

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

M Y/O F

Proceso creativo de una colección desde el discurso andrógino.

Bárbara Felchle
Cuerpo B del PG
16/09/2015
Diseño Textil e Indumentaria
Creación y expresión
Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes.

Introducción.....	02
Capítulo 1: La otredad al binario femenino-masculino.....	08
1.1 ¿Qué define a la androginia?.....	09
1.1.1 Psicología.....	10
1.2 Sistema sexo/género.....	12
1.3 Evolución del pensar femenino a través de la sexualidad.....	14
1.4 El demiurgo andrógino.....	16
Capítulo 2: El vestido y el cuerpo.....	21
2.1 La relevancia del vestido en el cuerpo.....	21
2.2 Linaje del vestido.....	25
2.3 La práctica corporal contextuada del vestir.....	28
2.3.1 Necesidades vestimentarias del sujeto posmoderno.....	31
Capítulo 3: Moda andrógina y diseño contemporáneo.....	34
3.1 La lógica de la moda.....	35
3.2 La célula contemporánea.....	40
3.3 Simbiosis moda-androginia.....	43
3.3.1 Discurso andrógino de la moda.....	44
3.3.2 Diseñadores con vestigios de androginia.....	49
Capítulo 4: El futuro de las fibras.....	49
4.1 Definición de fibra textil.....	50
4.2 Evolución de las fibras textiles.....	51
4.3 Nuevas fibras textiles.....	54
4.3.1 Telas ecológicas.....	58
4.3.1.1 Las fibras ecológicas.....	59
Capítulo 5: Desenlace creativo: la colección.....	66
5.1 Influencias.....	67
5.1.2 Minimalismo.....	68
5.1.3 Acromatismo.....	69
5.2 Partido conceptual.....	71
5.3 Target.....	73
5.4 Propuesta de diseño.....	74
5.5 Silueta.....	76
5.6 Textiles.....	76
5.7 Paleta de color.....	79
5.8 Recursos constructivos.....	80
Conclusiones.....	83
Lista de referencias bibliográficas.....	88
Bibliografía.....	90

Introducción

El siguiente PG se desarrolló en el marco de la materia Seminario de Integración II del profesor Caniza Fernando en el año 2015.

Sumergidos en un imaginario que evoluciona a la revalorización del individualismo y autorrealización, la androginia reencarna la función social que aflora del eje de la posmodernidad. Con proyección hacia la posteridad, en defensa de una individualidad en dependencia a la soberanía, el tema del Proyecto de Graduación (PG) es el proceso creativo de una colección con un marco de inspiración que hila un presente puramente individualista con el estereotipo andrógino potenciado para tomar carácter en prendas formuladas bajo los nuevos textiles. De esta forma, la propuesta de carácter andrógino, se formula con textiles que apoyan la sustentabilidad, y preservación por el medio ambiente. El PG, se inscribe en la categoría de Creación y expresión y en la línea temática de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes.

La esencia propulsora del abordaje del tema como marco de inspiración procede de una búsqueda de entendimiento sobre el proceso de naturalización en la formación de identidades de género en la era de la posmodernidad y un conocimiento sobre la evolución de roles en la sociedad desde el tratado sociológico. Emerge de este paradigma, el que este PG esté enmarcado en la contemporaneidad, caracterizada de fragmentación e individualismo.

La pertinencia del tema está dada en adjudicar, desde la subjetividad, los índices de la androginia para reinterpretarlos en su forma intrínseca en el desarrollo de una colección desde el diseño de autor.

Se considera como el núcleo del problema, la pregunta sobre qué elementos extraer del concepto inspiración siendo tan ambiguo y vasto de recursos. Por consiguiente, y en decantación de éste último, el objetivo general es lograr el desarrollo de una colección desde la fundamentación sobre la interpretación de este desencadenante social gracias a la materialización con los textiles del futuro.

Los objetivos específicos son dar a conocer las características arquetípicas del andrógino, investigar sobre su psicología y los fundamentos sociológicos que acompañaron la formación del tercer género. Estudiar el vestido, en sus dimensiones funcional y social. Comprender al sujeto postmoderno y a sus necesidades vestimentarias. Descomponer el estudio de la moda y analizarla desde un sistema de organización. Entender la manera en que la moda aborda el tratado de la androginia. Es de aporte significativo para el PG el estudio sobre el futuro de las nuevas fibras textiles y sus nuevos usos.

Para conocer el estado del conocimiento se realiza un relevamiento de antecedentes entre los Proyectos de Graduación (PG) de los alumnos y artículos de los profesores, de la Facultad de Diseño y Comunicación, de la Universidad de Palermo.

An, L. (2014). *Indumentaria andrógina infantil*. Este PG tiene por objetivo lograr la unión de dos identidades opuestas en la indumentaria infantil para obtener diseños con identidad bidimensional.

Baxter, J. (2008). *La androginia como ideal de la posmodernidad*. Este PG tiene como finalidad decodificar el concepto de género, encadenarlo con la moda y la posmodernidad e interpretarlo en el desarrollo de una colección.

Berenguer, S. (2014). *Generación andrógina y moda unisex*. Este PG tiene como propósito diseñar una colección unisex por medio de la incorporación de avíos y otros recursos que permitan adaptar las prendas a las características de ambos físicos.

Cáceres, A. (2008). *Señales de la androginia en la cultura y el arte*. La autora del PG tiene como objetivo el estudio de la androginia en materia de aspectos de la vida cotidiana, la cultura, la psicología. Iniciar su búsqueda de alguna manifestación de la androginia en el terreno del arte y búsqueda de un significado cultural en la tendencia evolutiva del pensar actual es otro de sus principales objetivos.

Cáffaro, F. (2014). *Diversidad de género en la indumentaria*. Este PG tiene como objetivo la creación de una propuesta de diseño escogiendo el pantalón unisex como tipología

principal y su desarrollo desde la androginia como un discurso urbano y escenario de libertad.

Chiu, C. (2013). *Identidad indumentaria del travesti*. Si bien este PG, no tiene riguroso vínculo con el abordaje de la androginia, se hace mención al concepto de ambigüedad y al sujeto andrógino para fundamentar su marco teórico. El objetivo que pretende alcanzar este PG es lograr una colección adaptando la moldería de tipologías femeninas al cuerpo masculino.

Condori Castro, L. (2013). *Eonnagatta. Construcción del indumento andrógino*. El objetivo del PG parte del análisis de una necesidad social, de individualización en la búsqueda del género para reinterpretar los conceptos en la creación de una colección, de estética andrógina, a la que dará el nombre de *Eonnagatta*.

Federo, M. (2014). *Indumentaria unisex*. La autora tiene por finalidad el desarrollo de una colección a partir de la transformación de tipologías que son consideradas pertenecientes a un fondo de armario femenino para adecuarlas al cuerpo del hombre. Su motivación parte del impacto que provoca el quiebre de lo frecuentemente concebido como femenino-masculino en la sociedad actual.

