpone con el arte, la que alimenta tu glotonería; pero también la que no hace nada, dejando que las potencias creadoras tomen su cuerpo; la que posa arquitecturalizando el espacio, la que desvanece todas las angustias... la que hace algo cuando no hace nada” (Salvador Dalí).

Gala se convirtió en la musa de los artistas surrealistas, de ella se decía que quien le envolviese entre sus brazos alumbraría una obra maestra. Si algo era bueno, probablemente lo era porque ella se encontraba detrás de la creación.

Sin embargo su imagen se ha visto polarizada: por un lado, como virgen y niña, por otro, como objeto erótico y mujer fatal”. En el cuadro “Gala de espaldas mirando un espejo imaginario” podemos ver la veneración especial hacia su mujer y el culto desmesurado que le tributaba.

### Análisis del cuadro

Se trata de un cuadro clasicista, que respira armonía y equilibrio. La luz se reparte con suavidad por todo el cuerpo desnudo de Gala, pese a distinguirse dos tonalidades entre la parte izquierda de su espalda y la parte derecha. La espalda marca una simetría con la disposición anatómica de las partes, de esta manera se observan sombras en algunos huecos naturales como el costado, la zona de los omoplatos o el triángulo perfecto que se logra crear con el brazo y su pierna derecha.

“Su cuerpo tenía una complexión infantil, sus omóplatos y sus músculos lumbares la tensión de los adolescentes. La curva de la espalda, por el contrario, era extremadamente femenina y unía con gracia el torso enérgico y altivo a las finas nalgas que su talle de avispa hacía todavía más deseable”, (Vida secreta, 1942, Salvador Dalí.)

Tal y como informa el título de la obra, la mirada de Gala se concentra en otra parte, fuera del cuadro, como si estuviese observando algo, un espejo que no se ve. La sábana que rodea la región de los glúteos de la musa dota al cuadro de sensualidad.



### *The holy hairclip*

Tras analizar la figura de Gala, lo que significó para Dalí y estudiar el cuadro “Gala de espaldas mirando un espejo imaginario” el adjetivo holy es el que mejor define la historia de pasión y locura que rodea al pintor y a su musa. La traducción de holy en español es sagrado, etéreo, celestial o extraordinario, por lo que define lo que sentía Dalí por Gala, una admiración divina. Además, el clip de pelo escogido también transmite esos adjetivos al incorporar pequeños brillantes en la pieza.



4.2.7

## 4.2.7 Marilyn Monroe

De todos los grandes mitos que ha dado el cine, ninguno ha alcanzado la dimensión de Marilyn Monroe. Su leyenda resurge continuamente convertida en un icono, en estereotipo o "cliché social".

Marilyn Monroe se llamaba en realidad Norma Jean Mortensen y nació en California en 1926, donde tuvo una infancia muy difícil e inestable al vivir en múltiples hogares de acogida y orfanatos. Su vida cambió cuando la revista Yank se fijó en ella y le propuso trabajar como modelo. Pronto saltó a la fama y en el año 1945, ya era conocida como "el sueño de los fotógrafos" al aparecer en 33 portadas de revistas nacionales. En 1946 se trasladó a Hollywood, donde se convirtió en icono de la cultura popular.

Marilyn fue una muñeca, una mujer frágil a la que nadie parecía tomar en serio. Intentó por todas las vías romper la imagen que Hollywood y la prensa le habían impuesto para tratar de convertirse en una actriz de verdad. Sin embargo, su muerte el 5 de agosto de 1962 no rompió con el mito que ella misma había creado, sino que desencadenó un idilio con el mundo del arte.

### Análisis del cuadro

De esta manera, Andy Warhol reprodujo a la mujer que había decorado bares, tiendas y talleres, había sido imagen de múltiples campañas de publicidad y había actuado en la gran pantalla. Andy Warhol creó sus serigrafías poco después de su trágico desenlace, resaltando la superficialidad y la banalidad de su fama.

La obra muestra en primer plano a Marilyn Monroe en tonos planos y muy vivos. La imagen que utilizó Warhol procede de una fotografía publicitaria de Gene Korman para anunciar la producción cinematográfica de Niágara (1953).

Cuando se presenta a Marilyn en obras donde su imagen se reproduce, es donde se puede hacer una lectura connotativa de la obra. Se trata de una representación de su imagen ante la cultura de masas, de la manera como había sido presentada ante la sociedad de los años 50: una imagen prototípica, mecanizada, plana, sin la posibilidad de ser más que eso, un icono sexual de vida superficial que incluso hoy también es sometida a una cultura popular que no la admira como personalidad, sino como objeto visual.

Warhol en toda su obra interpreta de manera directa o indirecta el hastío del mundo moderno, el materialismo, el consumo desmedido, el fanatismo de los medios de comunicación y la creación de necesidades y aspiraciones inducidas

