

NUEVO ROSADO

Indumentaria como plataforma de activismo post feminista

Escuela de Diseño
Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos
Pontificia Universidad Católica de Chile

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia
Universidad Católica de Chile para optar
al título profesional de Diseñador.

Alumno / **Martín Lüttecke**
Profesora guía / **Ximena Ulibarri**
Julio 2017, Santiago, Chile.



Muchas
a mi mamá **Alejandra Abramovich**, mi profesora guía
Ximena Ulibarri y a mi costurera **Lida Vásquez**; tres mujeres
luchadoras que guiaron e inspiraron este proyecto.
Gracias

Este memoria (*proyecto de título*) se enfoca en la visión de un feminismo actual o post feminismo que busca la igualdad de oportunidades, realizando una investigación que desemboca en una colección de indumentaria de diseño de autor. Particularmente poniendo el foco en una nueva generación de jóvenes mujeres que eligen manifestar su libertad y sexualidad a partir de su vestuario. Utilizando el rosado como color icónico, pero cambiando su código de comprensión ligado a lo cliché y entendiéndolo como un lenguaje pictórico de lucha, logrando una interpretación de esta “nueva femineidad” a partir de la observación y experimentación.



KRISTIE MULLER

Contenidos

	1. Introducción
11	1.1 Motivación personal
13	1.2 Indumentaria e identidad
15	1.3 Cultura e indumentaria
17	1.4 Este proyecto y lo femenino
	2. Marco Teorico
20	2.1 La indumentaria de la mujer y la historia
24	2.2 “Lo femenino”
28	2.3 La cosificación de la mujer
30	2.4 Nuevo Femenino/ Post-feminismo
32	2.5 Rosado
37	2.6 Conclusiones
	3. Proyecto
41	3.1 Formulación
41	3.2 Objetivos
42	3.3 Descripción del proyecto
43	3.4 Usuario y Contexto
44	3.5 Antecedentes
46	3.6 Referentes
	4. Colección
50	4.1 Mujeres estereotipo
54	4.2 Referentes estéticos
56	4.3 Gama de colores
57	4.4 Bocetos
	5. Proceso
62	5.1 Materiales
64	5.2 Elasticado
67	5.3 Proceso de construcción (<i>patronaje</i>)
69	5.4 Experimentación y confección
69	5.4.1 Prendas “cosificadas”
76	5.4.2 Prendas “liberadas”
82	5.4.3 Prueba final
86	5.5 Lookbook
86	5.5.1 Equipo
87	5.5.2 Referencias/Mood
89	5.5.3 Locación
89	5.5.4 Selección de modelo
89	5.5.5 MakeUp + Pelo
90	5.5.6 Resultado
92	5.6 Medios de difusión
95	6. Pasos futuros
95	7. Conclusión personal
99	8. Glosario
98	9. Bibliografía

Introducción

“Rules are good. Break them. Good designers (and writers and artists) make trouble. Everything is an experiment. Mistakes, misunderstandings, and mis-comprehensions provide fresh ideas.”

TIBOR KALMAN

INFLUYENTE DISEÑADOR GRÁFICO HÚNGARO (1949–1999), RECONOCIDO SOBRE TODO POR SU TRABAJO EN LA REVISTA COLORS.

"Las reglas son correctas, rómpelas. Los buenos diseñadores (y escritores y artistas) crean problemas. Todo es un experimento. Errores, malentendidos y equivocaciones traen nuevas ideas"

1.1 Motivación personal

Desde que tengo memoria fue la vestimenta lo que más llamó mi atención, generando una constante relación que, afianzándose con el tiempo, se convirtió de manera inconsciente en un pilar central en mi vida. A medida que fui profundizando en el tema, este interés por la moda fue más allá de seguir tendencias y desfiles, poco a poco empecé a cuestionarme aspectos más profundos respecto a la indumentaria, ¿Por qué el uso de una vestimenta específica en cierto momento de la historia? ¿Cómo influye el vestuario en el estado de ánimo o las experiencias históricas vividas? Es decir, nació una inquietud de entender la relación entre la historia de la indumentaria y los hitos sociales o antropológicos de la historia del hombre.

Al haber crecido principalmente rodeado por el género femenino, me interesé en la mujer, en la evolución de su relación con la moda y en qué tan distorsionado estaba el concepto de “lo femenino”, ¿Qué tan decidido por ellas mismas estaba lo que significaba ser femenina? ¿Cómo responden los diseñadores al cambio de femineidad a lo largo de la historia? ¿Cómo podría contribuir yo dentro de este contexto? Comencé a estudiar la importancia del vestir en distintas épocas, investigando a qué hitos históricos respondían ciertos cambios de paradigma para la mujer, para así, finalmente, comprender qué es lo que sucede hoy en día.

Por otra parte, y antes de comenzar este proyecto, quiero compartir algunos temas relevantes y personales, los cuales son una declaración de principios que orientan mi trabajo de diseñador, dentro de los cuales destacan:

Diseño Nacional:

Al tener Chile una industria textil poco madura, relativamente joven y poco explorada, suele parecer más atractivo proyectarse en el extranjero como una posible plataforma de exposición. Sin embargo, y sin excluir un aprendizaje internacional, considero esencial potenciar los proyectos textiles dentro de un marco de diseño nacional, siendo promocionados y expuestos localmente para así involucrar a los propios ciudadanos, aportando a la creación de un interés colectivo frente a esta área del diseño y generando como consecuencia una ampliación de la industria nacional.

Producción Local:

Otro recurso importante es la utilización tanto de materiales como de mano de obra local, retribuyendo y valorizando el trabajo nacional en la industria de la moda. A pesar de todavía no producir a un nivel en el cual podría trabajar con proveedores extranjeros, considero importante generar relaciones con personas, diseñadores, costureras y vendedores textiles locales. Existe el paradigma de considerar lo extranjero como una mejor opción en todo aspecto; sin embargo, este tipo de mentalidad no aporta a la valorización de lo nuestro ni al desarrollo de la industria nacional y en consecuencia, tampoco a la generación de empleos especializados en el país, trayendo como consecuencia el estancamiento de la industria textil.

El Diseño de vestuario basado en conceptos:

A pesar de saber de antemano que el resultado final de un proyecto textil consistirá en una propuesta estética/material, considero que toda colección de moda debería estar siempre fundamentada en una investigación, logrando extraer conceptos que suman y potencian un área del diseño que muchas veces es considerada como “superficial” y “poco relevante”, y así convirtiendo a la moda en una forma de expresión basada en un discurso coherente. Este es un punto que llama especialmente mi atención; el lograr reflejar conceptos desde lo no verbal a partir de la utilización de ciertos materiales y de un patronaje específico.

Quise desarrollar un proyecto que respondiera a lo que está pasando actualmente, no haciendo solamente una colección, sino que proponiéndome ir más allá, llegando más claramente a los temas que reflejan mis inquietudes sociales y éticas. Me propuse generar un resultado dinámico a partir de un formato que genere diálogo con el usuario, ya que finalmente es eso lo que provoca la moda: situaciones, pensamientos y conceptos, logrando emocionar y provocar a partir de la construcción de las prendas, sus materiales, patrones y narrativa.



INDUMENTARIA MONGOLA FEMENINA, PRINCIPIO SIGLO XX.
FUENTE: PINTEREST

1.2 Indumentaria e identidad

Si se estudia a diversas especies animales en sus respectivos ecosistemas, podemos ver que existe un factor común que genera semejanza e identidad dentro de cada especie, mientras les permite diferenciarse de los demás: la piel.

Al nacer, sus cuerpos generan una asociación de pertenencia e identidad propia con su especie, siendo esta semejanza perdurable por toda la vida de dicho animal. Sin embargo, los humanos son distintos ya que somos los únicos que cubrimos nuestro cuerpo de manera consciente, “[...] el estado de desnudez en el que el ser humano abandona el seno materno en el acto del nacimiento constituye el único momento de igualdad con sus semejantes”¹, generándose una evolución desde la desnudez, hacia una vestimenta más sofisticada.

En sus inicios, el hombre usa el vestuario de una manera funcional, para protegerse del medio y de situaciones difíciles. En una segunda etapa, más compleja y refinada, empieza usar la indumentaria con el fin de ornamentarse, buscando distinción de identidad y jerarquía. Esto lo explica el historiador Francois Boucher, el cual narra cómo ciertos pueblos cazadores vivían en zonas templadas, por lo que no requerían de una indumentaria protectora, sin embargo, se preocupaban de adornarse los unos a los otros, comportamiento del que no se tiene noción del por qué.

La decisión de ornamentarse posee diversas explicaciones y depende tanto de factores personales como culturales; “[...] nuestros vestidos y adornos indican nuestro género y nuestra posición social, y también muestran de dónde somos y que hacemos. Esto ha sido así desde que los miembros de una sociedad necesitaban reconocerse como iguales entre sí, y a la vez diferenciarse de otros...”². Sin embargo, y sin importar cual sea el motivo específico, podemos estar seguros que siempre se usó algún grado de ornamentación, ya que, “el cuerpo humano se nos presenta siempre modificado, culturalizado, nunca al natural, pues no se conoce ni se ha conocido nunca persona por completo desprovista de modificaciones de su propio aspecto”³.

Esta característica de la indumentaria de potenciar identidades termina por definir actitudes y comportamientos en las personas, logrando ser parte inseparable, no solamente de la expresión diaria de las personas, sino que de su relación con movimientos estéticos y radicales en los cuales la vestimenta termina siendo parte de un manifiesto propio, utilizando el vestuario como una forma de activismo.

“Las culturas, como la energía,
ni se crean ni se destruyen,
sino que se transforman”

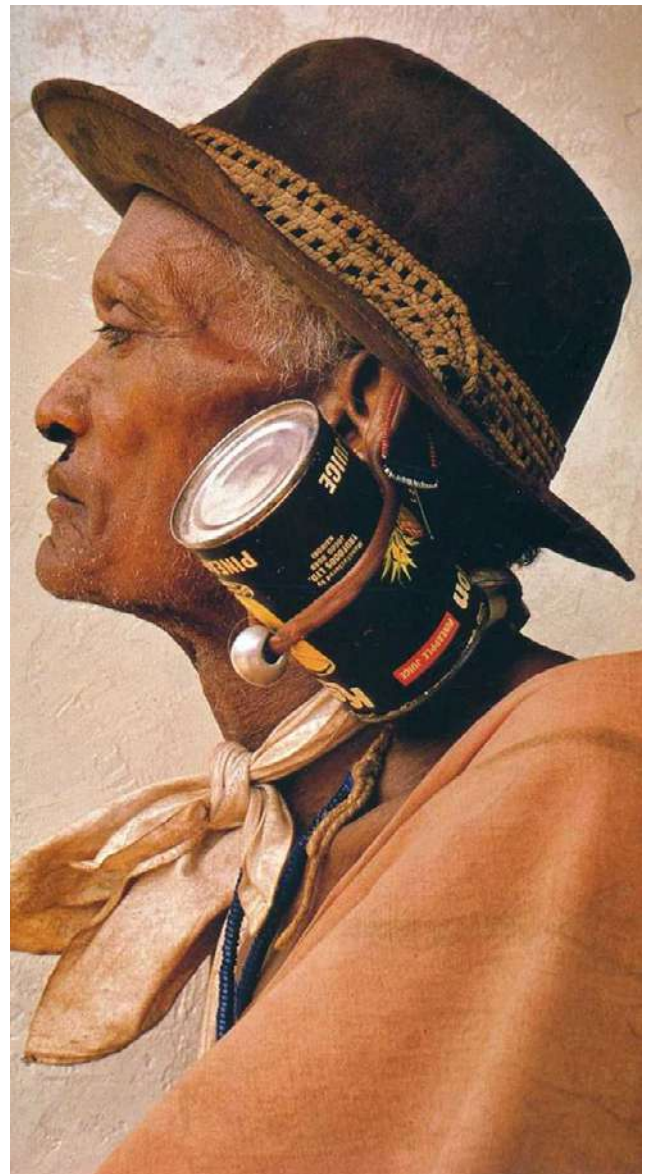
MUSEO LARCO, LIMA, PERU

1.3 Cultura e indumentaria

La relación del vestuario y la cultura es muy estrecha y permanente, la indumentaria es parte de la historia por lo que ambas evolucionan constante y conjuntamente. Este fenómeno se puede analizar desde dos aristas: cómo los cambios culturales se reflejan en el vestir de manera inconsciente y cómo los diseñadores y personas en general, de manera consciente, pueden intervenir en la sociedad tomando la indumentaria como un lenguaje de expresión y denuncia sobre hechos o situaciones sociales y reflejando de esta manera, el tiempo en el que viven.

Dentro de la historia del ser humano existen múltiples aspectos que se han mantenido en una constante evolución, “evolución significa cambio”⁴, y estos cambios nos hacen una sociedad/cultura totalmente distinta a la de hace 100, 1000 o 2000 años atrás. Estos aspectos que evolucionan se presentan inmersos dentro de categorías; evolucionan las ciencias, evolucionan las relaciones sociales, evolucionan las artes, evoluciona el vestuario, entre otros; siendo estas moldeadas y hasta generadas por la coyuntura del lugar/tiempo en el cual se desarrollan y teniendo la tecnología un rol fundamental en este proceso. Sin embargo, y a pesar de la constante evolución, existen concepciones que permanecen constantes durante largos periodos de tiempo, heredándose de generación en generación.

Es así como el entorno tanto histórico como social afecta en la manera de vestir de un individuo, pero esta relación termina siendo bilateral ya que la indumentaria también termina afectando la manera de comportarse de las personas, provocando e intensificando ciertas conductas tanto individuales como colectivas y definiendo parámetros de vestimenta según grupo etario, clase social, género, etc.



MASAI USANDO LATA DE PIÑA COMO ARO, KENIA, PETE TURNER.

“The job of a fashion designer
is to predict the time that
we’re in now”.

ALEXANDER MCQUEEN

DISEÑADOR DE MODA BRITÁNICO (1969-2010).

"El trabajo de un diseñador de moda es el de predecir el tiempo en el que nos encontramos"

1.4 Este proyecto y lo femenino

Como se explica anteriormente, estudiando la vestimenta como expresión de la propia identidad y del entorno, caracterizado por la época y la cultura en que está inserta, se pueden estudiar ciertas conductas sociales a lo largo de la historia que determinan la evolución de aspectos psicosociales. “El estudio de un fenómeno tan complejo como el vestuario, a pesar de que suscita la atención y preocupación cotidiana de tanta gente, su primer perfil es todavía superficial precisamente porque no se ponen de manifiesto sus iluminadoras implicancias con el comportamiento, que de forma plena legitimarían el fenómeno del vestido como objeto de investigación psico-sicológica”⁵.

En la búsqueda de tema para este proyecto se tomó el vestuario como categoría de estudio, ya que es un elemento que se ha mantenido siempre presente pero en constante evolución durante largos periodos de tiempo y en diferentes culturas. Siendo el vestuario, de esta manera, una interesante herramienta para comprender entendimientos sociales, ya que, como plantea el antropólogo Nicola Squicciarino “[...] la filosofía del vestido es la filosofía del hombre. Tras el vestido se oculta toda la antropología”⁶.