Lifschitz, V. (2012). *Laboratorio andrógino*. Este PG propone individualizar al usuario, eliminando la divergencia genérica de las prendas, adaptando las prendas según su estilo personal. El proyecto tiene como premisa diseñar a partir de la reconstrucción de prendas del dominio de la persona interesada.

Pineda Molina, J. (2012). *Nuevas fibras textiles*. Este PG es un proyecto de investigación en el marco de Nuevas tecnologías cuyo objetivo es investigar el contexto argentino y saber si es un país capacitado para fabricar fibras sustentables. Para ello, en los primeros capítulos, desarrolla nociones sobre la sustentabilidad textil, materia útil para el aporte del presente Proyecto de Graduación.

Velazque, M. (2014). *Cuando la ambigüedad manda*. El proyecto tiene como premisa establecer el rol del diseñador frente al surgimiento de la moda andrógina. Busca determinar las nuevas pautas de su función en este nuevo contexto.

De la lectura de los textos se pueden apreciar algunos conceptos de gran importancia que van a orientar el sentido del trabajo y van a conformar el marco teórico. Del autor Harré, (1945) se toma su juicio que consiste en aprender a pensar, no en términos del dualismo masculino-femenino sino en términos de la variedad y complejidad existentes en las posiciones accesibles a las personas. Esta reflexión inicia el enfoque del Proyecto de Graduación y porta de sentido y cohesión a los fundamentos teóricos del escrito. Por su parte, y en relación a lo anterior, la idea del autor Sierra González (2008), respalda una noción de identidad que no es esencia, sino se construye constantemente y los criterios de pertenencia a las categorías sexuales pueden y deben ser debatidos.

Es relevante, sin embargo, discernir las acepciones que este término puede sugerir y aclarar que el uso del mismo en este PG, no se verá orientado a las preferencias sexuales de los individuos, sino a su psicología.

El aporte del autor Kristeva, (1986) es de utilidad para reseñar el estado andrógino. Imagina múltiples tipos de personas, cada una de ellas, dotadas de varios modos posibles de ser. Algunas de las posiciones que se adoptan serán masculinas o femeninas en el sentido en que se suele entender tales términos. No obstante, las masculinidades y feminidades serán reconocidas en toda su diversidad y consideradas como unidades significativas, aunque su importancia no será ya la asociada con el potencial reproductivo de cada cual. La habitual reducción y simplificación de las diferentes personas a uno de los dos tipos establecidos, debe ser trascendida.

El capítulo dos estudia el vestido en correspondencia al cuerpo, su historia, la práctica corporal contextuada del vestir y las necesidades vestimentarias del sujeto posmoderno. Esto implica conocer el progreso de las funciones del indumento con el devenir de un individuo más ávido, carente de estima, desprovisto insaciable por la novedad y poder

trazar las líneas conceptuales de los posibles futuros usos de las prendas. La idea de Saulquin, (2001) supone que, ajenas a las presiones sociales, las relaciones en la naciente sociedad de la información, se darán entre personas que buscarán marcar su heterogeneidad y por lo tanto su identidad, en sus cuerpos y objetos y que, desde esta óptica, el vestido como uno de los objetos más importantes, va a demostrar en su forma básica el sello de la homogeneidad, consecuencia de la percepción espacial compartida, y apelará a diversos elementos para lograr afianzar la identidad de las personas.

El siguiente capítulo expone a la moda como fenómeno de continua interacción. Comprender cómo adoptó la androginia en su lenguaje, es otro de los factores de primordial comprensión. Por otra parte, se enmarca la función del diseño en la contemporaneidad.

El capítulo cuatro da a conocer los previstos textiles del futuro y nuevas tecnologías aplicadas. Para ello, se introduce el capítulo enumerando los tipos de fibras textiles y su evolución, y así entender la dirección de los nuevos usos de las fibras. Se nombran diseñadores que emplean esta innovación. Se especifican los textiles que serán empleados para el proyecto de diseño.

El capítulo que da cierre al PG, contiene las etapas de diseño particulares a este proyecto siendo la toma de partido conceptual, la propuesta de diseño con definición de materialidades, silueta, paleta de color y recursos constructivos.

Para resolver la problemática y desarrollar la propuesta se recurre a una metodología que consta de diferentes técnicas descriptivas: investigación, registro, análisis e interpretación de material ya elaborado. También se adoptan técnicas exploratorias como entrevistas.

En este último tramo de la introducción al PG, y antes de ahondar en el trabajo, es de importancia el aporte que el escrito tiene a la originalidad en cuanto a la metodología de creación e innovación en la materialidad se refiere.

Las telas empleadas para la materialización consisten en aquellas que tienen un compromiso con el medio ambiente. Es empeño del diseñador, abordar el marco teórico en asociación a los parámetros que son de su influencia para crear: minimalismo, predilección por el acromatismo, y la coexistencia de antagónicos en cuanto a cuerpos de telas se refiere. Es de proclividad el tratado de la moldería y la obtención de morfologías atípicas. Los textiles de mayor cuerpo, óptimos para la creación de formas condensadas, complejas y, en contraposición, las telas volátiles para el desarrollo de prendas incorpóreas, vaporosas, ambas dos, las trabaja en sintonía de un discurso.

Capítulo 1: La otredad al binario femenino-masculino.

Dos sexos y dos géneros reunidos, la síntesis ideal de los contrarios, con todas sus características morfológicas y psicológicas propias. El estado de supremacía en capacidad y energía. El transgredir o subvertir los valores que han sido aceptados por una sociedad. Esta sería una posible definición intelectual de *andrógino*.

El capítulo uno tiene por objetivo introducir al lector en cuestiones teóricas sobre la androginia. Acercar el conocimiento para comprender la evolución del pensar y poder desembarcar en el estado andrógino. Sargent (1985) autora de *La gerencia andrógina* contribuye al fundamento teórico del capítulo, en cuanto se refiere a aspectos de la conducta andrógina. Si bien es un escrito de organización empresarial cuyo desarrollo aborda una gerencia aspiracional, reuniendo atributos femeninos y masculinos para alcanzar un estado óptimo de efectividad, realiza aportes de utilidad para el tratamiento del Proyecto de Graduación. Sebastián (1986), desde sus escritos analíticos sobre la psicología andrógina, contribuirá al desarrollo sobre el tratado del comportamiento del tercer género.

Butler (1999) en *El género en disputa* señala la diferenciación entre sexo y género proponiendo la idea de que sexo es a naturaleza, lo que género es a cultura. Esta afirmación es disparadora del enfoque teórico, ya que es ésta, quien posibilita la existencia estado andrógino.

De Diego (1999) en *El tercer sexo*, es de gran aporte significativo para reparar que la androginia no un hallazgo de la contemporaneidad, sino que sus primeras hablas se atienen a los escritos de la Biblia y al pensamiento mitológico griego. Desde la metáfora, se alcanza el entendimiento de la función del sujeto individualista, analizado en mayor profundidad en los posteriores capítulos.

El primer capítulo expone las características y el fundamentalismo puro de la esencia andrógina.

1.1 ¿Qué define a la androginia?