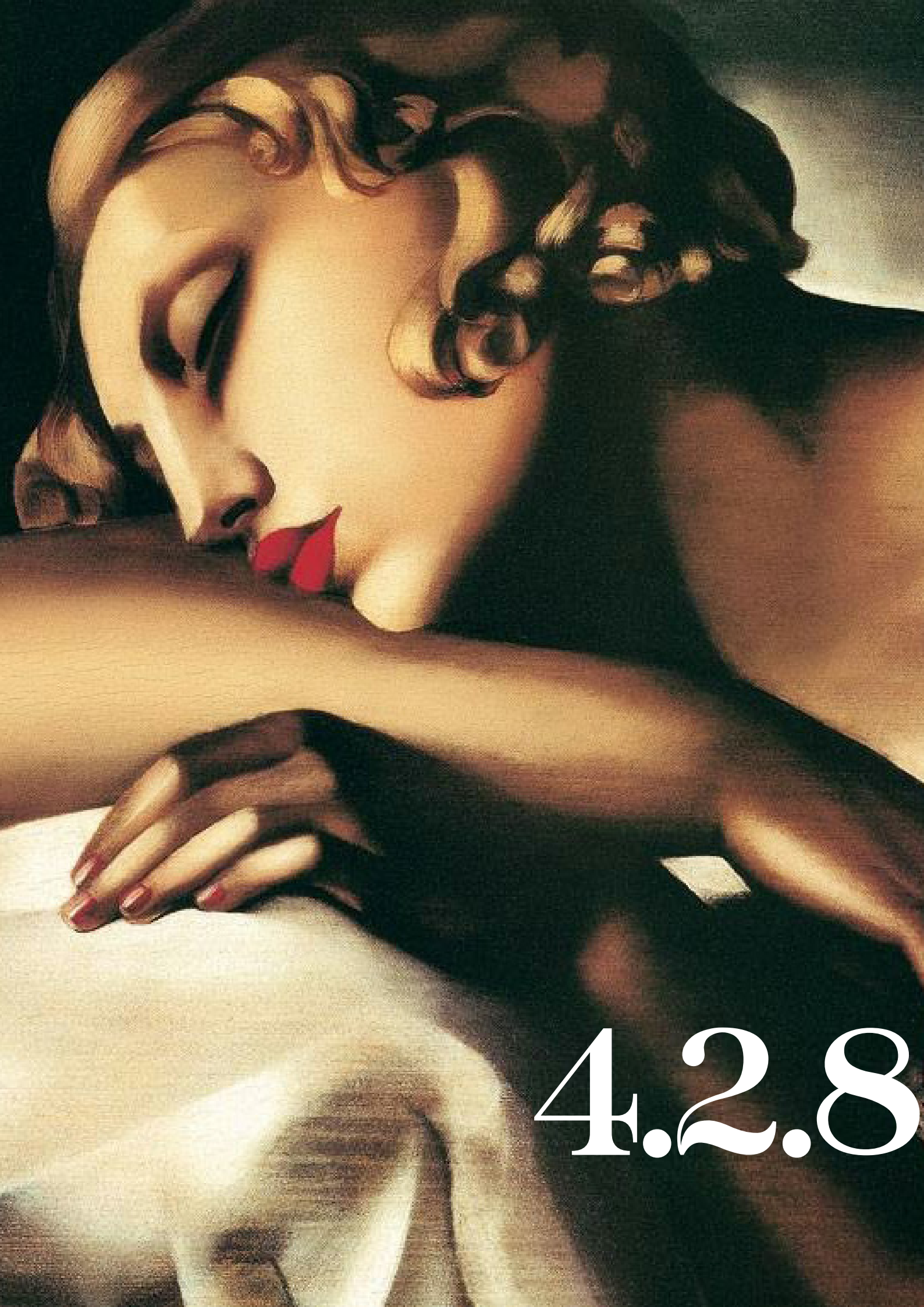


artificialmente. Y, a la actriz la retrata así como un icono fabricado industrialmente, obligada a auto-reproducirse hasta el infinito según los parámetros que la sociedad del consumo de masas habían creado para ella.



### *The pop earring*

Después de estudiar la figura de Marilyn Monroe, tanto en los años 60 como en la actualidad y la intencionalidad de Andy Warhol en la realización de sus serigrafías, "the pop earring" es el mejor nombre que puede definir el pendiente que lleva Marilyn Monroe. Pop es un adjetivo que hace referencia al movimiento artístico Pop Art del siglo XX, en el que destaca la figura de Andy Warhol y se caracteriza principalmente por emplear imágenes de la cultura popular y del mundo del cine, resaltando su aspecto banal. Y así es como Warhol se inspiró de la musa más popular de la cultura de masas de los años 60, usando su imagen con un sentido diferente y conseguir una visión crítica de la sociedad de consumo.



4.2.8

## 4.2.8 La Dormeuse

Tamara de Lempicka fue tal vez la pintora más famosa del Art Decó. Su estilo peculiar combina colores brillantes y pinceladas pulidas con técnicas cubistas, representando el lado más frío a la vez que sensual de la vanguardia artística.

Su obra deja al descubierto su personalidad atrevida, seductora, elegante, sofisticada, enigmática, soberbia, con maneras de femme fatal. "Cada uno de mis cuadros es un autorretrato". (Tamara de Lempicka)

La década de los locos años 20 en París significó una huida hacia delante por parte de la bohemia parisina y, un escenario de lujo y explosión sexual en el que Lempicka destacó como mujer revolucionaria, autónoma y creativa. París se convirtió en una ciudad llena de intelectuales, pintores, escritores y revolucionarios del arte en general, que querían experimentar su propia vida. Bajo los ojos de Hemingway en su libro París era una fiesta: "Llegar a todo aquel nuevo mundo de literatura, con tiempo para leer en una ciudad como París, era como si a uno le regalaran un gran tesoro."

En este ambiente de bohemia parisina, Lempicka definió lo que para ella debía significar ser una mujer moderna, combinando aspectos de feminidad y masculinidad. Las mujeres que aparecen en sus cuadros prescinden de la persona que los mira y presentan una actitud elitista ante el mundo. Tienen una mirada ausente, parece que no formen parte de este mundo y son frías y distantes.

### Análisis de la obra

La Dormeuse es una de las muchas obras de Lempicka y probablemente el retrato de una de sus amantes. Su vida se encontraba rodeada de un mundo lleno de excesos: amantes, drogas y fiestas. Se habla de sus orgías en fiestas con sirvientes desnudos entre drogas y alcohol o sus madrugadas en cabarets en busca de prostitutas, donde tras ellas la pintora regresaba a su estudio y pintaba hasta altas horas de la mañana.

En "La Dormeuse" podemos apreciar su estilo tan particular, su técnica y sobretodo podemos entrever esa cara oculta que le ha llevado a que su vida sea un rumor, una biografía no contrastada. De lo que no hay duda es que su estilo, con mujeres corpulentas, colores brillantes y vivos y su lenguaje erótico sigue atrayendo al público y sigue siendo fuente de inspiración. No resulta difícil encontrar revistas de moda que se inspiren en sus cuadros a la hora de realizar fotografías o que diseñadores como Karl Lagerfeld, Armani o Louis Vuitton basen sus diseños en sus obras. En definitiva, su estilo tan característico sigue siendo fuente de inspiración de artistas de todo tipo.