Específicamente es el género femenino el que ha sido mayoritariamente ligado a la moda; presentando radicales cambios de siluetas en cortos periodos de tiempo, siendo esta relación histórica una manera de revelar, más allá de tendencias pasajeras, la real concepción que se ha tenido de la mujer en distintas épocas, siendo esta afectada por variados hitos sociales, políticos y tecnológicos.

En este proyecto y a partir de este análisis, se logran definir parámetros y puntos de comparación para finalmente generar una propuesta y reflexión frente a cómo distintas culturas e hitos han logrado a lo largo de la historia determinar lo que entendemos como “lo femenino” en la actualidad. Específicamente, la cosificación que se le ha cargado al cuerpo femenino, expresada y potenciada a través de la indumentaria. Con esto se propone un proyecto de título que responde a parámetros actuales, ya que “no es solamente la moda la expresión exagerada y superficial de una transformación profunda de la sociedad, sino que su éxito depende de su capacidad de captar tales cambios y sincronizarse con ellos”⁷.

Marco teórico



KINBAKU (BONDAGE), NOBUYOSHI ARAKI.

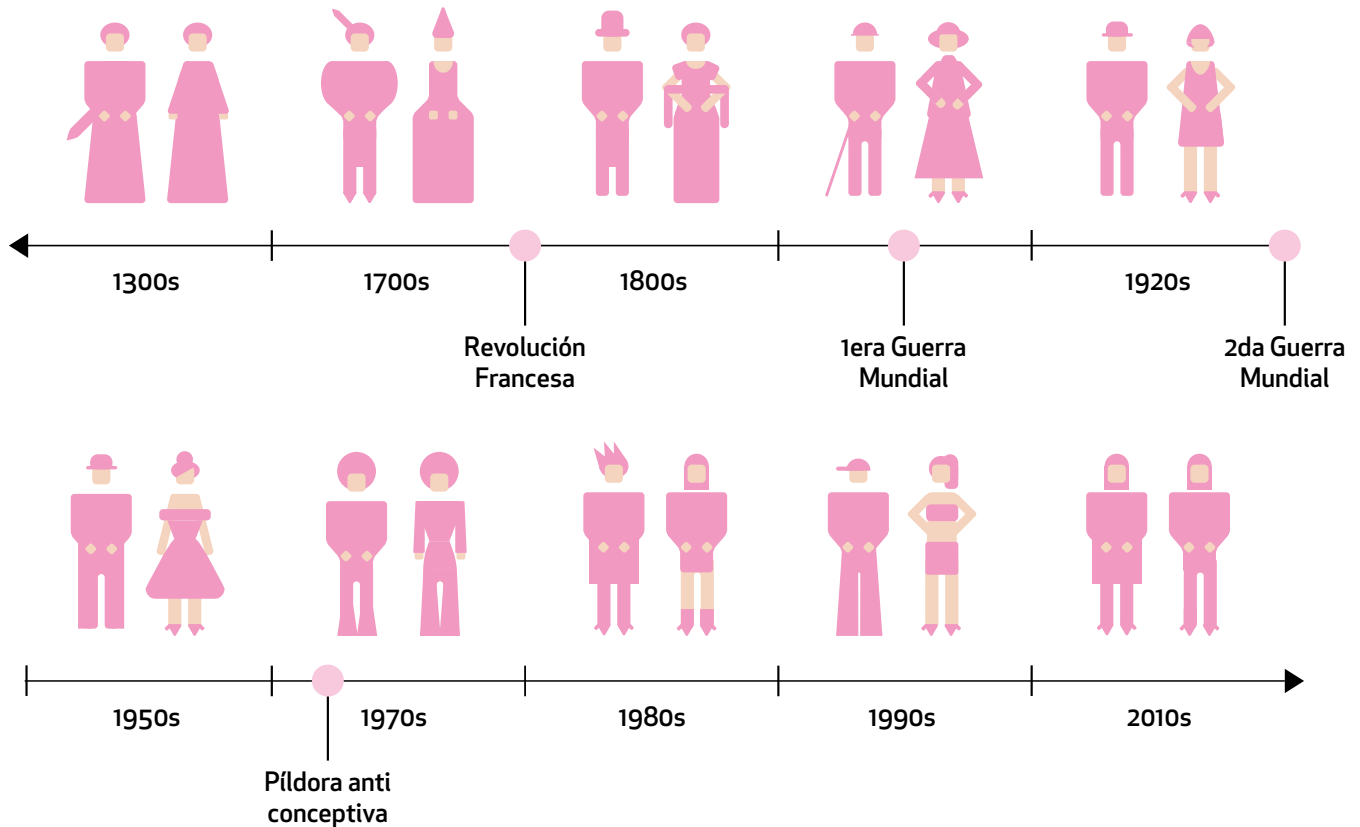
2.1 La indumentaria de la mujer y la historia

A pesar de presentar siempre ciertas diferencias, las siluetas se modifican más o menos dependiendo de la época y del género. A partir de la Revolución Francesa los cambios de silueta son mucho mayores en el género femenino que en el masculino. Los hombres a partir de este hito histórico han experimentado menos con las posibilidades que el vestuario proporciona; siendo el traje de dos piezas el uniforme por excelencia que caracteriza al género masculino.

El vestuario femenino continuó variando sus largos, volúmenes y complejidades. Estando la silueta femenina sometida a un constante cambio a partir de ese período, mostrando una experimentación en la cual la indumentaria se ha ido acortando, revelando piernas, y ceñiendo más y más al cuerpo; representando el proceso de sexualización que sufrió la mujer.

Esta evolución de la silueta de la mujer refleja también la obsesión por el físico que hemos vivido desde el Siglo XX hasta nuestro días, los ideales estéticos de hoy han cambiado radicalmente debido a una manía por el cuerpo atlético, lo cual ha generado una presión en la sociedad, siendo esta potenciada debido a los medios de comunicación masivos, específicamente la publicidad que promueve ideales de belleza inalcanzables.

Dado lo anterior y a manera de estudiar la forma de vestir de la mujer, se desarrollará una línea de tiempo desde el hito que provocó la revolución francesa hasta el día de hoy en occidente:



Revolución Francesa

Las confrontaciones sociales realizadas en Francia en busca de igualdad social traen consecuencias en la forma de vestir; el lujo y la ornamentación se convierten en el enemigo, viendo en la moda una expresión política revolucionaria en busca de los ideales de democracia.

Este hito generó un antes y un después en los códigos de la indumentaria y de forma radical logró fijar lo que conocemos hoy en día como la indumentaria masculina; los hombres antes de la revolución eran igual o hasta más llamativos que las mujeres al momento de vestir, sin embargo fue en este punto cuando el género masculino en el poder decidió dar un paso al lado, dejando el lujo para lograr una imagen más igualitaria, vistiéndose más recatados y serios. Cediendo así la idea de la ornamentación a las mujeres, quienes desde ese momento fueron las dueñas de la moda y posiblemente fue en este punto en el cual se comenzó a cosificar al género femenino, considerándolas como “objetos ornamentados”, siendo una belleza administrado por el hombre.

La Primera Guerra Mundial

“Marcó un giro en la Historia y modeló el resto del Siglo XX... trastocó la separación tradicional de los roles del hombre y la mujer”⁸. Esta nueva visión de los géneros se provoca debido a que “la ausencia prolongada o definitiva de los hombres genera un desconcierto económico en la mayoría de los hogares, muchas mujeres se ven obligadas, y sin preparación alguna, a asumir el rol de jefe de familia; se preguntan, por primera vez, “como ganarse la vida”⁹. A partir de “estas nuevas responsabilidades sociales, así como el ambiente especial en que la mujer evoluciona, tienen efectos en la moda y el cambio operado en la silueta femenina... Si antes el traje de dos piezas se reservaba al tiempo libre y los deportes, ahora era elegido por una gran mayoría, no solo por su comodidad sino también por su apariencia masculina, ya que respondía mejor a las nuevas actividades desarrolladas por las mujeres”¹⁰.



MUJERES EN REUNIÓN SOCIAL, 1900.
FUENTE: OPHELIAROWAN



MUJERES EN TRAJES CHANEL, 1920.
FUENTE: TAMMY17TUMMY

Periodo entre guerras

“A comienzos de los años 20, las certezas y valores se remecieron fuertemente y la conmoción demográfica provocada por la muerte de millones de hombres, trazó una nueva vía para la emancipación de la mujer. Uno de los cambios y efectos más notables, que trascenderá el simple ir y venir de la moda, tuvo lugar en los códigos de belleza femeninos”¹¹. Esta nueva estética se ve fuertemente representada en que “las mujeres borran cualquier atributo relacionado con fantasías masculinas ancestrales: el busto desaparece y, si es necesario, se le faja para disimularlo aún más; el talle ya no se marca y la cintura se baja a la altura de las caderas. El vestido túnica, simplemente dos paños que se unen en la espalda, viste a esta silueta andrógina y juvenil hecha para el movimiento, la danza, los placeres de la playa y los baños de sol a los que se entrega total libertad”¹². Este cambio se ve reflejado en las prendas estructuralmente simples y también en la vuelta al uso del color, “las ganas desmedidas de borrar los tristes recuerdos de la guerra y sus ropas de tonalidades mayoritariamente sombrías, parecen llamar a los motivos de colores que energizan un ambiente hecho para la diversión”¹³.

Post Segunda Guerra Mundial

La indumentaria nuevamente da un vuelco radical, esto debido a que “tras la liberación, el mundo sale lentamente de un periodo de privaciones ... de las ruinas emerge el legítimo deseo de comer, reír y entregarse a los placeres olvidados”¹⁴. En esta vuelta de mano, se quiere celebrar la vida por lo que “la moda, después de años de escasez, reclama y retoma sus derechos, y entra a un periodo de fastuosidad”¹⁵. “Se produce un cambio drástico en el modelo femenino de referencia y el cine lo exhibe con maestría. Ya que la pantalla nos muestra nuevos cánones de belleza, como jóvenes estrellas voluptuosas con curvas pronunciadas. (*Pin up*)... generosa con sus formas acogedoras y glamorosas en sus vestidos ceñidos”¹⁶. Esta nueva estética, completamente opuesta a la de los relajados años ‘20s, y que “perdurará en los ‘50, ofrece la visión

de una mujer reconfortante que se reconcilia con la que es objeto de deseo. En complicidad con los diseñadores, los guardarropas son abundantes para poder estar en concordancia con esta representación: una tenida distinta para cada momento del día y cada ocasión. Es un llamado a consumir y apoyar el crecimiento económico, pero a la vez, refuerza el rol subalterno, el de una bella mujer prisionera de la apariencia”¹⁷.

Hippismo

Como respuesta a la visión sexualizada de la mujer post segunda guerra mundial, el movimiento hippie protesta y propone una visión liberada de estereotipos y en búsqueda de individualidades. Un factor que contribuyó fuertemente a este proceso fue la creación de la pastilla anticonceptiva en los años ‘60s, la cual generó una libertad en la relación de la mujer con su sexualidad, entregándole poder de decisión frente a este tema y viéndose reflejado en el estilo de la época; mini faldas, prendas coloridas y pantalones. Provocando una emancipación progresiva de la silueta femenina, la cual parece liberarse y relajarse proponiendo a una nueva mujer la cual toma decisiones frente a su vida, su propio cuerpo y su femineidad.

Actualidad

Resulta interesante como son estos hitos políticos/ sociales los cual logran provocar cambios de paradigma abriendo puertas a nuevas expresiones y libertades. Hoy en día nuevas generaciones poseen una relación muy diferente con su visión del mundo y con sus propios cuerpos, muchas veces la indumentaria femenina se muestra de manera similar a la del hombre y viceversa, manifestándose una corriente moderna llamada “andrógina” en donde tanto los hombres como las mujeres han ido perdiendo la antigua idea del género presentando una liberación progresiva causada por estos hechos históricos que han traído como consecuencia la pérdida de los antiguos y limitantes estereotipos.

2.2 “Lo femenino”

¿Qué podemos entender como “lo femenino”? Resulta difícil responder a esta pregunta debido a ser un concepto tan amplio que varía dependiendo del tiempo y cultura en la cual se estudia. Partiendo por una solución académica, la Real Academia Española nos presenta las siguientes alternativas:

*femenino, na*⁸

Del lat. *femininus*.

1. *adj. Perteneciente o relativo a la mujer. La categoría femenina del torneo.*
2. *adj. Propio de la mujer. Un gesto femenino.*
3. *adj. Que posee características atribuidas a la mujer. Su abuela fue una mujer muy femenina.*
4. *adj. Dicho de un ser: Dotado de órganos para ser fecundado.*
5. *adj. Perteneciente o relativo al ser femenino. Célula femenina.*
6. *adj. Gram. Perteneciente o relativo al género femenino. Nombre femenino. Terminación femenina.*
7. *m. Gram. género femenino. La desinencia -a es marca de femenino en algunos sustantivos.*
8. *m. Gram. Forma correspondiente al género femenino. El femenino de maestro es maestra.*

De las definiciones anteriores se puede inferir una relación profunda entre mujer, maternidad y lo femenino. La femineidad se liga profundamente con la condición natural de ser madre y la idea que se tiene de su entrega emocional frente a un hijo. Generando una idea limitante sobre a una mujer supuestamente sumisa, solamente capaz de criar y plantearse de manera pasiva frente al resto de los aspectos de la vida. Siendo esta todavía un acercamiento poco profundo y estereotipado.

Esta aproximación parece poco contemporánea y nos hace preguntarnos ¿Es lo femenino una característica exclusivamente de la mujer? Dado lo anterior es importante preguntarse ¿Qué entiende actualmente una sociedad contemporánea como “lo femenino”? En busca de una definición que responda a ideales más actuales y específicos, la página web UrbanDictionary proporciona una serie de interesantes y diversas opciones escritos por distintos autores:

*Femenino*⁹:

“Perteneciente a la mujer. Tradicionalmente, en muchas culturas, las expectativas para una señorita eran ser la proveedora del alimento, ser recatada, cuidar a su familia, verse hermosa, y ser sumisa frente a su marido. Pero no todas las mujeres son así. Muchas mujeres son fuertes, directas e independientes. Lo femenino es lo que una mujer hace” por Lovelili (23/02/2005).

“[...] si te vistes como un hombre, no eres femenina, eres masculina. Tú no eres femenina solo por ser una mujer. Tú eres femenina por vestirte como una chica” por iisuperwomaniifTW, (19/02/2015).

“Un comportamiento “femenino” es el comportamiento que ha determinado cierta cultura frente al estándar de “femineidad”. Por ejemplo, jugar con Barbies o ver una película romántica es lo que la cultura americana consideraría como un “rasgo femenino”.

Por supuesto que ser femenina no se encasilla solamente en el comportamiento, también se relaciona con la forma de verse. Por ejemplo, una físico-culturista no es considerada femenina en América (o en ninguna parte del mundo). Otro ejemplo sería un hombre quién mueve las caderas al caminar; eso es considerado femenino en América (y en todo el mundo).