La masculinidad y la feminidad no son atributos opuestos ni complementarios, y la presencia de uno no implica la ausencia del otro. Al resignar los falsos preceptos que respaldan la construcción de la identidad del sujeto en dependencia a esquemas binarios, la libertad y el individualismo emergen del sujeto posmoderno para tomar dominio de su posición.

Woolf, novelista feminista británica, considerada una de las más destacadas figuras del modernismo literario del siglo XX, hacía referencia a la androginia en su lucha personal en este mismo marco en *Un cuarto propio*. Este ensayo es uno de los textos más citados del movimiento feminista, que expone las dificultades de las mujeres para consagrarse a la escritura en un mundo dominado por los hombres. Con su famosa sentencia:

Es fatal ser un hombre o una mujer pura y simplemente; hay que ser mujer – viril u hombre- mujeril...Alguna colaboración debe realizarse en la mente entre el hombre y la mujer antes de que el acto de la creación se pueda cumplir... Toda la mente debe estar abierta de par en par para poder entender que el escritor comunica la experiencia con perfecta plenitud. Debe haber libertad y debe haber paz. (Woolf, 1929, p. 75).

Este escrito perfila los primeros indicios de la mujer de comienzos de siglo 20 por amalgamarse en los caracteres distintivos del hombre. La autora reconoce una inconsistencia en la fragmentación de un todo compuesto por atributos tanto femeninos como masculinos. Sus sentidos no albergan la pureza de los géneros, aunque reconozca su existencia como asuntos de índole presidiario.

Sin embargo, en contexto a su contemporaneidad, tampoco encuentra un estado de perfección en la androginia, ya que se ve amenazada por el condicionamiento social ante la negación de la liberación femenina. Los patrones culturales, que se analizan en profundidad en los subsiguientes subcapítulos, son los determinantes en la formación de géneros, independientes de la fisiología. En un marco donde no se contempla la

elección de género, la frustración por reprimir la identidad, puede desatar batallas internas de adaptación. Las normativas sociales son esquemas formadores de géneros. La androginia, o la ginadra (f.), constituyen un arquetipo en la era de la posmodernidad. De modo que los comportamientos masculinos son definidos por capacidades analíticas y de resolución y los comportamientos femeninos con aptitudes de sensibilidad, intuición y comprensión, la androginia, es para muchos, el procedimiento deseable para la vida personal. Poder expresar autonomía e interdependencia en todas las relaciones y lograr un equilibrio emocional y racional, significa desprender nuestros comportamientos negativos y aprender cómo llegar a ser seres humanos capaces de contribuir con igualdad.

Las formas de la masculinidad y de la feminidad en estado primario dan la posibilidad de mostrar un carácter negativo, ya que pueden conducir a la arrogancia en el hombre y a la sumisión y dependencia en la mujer. Es factible alcanzar un equilibrio entre la naturaleza femenina y masculina ya que no son expresiones antagónicas, y pueden convivir en la individualidad para alcanzar grandes fines, que sin la presencia de alguno de ellos, no sería posible en su perfección.

1.1.1 Psicología

Se entiende rol sexual, no solamente como la proclividad en las preferencias de cortejo, sino también al conjunto de atributos y características que designan a cada género concebidos desde la formación cultural que los clasifica como apropiados para la naturaleza de cada sexo. En deducción, la androginia es el nombre de un género que se identifica, no con la bipolaridad masculino o femenino, sino con la congregación de ambos: el andrógino se siente identificado con caracteres tanto masculinos como con femeninos. En el campo de la psicología, el concepto de la androginia estuvo asociado, casi desde sus comienzos, a un mayor bienestar psicológico. Fue pregonada como una dicha en el campo de la salud mental, ya que contribuía una mayor eficacia personal y social. La

madurez y el equilibrio personal iban a depender, desde esta perspectiva, de la armonía de características masculinas y femeninas, tanto para el hombre como para la mujer.

Sebastián, quien retoma el estudio de la androginia desde la teoría cognitiva, en su escrito *Andrognia psicológica y flexibilidad mental*, alude a la clasificación de géneros en cuanto:

La existencia de ambos constructos por separado (bidimensionalidad), y la independencia entre ellos (ortogonalidad), además de favorecer un mayor alejamiento del sexo biológico y de sus implicaciones, permitió una cuádruple clasificación del sujeto: masculino, femenino, indiferenciado y andrógino (Sebastián, 1986, p. 15).

La autora comprende la amplitud del significado del género y la dimensiona en cuatro posibilidades. Esto evidencia la complejidad del término en disparidad a la objetividad de las probabilidades del sexo, que son solamente dos.

La androginia genera relaciones más igualitarias para lograr una comprensión con mayor claridad en los intereses del sexo opuesto. La mayoría de los rasgos andróginos que ejerce el sujeto son manifestados en su apariencia. Esto lo ayuda a aumentar su autoestima y a la capacidad de entendimiento en su contrapunto.

El andrógino, de la misma forma que contempla la ambigüedad en su identidad, presenta ventajas ampliamente diferenciales, que los individuos estereotipados en géneros, quienes se sujetarán a patrones culturales preestablecidos. El vasto espectro posibilidades para los andróginos se extiende en una multiplicidad de oportunidades.

La disparidad no radica en el contenido sino en la forma en que esta información es percibida y procesada. Los individuos generan teorías fundamentadas en el género que predisponen la llegada de información a ser procesada de forma condicionada. Este proceso genera esquemas o constructos que enmarcan el tratamiento de la información. De esta forma, los individuos estereotipados llevan sus acciones cotidianas de acuerdo a cómo deberían en virtud de su sexo, hallándose en sintonía con las normas culturales masculinas o femeninas. Los individuos varían en el grado en que las utilizan para evaluar su propia personalidad y comportamiento. Los individuos tipificados sexualmente procuran

que sus comportamientos sean consistentes en ellas, mediante la selección de conductas y atributos que refuercen esta imagen y por la evitación de todo aquello que la quebrante. En contraste, los individuos andróginos están menos armonizados con estas definiciones culturales de feminidad y masculinidad y es menos probable que regulen su comportamiento de acuerdo a ellas. Son capaces de realizar cualquier tipo de comportamiento efectivo para una situación, sin tener en cuenta el estereotipo como apropiado para un sexo o para otro.

Servin quien estudia la psicología androgina, afirma:

Los andróginos muestran más autoestima, espíritu de empresa, capacidad para desenvolverse socialmente que los femeninos o masculinos marcados. En su contrapunto, la androginia presenta algunos problemas o limitaciones, entre los principales podemos identificar: incremento del estrés y declinación a caer en estados de melancolía debido a presiones sociales. (Servin, 1982, s/p).

De esta forma un individuo andrógino es más proclive a ajustarse psicológicamente a situaciones de conflicto ya que sus conductas se adecuan al proceder masculino y al femenino al mismo tiempo. Puede tener las aptitudes de mando, de determinación y de resolución como así también el don de sensibilidad e intuición características de la mujer. Para el autor, estas condiciones son diferenciales para afrontar cualquier tipo de situación.