### *The ardent bracelet*

Si algún adjetivo puede definir la personalidad de Tamara Lempicka a la vez que sus obras es “ardent”, que en su traducción al español hablaríamos de ardiente, pasional o ferviente. Tal y como hemos visto, su vida está unida al descontrol, al desenfreno, a los impulsos y a la bohemia. Tamara Lempicka vivió una vida apasionada, rodeada de hombres y mujeres y fiestas excéntricas. De esta manera, la joya elegida para representar el cuadro también intenta transmitir este mundo de lujo y fama. Es una pulsera de diseño clásico, vintage, que combina piezas de plata con piezas brillantes.





## 5. Imagen Corporativa de la colección

A continuación se detallan los aspectos que representan la identidad visual de la colección Cartier 2016, incluyendo el nombre de ésta, la creación del sello o logotipo, los colores y la tipografía utilizada. Refleja los significados y los valores de la marca, estudiandos en los apartados anteriores.

### 5.1 Nombre

Las musas son el eje de la campaña, lo que une por un lado a la marca Cartier y, por otro a las mujeres que inspiraron a los artistas en la creación de su obra. De esta manera, el nombre que engloba la colección de joyería 2016 es Musas by Cartier.

### 5.2 Logotipo

Logotipo sobre fondo blanco



Logotipo sobre fondo negro



### 5.3 Colores

Se establecen dos colores corporativos preferentes



R: 0  
G: 0  
B: 0



R: 255  
G: 255  
B: 255

Y sus variaciones

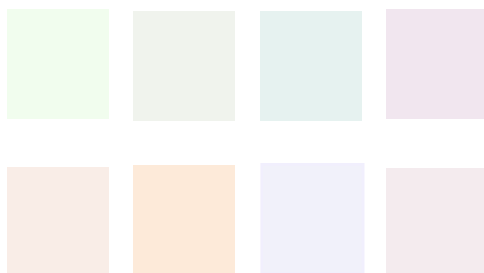


R: 37  
G: 37  
B: 37



R: 215  
G: 213  
B: 214

Colores secundarios - Tonalidades pastel



## 5.4 Tipografía

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante. Para la creación del catálogo se han escogido tres familias tipográficas distintas: Chapaza, Adobe Garamond Pro y Big Caslon. La elección de estas tres fuentes es debido a su elegancia y legibilidad.

aQ

Chapaza Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

aQ

*Adobe Garamond Pro Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*123456789*

aQ

Big Caslon Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

5.5 Aplicación diseño en papel



## 5.6 Aplicación diseño digital



# 6.

## Conclusiones

## 6. Conclusiones

---

Tras la realización de este proyecto, no únicamente entendido como la creación de una estrategia comunicacional para Cartier, he podido reafirmar mi pasión por la fotografía y mi creciente interés por todas las artes como forma de autoexpresión. Tal y como citó Oscar Wilde: "El arte es la forma más intensa del individualismo que el mundo ha conocido".

He podido experimentar lo que significa crear un proyecto artístico y personal, un ejercicio de sensibilidad valiéndome de imágenes. Me atrevo a decir que es la primera vez que siento un proyecto tan mío. He comprobado lo que es ser una productora, una fotógrafa, una directora de arte y una diseñadora.

Resulta realmente gratificante crear algo pequeño pero propio. Mi proyecto nació de un motivo comunicativo y artístico definido previamente, de manera que todos los elementos que han participado han adquirido un sentido global. Un catálogo fotográfico donde cada una de las fotografías estaban relacionadas entre ellas bajo el paraguas de las musas pero que, cada una de esas fotografías tenía un sentido por ella misma. Así he aprendido la importancia de la coherencia a nivel comunicativo y de contenido a la vez que a nivel estético.

En su elaboración, también he llegado a una serie de reflexiones y conclusiones que a continuación explicaré.

Por lo que respecta a la función de un fotógrafo, he podido comprobar que la luz o la iluminación tiene un papel decisivo en el resultado final de una fotografía, siendo el elemento más importante de ésta. Variando la distancia y la intensidad de la luz, se pueden resaltar aquellos detalles fundamentales así como ocultar aquellos aspectos que no interesen. De la dirección de la luz también dependen aspectos fundamentales como la textura, la intensidad en los colores y la sensación de volumen.

Por otra parte, he de admitir que el papel del productor es fundamental y es cierto que en la mayoría de ocasiones queda en la sombra. El productor se encarga de la organización, del casting, de la calendarización, de las indicaciones técnicas, etc. Funciones administrativas que resultan ser primordiales para el desarrollo profesional. Yo tenía el prejuicio de que su trabajo era realmente aburrido, sin embargo la producción ejecutiva es una actividad íntimamente conectada con lo artístico, pues al trabajar junto al departamento creativo se involucra y aporta, con mirada artística desde su rol, a la concreción. Además, he aprendido de primera mano, que resolver problemas y contratiempos, requiere de creatividad e ingenio.

Paralelamente, he podido ver mi inclinación hacía el perfil de director de arte, responsable del aspecto visual del proyecto y persona que debe estar presente durante todas las etapas del proceso creativo. El director de arte es un visualizador de conceptos y de imágenes. Muy ligado a este perfil, también he experimentado lo que es estar horas y horas con los programas de retoque fotográfico y lo entretenido que ha resultado para mi sorpresa. Y es aquí donde se demuestra que cuando hay algo que te motiva y apasiona, no te das cuenta del tiempo y se te pasan las horas.

Entrando más en la parte conceptual del proyecto he conocido más al detalle las obras analizadas y posteriormente representadas. Conocía la mayoría de los cuadros, pero el proyecto me ha dado la oportunidad de conocer la biografía de los pintores, la simbología oculta en los cuadros y los aspectos más connotativos, las razones que les impulsaron a realizar el cuadro y las mujeres que se ocultan detrás y que han actuado como fuente de inspiración para ellos y ellas.