MARILYN MONROE, FUENTE: PINTEREST



MUJER MUSULMANA USANDO SU BURKA, FUENTE: PINTEREST

Nuevamente, “lo femenino” no está determinado solamente por la forma de verse y comportarse. Varios otros factores pueden influir incluyendo la ropa, las pertenencias personales, la orientación sexual, etc” por BusinessMan, (07/06/2005).

“Femenino es una palabra apropiada para describir a una dulce e inofensiva mujer, la cual usa suéteres rosados suavecitos, y se aplica perfume de flores. Usualmente una “hueca” con el intelecto de una oveja. Duerme con un cojín de conejo blandito. El ideal que la mayoría de los hombres desea y las mujeres aspiran a ser: no confundirse con feminismo” por Alianne (07/09/2003).

A partir de estos nuevos significados es posible definir nuevamente el concepto de “lo femenino”, esta vez a partir de tres principales aristas:

1. Lo ligado meramente al comportamiento intrínseco de una mujer, sin importar que tipo de persona se es (*similar a lo planteado por la RAE*).
2. “Lo femenino” ligado a una actitud, no necesariamente del género femenino y en la cual influyen determinados factores (*comportamiento, forma de verse, pertenencias personales, orientación sexual, etc*).
3. La definición de lo cliché; de una mujer débil, poco intelectual y sumisa frente a una pareja. Preferentemente usa el rosado como uniforme y se viste acentuando de manera de objetualizar su cuerpo.

Se muestran ciertas contradicciones entre definiciones; si una mujer es femenina por el solo hecho de ser mujer (*definición 1*) entonces ¿De dónde aparecen todas las concepciones que tenemos como sociedad frente “a lo femenino”? (*definición 2 y 3*). ¿Puede un hombre ser femenino?, ¿Puede una mujer no serlo?

Lo cual lleva a preguntarse ¿Son todos los prejuicios relacionados a “lo femenino” una carga histórica/social creadas por el hombre para cargar como el sexo débil a las mujeres? ¿Se le ha dictado a lo largo de la historia una forma “correcta” de vivir su femineidad a las mujeres, sin dejarlas a ellas escoger? ¿Puede la mujer actual ser dueña de su propia femineidad?

Las definiciones no logran proyectar una situación actual frente al concepto de lo femenino, ya que es un concepto que varía de generación en generación, sin embargo una vez entendida la variedad de caras que se pueden extraer del tema, la versión de lo femenino como cliché resulta ser un tema estereotipado interesante de tratar, sobre todo por estar ligado tanto a aspectos estéticos como ideológicos y adquiriendo una connotación diferente al cargarse de la época en que se utiliza, expresándose de distintas maneras y reflejándose de manera directa en el vestuario.

Más allá del género

Habiendo definido los parámetros de lo que podría ser considerado lo femenino en distintos periodos, hoy en día tanto las revistas como los diseñadores promueven el diálogo frente a la concepción de género; incluyendo a distintos tipos de mujeres; de color, de distintos tipos de cuerpos y hasta utilizando a modelos transgénero, confirmando así que ser mujer es más que una antigua idea pre concebida que algunos poseen, que la femineidad se expresa dependiendo de las diversas realidades y situaciones.

Distintos modelos transgénero han creado visibilidad dentro de este tema, liderando campañas de grandes marcas, o apareciendo en las portadas de importantes revistas como lo hizo la brasileña Valentina Sampaio para Vogue Francia. Resulta interesante mencionar este ámbito ya que logra generar una reflexión frente a lo que ocurre actualmente con el concepto de lo femenino, entendiendo la femineidad como una opción y no una condición.

Drag Queens

Actualmente también se ha generado mayor visibilidad a un movimiento que se ha apropiado del lenguaje estético de la mujer, dramatizándolo y haciéndolo propio, este grupo es denominado Drag Queens: “se denomina así a los hombres que se disfrazan de mujer exagerando los adornos y actitudes tradicionalmente ligados a lo femenino: peinados, gestos, vestuario... El término procedería del vocablo inglés drag, ‘arrastrar’, y haría referencia a las largas faldas y vestidos que llevaban los actores masculinos que se disfrazaban de mujeres.”²⁰.

Al insertarse en el inconsciente colectivo, esta cultura logra generar visibilidad, siendo interesante entender su origen y evolución. “Lo Drag tiene una rica historia cultural, que abarca actuaciones de cross-dressing y parodias deliberadas de roles fijos de género y sexualidad. Los hombres se han estado presentando en el escenario como mujeres desde las tragedias griegas antiguas, Shakespeare famosamente moldeó a hombres como mujeres, y las óperas barrocas ofrecieron ejemplos tempranos de la fricción”²¹.

“Desde la década de 1870 hasta la década de 1920, la pantomima comenzó a potenciar al movimiento drag. El cual surgió en un comienzo como una forma de burlarse de las mujeres, sin embargo no fue hasta el período de los años ‘20s a ‘30s que los primeros bars LGBT y lugares de reunión comenzaron a ser creados, donde los homosexuales podían conocerse, y las presentaciones drag comenzaron a ser consideradas como una manera de entretenimiento y no de burla”²². Hoy en día los Drag Queens son cada vez más aceptados por la cultura mainstream, influenciando especialmente al mundo de la moda, la música y la televisión.

Mientras las mujeres cada vez se alejan más de la presión a ser lo que se espera de ellas, la cultura drag se ha apoderado de este abandonado lenguaje del “cliché” para reclamar y exigir su propia libertad, usando una voz de humor pero a la vez utilizando su performances y vestuario como una forma de activismo.

“No se nace mujer:
llega una a serlo”

SIMONE DE BEAUVOIR



CONRAD VENTUR, 2012. FUENTE: ARTSY.NET



CHARLES ATLAS, NYC. FUENTE: ARTSY.NET



FOTOGRAFÍA DE NAN GOLDIN, NYC, 1991. FUENTE: ARTSY.NET



PORTADA VOGUE FRANCIA, MARZO 2017, PROTAGONIZADA POR LA MODELO BRASILEIRA TRANSEXUAL VALENTINA SAMPAIO. FUENTE: EN.VOGUE.FR



FOTO DE LOUIE BANKS. FUENTE: I-D.VICE.COM

2.3 La “Cosificación” de la mujer en la historia y su representación a través de la indumentaria

Analizando los principales hitos históricos de los últimos 200 años que han marcado la evolución de la indumentaria femenina y entendiendo los distintos conceptos que se puede entender por “lo femenino” se estudiará más profundamente una arista sociológica específica que se ha presentado en distintas culturas y épocas de la historia: la “cosificación” del género femenino, tema que se ha manifestado, entre otros factores, a través de la indumentaria.

“¿Pero en qué consiste realmente la cosificación? Se trata del acto de representar o tratar a una persona como a un objeto (*una cosa no pensante que puede ser usada como uno desea*). Y más concretamente, la cosificación sexual consiste en representar o tratar a una persona como un objeto sexual, ignorando sus cualidades y habilidades intelectuales y personales y reduciéndolas a meros instrumentos para el deleite sexual de otra persona ... El concepto de la cosificación u objetivación de las mujeres surgió con el feminismo de segunda ola, por lo que lleva rondándonos desde los años 70. Sin embargo, pese a lo relativamente reciente del término, la cosificación de la mujer no es un fenómeno nuevo, durante la Ilustración Francesa en los siglos XVII y XVIII se generó un intenso debate sobre la función de los pechos femeninos...”²³.

Este comportamiento se ha visto potenciado en ciertos periodos a partir de la indumentaria, prendas y objetos que imposibilitaban o limitaban el

movimiento y exacerbaban la sexualidad del género femenino. Diversos son los ejemplos en este ámbito; el kimono japonés; que parece una especie de camisa de fuerza, los pies de loto en China, el ajustado corsé, los incómodos miriñaques en la Edad Media y el Hiyab musulmán son sólo algunos de los ejemplos que reflejan la opresión a la cual se sometía la mujer a partir de la indumentaria. El sociólogo americano Thorstein Veblen sostiene que “en la ropa femenina se reiteraban ciertas características que, sobre todo si implicaban disminuciones en su capacidad individual, pretendían atestiguar su ineptitud física para cualquier actividad y señalar una posición social acomodada”²⁴.

Este fenómeno se mantuvo presente a lo largo de la historia, viéndose potenciado por otros factores, como por ejemplo la publicidad. “[...] En una sociedad devorada por el consumismo y donde las mujeres han pasado a convertirse una mercancía dedicada al disfrute, generalmente, del hombre. Esta forma de violencia simbólica, que resulta casi imperceptible, somete a todas las mujeres a través de la publicidad, las revistas, las series de televisión, las películas, los videojuegos, los videos musicales, las noticias, la telerealidad, etc.”²⁵.

Podemos analizar este fenómeno en la actualidad desde variados puntos de vista:

a) Por una parte existe una corriente mundial frente a la cultura de la apariencia del cuerpo, involucrando hábitos como el gimnasio, dietas o las cirugías plásticas, herramientas para poder lograr los estándares de cuerpos que se muestran en los medios de comunicación. Este patrón se ve reflejado en lo ceñido de las prendas en general, agregado a esto un excesivo uso de maquillaje y accesorios, y los incómodos zapatos de taco alto. La idea de cumplir ciertos estándares actuales de vestimenta sigue reflejando un comportamiento que parece plantearse como vestirse para satisfacer a otro más que sentirse bien con uno mismo.

b) Contrario a esto han surgido movimientos feministas que protestan por la equidad frente a los hombres, esta lucha es por tener los mismos derechos y oportunidades pero sin querer dejar de ser una mujer como tal; con sus características únicas y biológicamente diferentes.



CAMPAÑA DOLCE & GABBANA, ROPA INTERIOR, 2007.

FUENTE: FASHIONISTA.COM



CAMPAÑA TOM FORD PERFUME PARA HOMBRES, 2007.
FUENTE: FASHIONISTA.COM

2.4 Nuevo Femenino/Post-feminismo

La búsqueda de la libertad nace desde el movimiento feminista, pero finalmente incluye un espectro más amplio; la libertad y la celebración del individuo tal y como es naturalmente. Este nuevo tipo de feminismo es conocido como “post-feminismo”, el cual se define como pro-mujer, sin ser anti hombre. Específicamente describiéndose como:

“El Postfeminismo alienta a las mujeres a definir la femineidad para sí mismas. Se encarga de problemáticas ligadas a limitar u oprimir a las mujeres. Busca romper los roles y estereotipos de género existente. La opresión viene de la definición de roles de género. El Postfeminismo celebra la sexualidad y dice que las mujeres pueden ser empoderadas a través del trabajo en la industria del sexo - strippers y estrellas de cine para adultos. Además, en la era del postfeminismo, el género es visto de manera menos rígida y más fluido. Las mujeres pueden ejercer el poder sexual. El Postfeminismo se nutre de los avances en el aborto, el empleo y las leyes de fertilidad. Los postfeministas creen que el feminismo tradicional perpetúa la idea de las mujeres como víctimas, mientras que el posfeminismo se concentra en promover la idea de empoderamiento, la celebración de la femineidad, la libertad de elección y la liberación”²⁶.

Este grupo de jóvenes activistas está generando un nuevo pensamiento, dando a entender que una mujer por naturaleza posee un cuerpo bello y que no es necesario comportarse y vestirse masculinamente para ser considerada. Dentro de este movimiento se toma al vestuario como herramienta de libertad, protesta y activismo frente a sus propios cuerpos pero también frente a la manera de plantearse a la vida de esta nueva generación de mujeres. El cambio es generacional y es posible ver notorias diferencias entre el pensamiento de una madre y una hija;

mujeres jóvenes que están libres de los conceptos de maternidad o matrimonio forzados a cierta edad, viviendo muy personalmente su libertad reflejándose en conductas cotidianas como el hecho de convivir previamente al matrimonio, poder viajar solas sin la presencia de un hombre o siendo madres a edades que una generación pasada consideraría ridículo.

Si es que hoy se utilizan siluetas ceñidas en el vestuario ya no es necesariamente por una idea pre concebida de la femineidad, sino que es una decisión personal de la mujer. Movimientos como el “free the nipple” (*liberen al pezón*) buscan liberar el cuerpo frente a las conductas machistas, apelando por una detención a la explícita censura que se refleja tanto en comportamientos diarios como en las redes sociales. Un caso parecido ocurre también con lo conocido como “no body shaming” (*no a la vergüenza corporal*), movimiento que busca dejar de acomplejarse por los cuerpos y aceptarlos tal como estos son, no como “deberían” ser según los estándares actuales.

Movimientos políticos como Pussy Riot, el colectivo ruso punk feminista, o FEMEN; el contestatario grupo ucraniano, son ejemplos de cómo el cuerpo se transforma en una herramienta de activismo y lucha frente a la represión de la sociedad. De manera menos controversial se podrían mencionar desfiles con esta temática, como por ejemplo la colección de Chanel primavera/verano del 2016 en el cual se simuló una protesta feminista en donde las modelos levantaron carteles con diversos mensajes. Todos estos son ejemplos de como se está creando una nueva visibilidad para una generación que exige cambios y equidad, ya que “los estándares morales, sociales, económicos y políticos no deberían tener nada que ver con el sexo”²⁷.



PUSSY RIOT. FUENTE: UPLOAD.WIKIMEDIA.ORG



FEMEN. FUENTE: FLICKR



CHANEL, PRIMAVERA/VERANO 2016. FUENTE: HUFFPOST.COM

“To me, pink is punk. It’s not sweet. It’s not a sweet color”

PIERPAOLO PICCIOLI

DIRECTOR CREATIVO DE VALENTINO

"Para mí, el rosado es punk. No es tierno. No es un color tierno "

2.5 Rosado



SERIE "COLORS" - YOSHINORI MIZUTANI

Dentro de una investigación con foco en “lo femenino”, es clave estudiar el color al cuál lo asociamos inmediatamente; el rosado. Color que actualmente presenta una dicotomía entre lo relacionado al cliché femenino y el movimiento feminista. Sin embargo su historia data de hace muchos años atrás, siendo interesante comprender como es que se ha llegado a darle la carga simbólica que tenemos como sociedad.

Partiendo por entender la etimología de la palabra, “rosado” viene de la palabra “rosa” la cuál es descrita por el diccionario de la Real Academia Española como “Flor del rosal, notable por su belleza, la suavidad de su fragancia y su color...”, entendiéndose así que el rosado viene del vínculo a la flor del rosal, la cual posee el color conocido como rosado.

“En el Siglo XVIII era considerado perfectamente masculino para un hombre usar un traje de seda rosado y bordados florales...”²⁸ debido a que “el rosado inicialmente era considerado masculino, debido a ser un diminutivo del rojo”²⁹. Con el paso del tiempo el color adquirió el símbolo de sanidad, siendo esto reflejado en “el arte, el cual muestra como en el 1700 ambos, niños y niñas, usaban rosado... ya que durante Siglos el rosa fue asociado con “salud” y juventud”³⁰. Debido a esta razón fue que “los jóvenes, tanto hombres como mujeres, usaron vestimenta rosada, sin embargo los adultos no lo hicieron”³¹.