1. 2 Sistema sexo/género

Es común la confusión y el mal empleo de los términos sexo y género. La identidad del género germina en la subjetividad del sujeto, en la interacción perpetua de sujeto-entorno/ente-organización. El ambiente que lo circunda logra mutar la formación de los valores culturales, entre los que se encuentra el género, en un proceso de retroalimentación continuo y de incesante construcción.

John Money, experto investigador sobre la identidad sexual en la *Universidad Johns Hopkins* en Estados Unidos, propuso en los años 50 el término de género para describir

el conjunto de conductas atribuidas a los hombres y a las mujeres, y declaró que el comportamiento y orientación sexual, no tiene fundamento innato.

El género se delimita por oposición al concepto de sexo, de índole biológica. De tal premisa, se desprende la idea que el sexo está conformado e influenciado por lo cultural dentro de una lógica binaria. El sexo genético, cromosómico, conduce a la asignación de un sexo, siendo el nacimiento, la instancia en el que el sujeto es definido como hombre o mujer frente a la sociedad y a los registros estatales, conformando el sexo legal.

A partir de esta evidencia, los progenitores educan con las características pertinentes a la femineidad o masculinidad para que el sujeto, en su madurez, se convierta en hombre o mujer.

El género es identificado con el conjunto de significados psicológicos que diferencian varones de mujeres. El concepto de mujer se encuentra entramado por consideraciones derivadas de la hegemonía masculina. La masculinidad es parte de una cadena asociativa de la razón, la mente, la cultura y la actividad, mientras que los atributos de la femineidad han sido estimados con la sensibilidad, la emoción, la naturaleza, la pasividad. En contraposición con esta intangibilidad, el sexo refiere a los cuerpos de varones y mujeres, en tanto son fijos, inmutables y naturales.

Como señala Glynos, J (2000) esta distinción se encuentra en la base del funcionalismo biológico, que suscribe a la idea de que sexo y género existen como dominios relativamente autónomos, donde el primero funciona como un inhibidor de las posibilidades del segundo. En correlación a esto último, el cuerpo es entendido como una unidad orgánica autónomamente integrada. Si bien la anatomía es uno de los criterios más importantes para la clasificación de los seres humanos, no garantiza las características que socialmente se le asignan a cada uno de los sexos.

Sin embargo, la significación del concepto género, encubre determinantes culturales, políticos, psicológicos, jurídicos, sociales, históricos religiosos y económicos, los cuales condicionan la construcción de la identidad personal del sujeto estableciendo categorías

y disputas. Helien y Piotto afirman: “ La capacidad de la auto identidad se ve limitada a través de la socialización, la cual da lugar a las identidades y prácticas legítimas, al mismo tiempo que sanciona y estigmatiza lo diferente”. (2012, p. 16).

Las diferencias y desigualdades entre géneros se ven dadas también por el rol que cada uno desempeña en la sociedad, y son diferentes de un lugar a otro, de un grupo étnico a otro y en el tiempo. Toma en cuenta además, las diferencias por clase, edad y religión.

El enfoque de género permite visualizar y reconocer la existencia de relaciones de jerarquía y desigualdad entre hombres y mujeres, expresadas en opresión, injusticia, subordinación, discriminación hacia las mujeres en la organización de las sociedades. Esto se concreta en condiciones de vida inferiores de las mujeres en relación con las de los hombres.

Según Butler (1999), el cuerpo constituye una superficie sobre la cual el género opera como un acto de inscripción cultural. El sexo no constituye la base sobre la cual el género se deposita a través de la socialización para recubrir armónicamente su superficie. Por el contrario, el género instituye la diferencia sexual anatómica como hecho natural. El discurso de la diferencia sexual, como hecho natural, apela un aspecto particular de la biología: la reproducción sexual. Es a partir de aquí que comienza a circunscribirse al género como la interpretación cultural del sexo. El género es a la cultura, lo que el sexo a la naturaleza.

1.3 Evolución del pensar femenino a través de la sexualidad.

Esta parte del capítulo intenta ejemplificar la evolución de la posición del género femenino a través de la sexualidad. Los cambios orientados hacia la liberación que se fueron dando en la evolución del pensar femenino, tomando la sexualidad como principal connotador del cambio doctrinario, se pueden esclarecer hacia la estabilización en las diferencias de ambos sexos.

Dorlin, filósofa cuyo ámbito de investigación se centra en los estudios de género y la sexualidad, el post-colonialismo y los movimientos de lucha contra el sexismo y el racismo modernos, habla de heterosexualidad y explica que:

Es la heterosexualidad reproductiva que define lo femenino y masculino por la concentración sexual impuesta y organizada socialmente sobre los cuerpos. La heterosexualidad, en un nivel simbólico, es la estructura psíquica que no tiene ninguna manifestación exterior en la cual cada individuo no sólo se socializa sino que llega al estatus de sujeto. (Dorlin, 2009, p. 50).

La autora en esta cita define la heterosexualidad como mera manifestación social, en un paralelismo a la función biológica reproductiva, en la que el individuo cumple una función social, y en la que adquiere un status social, esto es, un privilegio por pertenecer a los patrones culturalmente establecidos.

La homosexualidad, si bien es una práctica con larga tradición, ha sido condenada y discriminada socialmente por influencias morales y religiosas. Sin embargo, las sexualidades varían de una cultura a otra y deben ser comprendidas según el contexto socio-histórico en que se desarrollen. Ya existían en la antigüedad las prácticas homosexuales. En la cultura egipcia, el incesto estaba permitido y la circuncisión tenía un carácter ritual en la iniciación de la adolescencia. En Grecia se admitía la homosexualidad masculina entre adultos y jóvenes dentro de un contexto educativo con la finalidad de formar en lo intelectual y ético a sus pupilos.

En Atenas, la mujer era considerada como ciudadano de segunda categoría. No podía circular con libertad. Este era un privilegio de las hetairas, prostitutas finas, que podían relacionarse con hombre. El injurioso destino de la mujer era procrear y cuidar de los hijos, apartada de cualquier actividad social.

En la antigua Roma, la forma homosexual más común entre los hombres era la pederastía, donde el esclavo cumplía el rol pasivo y el noble, el activo. Se creía que solo el participante activo obtenía placer del encuentro sexual. En general el papel pasivo se equiparaba con el papel de la mujer, que en una sociedad patriarcal era inferior.

Era social y legalmente aceptable para los hombres romanos tener sexo así con mujeres y hombres prostitutas como con los esclavos, siempre y cuando el hombre romano fuese activo.

La manera habitual de provocar a un esclavo es la de recordarle las habilidades que espera su amo de él, para lo cual ha de ponerse en cuatro patas. (Veyne, 1987, p.55).

Ya en la Edad Media, la Iglesia revalida el matrimonio monógamo y declara al instinto sexual como demoníaco y a su vez, da origen a la Santa Inquisición, proceso mediante el cual aquellos que eran declarados rebeldes en sus creencias y conductas, eran condenados a la muerte.