Además, he seguido con mi tradición de investigar temas relacionados con la mujer y la feminidad. Tal y como expliqué, este proyecto debía entenderse también como una oda a las mujeres que habían inspirando a pintores y pintoras, por razones diversas como su fuerza, su personalidad, su belleza o su coraje. Además, tres de los cuadros escogidos fueron realizados por grandes mujeres artistas por lo que también es una manera de recordar su papel en la historia del arte. Somos conscientes de que aparecen escasamente en la historia, en la literatura, en la ciencia o como en este caso, en el arte. La invisibilidad que han tenido ha hecho que desconozcamos a muchas de ellas que utilizaron su voluntad, fuerza e imaginación para contribuir en construcción de una sociedad igualitaria.

Por todo ello, este proyecto me ha servido para conocer y experimentar más a fondo estas funciones, para disfrutar en todo momento y en cada una de las etapas de su realización y sobretodo para creer un poco más en mi misma e impulsar esa faceta artística que a veces dejo en la sombra.





## 7. Bibliografía

---

A fondo, *Salvador Dalí*, (1977) RTVE.es a la carta <http://www.rtve.es/alacarta/videos/a-fondo/entrevista-salvador-dali-programa-fondo-1977/388736/> (Consultado 24 de Mayo).

Bárbara Cruz Sánchez blog. *Tamara de Lempicka. La diva del art decó*. Disponible en: <https://pormiamoralarte.wordpress.com/2013/08/20/tamara-de-lempicka-la-diva-del-art-deco/> (Consultado 15 de Mayo)

Cartier web oficial. Disponible en : <http://www.cartier.es/colecciones> (Consultado 10 de Marzo)

Cartier web oficial. Disponible en : <http://www.cartier.es/la-maison> (Consultado 10 de Marzo)

Cartier web oficial. Disponible en : <http://www.cartier.es/la-maison/estilos-e-historia> (Consultado 10 de Marzo)

Cartier web oficial. Disponible en : <http://www.odyssee.cartier.fr/> (Consultado 10 de Marzo)

Cartier web oficial. Disponible en : <http://www.odyssee.cartier.fr/#/experience> (Consultado 10 de Marzo)

Cartier web oficial. Disponible en : <http://www.odyssee.cartier.fr/#/film> (Consultado 10 de Marzo)

Cathleen McCarthy. *Women who paved the way: Jeanne Toussaint of Cartier*. Disponible en: <http://thejewelryloupe.com/women-who-paved-the-way-jeanne-toussaint-of-cartier/> (Consultado 10 de Marzo)

DALÍ, Salvador . *La vida secreta de Salvador Dalí*. Aguilera, Monse (ed.) ; Andreu, Carles (trad.) Barcelona, DASA 2004. ISBN 10: 8493329231, 9788493329235. (Consultado 18 de Mayo)

Documania. *Frida Kahlo*. Youtube ([https://www.youtube.com/watch?v=8ZZC5XBO\\_WQ](https://www.youtube.com/watch?v=8ZZC5XBO_WQ)) (Consultado 29 de Mayo).

Frida Kahlo fans. Disponible en: <http://www.fridakahlofans.com/c0360.html>

Germán Riveros S. (2013). *Salvador Dalí, maestro de sueños* (documental). Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=p1IEKmGzko> (Consultado 19 de Mayo).

GIOIA DILIBERTO. ART/ARCHITECTURE; *Sargent's Muses: Was Madame X Actually a Mister?*. NyTimes. May 18, 2003. Disponible en: <http://www.nytimes.com/2003/05/18/arts/art-architecture-sargent-s-muses-was-madame-x-actually-a-mister.html>

Graeme Howard, Dueño. *The Heart of Frida*. Disponible en: <http://www.frida2007.com/frida-kahlo/biografia-frida-kahlo.html> (Consultado 20 de Mayo)

Gros Plan. *La rencontre amoureuse de Salvador et Gala Dali*. (1961) INA Disponible en :<http://www.ina.fr/video/I00008164/la-rencontre-amoureuse-de-salvador-et-gala-dali-video.html> (Consultado 20 de Mayo)

HONNEF KLAUS. *Andy Warhol 1928-1987: El arte como negocio (serie menor)*. Taschen Benedikt, 1999. ISBN 9783822858288.

Inmaculada Vico Torres. *La Joven de la Perla, J.Vermeer*. Disponible en: <https://artesianfin.wordpress.com/2011/11/10/119/> (Consultado 15 de Mayo)

Javier García Blanco. *El polémico y sensual retrato de Madame X*. Yahoo noticias. Disponible en: <https://es.noticias.yahoo.com/blogs/arte-secreto/el-pol%C3%A9mico-y-sensual-retrato-madame-x-134604455.html> (Consultado 10 de Mayo)

LETTRE DE PARIS LTD. *Jeanne Toussaint, Cartier's Magnificent Panther*. Disponible en: <http://lettredeparis.com/content/articles/jeanne-toussaint-cartiers-magnificent-panther> (Consultado 9 de Marzo)

María Serralta. *Cartier, una familia de visionarios*. Yahoo tendencias. Disponible en: <https://es.tendencias.yahoo.com/cartier--una-familia-de-visionarios--un-imperio-de-la-joya%C3%ADa-.html> (Consultado 9 de Marzo)

*Marilyn Monroe: The final days* [película]. Dirigida por Patty Ivins, guión Monica Bider. USA: Prometheus Entertainment / Van Ness Films / Foxstar Productions, 2011. (Consultado 15 de Mayo)

Museo Frida Kahlo [http://www.museofridakahlo.org.mx/assets/files/page\\_files/document/39/Biografia.pdf](http://www.museofridakahlo.org.mx/assets/files/page_files/document/39/Biografia.pdf) (Consultado 16 de Mayo)

Nowness. *The Panther: Jeanne Toussaint*. Disponible en: <https://www.nowness.com/story/the-panther-jeanne-toussaint> (Consultado 15 de Marzo)

Premiumfest. Disponible en: <http://www.premiumfest.com/la-pantera-de-cartier-cumple-100-anos/> (Consultado 15 de Marzo)

REEL LIFE *Behind the Glamour: The Real Marilyn Monroe Biography Documentary*. Youtube [https://www.youtube.com/watch?v=W\\_sF5ETzC8M](https://www.youtube.com/watch?v=W_sF5ETzC8M) (Consultado 21 de Mayo).