“Para el final del Siglo XIX y especialmente debido al aumento de popularidad de los estudios de Freud sobre teorías psicológicas de desarrollo en niños, los padres comenzaron a diferenciar el sexo de sus recién nacidos a partir de la utilización de colores. Algunos padres favorecieron el rosado para las niñas y el azul para los varones, separación que continuó por varias décadas”³². El por qué de esta decisión es explicada por el historiador francés Michel Pastoureau; el cual explica: “[...] ambos son colores pasteles, colores higiénicos, blancos ligeramente coloreados. Existe primero una idea de pureza y de inocencia en la elección de estos colores. Luego –pero solo luego– interviene una distribución que retoma una distinción relativamente antigua en la cultura occidental: el azul es masculino y el rojo es femenino.

Esta oposición de los sexos a través del azul y del rojo se instaura en efecto al final de la Edad Media (*Antes del Siglo XIII el azul no fue nunca el contrario del rojo*), y se desarrolla en la Edad Moderna”³³.

Un importante factor para que el “rosado se convirtiera en un estándar en la moda femenina luego de la primera guerra mundial, fue la introducción por parte de Christian Dior de su romántico y moderno “New Look”³⁴, surgiendo como una reacción a la severidad de las raciones entregadas a las familias post-guerra. Los hombres se reintegraban a sus trabajos y las mujeres rehacían sus vidas en sus hogares- comportamiento a lo cual las industrias reaccionaron con nuevos bienes para las dueñas de casa, en tonos de rosado chicle; entretenidos y femeninos”³⁵. Es así como “para el año 1950, el rosa ya era fuertemente asociado a la femineidad”, volviéndose a consagrar en los años ochenta, el “rosado asociado como un color femenino (*probablemente debido a la exitosa relación entre el movimiento feminista y el concepto tradicional “girly”*)”³⁶.

Todos estos hechos históricos lograron como consecuencia que “el rosado, en muchas culturas, se ha convertido en el uniforme por excelencia de las mujeres”³⁷. Actualmente y a pesar de que “el rosado está cruzando el límite de los géneros, sigue siendo considerado como un símbolo feminista. Es cosa de mirar las imágenes de la marcha por las mujeres desarrollada en Marzo de este año (2017) en Washington, en la cual se ve un mar de rosados “pussy hat”³⁸. En otras palabras, el rosa se proclama en la cultura pop y se posiciona como un símbolo de la fuerza feminista.

Concluyendo, el rosado ha evolucionado desde ser un color poderoso/masculino (*diminutivo del rojo*) en la Edad Media, pasando por representar la sanidad de los bebés, para luego simbolizar “lo femenino”; tanto desde lo cliché (*girly*) hasta el girl power (*marchas feministas*). En el caso de este proyecto particular, el rosado sirve como elemento pictórico que logra potenciar, de manera irónica, una propuesta feminista. El rosado de una mujer que elige usarlo, no siendo una víctima de la sexualización masculina, sino que un rosado fuerte, independiente y sin miedo de expresar rasgos sexuales femeninos.



MADONNA EN JEAN PAUL GAULTIERE, FUENTE: PINTEREST



HILLARY CLINTON EN UN CHANEL, CONFERENCIA DE LAS MUJERES, BEIJING, CHINA. FUENTE: YOUTUBE



SERIE "COLORS" - YOSHINORI MIZUTANI



MARCHA POR LA MUJER, WASHINGTON (2017). FUENTE: I-D VICE

2.6 Conclusiones

A partir del marco teórico y como bases para el proyecto se plantean las siguientes conclusiones:

1. La historia y la indumentaria en permanente evolución

La relación del vestuario y la cultura es muy estrecha y permanente, la indumentaria es un aspecto de la historia, evolucionan permanentemente juntas.

“Los cambios en la moda, sin importar si son generados por presiones sociales o políticas, siempre se presentan de manera estética y tienen mucho que ver con el hecho de que estamos continuamente absorbiendo la tradición de la moda y la ropa a partir de imágenes pasadas, queriendo reinventar algunas de estas imágenes y reacción en contra de otras”³⁹.

Los hitos políticos/sociales a lo largo de la historia han provocado cambios en los estereotipos, abriendo puertas a nuevas expresiones y libertades, no solamente en el campo femenino sino que afectando igualmente a los hombres. Hoy los jóvenes poseen una relación diferente de mirar el mundo y sus cuerpos a las generaciones anteriores, no siendo pasivos frente al vestuario. Este movimiento surge como consecuencia a lo sucedido con sus padres y abuelos.

2. Lo Femenino/ Cosificación del cuerpo femenino

Se entiende la variedad de caras que se pueden extraer de lo femenino, resultando el cliché un tema estereotipado e interesante, sobre todo por estar ligado tanto a aspectos estéticos como ideológicos y adquiriendo una connotación diferente al cargarse de la época en que se utiliza; expresándose de distintas maneras y reflejándose de manera directa en el vestuario.

Sin embargo, tratar al género femenino y específicamente su sexualidad como un objeto, se ha manifestado de manera constante en la historia y se ha reflejado fuertemente en la indumentaria, teniendo un reciente boom al potenciarse con la publicidad.

“La sexualización del cuerpo no sigue unívocamente a la lógica de la emancipación, pues acompaña a una comercialización del cuerpo. La industria de la belleza explota al cuerpo sexualizándolo y haciéndolo consumible. La cultura de consumo somete cada vez la belleza al esquema de estímulo y excitación. Lo bello se vuelve liso y pulido...”⁴⁰.

Hoy en día gracias a la lucha de igualdad de género del movimiento feminista, lo femenino se está convirtiendo más en una opción que en una cuestión de género, una nueva generación de mujeres busca la equidad pero no al tratar de vestirse o comportarse como un hombre, sino que siendo respetadas como seres individuales con características sexuales únicas. Provocado de esta forma una mayor libertad al momento de vestirse, teniendo las mujeres la libertad de elección, sin dejar que se les imponga una manera de vivir su propia sexualidad.

3. Rosado como lenguaje pictórico

El rosado ha evolucionado desde ser un color poderoso/masculino (*diminutivo del rojo*) en la Edad Media a, representar la sanidad de los bebés, para luego simbolizar “lo femenino”. En la actualidad el rosado genera una dualidad entre el cliché de la idea pre-concebida de la mujer y por otra parte va acorde con la propuesta activista del movimiento feminista, el cual utiliza este color como bandera de lucha.



JAMIE HAWKESWORTH PARA WSJ MAGAZINE. FUENTE: MAPLTD.COM

Proyecto

3.1 Formulación

Qué

Colección de moda –diseño de autor– que explora la idea pre-concebida de la femineidad, aplicándola a una mujer quien, de manera voluntaria, utiliza estos clichés estéticos en forma de activismo.

Por qué

Al situarnos en un contexto actual donde las mujeres luchan por reposicionar sus derechos de equidad dentro de una sociedad machista, es relevante generar relatos materiales/conceptuales para visualizar y validar una nueva forma de vivir libremente la femineidad.

Para qué

Representar desde la indumentaria las posturas de una corriente post-feminista proponiendo la utilización del cuerpo como manifestación liberadora.

3.2 Objetivos

a) General

Proyectar una nueva concepción de lo femenino actual a partir del patronaje y materialidad de una colección de moda.

b) Específicos

- Experimentar con patrones y mezcla de materiales.
- Utilizar tratamientos textiles para lograr reflejar el concepto de lo femenino.
- Potenciar la colección a partir del uso del rosado como único lenguaje pictórico.
- Producir prendas bien confeccionadas y novedosas.
- Generar un diálogo con el usuario, buscando provocar diversas reacciones emocionales.

3.3 Descripción del proyecto

El proyecto surge como una reacción frente a hechos históricos y actuales con temáticas sociales, las cuales logran generar un levantamiento de información tanto escrita como estética, proporcionando una plataforma para crear la propuesta textil. Apoyando la investigación se utilizaron imágenes seleccionadas del Siglo XX y XXI, las cuales se presentan como guías al momento de diseñar las prendas.

La colección se plantea como una narración que evoluciona a medida que van pasando los looks. Partiendo con una estética que representa lo cosificación del cuerpo femenino, esto a partir de la técnica de la elasticación de las telas; generando siluetas ceñidas, restrictivas y con poco movimiento. Las siluetas cosificadas poseen un carácter irónico y buscan resaltar y exponer el cuerpo femenino, es importante exagerar esta cualidad, a partir del patronaje y el tratamiento de telas, hasta llegar a un punto estético con características misóginas para lograr de esta manera la ironía y la narración postfeminista que se busca. Se utilizará un guiño al vestuario deportivo en esta sección; (*utilizando telas rígidas y con poca caída*) resaltando el cuerpo para así reflejar la obsesión del deporte y del cuerpo perfecto de la actualidad.

A medida que la colección se va desarrollando, comienzan a surgir prendas más experimentales con volúmenes libres y telas con mayor caída, pero siempre jugando con los conceptos del cliché femenino, representando cómo esta estética es utilizada como activismo y no como una forma de

sumisión. A partir de las formas se representa a una mujer libre de vivir su propia sexualidad como ella quiera.

“Los clichés realmente son nuestra historia cultural”⁴¹.

Al tomar los clichés femeninos como foco de investigación, se busca utilizar este lenguaje estético para reflejar el concepto, sin embargo las formas siempre serán nuevas y estarán insertas en un contexto contemporáneo en el cuál yo me encuentro inmerso como diseñador. Como plantea el artista plástico Roberto Matta:

“[...] Se trata más bien de aprender el plan que sigue la naturaleza cuando hace las flores, para inventar flores nuevas que serán unidad de fantasía y de naturaleza. La invención se atiene a la idea del objeto, pero no al objeto mismo tal como se da en la realidad. Por eso las formas son nuevas, sin perder su relación con el mundo y están trastocadas, cambiadas, revolucionadas...”⁴².

Otra característica del proyecto es que este no está enfocado hacia un mercado comercial, sino que se presenta como un proyecto ligado al arte el cual esta pensado para ser expuesto y visitado de manera presencial. Sin embargo, esto no excluye un posible interés de compra por parte de un usuario, para el cual se podría realizar una prenda puntual para vender, sin necesariamente ser prendas enfocadas para una comercialización masiva.

3.4 Usuario y contexto

El usuario se presenta como el espectador de la colección, el cual puede ser tanto una persona individual interesada en la moda, como también medios específicos del área; nacionales e internacionales. Este usuario es clave al momento de generar difusión de la colección ya que son ellos los que boca a boca o a partir de sus redes sociales exponen y divulgan la propuesta. No existe una limitación de carácter etario o sexual, ya que el interés puede surgir desde cualquier persona o entidad atraída por la moda.

Respecto al contexto de exposición de la colección se dividirá en dos:

1. Exposición digital tanto en medios de moda nacionales e internacionales como en redes sociales, en los cuales se mostrará el Lookbook realizado exponiendo el resultado final, presentando no solamente las prendas terminadas, sino que una propuesta completa (*locación, modelo, luces, estilismo**).
2. Muestra (*showroom*), la cual estará montada en la misma universidad y mostrará las prendas, las imágenes del lookbook y un texto sintetizando el proyecto. Invitando, de esta manera al usuario a poder presenciar la propuesta con mayor cercanía, permitiéndole tocar de manera directa. Es importante no solamente mostrar la colección, sino que generar una ambientación (*espacio, luces*) que logre potenciar una puesta en escena potente y coherente.

3.5 Antecedentes

Este grupo de antecedentes presenta diversas siluetas que responden a una mirada personal de diseñadores, históricos y contemporáneos, frente a lo que representa la femineidad en un punto específico de la historia. La relación de la moda con la mujer es indispensable y la evolución de propuestas en distintos tiempos refleja cómo se ha cambiado la percepción de lo que se considera femenino. Desde acortar las faldas y ceñir la cintura (*New Look*), pasando por propuestas más experimentales como la de *Commes des Garçons*, o la nueva femineidad masculina propuesta por el español Palomo Spain.



SILUETA DEL NEW LOOK DE DIOR
FUENTE: FASHIONHISTORIUM



CHANEL PRIMAVERA/VERANO 1996.
FUENTE: VOGUE



PRADA OTOÑO/INVIERNO 2015.
FUENTE: VOGUE



COMME DES GARÇONS, OTOÑO/INVIERNO 2016. FUENTE: VOGUE.COM



PALOMO SPAIN, PRIMAVERA/VERANO 2016.
FUENTE: PALOMOSPAIN.COM



VETEMENTS X LEVI'S
FUENTE: @KEINMAGAZINE



HUSSEIN CHALAYAN, COLECCIÓN “BURKA” 1996. FUENTE: PINTEREST



COMME DES GARÇONS VERANO 1997 FUENTE: ANOTHERIMG

ALEXANDER MCQUEEN VERANO 1999, FUENTE: LOOKANDFASHION

Este segundo antecedente muestra una propuesta de diseño de indumentaria que responde a una crítica social. “En 1996 Hussein Chalayan presentó una colección llamada “Burka”, un ejercicio tremendamente provocador en el que exploraba la tradición a través de burkas de diferentes tamaños, hasta llegar a convertirse en una máscara, pero sin nada debajo aspectos que la religión musulmana da a estas prendas y que se relacionan con la modestia de la mujer pero que también son interpretados como una forma de sometimiento de la mujer ante el hombre, llegando a desposeerla de identidad al cubrirle el rostro por completo”⁴³.

Dentro de estos diseñadores que utilizan su trabajo como plataforma para reflejar conceptos, vale destacar a dos de los grandes: Rei Kawakubo y Alexander McQueen. Ambos siendo los maestros de las performances, logrando causar una impresión y emoción a partir de sus teatrales presentaciones. Esto, entendiendo que el vestuario se basa en la narración de historias y en provocar una reacción más allá de construir ropa perfecta o comercial.

Es interesante la plataforma que puede dar una industria como la de la moda para hablar de temas relevantes en forma de activismo, esto se logra a partir de la narración y el diálogo con un espectador en desfiles o formatos audiovisuales. La indumentaria logra crear propuestas comunicando un mensaje sin necesariamente utilizar palabras sino que usando su propio soporte como medio de comunicación.

3.6 Referentes

Como referentes existe una corriente artística actual la cual trata el tema de la cosificación del cuerpo femenino, generando imágenes irónicas y provocativas. Se destaca puntualmente el proyecto fotográfico “Soft Tissue” de las artistas Prue Stent y Honey Long, quienes proponen una serie de imágenes que como ellas describen: “En general, supongo que sería la naturaleza elusiva de tratar de representar la feminidad. Compartimos una fascinación y apreciación por los detalles corporales, o los procesos que parecen tener vida propia. Aquellos que aluden la profunda complejidad de habitar un cuerpo, más allá de las clasificaciones culturales, el misterio inherente y la magia de ello”⁴⁴. Entendiendo de esta manera el cuerpo como un medio de expresión y emoción, generando trabajos que abran la discusión frente a temas actuales.