En 1882, el psiquiatra Kraft describe distintos tipos de comportamiento sexual etiquetándolo como patológico y surgiendo así el término desviación sexual. En este tiempo, cualquier práctica sexual, sin el fin de procrear, era considerada fuera de lo normal. (Gamboa, 1998).

Hacia 1890, aparecen escritos propios de mujeres en búsqueda de la libertad sexual, con intención de imponerse ante las inhibiciones y represiones rígidas establecidas por la sociedad. Aparecen, de esta forma, las ideas feministas, con el fin de desarticular la imagen de la mujer como un ser inferior, y ponen en evidencia los estereotipos que enmarcan al hombre en un rol activo y a la mujer en un rol pasivo. (Gamboa, 1998).

Es esta la idea relevante que intenta evidenciar los primeros indicios del reclamo feminista por los derechos de la libertad e inclusión social.

1.4 El demiurgo andrógino.

En el imaginario, a lo largo de la historia, el tema andrógino ha tenido distintas representaciones, diferentes versiones. Sin embargo, antes de revisar algunas de ellas, conviene sin duda acudir a sus orígenes.

Pareciera que los usos de este término hubieran estado solo en las hablas desde el ultimo cuarto del siglo 20. Sin embargo, sus primeros usos se remontan los los primeros relatos bíblicos.

Innumerables son las culturas, las religiones antiguas en Irán, India, China, Indonesia, proximo Oriente, en donde los dioses eran bisexuales y andróginos. Así, por ejemplo, el Noun, la divinidad original de los egipcios, no es ni macho ni hembra, y participa de ambos géneros a la vez. Asimismo, en la mitología persa existe el mismo concepto del creador andrógino. Según Eliade, Zerván, uno de los dioses iranés primordiales, el dios del tiempo ilimitado, es Andrógino y por eso, sus dos hijos son gemelos: Ormuzd y Ahriam. Diversos dioses andróginos, han sufrido representaciones ambiguas, inciertas en la mitología. Su repetición insiste en ese deseo de plenitud del hombre. En la unidad. Una unidad original, que existió en los orígenes y en la participación de los sexos constituye la pérdida más irremediable.

Y es aquí donde subyace la definición de mayor importancia y el enfoque principal del PG. El concebir la androginia como un estado de unidad. Hacia el final del capítulo, se retomará esta consideración para enmarcarla como un desencadenante social del siglo 21.

Es imprescindible, la lectura del relato bíblico del Génesis. El hombre fue creado a imagen y semejanza de Dios. Por eso, creó pues, Elohim, de las Escrituras Hebreas, palabra para referirse a Dios. "Ei" que significa fortaleza, prominencia, omnipotencia, o por extensión Dios al hombre a imagen suya. Pero Dios, entonces, se dio cuenta enseguida que el hombre, macho y hembra a la vez, estaba sólo. Y eso no era bueno para él. Debido a eso, creó una ayuda que se le asemeje. Elohim trajo ante él a todos los animales y les puso nombre a todos los animales vivos, y así fueron para siempre llamados. Sin embargo, el hombre no hallo ayuda que se le asemejara. Por lo tanto, este ser andrógino, en el transcurso de esta nominación, ha tomado conciencia de su soledad y también de su deseo de compañía, de ayuda, de otro ser semejante a él y junto a él. De esta forma Dios

tomó del hombre que se durmió una de las costillas y cerro con carne su espacio. Luego, transformó en mujer la costilla que del hombre había tomado y la condujo al hombre a la que se llamó varona porque de varón ha sido tomada. El andrógino original ha sido seccionado y también, sexionado, sexuado. Adán reconoce a Eva como su otro yo, como su otra parte, y le llama mujer. Ambos son uno, unívocos, porque aún no se ha producido la separación, la escisión entre ambos. Prosigue el episodio de una desnudez sin pudor. Pero luego aparece la vergüenza por una historia de serpientes y frutos prohibidos.

El hombre, en un principio, como Dios, como los dioses, era también andrógino. Era perfecto, con una unidad doble y sin fisuras. Su trasgresión lo divide en dos mitades que tendrán que convivir siempre con el deseo y la esperanza de encontrarse algún día en esa unidad perdida. El hombre separado de su otra parte, sufriendo por la ausencia, por la carencia.

Platón también mencionó al ser andrógino y se sirvió del relato de Aristófanes en el Banquete para dar sentido a la naturaleza humana y para trazar su destino. Aristófanes cuenta que la naturaleza humana estaba compuesta por tres tipos de seres: el hombre-doble, la mujer-doble y el andrógino, que eran de forma esférica, tenían cuatro brazos, cuatro piernas y dos rostros opuestos en una misma y única cabeza. El macho era un fragmento de sol; el género femenino de la tierra; el que participa de los dos, un fragmento de la luna, ya que la luna participa de los otros dos astros. Pero su esferidad y su origen divino les proporcionaban una fuerza y un vigor enormes. Intentaron escalar el cielo y atacar a los dioses. Para castigarles Zeus los cortó en dos mitades y encargó a Apolo dar vuelta a su rostro por el lado del corte. A partir de ese momento, cada mitad se vio condenada a buscar su otra mitad.

Zeus, para impedir el final de la especie, tuvo la precaución de colocar delante los órganos de regeneración que estaban situados detrás. Esto permitió a los individuos a colmar sus deseos. Los que proceden de andróginos se sienten atraídos por el sexo diferente al suyo, las mujeres que proceden de la doble mujer primitiva están atraídas por las mujeres y los

hombres que proceden de la división del hombre están atraídos por los hombres. Cuando cada mitad encuentra a su otra mitad, espera a fundirse con ella, y así rehacer la unidad primitiva.

En ambos casos, se hace referencia al androgino como originariamente perfecto y dual que trasgredió y rompió una relación de dependencia y sumisión con respecto a la divinidad. Surgieron así los temas de la falta, la caída y la separación. Y la eterna condena a buscar la unidad perdida.

Valerse de la unidad infragmentable como descendiente divina, sincera la lógica del individualismo que prepondera en el siglo 21.

Esta afirmación, que presupone la fractura de una socialización disciplinaria, da muchas respuestas a un sujeto que evoluciona hacia la diferenciación, en contraposición de una visión como una pieza en el engranaje de un todo.

Esta autocomplacencia lo acerca a la divinidad, a un estado de supremacía.

La forma que adquiere esta abstracción es la androginia, que desde la psicología es la mediación entre dos polos concentrados en la racionalidad y la sensibilidad.

Es el complemento de ambos, es el exponente de la capacidad humana suprema.

Este arquetipo tiene sus raíces en un proceso de personalización que ha promovido la motivación de realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable, y al derecho de ser íntegramente uno mismo.

Desde el esclarecimiento de la psicología se integra la conducta andrógina como una forma de integrar conocimiento y proyectar información, muy a menudo confundida y limitada a una expresión de propensión sexual. En consecuencia, se enmarcan las diferencias entre sexo y género, con frecuencia, poco puntualizadas y definidas. Esto releva el Proyecto de Graduación a un análisis de los hechos consecuentes de alteraciones sociales. La última parte del capítulo reúne la materia de estudio en metáforas provenientes de los primeros usos de la palabra.