Ryan Pickart blogspot. Disponible en :<http://ryanpickart.blogspot.com.es/>

Sandra, Ryan Pickart. Disponible en :<http://www.artisticmoods.com/ryan-pickart/>

SCHNEIDER, Michel. *Últimas sesiones con Marilyn*, 2008, Editorial: ALFAGUARA, Madrid ISBN 84-204-7219-0

Sofía Paramio. Vogue. Disponible en: <http://www.vogue.es/moda/tendencias/joyas/articulos/el-nuevo-legado-de-la-pantera-de-cartier/20229> (Consultado 7 de Marzo)

SONTAG, Susan. *Sobre la fotografía*. Major, Aurelio( ed.lit.) ;Gardini, Carlos (trad.) Barcelona: Contemporánea 2013. ISBN:978-84-8346-779-4.

TABUCCHI, Antonio. *Marilyn Monroe: Fragmentos, poemas, notas personales, cartas*. Seix Barral, 2010. ISBN 9788432232022

TEJERO, Juan. Dendra Médica. Revista de Humanidades 2014;13(2):249-257. Disponible en: [http://dendramedica.es/revista/v13n2/08\\_Marilyn\\_Monroe\\_CRITICA.pdf](http://dendramedica.es/revista/v13n2/08_Marilyn_Monroe_CRITICA.pdf) (Consultado 15 de Mayo)

Teresa Amiguet. *La torturada vida de Frida Kahlo*. La Vanguardia Hemeroteca. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20140713/54410830264/frida-kahlo-pintora-pintura-mexico-mujeres-muerte-siglo-xx.html> (Consultado 17 de Mayo)

The Tamara Art Heritage. Disponible en: <http://www.delempicka.org/> (Consultado 14 de Mayo)

TVentretenimientohd (2012) *Dimensión Dalí* (Documental) Youtube [https://www.youtube.com/watch?v=23KfoH7dl\\_c](https://www.youtube.com/watch?v=23KfoH7dl_c) (Consultado 20 de Mayo). (Consultado 19 de Mayo)

Vivviene Becker. *Cartier: The wildcat baroness*. Disponible en: <http://www.telegraph.co.uk/luxury/jewellery/45688/cartier-the-wildcat-baroness.html> (Consultado 11 de Marzo)





## 8.1 Diario de Producción

A lo largo de este documento, se detallan y desarrollan los días y tareas realizadas para conseguir el resultado final del catálogo fotográfico. Así como los problemas que fueron apareciendo durante todo su proceso. Es importante apuntar que este diario se inicia en el mes de Marzo ya que el proceso de preproducción empezó durante estas fechas, tras haber hecho un estudio previo de la marca y de su eje comunicacional.

Mes de Marzo

Miércoles 18 de Marzo

El día 18 de Marzo publiqué en Casting en la página web de Yatecasting para contactar con las modelos que aparecerían en las fotografías. En la publicación, expliqué con detalle el proyecto:

Estoy realizando un catálogo fotográfico publicitario para mi trabajo de final de grado de carrera (Publicidad y Relaciones Públicas en UAB) bajo la firma de Cartier. La idea es realizar fotografías en un plató copiando algunos de los retratos de grandes pintores como La joven de la Perla de Vermeer, Frida Kahlo, Madame X de Sargent entre otros.

El proyecto no es para un fin comercial por lo que no es remunerado, únicamente se trata de mi trabajo de final de carrera, así que se trataría de un "falso catálogo fotográfico para Cartier". Sí realmente después el resultado es bueno si podría tratar de hacerlo visible a la firma!

Me gustaría contar con la ayuda de modelos para poder hacer las fotografías.

Si os interesa contactar conmigo por email : [martaaa.iba93@gmail.com](mailto:martaaa.iba93@gmail.com)

Ese mismo día tuve tutoría a las 18h con Gabriel para explicarle el concepto de comunicación que sería el eje del catálogo fotográfico de Cartier. Ambos estuvimos de acuerdo en que había que empezar ya a realizar el calendario provisional de producción para después hacer la reserva del plató de fotografía y empezar ya en Abril con las fotografías.

Viernes 20 de Marzo

El viernes 20 de Marzo hice un calendario provisional con los días en los que se llevaría a cabo cada una de las sesiones, qué cuadros se reproducirían y el tiempo que más o menos iba a necesitar para hacer las fotografías. Tuve en cuenta aquellos días en los que Gabriel y Pau (técnico) no tenían clases y estaban disponibles para ayudarme con los aspectos más técnicos y con la iluminación. Paralelamente Gabriel se puso en contacto con el laboratorio de fotografía para hacer los ajustes necesarios para conseguir el plató.

Lunes 23 de Marzo

Para mi sorpresa, en 5 días ya contaba con más de 300 visitas a la publicación, 126 inscritos y 38 correos. Durante la semana del 18 al 25 de Marzo tuve que hacer la selección de cada una de las modelos, fijándome detalladamente en las fotografías que tenían públicas para ver si se parecían mínimamente a las musas de los cuadros. Algunas de ellas, tenían un aire, en otros casos resultó imposible que se parecieran, pero tenía que elegir y contactar con ellas de inmediato. Me quedé con 20 chicas y contacté con ellas por correo electrónico. De alguna de ellas obtuve respuesta enseguida y de otras nada.