HARLEY WEIR



ARVIDA BYSTRÖM



“SOFT TISSUE” DE LAS FOTÓGRAFAS HONEY LONG Y PRUE STENT. FUENTE: ID-VICE

Por otra parte es en el cine donde se muestra, con alto cuidado estético, personajes femeninos que rompen con el molde establecido de lo que se piensa de la mujer en diversas épocas, generando controversia al mostrar mujeres fuertes y rebeldes. Películas como “Barry Lyndon” de Stanley Kubrick, “Maria Antonieta” de Sofia Coppola o “Lo que el viento se llevó” de Víctor Fleming son claros ejemplos de esto. Es interesante como es a partir del vestuario es que se potencian estos personajes femeninos, logrando coherencia y atractivo fotográfico.



LO QUE EL VIENTO SE LLEVÓ, 1939. FUENTE: PINTEREST

En el ámbito de la música una de las mujeres rebeldes y contestatarias ha sido Madonna, desde sus provocativas letras de canciones (“*Like a virgin*”), sus sexuales videos (“*Justify my love*”) y sus icónicos vestuarios (*sostén en punta de Jean Paul Gaultier y su estilo masoquista*) todos fuertemente ligados a lo erótico, reflejando una mujer empoderada y libre sexualmente. En particular se destaca el libro “*Sex*” (1992) considerado uno de los libros más controversiales del último siglo, siendo criticado por “haber llegado muy lejos” ya que es aquí donde Madonna combina relatos eróticos con imágenes sexuales pero de alta moda capturadas por el famoso fotógrafo Steven Meisel.



MADONNA POR STEVEN MEISEL, “SEX” (1992)

Colección

“El verdadero arte de la vestimenta convertirá nuestras prendas en fuentes de instrucción y educación”

OSCAR WILDE

4.1 Mujeres estereotipo

Dentro de la investigación en búsqueda de un lenguaje conceptual para la colección, se seleccionaron ciertas mujeres las cuales representaron un lenguaje estético de la época en el cual se utilizó el recurso de los clichés femeninos, creando personajes atractivos para las masas. Este estudio visual sirve como ejercicio para absorber códigos de mujeres icónicas, para así poder llevarlos a una propuesta contemporánea con propósitos conceptuales diferentes, por no decir contrarios, a lo que ellas representaron en su época.

Como se mencionó anteriormente, los años '30s '40s y '50s fueron épocas en las cuales surgió la idea de la mujer objeto como manera de volver a tiempos más felices y festivos durante y después de las guerras mundiales. Fue aquí donde comenzó el apogeo de las féminas del cine, las cuales a partir de su maquillaje y vestuario crearon un lenguaje visual muy potente y atractivo. Resulta interesante analizar como el uso de ciertas telas (*seda o plumas por ejemplo*) contribuyeron a crear siluetas ajustadas las cuales ciñéndose al cuerpo contribuían a esta fantasía de Hollywood.



MARILYN MONROE POR PHILIPPE HALSMAN PARA MAGNUM



JEAN HARLOW, FUENTE: PINTEREST



CARROLL BAKER. FUENTE: DOCTORMACRO



ELIZABETH TAYLOR. FUENTE: ELLE

Desde los años ochenta hacia delante se ha generado un empoderamiento en la relación de la moda y la mujer, siendo los diseñadores los que han representado a sus musas como mujeres invencibles agregándole un carácter de “Femme Fatale”. Esta narrativa se vió potenciado especialmente en los años noventa con la creación de las supermodelos; reales amazonas las cuales no solo lucían las prendas en sus increíbles cuerpos, sino que crearon una actitud frente a la vida; dueñas de sus propias vidas y tomando decisiones frente a su sexualidad, no para un hombre sino que para ellas mismas. Hoy en día podemos seguir viendo estos cánones de comportamiento en marcas como Victoria Secret, sin embargo los cánones de belleza también han seguido evolucionado ya no estando la moda obsesionada con cuerpos delgados y sin grasa, sino que abriéndose a las propias curvas de la mujer como atractivo. Es por eso que más allá del físico o de una corriente de tendencias, lo que se recoge es una actitud de poner a la mujer al frente, una actitud activa y no sumisa; como se mostró constantemente en la historia.

En este punto se comenzaron a observar ciertos códigos los cuales se trabajarían como pilares dentro de la colección. Todo lo relacionado al concepto cliché de lo femenino; prendas ceñidas al cuerpo revelando curvas y con cortes mostrando las piernas, sumado a telas brillantes de caída natural. Esto contrastado con el concepto de “lo deportivo”, la obsesión con el cuerpo, haciendo alusión al vestuario actual; cómodo con telas rígidas con poca caída, dándole un toque más moderno y generando una mezcla poco convencional entre estos dos lenguajes.

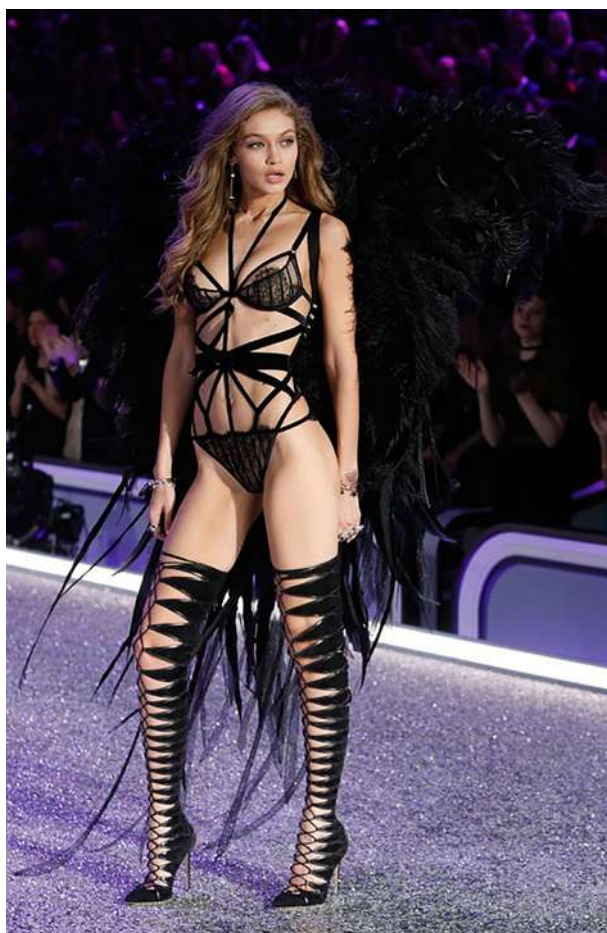


SUPERMODELOS DE LOS 90S EN CAMPAÑA DE GIANNI VERSACE.

FUENTE: ITALIANGIRLINLONDON.FILES.WORDPRESS.COM



NAOMI CAMPBELL PARA VERSACE. FUENTE: TUMBLR



GIGI HADID PARA VICTORIA SECRET. FUENTE: VOGUE.COM



KIM KARDASHIAN. FUENTE: VOGUE.COM

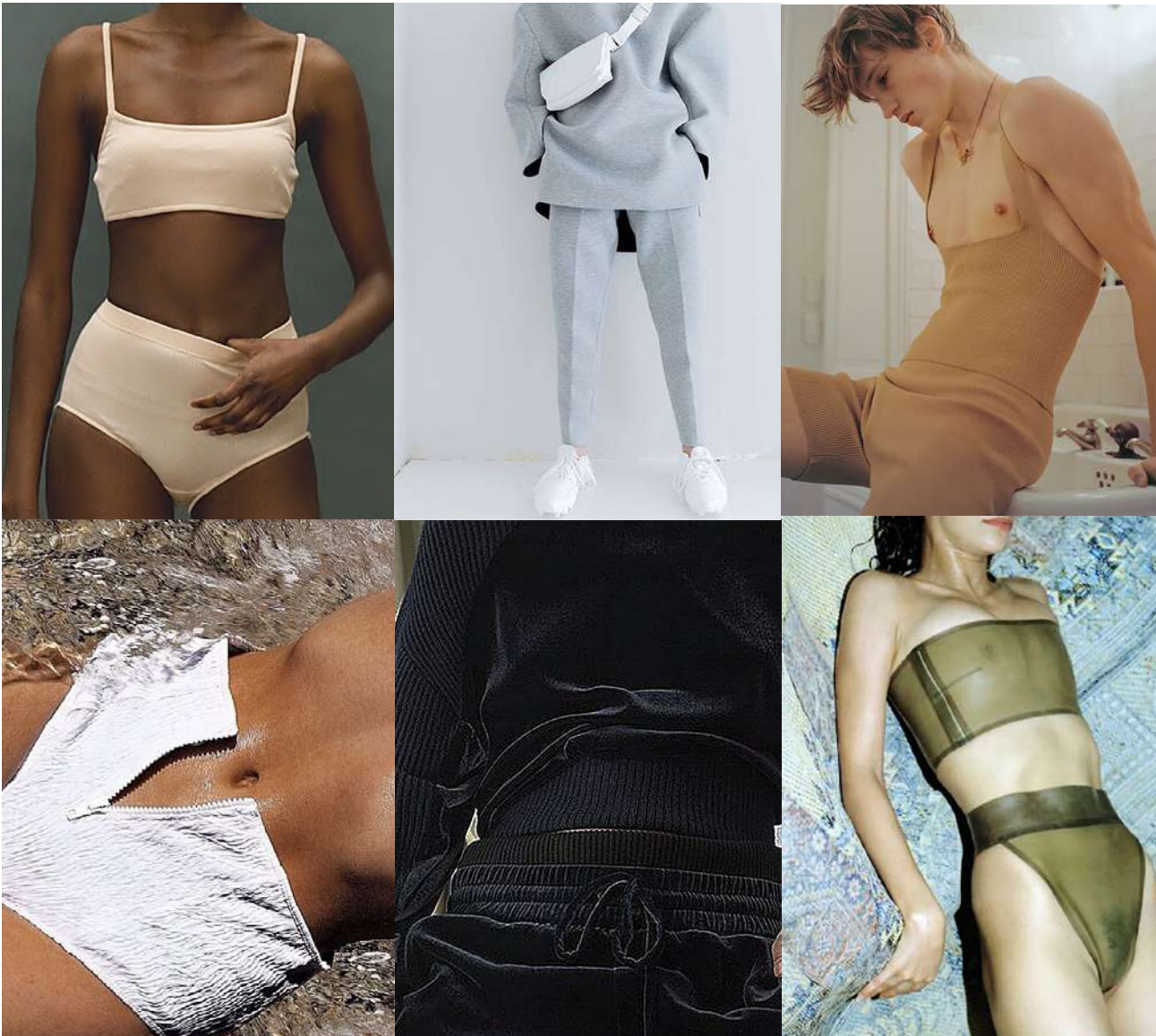
4.2 Referentes estéticos

Previamente a dibujar la colección y ya teniendo el carácter conceptual de esta, se buscaron referentes de un lenguaje visual tanto para la etapa cosificada como para la etapa liberada. El ejercicio de buscar referentes abre la conversación para analizar qué formas y patrones podrían resultar atractivos y cómo se han trabajado ciertas formas en el pasado, siempre tomándolo como un punto de inicio y de exploración.

Para lo cosificado se seleccionaron imágenes que hablan de prendas ceñidas al cuerpo pero a partir de códigos deportivos con líneas simples. A pesar de no presentar holgura, los referentes parecen revelar cierta comodidad sin exagerar en el gesto de lo apretado, concepto interesante para tomar, debido que

prendas que no resulten cómodas resultan difíciles de plantear para una mujer que decide voluntariamente sobre que vestir.

Para la etapa liberal se presentan referentes de prendas que expresan un patronaje complejo e inteligente, creando siluetas no ceñidas, con movimiento propio y altamente propositivas. Un diseñador que ha trabajado últimamente esta idea de prendas no tradicionales es Rick Owens, quien a base de confeccionar directamente al maniquí y con trabajo de drapeado logra reflejar prendas con personalidad propia.



MOODBOARD PERSONAL PRENDAS COSIFICADAS.



MOODBOARD PERSONAL PRENDAS LIBERADAS.

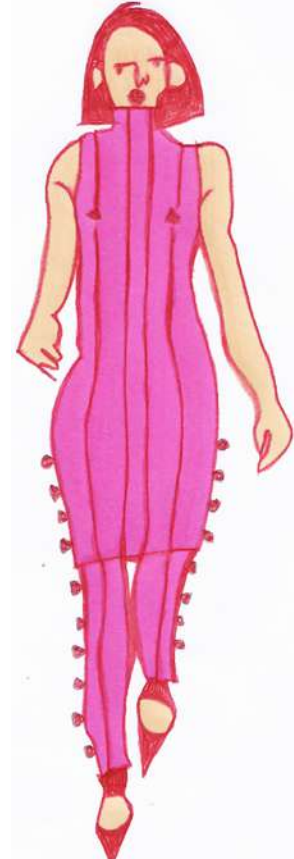
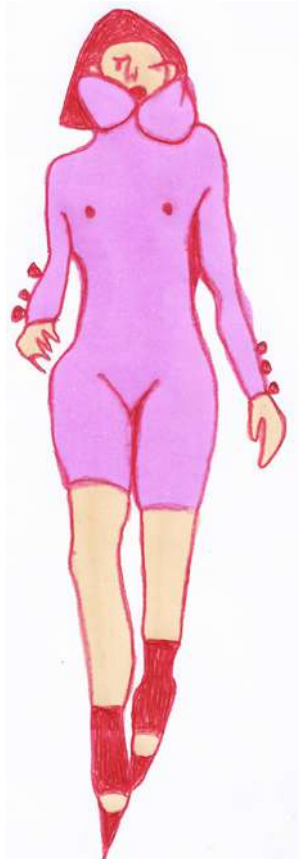
4.3 Gama de colores

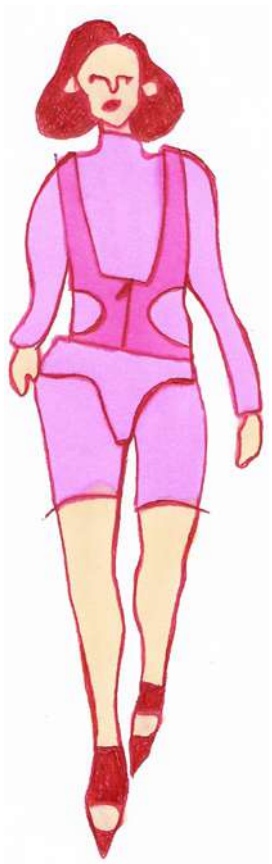
Como primera aproximación se pensó en utilizar los colores rojo y rosado como única paleta; representando el rosado los clichés y el rojo la parte fuerte de las mujeres. Sin embargo, una vez más avanzado el proyecto se tomó la decisión de trabajar con el rosado como único color, generando una paleta de varios tonos para así provocar una relación más directa entre la idea conceptual de las mujeres y su femineidad, variando más las formas que el color.



4.4 Bocetos

Los bocetos surgieron como respuesta a la investigación pero también con una dosis subjetiva por gustos y formas personales. Se buscó generar la narración/evolución de formas desde lo cosificado y deportivos, hasta lo más complejo y liberado. Proponiendo la elasticación como tratamiento textil; el cual sirve como manera de reflejar la cosificación y también como un elemento de cohesión entre looks.