Expuesto el enfoque de la androginia como una articulación de géneros, partirán las premisas que serán el plano para la construcción de una subjetividad que toma forma en tela.

Los ejes parten de un sujeto andrógino psicológicamente adaptado a los menesteres de un ser puramente individualista en un mundo donde privilegia la fragmentación y la imposición de la unidad como un todo sobresaliente.

En los próximos capítulos, se contextualiza la función del vestir en los reglamentos de un nuevo mundo tácito, conmovido por las leyes de las apariencias y de la autodefinición, como así también la función de la moda en respuesta a este nuevo paradigma.

Capítulo 2: El vestido y el cuerpo.

El vestido pone nombre a las necesidades internas y externas del sujeto. Este capítulo tiene por objetivo dar a entender al indumento, no sólo como manto de protección y abrigo sino como vehículo portador de ideas, vasto de información gracias a un contexto que le da soporte. En el transcurso de la lectura, se comprende la evolución del vestido con el devenir de la necesidad primaria de expresión del hombre primitivo, carente de un medio, debido a la ausencia de la lectura, hasta la contemporaneidad que contempla un estado de individualismo en un contexto de sobreinformación e insuficiencia. El vestido, en esta condición, estructura el ideal individualista que caracteriza este período.

Para el desarrollo del capítulo se recurre a la lectura de autores como Lipovetsky, en su obra *La era del vacío*, para comprender los fenómenos que contempla la posmodernidad y relacionarlos con el uso del indumento.

En cuanto concierne a la comunicación, fue de utilidad haber acudido al autor Ruliki en su escrito *La comunicación no verbal*, para engranar el conocimiento a las funciones del vestido, para lo cual, Squicciarino autora del libro *El vestido habla*, proporcionó un gran aporte al entendimiento del vestido como un vasto lenguaje de signos, en el cual expone sus primitivas manifestaciones a través de la ornamentación física.

Junto a la obra *El imperio de lo efímero* de Lipovetsky, quien hace referencia al vestido como parte de comunicación no verbal, y quien lo compara como una lengua, como cualquier otra, de múltiples significados gracias a la combinación de palabras (prendas, accesorios, peinados, maquillaje) se entiende la práctica del vestir como un hábito discursivo de infinitas interpretaciones.

2.1 La relevancia del vestido en el cuerpo.

La conciencia del sujeto emerge de su relación con la colectividad y a través de ella. El hombre reconoce su identidad en contacto con la sociedad. Asume su comportamiento, su personalidad, su manera de pensar y sentir, sus necesidades, en las cuales, la

existencia real o imaginaria de otros individuos, han de accionar siendo, en muchos casos, un estímulo influyente o determinante en las elecciones.

El cuerpo se identifica como una expresión de contenido articulado, como vehículo a través del cual se dan a conocer aspectos ocultos del lenguaje verbal e incluso revelar nociones que yacen en el inconsciente. El cuerpo es una estructura lingüística muy compleja de infinitas combinaciones que da a conocer un sinnúmero de informaciones.

El lenguaje corporal, las posturas, las miradas, los tonos de voz constituyen un lenguaje complementario al de las palabras. El conjunto de estos elementos, como así también, la disciplina que los estudia, es denominado comunicación no-verbal.

La presentación a través de señales no verbales, mediante lo que Erving Goffman nombra *glosario del cuerpo*, es generalmente más inmediata e incisiva que desde la comunicación verbal. La misma interacción entre dos o más personas se establece, se mantiene o se interrumpe a través de la emisión de una vasta gama de señales no verbales a las que generalmente no se les presta atención y de las que apenas somos conscientes.

La comunicación se puede definir como cualquier intercambio de informaciones en el interior de un sistema de relaciones, con independencia del medio que se utilice para comunicar y del estado de consciencia del proceso de comunicación.

El reconocimiento de la importancia del habla corporal ha repercutido en importantes sectores de la investigación psicológica como la percepción de las personas, la expresión de las emociones, favoreciendo el estudio de un fenómeno tan complejo como el vestido.

Mucho antes de iniciar un encuentro verbal con una persona, ésta nos anticipa de su sexo, edad, clase social a la que pertenece, por medio de lo que lleva puesto, como así también, probablemente, advierte una profesión, una procedencia, su personalidad, sus opiniones, gustos, deseos sexuales.

El cuerpo experimenta la indumentaria en dos aspectos. El primer vínculo es de índole estructural. Presenta asociaciones a las posibilidades de movimiento y a la adaptación o no a la contextura general del cuerpo y la conformación anatómica, es decir las proporciones propias de la figura humana. La segunda es de naturaleza sensitiva, y se vincula con experiencias táctiles propias de la materialidad del textil o visuales en las cuales son responsables los colores, las texturas y la forma en que se refleja la luz en una determinada superficie.

Umberto Eco interpreta la semiótica como ciencia interdisciplinar “que estudia todos los fenómenos culturales como si fueran sistemas de signos y que tiene que ver con cualquier cosa que puede ser concebida como signo. Signo es todo aquello que puede ser entendido como un sustituto significativo de alguna cosa”. (1975, pág. 20).

Los distintos elementos de la indumentaria cargados de valor simbólico más que de valor funcional, pueden considerarse como parte de un proceso de significación, como vehículo del inconsciente o como objeto de consumo.

El vasto vocabulario de la indumentaria incluye no solo las prendas de vestir, sino también peinados, complementos, joyas, maquillaje y adornos corporales. La elección de una prenda es una forma de autodefinición sobre uno mismo.

Llevamos ropa para cubrirnos del clima y para resguardarnos en ella, para definir nuestras identidades y para atraer la atención erótica. James Laver ha denominado a éstos motivos el principio de la utilidad, el principio jerárquico y el principio de seducción. Flügel, por su parte, en su ensayo *Psicología del vestido*, señala que el traje en nuestra sociedad tiene tres funciones principales: decora, protege y contrarresta el sentimiento de pudor. La ambivalencia del vestido reside en esta última propiedad: hacer resaltar nuestros atractivos y al mismo tiempo resaltar nuestro sentimiento de pudor. Las dos tienen, sin embargo, una raíz común: el instinto sexual, que en el primer caso es afirmado y en el segundo negado.

Los motivos que subyacen en estas funciones operan constantemente en las sociedades civilizadas y surge cierta discrepancia cuando se pretende establecer cuál de los tres cometidos debe considerarse como primario.

La función de protección de la indumentaria puede recaer en la obviedad, pero al examinarla detenidamente demuestra ser un asunto más complejo e interesante que lo que pueda parecer a simple vista.

La ropa protege desde el punto de vista físico, como lo son agentes climáticos, como así también desde el punto de vista emocional, o espiritual. La indumentaria puede ser de valor sagrado en protección contra las malas energías, o por el contrario, puede ser augurio de malas situaciones.