Lunes 30 de Marzo – Miércoles 15 de Abril

Durante las dos semanas del 30 de Marzo al 15 de Abril, me encargué de buscar o comprar todo lo referente al vestuario y al material para realizar las fotografías. En primer lugar me centré en los tres primeros cuadros que iba a reproducir y concretamente en la corona de flores de Frida Kahlo y la camiseta de Ingrid. Me recorrí la Diagonal en busca de todas las tiendas de interiorismo para encontrar las flores más parecidas al cuadro. Zara home, Hábitat, A la Loja del Gato Prieto, Deko Palace, Natura, etc. Busqué en cada una de ellas las flores que luego darían resultado a la corona y a la camiseta. Por otra parte, también compré una cartulina para pintar el cuadro de Ingrid con pintura acrílica.

El primer fin de semana, mi casa se convirtió en el escenario de Art Attack. Pintura, cartulinas, pistolas de silicona, flores, una diadema y una camiseta, todo preparado para que el resultado fuese el esperado. Y así lo fue.

Entre medio, el martes 7 de Abril se hizo un cambio en el calendario provisional de producción y se decidió que los jueves 16, 23 y 30 se llevarían a cabo todas las fotografías. De esta manera, contacté con aquellas chicas que me habían contestado y volví a realizar el calendario según disponibilidad y la rapidez con la que recibía sus respuestas.

Los demás días fui a comprar los pañuelos que llevaría por un lado la Joven de la Perla, en azul y amarillo y por otro lado Black Women, en blanco. Unos chinos de la calle Hospital del Raval fue el sitio donde los encontré más baratos y sin ningún tipo de estampado. Además, pregunté a amigos, familiares y conocidos si tenían una chaqueta marrón y un vestido largo y negro. No me resultó nada fácil encontrar el vestido negro, por suerte una amiga de mi madre consiguió que le dejaran uno.

Mes de Abril

Jueves 16 de Abril – Primera sesión de fotos

Tal y como estaba planeado en el calendario, el jueves 16 de Abril comenzaba la primera sesión de fotografías y los cuadros a representar eran Frida Kahlo, Ingrid de Ryan Pickart y Lunia Czechozka de Modigliani. Por la mañana se organizó todo el attrezzo y vestuario que se había preparado para reproducir las tres fotografías. A las 12h me encontré con Sara (amiga y modelo que reproducía a Lunia) en San Joan para comer y llegar antes de las 14h, que es cuando tenía la reserva del plató de fotografía. A las 14:15h había quedado con Naara (la modelo que reproduciría a Ingrid) y la fui a buscar a la estación.

La primera fotografía no fue complicada, con la ayuda de Pau (técnico) y Gabriel(tutor) conseguimos una luz apropiada para la fotografía. Para realizar bien la fotografía y conseguir un plato cenital, tuve que traer unas escaleras y hacerla desde lo alto. Al finalizar, le hice algunas fotografías a Naara para su Book.

Acto seguido llegó Blanca (modelo que reproduciría a Frida)al plató. Fue algo complicado maquillarla y peinarla, debido a mis pocas nociones de peluquería y estética, pero logré acercarme al peinado que Frida llevaba en el cuadro.

La fotografía más difícil fue la de Sara, ya que la mujer que aparece en el cuadro de Modigliani está totalmente deformada y resultaba muy complicado, casi imposible imitar la postura.

Al finalizar las dos fotografías, las modelos se cambiaron de vestuario y aprovecharon para que les hiciera también algunas fotografías para su Book personal.

Jueves 23 de Abril

El jueves 23 de Abril estaba planeado realizar tres fotografías más: Gala, Madame X y la Joven de la Perla. Sin embargo, Andrea (modelo que iba a reproducir dos de los cuadros) me avisó un día antes de que no podía asistir ya que le habían cambiado el día de rodaje a ese mismo Jueves. Se desestabilizaron todos los planes y tuve que cancelar la sesión para ese día.

Lunes 27 de Abril

Debido a la cancelación de la sesión el jueves 23 de Abril por parte de una modelo, me vi obligada a posponerla al Lunes 27 de Abril a disponibilidad de Andrea y Nerea (modelo que iba a reproducir la Joven de la Perla). En primer lugar me encontré con Nerea a las 14:30h en la Facultad de Comunicación, ya que había estado anteriormente y le resultaba más fácil acceder con coche. Desmaquillé a Nerea y le hice el turbante perfecto, tal y como había visto en los tutoriales.

Para mi sorpresa, Pau (técnico) había sufrido una lesión y se tuvo que marchar a casa. Me entró un poco el pánico, ya que la vez anterior me había ayudado en todo momento con la iluminación y, esta vez en los cuadros que me tocaba reproducir había mucho juego de luces y sombras. Me apañé bastante bien con el primer cuadro pese a encargarme de la iluminación prácticamente sola. Al finalizar, hice a Nerea unas cuantas fotografías para ella. Sobre las 16:30h fui a encontrarme con Andrea en los ferrocarriles y nos dirigimos hacia la Facultad. Gabriel ya había acabado con las tutorías, por lo que se quedó en plató a ayudarme con los aspectos más técnicos.

En primer lugar, empezaríamos con el cuadro de Gala. Gabriel y yo nos dimos cuenta de lo imposible que resultaba reproducir la postura de Gala de espaldas, las proporciones del cuerpo eran irreales. La fotografía quedó perfecta. A continuación, preparamos la escenografía de la siguiente fotografía (taburete y fondo rojo) así como el vestuario y el peinado de la modelo. En este caso no resultó tan difícil la parte de maquillaje y peluquería, ya que Andrea resultó tener mucha mano para estos temas y entre las dos nos apañamos.

Como acabamos antes de lo previsto, estuve un buen rato haciendo fotografías a Andrea y algunas quedaron realmente bien.

Jueves 30 de Abril

El día ya empezaba mal, pues Carla (modelo que reproducía a Marilyn Monroe y La Dormeuse) me había avisado el día de antes de que se había teñido de un rubio grisáceo y que no podía venir a la sesión. En ese momento me entró el pánico pero me prometió que se volvería a teñir de su color rubio y que quería salir en las fotografías si o si. De esta manera, ese día pensé que como únicamente iba a encontrarme con Solagne (modelo que reproduciría Portrait of a Black Women) podría aprovechar y traer las joyas y ensayar los bodegones.