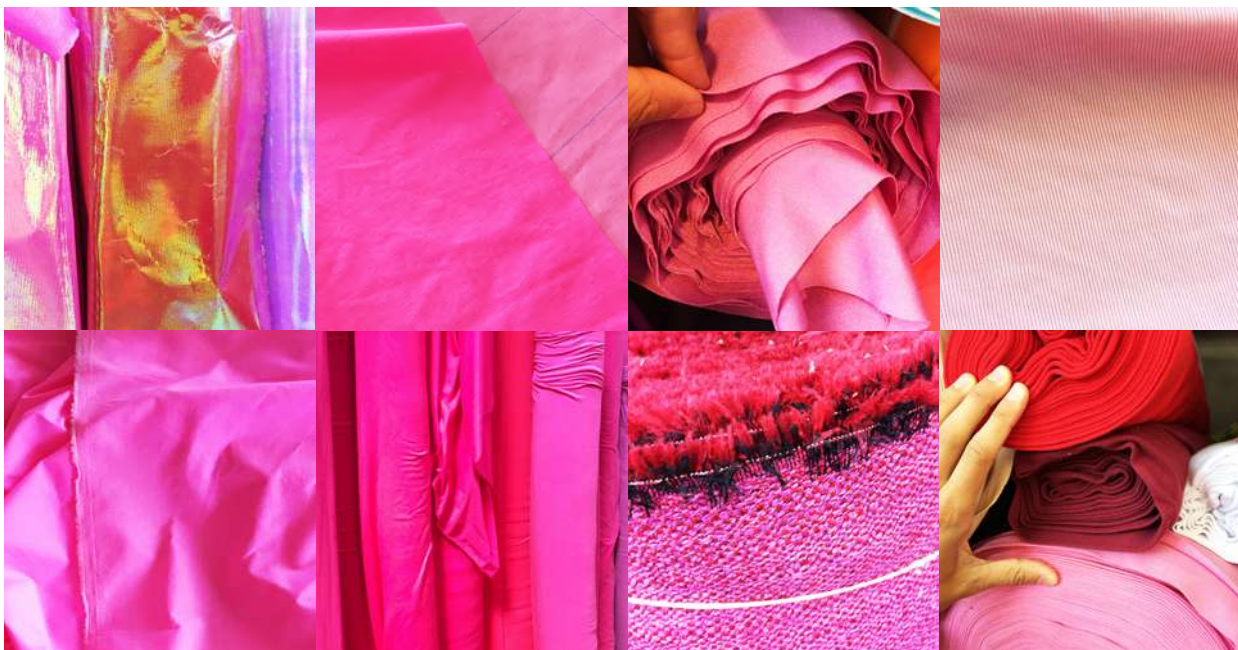
Proceso



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PRUEBA FINAL.

Antes de narrar el desarrollo material de la colección es importante aclarar que en este tipo de proyectos existe una fluidez del proceso; esto significa que no se busca llegar a un resultado específico al partir el trabajo (*que en este caso podrían ser los bocetos*), sino que es la misma experimentación la que genera descubrimientos que van haciendo evolucionar la colección. Ciertas pruebas materiales pueden parecer más interesantes que otras, invitando a explorar y continuar por cierto camino, sin tratar de olvidar la base conceptual que sustenta el proyecto.

5.1 Materiales



FOTOGRAFÍAS DE AUTOR TOMADAS EN INDEPENDENCIA.

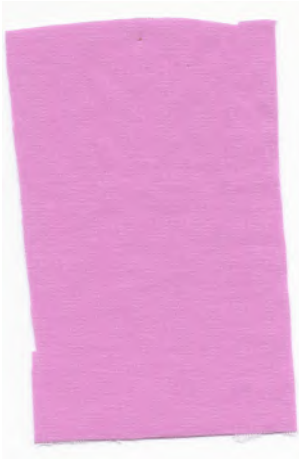
Selección de telas

Se comenzó por investigar que telas, específicamente de color rosado, ofrecía la calle de comercio textil Independencia. La oferta se inclinaba hacia telas sintéticas elasticadas o planas bastante rígidas, sin embargo existieron ciertos casos puntuales que llamaron mi atención tanto por su color como por sensación táctil.

Finalmente, y agregándose durante el proceso, se decidió trabajar con seis telas principales las cuales se relacionaron en tres grupos conceptuales:

1. “Lo deportivo”: para reflejar este concepto se trabajó con dos telas: el puño (*tela elasticada*) debido a su capacidad de estiramiento y el taslan debido a su capacidad rígida e impermeable.
2. “Lo cliché”: para representar este concepto de trabajo con telas sintéticas, muy brillantes y suaves al tacto. Se eligió el raso y satín de fantasía debido a su buena caída, revelando el cuerpo que las usa.
3. “Lo transparente”: se decidió trabajar con malla color piel, debido a su carácter erótico de revelar el cuerpo.

Taslan (1)



Puño (1)



Raso (2)



Satín (2)



Satín (2)



Malla (3)



5.2 Elasticado

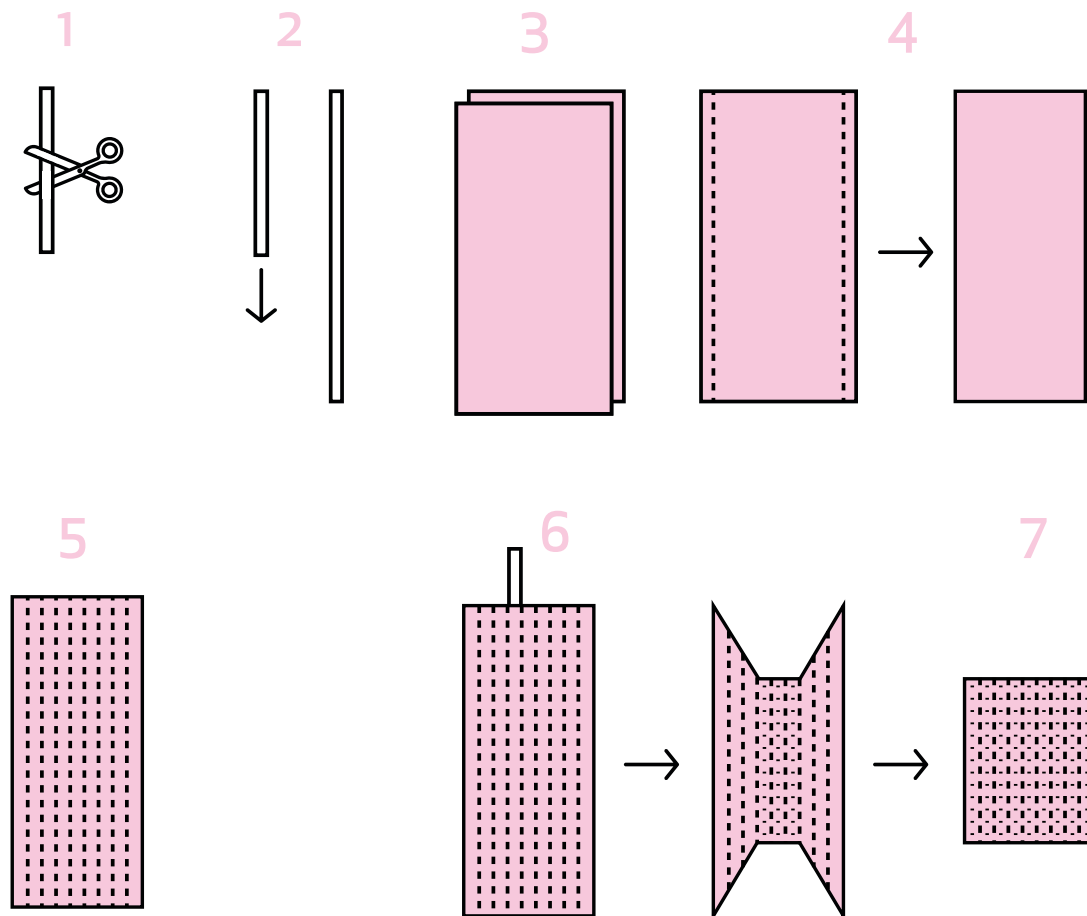
Al experimentar se buscó un tratamiento textil que reflejara el concepto de la cosificación, siendo el elasticado una técnica que lograba cumplir debido a su característica de ceñir al cuerpo de manera exagerada, aparte de su carácter deportivo; transformándose así en el fuerte conceptual de la colección.

Perfeccionar la técnica llevó varios ensayos y errores, debido a lo difícil de controlar líneas perfectas y paralelas una tras otra, sobretodo en piezas que utilizaban este recurso en gran cantidad. Finalmente se logró perfeccionar, convirtiéndose en uno de los elementos gráficos más potentes de la colección y constando con los siguientes pasos de construcción:

1. Cortar el elástico de la medida a la cual se quiere llegar (*ancho de cintura por ejemplo*).
2. Calcular cual es la medida del máximo estiramiento del elástico.

3. Cortar doble la pieza de tela a elasticar con la medida del largo calculada en el punto anterior.
4. Coser por los costados (*por el revés*) formando un cajón y dar vuelta.
5. Marcar líneas horizontales y luego coser, generando “canales” separados para cada elástico.
6. Pasar y fijar con una costura los elásticos de extremo a extremo, generando el recogido.
7. Terminar al unir los dos extremos y haciendo terminación con máquina overlock.

Aparte de esta forma de elasticado se debió buscar otra alternativa, ya que el resultado es muy rígido. Se trabajó de forma paralela con el mismo proceso, pero en vez de generar los canales, cosiendo elásticos muy delgados por las líneas marcadas, proceso considerado como el clásico elasticado.





FOTOGRAFÍA DE AUTOR; PROCESO DE ELASTICADO.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR; PROCESO DE ELASTICADO.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR; PROTOTIPO DE ELASTICADO.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR; ELASTICADO FINAL.

5.3 Proceso de construcción (patronaje)

Una vez perfeccionada la experimentación del elasticado se prosiguió a generar el patronaje de las prendas, proceso que consta con los siguientes pasos para cada prenda:

1. Traspasar las formas del boceto a un molde o patrón.
2. Probar el molde en papel, uniéndolo.
3. Hacer correcciones.
4. Hacer prototipo textil a partir de las correcciones (*tela no final*).
5. Probar en una modelo, preguntando por la comodidad.
6. Hacer correcciones finales.
7. Realizar la prenda definitiva (*tela final*).

Normalmente se trabaja con un tipo de silueta particular en una colección, generando ciertas convenciones de patronaje: altura de cortes, holgura, factores estéticos, y a partir de esto se crean patrones bases los cuales se modifican para lograr variadas prendas.

En este caso particular se trabajó con cortes que resaltarán las características de la mujer, como por ejemplo cortes sobre el busto, dándole un carácter deportivo y provocador. Por otra parte se trabajó mucho con telas elásticas y tratamientos de elasticación con los mismos fines de exageración del cuerpo femenino.

En ciertos casos se trabajó con patronajes directamente al maniquí, especialmente en el caso de reutilizar una prenda la cual se rechazó en su forma original, dándole un nuevo uso al probarla directamente en el maniquí; casos como estos se muestran en el siguiente punto.

Un punto clave de cualquier tipo de patronaje es la transformación de las telas para lograr ciertas cualidades estructurales, en el caso de esta colección se utilizaron entretelas para dar más firmeza y rigidez a ciertas piezas. Resulta interesante experimentar estas técnicas con diferentes telas, ya que cada una responde de manera diferente a estos tratamientos.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR; CONJUNTO DE MOLDES APILADOSVV.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR; MOLDES DE BODY ESPALDA ABIERTA.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, CORRECCIONES DE PROTOTIPOS.

5.4 Experimentación y confección

Una vez realizado el patrón se realiza la confección de la prenda, con las telas finales de la colección. Se comienza por cortar las partes de la prenda, para luego ensamblarlas unas con otras tanto utilizando la máquina de coser como con costuras a mano cuando lo requiere.

A continuación se presentan una serie de casos de la misma colección, mostrando prototipo y la evolución de las prendas hasta llegar a su estado final.

5.4.1 Prendas “Cosificadas”

A pesar que el proceso de confección fue bastante intuitivo, se ordenará en este informe dentro de dos grupos de prendas. Partiendo por las prendas que buscan representar la cosificación del cuerpo femenino, dentro de este grupo se trabajó tanto con telas elásticas como con el proceso de elasticación mencionado previamente. Se buscó una holgura ceñida al cuerpo a partir de cortes deportivos.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROTOTIPOS PREVIOS A TRABAJAR CON EL ELASTICADO



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROTOTIPO ELASTICADO



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, ELASTICADO FINAL

1. Peto elasticado:

Se comenzó por trabajar con la elasticidad propia del material, experimentando al incluir un elástico en la zona interior para generar bucles. Sin embargo finalmente se utilizó la técnica de elasticación previamente explicada para lograr una prenda más simple y coherente con la estética de la colección. Terminando un peto recto elasticado en todo su ancho y largo, el cual simuló un tipo de corsé debido a su capacidad de apretar la zona del busto.



CICLISTA NAIRO QUINTANA. FUENTE: PINTEREST

2. Body:

Para comenzar a trabajar con telas elásticas utilicé un body deportivo comprado en la ropa usada, el cual separé en piezas para luego sacar el molde y entender los niveles de elasticidad. Sin embargo este tipo de copia nunca es exacta ya que las telas nunca poseen exactamente la misma elasticidad.

El molde realizado previamente buscaba mostrar un corte estilo traje de baño de los años '90s, muy alto y exagerando las formas del cuerpo femenino, mezclando con la referencia de los trajes deportivos de los ciclistas. El primer prototipo realizado se confeccionó con retazos de telas elásticas de la ropa usada, experimento que generó una atractiva espalda abierta. La prenda final se realizó luego de varios prototipos para lograr ajustarse al cuerpo de manera adecuada.

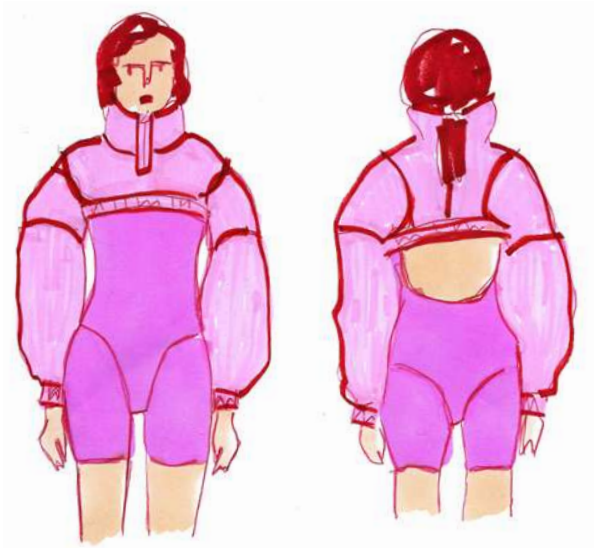


FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.