Particularmente en la infancia y en algunos estados de regresión, la función protectora del vestido que podría considerarse no sólo en su sentido físico, sino sobre todo desde el punto de vista psicológico, como la prolongación de la confortable función de seguridad propia del seno materno, también puede ponerse en relación con la arquitectura. El vestido, la casa y el ambiente habitable serían estratos de piel sucesivos, asociados por la misma función de protección, de comodidad y de bienestar. (Squicciarino, 2003, p. 48)

La autora, quien ha estudiado la semiótica del vestido, le atribuye la función seguridad emocional, incentivada por la necesidad afectiva, cuando esta, esta comúnmente atribuida a la necesidad de diferenciación/pertenencia.

La indumentaria puede aislarnos o introducirnos en un colectivo o grupo social determinado, siendo este proceso algunas veces consciente. Por eso, y más aún en la cultura contemporánea, el cuerpo se ha convertido en el templo de la identidad.

Al expresar el carácter único de cada individualidad, es probable encontrar estilos de vestir que conecten las mismas entre sí. Los seres humanos siempre han estado en conflicto con su apariencia externa y su intento de hacerla coincidir con lo que otros han impuesto. El vestido tiene también funciones utilitarias y ornamentales en las que manifiesta la necesidad del ser humano de diferenciarse.

Cuando nos vestimos, lo hacemos dentro de las limitaciones de una cultura y de sus normas. Más allá del patrón, del tejido, del color y la forma, el traje manifiesta el estado de ánimo de la persona e influye en él.

Muchas veces el sentimiento de pudor, al ocultar una parte del cuerpo no deseada, viene dado por la necesidad de adaptación o de consideración del sujeto dentro de un grupo social, que gracias a la indumentaria se modifica o se oculta a los ojos de la otredad.

El sentimiento de pudor está directamente relacionado con el concepto de intimidad. Para las mujeres chinas el pudor estaba localizado sobre todo en los pies, es decir, en la parte del cuerpo cargada de mayor simbolismo erótico según su cultura, y éstos se mostraban sólo al marido.

Uno de los ámbitos de mayor influencia en la indumentaria es el sexo. El vestido es, en simultaneidad, generador de deseo y atracción sexual. La ropa además de evidenciar la proclividad en la elección sexual.

En un principio puede que el vestido se inventase para proteger e pudor, pero finalmente se transforma en erotismo, estos son dos conceptos tan unidos que son inseparables. Descamps, quien estudia la semiótica del indumento, hizo mención sobre esta función y se refirió a esta en una ambigüedad:

La perversión del pudor le hace añadir un encanto más a la presencia del sexo. Sugiriéndolo en lugar de dejarlo ver, lo evoca sin cesar y lo vuelve obsesivo. El papel de la moda consiste en ocultar para hacer valer, para dar atractivo y placer al revelarlo de nuevo. (Descamps, 1986, p. 37).

Provocar o alejar la excitación sexual ha sido a lo largo de la historia un dilema básico en el uso de la indumentaria. En muchas ocasiones al intentar tapar las zonas genitales para inhibir el deseo sexual se ha conseguido el efecto contrario.

2.2 El linaje del vestido.

El hombre, comparado con el animal, según Arnold Gehlen (1983), es un ser desprovisto, un ser lleno de defectos, que en un nivel orgánico, no está caracterizado ni

diferenciado en lo referente a los instintos, sin ambiente natural y obligado a crear por sí mismo su propia existencia, su entorno. Esto conduce al ser primitivo a tramar los primeros hilos de su cultura. En este sentido de insuficiencia, podrían determinarse una de las razones por las cuales el hombre primitivo ha ido alterando su materia física a través de pinturas, tatuajes y adornos a fin de encarnar sus creencias del mundo inexplorado.

La vida de los pueblos primitivos estaba caracterizada en gran medida por influencia de la magia y de los espíritus, a los que se les atribuía el origen de todos los males incomprensibles. Inexplicables acontecimientos naturales como la enfermedad, la muerte, o las catástrofes estaban determinados por fuerzas adversas de otros hombres o por la acción de espíritus. Los amuletos, frente a la imposibilidad de defenderse, concedían protección al hombre, ahuyentando las influencias maléficas sin la necesidad de intervención directa. Ejemplo de ello, es el guerrero que llevaba encima la piel de león o de oso para transmitirle la fuerza de esos animales tan temidos.

Las primeras manifestaciones artísticas tenían fines prácticos relacionados con la magia, más que fines estéticos. Con la gradual desaparición de las motivaciones mágicas en estos ornamentos, irá prevaleciendo un valor de carácter estético gracias a la depuración en la forma artística.

El cuerpo humano ha representado uno de los primeros campos de la manifestación artística. La pintura del cuerpo se remonta al paleolítico. En algunas poblaciones precolombinas se creía que las pinturas faciales podía proteger de enfermedades. Con el tatuaje se mantuvo permanente la pintura en el cuerpo si la necesidad de renovarla constantemente.

La cuestión de si la motivación primaria del vestido, según Squicciarino:

Ha sido la función mágica y utilitaria o la función ornamental, entendida esta última como fenómeno estético y lúdico, se esclarece correctamente considerando cada tipo de cultura por separado, habiendo prevalecido una función o la otra según el grado de exposición a las catástrofes naturales que presenta cada grupo étnico (Squicciarino, 2012, pág. 94)

Dada la ausencia de la escritura, la comunicación visual, sobrevenía de interpretaciones de símbolos y signos escritos en la piel otorgando información sobre los grupos de pertenencia, actividades, funciones. El tatuaje, tenía una misión mágica y religiosa, además de complacer la función ornamental de aumentar la belleza y el encanto de la persona. Algunos estudiosos del tema, adjudican un valor estético a los primeros usos del vestido. A estas dos funciones, se integra otra por una necesidad individual de distinción. La conciencia del yo se expresa como experiencia de separación con respecto a los semejantes y al propio ambiente.

En los pueblos primitivos este significado social de distinción estaba determinado por factores como la edad, el sexo y no surgía como motivo de factores sociales y económicos que desencadena.

Es posible evidenciar otra función atribuida al génesis del vestido que deviene del narrado bíblico de Adán y Eva en referencia al pecado original. Según el pensador de la Ilustración alemana, Immanuel Kant, el hombre primitivo yacía en un estado de inocencia e ignorancia que lo conducía a guiarse de la voz de Dios, que le concedió el alimento, al mismo tiempo que otras cosas le eran prohibidas. Permaneció en estado de armonía mientras seguía las huellas del estado primitivo hasta que la razón, una vez despierta intentó ampliar su conciencia de los medios de alimentación más allá de los límites impuestos por el instinto y lo condujo a comer el fruto prohibido. Según el autor, es una propiedad de la razón que con la ayuda de la imaginación, ésta puede producir artificialmente deseos intensos, no sólo sin un instinto natural que tiende a ello, sino incluso contra este mismo instinto.

El hombre racional, con sus implicaciones de libertad y autonomía, no estaba en condiciones de retornar al paraíso de la inocencia.