Había quedado con Solagne a las 14h en Plaza Catalunya, pues no sabía cómo llegar y así yo también me aseguraba que viniera. Pasó media hora y no llegaba. La llamé muchas veces y tenía el teléfono apagado. No había ni rastro de ella y a las 15h decidí irme a la universidad. Me puse muy nerviosa, pensaba que no llegaría a tiempo a hacer todas las fotografías y que sería un desastre. Sin embargo, tenía las joyas para hacer los bodegones, así que al llegar le expliqué a Gabriel lo que había pasado y me puse manos a la obra.

Ese día vino Aldo(amigo de la universidad) a ayudarme con todo el material así que al menos recibí su apoyo moral en ese momento en el que lo veía todo muy negro. Las fotografías de los bodegones de producto no quedaron como yo esperaba, ya que no había comprado aún el material que tenía pensado para hacerlas pues estaba previsto en el calendario de producción que sería la última sesión.

Mes de Mayo

Sábado 31, Lunes 1, Martes 2, Miércoles 3 de Abril.

Durante estos 5 días me volví loca para buscar otra modelo de tez negra que estuviera dispuesta a ayudarme. Pensé en una conocida de mi colegio así que contacté con ella y me dijo que estaba encantada de echarme una mano. Sin embargo, el martes me avisó de que no podía ser, ya que no encontraba a nadie que pudiese quedarse con su hijo. Me volvió a entrar el pánico y creé otro anuncio en Yatecasting especificando el perfil que buscaba y para mi sorpresa obtuve en un día a dos candidatas. Me puse en contacto con una de ellas y aceptó encantada.

Paralelamente, aproveché ese fin de semana para hacer el retoque fotográfico de algunas fotografías y pensar en el diseño interior del catálogo. Realicé diferentes pruebas: hice combinaciones de colores, busqué tipografías y probé diferentes disposiciones de los elementos que formarían finalmente el catálogo. Por otra parte, hice un recorte muy preciso de todas las joyas y vistas sin ningún tipo de fondo, me convencieron totalmente.

Jueves 7 de Mayo

Carla ya había solucionado el problema con su pelo y ya había conseguido a Brianna después de tantos problemas. No obstante, después de tantas cancelaciones e imprevistos, yo estaba muy nerviosa por si algo salía mal. Ya era 7 de Mayo y en menos de un mes tenía que entregar el trabajo y aún me quedaba mucho por hacer. Todo salió perfecto. En primer lugar me encontré con Carla a las 14h en Plaza Catalunya y fuimos juntas hacia la universidad. Había estudiando un curso de peluquería y estética por lo que entre las dos reproducimos a la perfección el maquillaje y el peinado tan complicado de Marilyn Monroe. Con un tutorial, mucha laca, una plancha y mil pinzas quedó perfecto. De esta manera, realizamos la fotografía con mucho cuidado de que ningún pelo quedase fuera de lugar. Quedó perfecta. Seguidamente, nos pusimos con la otra fotografía de Tamara Lempicka, esta era bastante más complicada por el tema de la iluminación y la postura, pues también resultó ser muy desproporcionada. Pero al final salió bastante parecida.

A las 16:45h fui a buscar a Brianna a la Biblioteca de Comunicación y nos dirigimos al plató. Improvisamos el turbante tal y como había practicado yo anteriormente y preparamos la escenografía. Vestuario, sillón, trapos e iluminación preparada, la fotografía quedó perfecta. La iluminación en esta ocasión no era tan complicada, además conté con la ayuda de Gabriel y Pau, que estuvieron presentes durante gran parte de la duración de la sesión.

Brianna tenía mucho desparpajo delante de la cámara y resultó muy sencillo hacer las fotografías. Estuvimos un buen rato realizando diferentes fotografías con varios vestuarios que ella había traído para la ocasión. Disfruté mucho de ese día, ya que Brianna resultó ser muy abierta y profesional, además el resultado de las fue muy bueno y el contraste cromático entre su vestuario y su tez negra daba mucho juego.



Sábado 9 de Mayo

Durante el sábado 9, hice el retoque fotográfico de las fotografías que había tomado el jueves anterior. No tuve ningún problema con la fotografía de Brianna, ya que la fotografía sin ningún retoque ya era muy parecida al cuadro original. Sin embargo, dediqué muchas horas a la fotografía que imitaba la pintura de Lempicka. Tuve que retocar los niveles, el brillo y el contraste y además maquillar a la modelo con Photoshop muy detenidamente, para lograr el juego de sombras en los ojos.

Domingo 10 de Mayo

Durante el domingo 10 de Mayo me pasé toda la mañana con la fotografía de Marilyn Monroe. Para conseguir ese efecto Andy Warhol con Photoshop tuve que mirar muchos tutoriales en inglés donde explicaban todo el proceso. No fue nada sencillo, al contrario, me llevó muchas horas y tuve que poner toda mi concentración en cada uno de los detalles para que el resultado fuese lo más profesional y parecido posible.

Lunes 11- Viernes 15 de Mayo

Durante la semana del 11 al 15 de Mayo acabé de realizar el catálogo que había empezado las dos semanas anteriores. Esa semana fue difícil, ya que por las mañanas iba a prácticas 5 horas, alguna tarde tenía clase y durante esa semana se concentraron muchas entregas y trabajos prácticos. Sin embargo intentaba ponerme durante todos los ratos muertos y por las noches cuando llegaba a casa tras haber estado todo el día fuera. Además, soy una persona muy perfeccionista por lo que no se conforma con que el resultado sea mediocre o bueno, si no que busco la perfección en todo lo que hago y más en un proyecto como este, que tantas horas e ilusión he dedicado. El Viernes 15 por la noche acabé el catálogo por fin y pedí consejo a aquellos amigos que sabía que podían aconsejarme con criterio.