3. Chaqueta deportiva:

Para confeccionar esta prenda se buscaron dos objetivos principales; por una parte provocar un corte sobre el busto para destacar esta área, y por otra parte que esta prenda pudiera dialogar con el body mostrado anteriormente, creando una relación en la espalda entre el corte de la chaqueta y la apertura del enterito.

En primera instancia se trabajó con una silueta oversize la cual se ajustaba sobre el busto a partir del elástico, sin embargo finalmente se simplificó la holgura, creando líneas más rectas en las mangas para así centrar la atención en el corte más que en lo abultado de la prenda.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, BOCETOS DE PRENDA.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROTOTIPO EN TELA CREA.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.

4. Abrigo deportivo:

A partir de la misma estructura de la chaqueta deportiva se decidió confeccionar un abrigo largo, el cual se uniera en su parte baja a partir de un cierre que separa el busto en dos partes, siendo un corte provocador y completamente sexualizado.

En este prenda se jugó a la ironía, mezclando un lenguaje muy deportivo en sus cortes y tela, pero con una amplia falda y cintura muy ajustada, altamente femeninos.

Estructuralmente esta prenda fue uno de los mayores desafíos de la colección, tanto por sus terminaciones como por el trabajo de elasticado de la cintura, ya que recién después de variados intentos se pudo lograr las curvas y el ajuste perfecto en la zona media.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE ELASTICADO.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.



5. Shorts:

Los shorts surgen con la idea de generar un cruce de direcciones; horizontales en la zona del calzón y verticales en las piernas, buscando generar ángulos rectos entre ellos. Sin embargo una vez realizadas las piernas se pudo apreciar que la textura era muy gruesa, por lo que aumentaba mucho el volumen del cuerpo. Debido a esta observación se decidió dejar solo las piernas con esta textura y mantener el calzón sin experimentación textil.

En un comienzo se generó un prototipo en el cual el calzón llegaba a un punto medio entre la cadera y la cintura, sin embargo finalmente se decidió aumentar el largo y mantener un corte a la cintura, para así poder equilibrar el peso de las piernas.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE PROTOTIPADO.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.

6. Vestido deshilachado:

A manera de prototipo se realizó este vestido con aberturas en la zona del abdomen y utilizando la elasticación tradicional. Al confeccionarlo no se generaron terminaciones por lo que los bordes se comenzaron a deshilar, sin embargo esto no se vio como algo negativo sino que todo lo contrario, esta terminación “orgánica” contrastaba con el trabajo meticuloso de los elásticos.

Se decidió utilizar este recurso como lenguaje de la colección ya que sirvió como nexo para llegar desde las “prendas cosificadas” hasta las “prendas liberadas”, las cuales también utilizarían esta terminación. Se sintió de alguna forma como que las prendas por si mismas expresaban cierta rebeldía a tan estricto tratamiento, rompiendo esta estética perfecta del elasticado.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, VESTIDO FINAL



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PRUEBA DE ELASTICADO



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, COLLAR ELASTICADO/DESHILACHADO

5.4.2 Prendas “Liberadas”

Para lograr prendas poco tradicionales que reflejaran una libertad de movimiento se trabajó de manera poco convencional. Muchas veces partiendo de una idea pero cambiando totalmente en el proceso; girando la forma, cortando y uniendo. La utilización del deshilachado le entregó mayor movimiento a estas prendas que no buscaron ceñirse al cuerpo, sino que tener su propia caída.

Para comenzar se hizo el ejercicio de trabajar con tiras de raso, generando caídas interesantes y poco convencionales, para luego trabajar con collage digital logrando formas que quizás jamás hubiesen surgido trabajando directamente en la tela.



COLLAGE PERSONAL PRENDAS LIBERADAS.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROTOTIPOS Y EXPERIMENTACIÓN.

1. Top

Haciendo el mismo ejercicio de partir con una tira rectangular de tela y adhiriéndola al maniquí en forma de buscar caídas naturales pero diferentes es como surgió esta prenda. El mayor desafío fue el de traspasar el prototipo, confeccionado en una tela muy rígida, hacia una tela de raso o taslan. Se emplearon diferentes métodos de prueba, sobre todo el entretelado para hacer más dura ciertas partes, sin embargo estas telas más volátiles perdían sus características al querer transformarlas.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROTOTIPOS Y EXPERIMENTACIÓN.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, FALDA ORIGINAL.

2. Falda/top

Este fue un caso de transformación, se comenzó por diseñar y confeccionar una falda tableada. Sin embargo el resultado no logró cumplir con las expectativas, debido a tener un carácter de disfraz. Para no perder el trabajo y tiempo puesto en la falda, se experimentó con su forma hasta llegar a un top que al utilizar la estructura sin modificarse, resultó atractivo y novedoso.

Para sostener la estructura se generó una base de malla la cual buscaba ser invisible, dando la impresión de que no estuviera presente y que solo la falda flotara en el cuerpo, per nuevamente este proceso trajo como consecuencia la adhesión de la malla y este lenguaje ceñido y revelador a la colección, pasando de ser una solución técnica a un aporte conceptual. Es así como se confeccionó otra copia de la base, esta vez como prenda por si sola, ya que la forma aportaba al concepto de cosificación, y además se experimentó en nuevas con este mismo lenguaje.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, BASE REPLICADA.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, EXPERIMENTACIÓN.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PRENDA FINAL.

3. Falda

A partir de una muestra en miniatura que se realizó para probar el elasticado es como surgió la idea de realizar una falda. Se ilustró un collage digital para ver como quedarían las proporciones en una modelo, sin embargo al confeccionarlo el proceso llevó a otro resultado. Al generar el elasticado de la cintura se pudo ver que el ancho de la falda no iba a ser el suficiente para elasticar y a la vez presentar el volumen que se buscaba, por lo que se decidió aplicar una segunda solución, no elasticando el cuerpo sino que solamente las zonas altas y bajas, dejando como terminación el deshilachado y una amplia zona media. Una vez más avanzada se probó como vestido, lo cual al acinturar resultaba más atractivo que la falda.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PRUEBA DE ELASTICADO.



COLLAGE DIGITAL DE AUTOR.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.

4. Vestido

Con la idea de llevar al extremo las “prendas liberales” se pensó en diseñar una falda que reuniera tanto el deshilachado como el elasticado. Se trabajó la tela base cosiendo hileras de telas y dejando 10 centímetros de unión hacia el exterior, para luego cada hilera ser elasticada, sin embargo una vez confeccionada la primera línea se decidió cambiar de rumbo, probando hacer un vestido en vez de la falda, para finalmente cambiar de nuevo la forma del vestido para llegar a la prenda final. Todas estas uniones irían deshilachadas logrando mucho movimiento y una silueta suelta.



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.



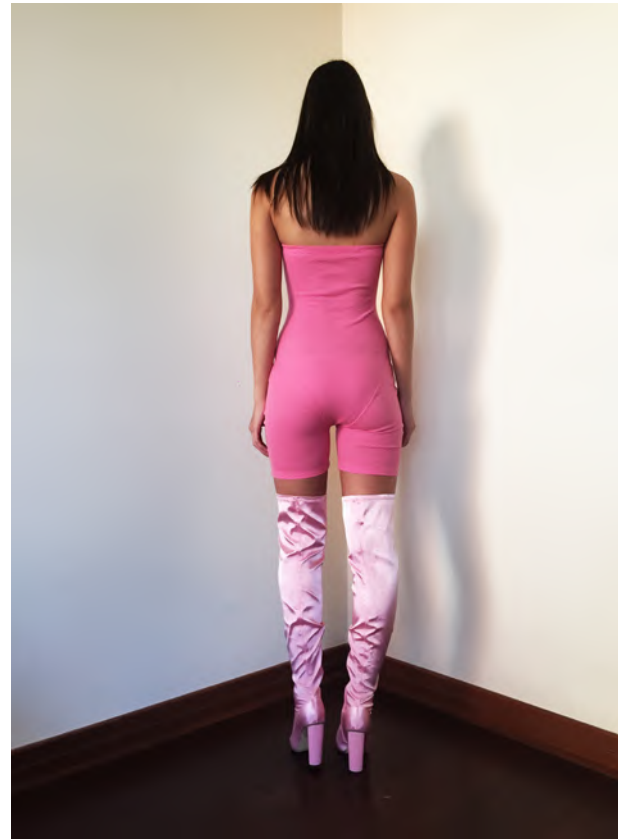
FOTOGRAFÍA DE AUTOR, PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.

5.4.3 Prueba final

Dos semanas previas a la realización del Lookbook se realizó una prueba de calce con las prendas listas hasta el momento. Se trabajó con una modelo para ver la ropa en condiciones lo más parecido a las fotos, viendo tanto errores de confección como posibles combinaciones de estilismo. El resultado fue positivo, fueron pocas las prendas las que hubo que corregir, dejando un margen de dos semanas para confeccionar prendas extras para la colección.



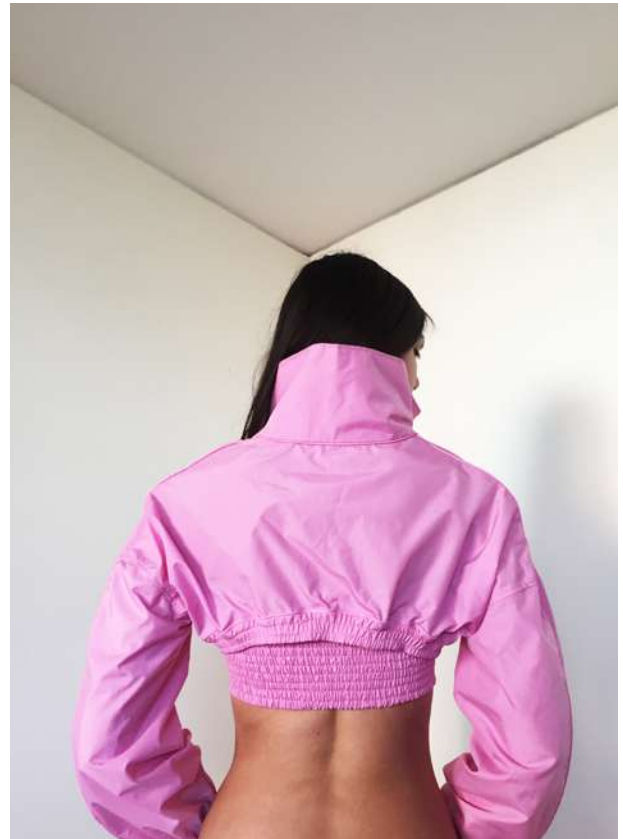
FOTOGRAFÍA DE AUTOR, CORRECCIONES FINALES



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, CORRECCIONES FINALES



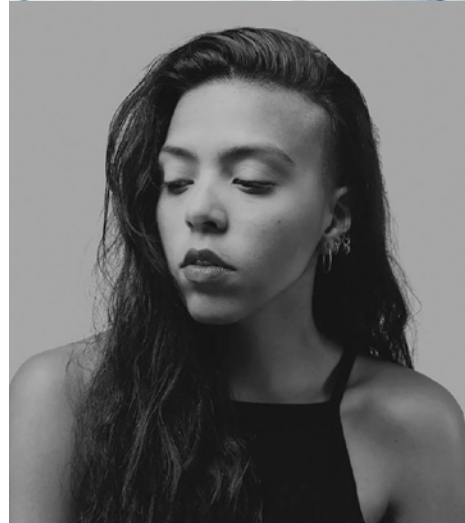
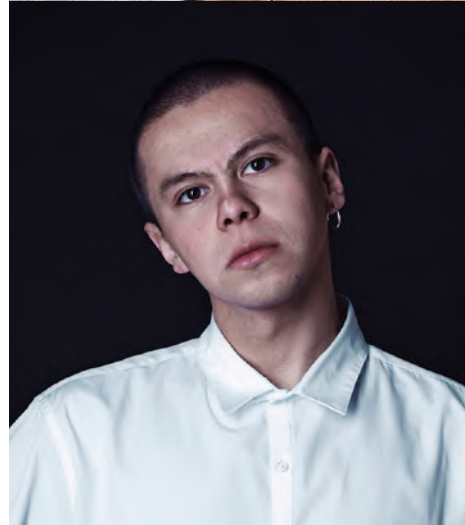
FOTOGRAFÍA DE AUTOR, CORRECCIONES FINALES



FOTOGRAFÍA DE AUTOR, CORRECCIONES FINALES

5.4 Lookbook

Parte importante del resultado de toda colección es lo que se proyecta en el Lookbook, siendo este una herramienta no solo para mostrar las prendas sino que realizando una propuesta completa; generando un ambiente, utilizando una locación pertinente, mostrando la ropa de la mejor manera posible vestidas por una modelo seleccionada a la cual se le aplica un maquillaje y pelo para así, con la combinación de todos estos elementos, lograr imágenes coherentes y potentes.



5.4.1 Equipo

Al momento de seleccionar al equipo con el cual realizar las imágenes se contó con el apoyo del estilista Esteban Pomar, el cual se encargó de contactar tanto al fotógrafo como a la modelo y maquilladora. Los encargados de tomar las fotografías fueron José Noli y Hugo Provoste (*Noli Provoste*) conocidos por generar imágenes de moda muy bien pensadas y con el recurso de un retoque y tratamiento de color impecables. Para encargarse del maquillaje se trabajó con la joven maquilladora Nicole Ossandón; conocida por su experimentación en esta área, logrando resultados novedosos y con un vibra contemporánea. Para generar un entendimiento de la idea de la colección y de lo que se buscaba en términos visuales se realizó un PDF, el cual narraba tanto de manera escrita como visual (*referentes*) el resultado que se esperaba, agregando todas ideas personales las cuales potenciaron las imágenes finales.

5.4.2 Referencias/mood

El ambiente que se plantea lograr en las fotos es un mundo de fantasía; un planeta paralelo al cual se le dio características conceptuales de Venus por ser un mundo femenino acorde a la colección. Se tomó la decisión de crear un ambiente con nubes lilas y suelo de rocas en el cual la modelo estaría inserta posando de manera geométrica y con una actitud dura y empoderada. Como principal referente se tomó la campaña de la marca Balenciaga del año 2010, en la cual se logra generar un ambiente de fantasía pero siempre destacando la ropa.



HARPER'S BAZAR 2016. FUENTE: FASHIONEDITORIALS.COM



CAMPAÑA BALENCIAGA 2010. FUENTE: PINTEREST

5.4.3 Locación

Para generar esta ambientación se utilizará el estudio fotográfico de los Noli Provoste; transformándolo a partir de la utilización de arena negra para el piso y un fondo verde al cual se le agregará en post producción las nubes lilas. El recurso de la arena ya ha sido utilizado previamente en el mundo de la moda, teniendo como dos grandes referencias el desfile de Prada del año 2015, en el cual se generó un gran cerro de arena morado en la mitad de la pasarela, y por otra parte la campaña de Versace del año 1993, en la cual se simuló un desierto con montes en el cual las modelos posaron con la ropa de la colección.