Martes 17 de Mayo

El Martes se me ocurrió enseñarle el catálogo a el Director de Arte de la agencia en la que estoy realizando prácticas (DEC BBDO), ya que quería la opinión de un profesional del sector antes de ir a imprimirlo finalmente. Se lo comenté a mi compañera (tutora de prácticas) y no le pareció buena idea, ya que los diseñadores tenían mucho trabajo y según ella no era apropiado que yo le hubiese enviado mi proyecto en busca de su opinión. Pero fue demasiado tarde, pues ya se lo había enviado. Me sentó realmente mal su comentario... De alguna manera tenía que aprovechar estar de prácticas en el departamento de cuentas de manera gratuita (yo no quiero ser cuentas, quiero ser creativa o diseñadora) y era la excusa perfecta para entrar en contacto con ellos.

Recibí su respuesta y me prometió que en máximo una semana se lo miraría y con mucho gusto me daría su opinión.

Viernes 21 de Mayo

La semana pasó y no recibí ninguna respuesta por parte de Lluís Monsó (Director de Arte).

Durante la semana hice el análisis de cada uno de los cuadros que había elegido para representar. Sabía la historia que había detrás y quien eran los personajes, ya que había leído y buscado información sobre el pintor, la obra y la simbología, sin embargo durante esa semana descubrí miles de cosas interesantes. No recordaba lo mucho que me entusiasmaba la historia en general y la historia del arte en particular.

Sábado 22 de Mayo

No podía esperar la respuesta de Lluís durante más tiempo, ya que no podía arriesgarme con la impresión del catálogo. Tenía que hacer alguna prueba como mínimo de color e impresión. De esta manera, hice la maquetación final del catálogo teniendo en cuenta cada una de las páginas y su disposición, revisé que todo fuese correcto y fui a imprimir el catálogo a una de las mejores imprentas de Barcelona en la calle Verdi de Gracia. Como era de esperar, los colores al imprimirse se ven mucho más oscuros que en el ordenador, por lo que dos de las fotografías quedaron demasiado oscuras en el papel así que tuve que volver a retocar el brillo y los niveles para que el resultado quedase mucho más claro.

Miércoles 27 de Mayo

Volví a la imprenta de Verdi con las dos fotografías modificadas y el resultado mejoró mucho.

Jueves 28 de Mayo

Tras 11 días Lluís me hizo ir a su despacho y me comentó lo que le había parecido mi proyecto. Me dijo que le había sorprendido mucho, que era un trabajo muy bueno y me preguntó si lo había realizado todo yo sola. Además, me dio algunos consejos respecto al diseño interior del catálogo: kerning y tamaño de la tipografía, espaciado, etc. Todo DEC BBDO había visto mi proyecto y me felicitaron por el trabajo.

## 8.2 Derechos de imagen

### DOCUMENT DE CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE I D'EXPLOTACIÓ D'ENREGISTRAMENT DE VÍDEO I FOTOGRAFIA

Jo, [Verónica Wahito Njeri]

Amb DNI [X7230862F]

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meua imatge pugui aparèixer en imatges i vídeos enregistrats per Marta Ibáñez Alier que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, consegüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meua intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge. - Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments, cedeixo a Marta Ibáñez Alier amb DNI 46480349V, tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada. - Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meues dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

VERÓNICA WAHITO NJERI.

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), [21/06/2015]

Edició: Febrer 2015

## DOCUMENT DE CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE I D'EXPLOTACIÓ D'ENREGISTRAMENT DE VÍDEO I FOTOGRAFIA

Jo, [Nerea García Angel]

Amb DNI [41011782E]

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meua imatge pugui aparèixer en imatges i vídeos enregistrats per Marta Ibáñez Alíer que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, consegüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meua intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge. - Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments, cedeixo a Marta Ibáñez Alíer amb DNI 46480349V, tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada. - Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meues dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

NEREA GARCÍA ANGEL

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), [21/06/2015]

Edició: Febrer 2015

## DOCUMENT DE CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE I D'EXPLOTACIÓ D'ENREGISTRAMENT DE VÍDEO I FOTOGRAFIA

Jo, [Carla Guardia Ballester]

Amb DNI [48130430D]

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meua imatge pugui aparèixer en imatges i vídeos enregistrats per Marta Ibáñez Alier que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, consegüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meua intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge. - Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments, cedeixo a Marta Ibáñez Alier amb DNI 46480349V, tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada. - Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meues dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

CARLA GUARDIA BALLESTER

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), [21/06/2015]

Edició: Febrer 2015



## DOCUMENT DE CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE I D'EXPLOTACIÓ D'ENREGISTRAMENT DE VÍDEO I FOTOGRAFIA

Jo, [Andrea Hernández Fernández]

Amb DNI [36582013F]

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meua imatge pugui aparèixer en imatges i vídeos enregistrats per Marta Ibáñez Alíer que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, consegüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meua intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge. - Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments, cedeixo a Marta Ibáñez Alíer amb DNI 46480349V, tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada. - Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meues dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

ANDREA HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), [21/06/2015]

Edició: Febrer 2015

## DOCUMENT DE CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE I D'EXPLOTACIÓ D'ENREGISTRAMENT DE VÍDEO I FOTOGRAFIA

Jo, [Blanca Cenizo López ]

Amb DNI [47787293D]

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meua imatge pugui aparèixer en imatges i vídeos enregistrats per Marta Ibáñez Alíer que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, consegüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meua intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge. - Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments, cedeixo a Marta Ibáñez Alíer amb DNI 46480349V, tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada. - Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meues dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

BLANCA CENIZO LOPEZ

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), [21/06/2015]

Edició: Febrer 2015

## DOCUMENT DE CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE I D'EXPLOTACIÓ D'ENREGISTRAMENT DE VÍDEO I FOTOGRAFIA

Jo, [Naara Rodher ]

Amb DNI [45789123D]

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meua imatge pugui aparèixer en imatges i vídeos enregistrats per Marta Ibáñez Alíer que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, consegüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meua intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge. - Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments, cedeixo a Marta Ibáñez Alíer amb DNI 46480349V, tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada. - Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meues dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

NAARA RODHER

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), [21/06/2015]

Edició: Febrer 2015