ESCENARIO PRADA VERANO 2015. FUENTE: VOGUE.COM



LINDSAY WIXON PARA I-D. FUENTE: I-D.VICE.COM



CAMPAÑA VERSACE 1993. FUENTE: TUMBLR

5.4.4 Selección de modelo

Al momento de seleccionar la modelo se buscó una cara especial que lograra representar a esta nueva femineidad; joven y diferente. Se eligió a la modelo Lillian de la agencia chilena We Love Models debido a sus rasgos polinésicos, los cuales logran darle un giro a la modelo clásica.

5.4.5 MakeUp+Pelo

El maquillaje y pelo fueron pensados para potenciar la idea del cliché de la mujer, utilizando de manera irónica una peluca rubia, casi blanca, con caída perfecta, esto sumado al uso de lentes de contacto azules y un maquillaje limpio. Generando así una propuesta altamente plástica, irónica y fresca.



LILIAN, FUENTE: WELOVEMODELS



STEVEN KLEIN 'SUPER EIGHT' PARA L'OFFICIEL SINGAPORE



SOO JOO PARK POR DARIO CATELLANI

5.4.6 Resultado

5.6 Medios de difusión

Las imágenes finales se publicarán de manera exclusiva en el sitio web ModaCl; plataforma online la cual difunde proyectos de moda nacionales. La publicación constará con un reportaje incluyendo tanto el lookbook como una explicación escrita de la investigación base de esta colección. Luego se prestarán las prendas a diversos productores nacionales los cuales las incluirán en producciones de moda, generando atención de manera indirecta a partir de los créditos en las revistas.

Previamente al lanzamiento de la colección se le prestó una de las chaquetas al estilista Esteban Pomar para fotos de la revistas Caras, es interesante que sin haberle narrado el concepto, se usó la prenda con una actitud feminista, mostrando el cuerpo y creando, a partir de la modelo, a una mujer fuerte y segura de su cuerpo.



REVISTA CARAS, JUNIO 2017. FUENTE: CARAS.CL

Pasos futuros

Una vez realizado el showroom y el lookbook se utilizarán las imágenes para postular a concursos de diseñadores jóvenes tanto en el extranjero como en Chile. Se partirá mandando una aplicación a Vfiles; plataforma de Nueva York que busca jóvenes diseñadores alrededor del mundo para realizar su desfile semestral en el Fashion Week, resulta atractivo probarse en una industria más consolidada, la cual tiene una voz experta al momento de generar un opinión sobre una propuesta textil.

En el ámbito nacional se postulará a desfiles como VistelaCalle o Latintrends; desfiles que promueven talentos nacionales, dándoles una plataforma de exposición.

Conclusiones Personales

A un nivel personal, me es muy gratificante haber podido realizar mi proyecto de título en el área de indumentaria. Disciplina que cobra un sentido profundo en el desarrollo que he adquirido dentro del período universitario, tanto al cursar los ramos ofrecidos en un contexto académico, como a través de cursos extra programáticos de confección y patronaje que me aportaron un conocimiento de los aspectos técnicos del proceso de creación; los cuales son clave para lograr el desarrollo de cualquier propuesta textil de calidad.

Al lograr mezclar los ámbitos metodológicos y técnicos, he podido potenciar un proceso que pese a tener mucho de intuición, se ve fortalecido por las metodologías, la observación y análisis que propone la Escuela de Diseño UC. Consiguiendo detectar problemáticas en usuarios específicos, para potenciar una investigación y una propuesta coherente.

Considero un privilegio haber podido tomar este último tramo de la carrera para explorar y experimentar dentro de un área que considero un lenguaje personal, generando diseños que no continúen la tendencia de un constante recambio textil, sino que al ser piezas únicas, valoren el oficio tradicional y logren aportar a la libre expresión generada, a partir de la indumentaria como soporte.

Glosario

1. **Cross-Dressing:** acción de vestir prendas asociados al sexo contrario.
2. **Drag Queen:** artista o cantante masculino que actúa vestido con atuendos propios de mujer (peluca, zapatos de plataforma, etc.) y exhibe maneras exageradamente femeninas.
3. **Drapeado:** colocar o marcar los pliegues, generalmente de una prenda de vestir, para darles la caída necesaria.
4. **Entretela:** tela que se pone, generalmente mediante un sistema de pegado en caliente, como refuerzo entre el tejido y el forro de algunas partes de prendas de vestir, por ejemplo de una solapa o un bolsillo.
5. **Estilismo/Estilista:** profesional que se dedica a asesorar sobre la vestimenta, el peinado y, en general, la imagen y estética de sus clientes, normalmente tomando como guía la moda o tendencias del momento.
6. **Femme Fatale:** personaje tipo, normalmente una villana que usa la sexualidad para atrapar al desventurado héroe. Se la suele representar como sexualmente insaciable.
7. **Free the nipple:** corriente que defiende el cuerpo femenino y el derecho a exhibirlo sin criminalizar a la mujer que lo hace.
8. **Girl Power:** slogan que promueve y celebra el empoderamiento femenino; su independencia y autonomía.
9. **Girly:** persona o cosa muy femenina y delicada, propio de las chicas pero con una connotación peyorativa.
10. **Lookbook:** Colección de fotografías compiladas para mostrar a un modelo, un fotógrafo, un estilista o una línea de ropa.
11. **Look:** conjunto de prendas las cuales puestas en una persona corriente o moldeo reflejan un estilo particular de vestir.
12. **Showroom:** espacios abiertos en los que los diseñadores o fabricantes exponen sus nuevas colecciones con objeto de darlas a conocer a compradores y consumidores. Se dan en la industria del calzado, joyería y moda en general.
13. **Silueta:** Forma que presenta un objeto o cuerpo sobre el fondo en que se destaca.
14. **Oversize:** prendas mucho más grande de su tamaño regular, medidas desproporcionadas.
15. **Patronaje:** sistema de organización de la construcción de una prenda de vestir.
16. **Pussy hat:** gorro rosado con dos cachos simulando un felino, utilizados en marchas feministas como símbolo de unidad y protesta.

Bibliografía

- 1 Nicola Squicciarino. (1998). *El origen del vestido*. En *El vestido Habla*(48). España: Ediciones Cátedra S.A.
- 2 Museo Larco, Lima, Perú.
- 3 Pablo Pena González. (2011). *Historia del traje*. 03/09/2016, de <http://historiadeltraje.blogspot.cl/> Sitio web: <http://historiadeltraje.blogspot.cl/search/label/A.%20Salutaci%C3%B3n>
- 4 Museo Antropológico, Ciudad de México.
- 5 Nicola Squicciarino. (1998). *Comunicación no verbal, psicológica y semiótica*. En *El vestido Habla*(20). España: Ediciones Cátedra S.A.
- 6 Nicola Squicciarino. (1998). *Prefacio*. En *El vestido Habla*(9). España: Ediciones Cátedra S.A.
- 7 Nicola Squicciarino. (1998). *La moda y el espíritu del tiempo*. En *El vestido Habla*(171). España: Ediciones Cátedra S.A.
- 8 Museo de la moda. (2008). *La primera Guerra Mundial y el nuevo rol de la mujer*. En *Guerra y Seducción*(7). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 9 Museo de la moda. (2008). *La primera Guerra Mundial y el nuevo rol de la mujer*. En *Guerra y Seducción*(9). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 10 Museo de la moda. (2008). *La primera Guerra Mundial y el nuevo rol de la mujer*. En *Guerra y Seducción*(9-10). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 11 Museo de la moda. (2008). *La era Garconne; hacia un nuevo ideal*. En *Guerra y Seducción*(28). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 12 Museo de la moda. (2008). *La era Garconne; hacia un nuevo ideal*. En *Guerra y Seducción*(28). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 13 Museo de la moda. (2008). *Exótico y Ecléctico*. En *Guerra y Seducción*(58). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 14 Museo de la moda. (2008). *Los años de posguerra: la era del glamour*. En *Guerra y Seducción*(142). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 15 Museo de la moda. (2008). *Los años de posguerra: la era del glamour*. En *Guerra y Seducción*(143). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 16 Museo de la moda. (2008). *Los años de posguerra: la era del glamour*. En *Guerra y Seducción*(142). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 17 Museo de la moda. (2008). *Los años de posguerra: la era del glamour*. En *Guerra y Seducción*(145). Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- 18 Real Academia Española. *femenino*, na. 08/04/17, de RAE Sitio web: <http://dle.rae.es/?id=HjghBNR>
- 19 Varios. (varias). *Feminine*. 10/04/2017, de [urbandictionary.com](http://www.urbandictionary.com) Sitio web: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=feminine>
- 20 Muyinteresante. (2013). *¿Cuál es el origen de las drag queens?*. 21/05/2017, de muyinteresante Sitio web: <http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/cual-es-el-origen-de-las-drag-queens-831416819950>
- 21 Amelia Abraham. (2017). *A Brief History of Drag in the Art World*. 21/05/2017, de Artsy Sitio web: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-history-drag-art>
- 22 Stephanie Racca. (2017). *A Brief History Of Drag Queens*. 21/05/2017, de The odyssey Sitio web: <https://www.theodysseyonline.com/history-drag-queens>
- 23 Bollosapiens. (2013). *La cosificación sexual: representación de la mujer en los medios*. 11/05/2017, de orbitadiversa Sitio web: <https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/>
- 24 T. Veblen. (1949). *La teoría della classe agiata* (144). Turín, Einaudi
- 25 Bollosapiens. (2013). *La cosificación sexual: representación de la mujer en los medios*. 11/05/2017, de orbitadiversa Sitio web: <https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/>
- 26 Rosalind Gill. (2015). *Postfeminism*. 29/06/2017, de [revoly.com](http://www.revoly.com) Sitio web: <https://www.revoly.com/main/index.php?s=Postfeminism>
- 27 Cott, Nancy F. (1987). *The Grounding of Modern Feminism*(282). New Haven, Connecticut: New Haven.
- 28 Anna Broadway. (2013). *Pink Wasn't Always Girly*. 15/03/17, de The Atlantic Sitio web: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/08/pink-wasnt-always-girly/278535/>
- 29 Anna Broadway. (2013). *Pink Wasn't Always Girly*. 15/03/17, de The Atlantic Sitio web: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/08/pink-wasnt-always-girly/278535/>
- 30 Alice Newell-Hanson. (2017). *punk, pretty, and powerful: a history of fashion through the color pink*. 10/03/2017, de i-d vice Sitio web: http://i-d.vice.com/en_us/article/punk-pretty-and-powerful-a-history-of-fashion-through-the-color-pink?utm_source=idfbuse&utm_campaign=global
- 31 Anna Broadway. (2013). *Pink Wasn't Always Girly*. 15/03/17, de The Atlantic Sitio web: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/08/pink-wasnt-always-girly/278535/>
- 32 Anna Broadway. (2013). *Pink Wasn't Always Girly*. 15/03/17, de The Atlantic Sitio web: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/08/pink-wasnt-always-girly/278535/>
- 33 Michel Patoureaux. (2007). *Bebés*. En *Diccionario de los colores*(77-78). París, Francia: Christiane Bonneton Editeur.
- 34 Alice Newell-Hanson. (2017). *punk, pretty, and powerful: a history of fashion through the color pink*. 10/03/2017, de i-d vice Sitio web: http://i-d.vice.com/en_us/article/punk-pretty-and-powerful-a-history-of-fashion-through-the-color-pink?utm_source=idfbuse&utm_campaign=global
- 35 Anna Broadway. (2013). *Pink Wasn't Always Girly*. 15/03/17, de The Atlantic Sitio web: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/08/pink-wasnt-always-girly/278535/>
- 36 Anna Broadway. (2013). *Pink Wasn't Always Girly*. 15/03/17, de The Atlantic Sitio web: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/08/pink-wasnt-always-girly/278535/>
- 37 Alice Newell-Hanson. (2017). *punk, pretty, and powerful: a history of fashion through the color pink*. 10/03/2017, de i-d vice Sitio web: http://i-d.vice.com/en_us/article/punk-pretty-and-powerful-a-history-of-fashion-through-the-color-pink?utm_source=idfbuse&utm_campaign=global
- 38 Alice Newell-Hanson. (2017). *punk, pretty, and powerful: a history of fashion through the color pink*. 10/03/2017, de i-d vice Sitio web: http://i-d.vice.com/en_us/article/punk-pretty-and-powerful-a-history-of-fashion-through-the-color-pink?utm_source=idfbuse&utm_campaign=global
- 39 Vivienne Westwood. (2012). *Painted Ladies*. 22/05/2017, de Youtube.com Sitio web: <https://www.youtube.com/watch?v=fjyswGKKhdAw>
- 40 Byung-Chul Han. (2015). *El ideal de lo bello*. En *La salvación de lo bello*(70-71). Buenos Aires, Argentina: Herder.
- 41 Tibor Kalman. (1998). *Introducción*. En *Perverse Optimist*(16- 21). Nueva York: Booth- Clibborn Editions.
- 42 Eduardo Carrasco. (2011). 51. En *Conversaciones con Matta*(465). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- 43 DI POR DIOR. (2012). *La religión como inspiración en el mundo de la moda*. 22/05/2017, de [tendencias.com](http://www.tendencias.com) Sitio web: <https://www.tendencias.com/tendencias/la-religion-como-inspiracion-en-el-mundo-de-la-moda>
- 44 Wendy Syfret. (2017). *carne, saliva y sudor: fotografía artística contra la objetivación del cuerpo*. 10/03/2017, de i-d.vice.com Sitio web: http://i-d.vice.com/es_mx/article/carne-saliva-y-sudor-fotografia-artstica-contra-la-objetivacin-del-cuerpo

Libros:

- Byung-Chul Han. (2015). *La salvación de lo bello*. Buenos Aires, Argentina: Heder.
- Eduardo Carrasco (1987). *Conversaciones con Matta*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Eugenio Dittborn. (2014). *Nocturna*. Santiago, Chile: D21.
- Francois Boucher. (2009). *Historia del traje en occidente*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Guillaume Erner. (2005). *Víctimas de la moda*. España: Editorial Gustavo Gili.
- Michel Pastoureau. (2009). *Diccionario de los colores*. París, Francia: Christine Bonnetton Editeur.
- Madeleine Ginsbutg. (1993). *La Historia de los textiles*. Madrid, España: LIBSA.
- María José Ríos. (2015). *Vestibles N1*. Santiago, Chile: Publicación independiente.
- Midori Kitamura. (2016). *Issey Miyake*. Alemania: Taschen.
- Museo de la Moda. (2008). *Guerra y seducción*. Santiago, Chile: Deutsche Kinemathek.
- Nicola Squicciarino. (1998). *El vestido habla*. España: Ediciones Cátedra S.A.
- Oscar Wilde. (2014). *Las artes decorativas y la filosofía del vestido*. Buenos Aires, Argentina: Godot.
- Susana Saulquin. (2010). *La muerte de la moda*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
- Tibor + Maira Kalman. (2000). *(un)FASHION*. Nueva York, USA: Harry N, Abrams, Inc.

Web:

- <https://www.artsy.net>
- <https://i-d.vice.com>
- <https://historiadeltraje.wordpress.com>
- <https://theatlantic.com>
- <https://pousta.com>
- <http://www.rae.es/>
- <http://www.urbandictionary.com/>