Como consecuencia del pecado original, nuestros progenitores tomaron conciencia de su propia desnudez y fue en ese momento que surgió la necesidad humana de cubrirse.

El filósofo alemán a través de la hoja de hilguera, considerada como la primera prenda de vestir, y la primera manifestación humana de pudor, ha querido poner en evidencia el poder erótico del vestido.

Este acontecimiento bíblico pone de manifiesto la ambigüedad funcional de la sugestión sexual y el retraimiento por pudor del vestido desde los orígenes de cubrirse humano.

2.3 La práctica corporal contextualizada del vestir.

Elegir una prenda es definirnos en convicciones, ideales, experiencias. El vasto lenguaje de la indumentaria tiene múltiples discursos y desviste nuestro interior en la mirada del observador. Sin embargo, el estudio del comportamiento humano, por medio de la lectura de la indumentaria, en este caso, que se explica como influencia de los demás, de la colectividad, supone un estado de conocimiento en predisposiciones sociales de la época en las que se sumerge el objeto de estudio.

Como ha señalado James Laver, las modas no son sino el reflejo de las costumbres de la época: son el espejo, no el original. Dentro de los límites que impone la economía, la ropa se adquiere, se usa y se desecha de la misma forma que las palabras, pues satisface nuestras necesidades y expresa nuestras ideas y emociones. En los años cuarenta y cincuenta, por ejemplo, los adornos y complementos, eran considerados esenciales.

Una mujer no estaba correctamente vestida si no llevaba guantes. Post, lo pone de manifiesto en *Etiquette*:

Por supuesto, usad siempre los guantes en la iglesia, y también por la calle. La mujer verdaderamente elegante siempre los lleva cuando esta fuera de casa, hasta en el campo. Usadlos siempre en un restaurante, en un teatro, cuando vayáis a almorzar, o a una cena de gala o a un baile...Una dama nunca se quita los guantes para dar la mano, en ningún lugar o circunstancia. En los actos de etiqueta ha de ponerse los guantes para dar la mano a la anfitriona o a sus propios invitados. (Post, 1945, p. 459).

El significado de cualquier prenda de vestir depende de las circunstancias. Como ocurre en cualquier proceso de comunicación, debe existir un medio que canalice la información y que le atribuya un valor a la corteza de la palabra. Esta premisa, lleva a la justificación de la dualidad del significado de una palabra bajo contextos distintos. De la misma forma, ocurre al volcar este concepto a la idea de portar una prenda adecuada, ya que dependerá de la situación.

En el vestido, la forma es tan o aún más importante que el contenido. La presentación es indicio de muchos aspectos de la personalidad. Esto hace referencia a valores estructurales y superficiales de la prenda en alusión a su morfología e impresión respectivamente. Es visto desfavorablemente si la prenda queda pequeña o corta, o por el contrario grande o larga desproporcionadamente, si tiene terminaciones desprolijas, o tela de mala calidad. También es mal visto si está arrugada, manchada, desteñida o ajada. En estos últimos casos, quien porta la prenda invita al menosprecio.

Los estudiantes de la secundaria son capaces de distinguir, unos vaqueros nuevos de otros desgastados, de los que llevan parches funcionales o decorativos.

Esto no solo ocurre entre humanos, en muchas especies, un animal extraño en malas condiciones, con sarna o lleno de barro, tiene más posibilidades de ser atacado por otros animales. Una prenda, además de tener en cuenta estas consideraciones, debe ser llevada correctamente. En este caso, toman participación aspectos como la edad, el sexo, y también los atributos físicos de la persona, ya que su altura, su peso, su postura, su tipo racial y rasgos de su rostro, influirán en la presencia de la prenda.

El aspecto exterior desempeña un papel importante para fijar y mantener una imagen de nosotros mismos y tiene un peso considerable de cara a la autoestima y al sentimiento de seguridad en la propia persona. El interés por la aceptación social y como consecuencia por la propia imagen se puede encontrar también entre individuos de intensa actividad dentro de la sociedad, entre quienes quieren ser aceptados en determinados grupos.

El semiólogo francés Barthes, en *Sistema de la moda* explica:

Las prendas de vestir están estimuladas por una especie de fuerza centrífuga: el interior está proyectado hacia lo exterior y tiende a mostrarse, o bien parcialmente a través del cuello, de las muñecas, del busto y de la parte inferior de la falda o bien completamente, cuando una prenda interior se adopta para su uso externo. (Barthes, 1970, p. 156).

El autor hace referencia a esta como una fuerza centrífuga, y es aquí, una de las palabras mas adecuadas para definir la acción del vestir.

Este término denota un impulso, un propósito y un destinatario. Por ello se entiende el vestir como una fuerza centrífuga, de adentro hacia afuera.

Es a través de la práctica del vestir, que se informa sobre la ocupación o profesión de del sujeto y en algunos caso hasta el nivel de ingresos. Un hombre de negocios, por ejemplo, cuantas mayores sean la cantidad de capas de pieles, término empleado para designar a las prendas según el grado de proximidad a la piel, mayor cargo jerárquico dentro de una empresa tendrá, por lo tanto mayores serán sus ingresos también.

El uniforme es la forma de indumentaria totalmente impuesta por otros. Lo que se hace, como lo que se viste, estará determinado por autoridades externas, en mayor o menor grado, dependiendo del cargo del oficio. Da igual el tipo de uniforme que sea: militar, civil o religioso, el vestuario de un general, de un cartero, una monja, un mayordomo, un jugador de fútbol o una camarera. A veces comunicar informaciones sobre el papel que se desempeña puede ser indispensable para establecer el modelo justo de interacción, como por ejemplo, en el interior de un hospital, donde médicos, enfermeros, pacientes y visitantes revelan su posición principalmente a través del modo de vestir.

La mentira en la indumentaria toma forma de disfraz o vestuario teatral. En un sentido coloquial, es un caso de fraude en el vestir en el que el público coopera voluntariamente, reconoce la imposición del actor a un rol que le fue designado dentro de una farsa consensuada.

Entre el vestuario teatral y el uniforme se encuentra la ropa ritual, la vestimenta especial que adoptamos para las ceremonias importantes de la vida: nacimientos, bodas, funerales.

2.4 Necesidades vestimentarias del sujeto posmoderno.

Las necesidades vestimentarias del sujeto postmoderno corresponden a las exigencias de la era del individualismo. En un contexto de fractura de socialización disciplinaria, el proceso de personalización, en una continua desconformidad del estado subyacente, va en búsqueda de la estimulación constante de la necesidad. Es una sociedad basada en la información, de valores hedonista, respeto por las diferencias, culto a la liberación personal y a la expresión libre.

Los ideales aspiran al despliegue de la personalidad íntima, el reconocimiento de las peticiones singulares, voluntad de autonomía. Las reglas racionales han evolucionado al deseo de subordinación individual. Esto se expresa en la liberación de costumbres y sexualidades, deseo de expresión y de expansión del yo.

Lipovetsky, hace referencia a la ideología individualista en *La era del vacío*:

Es la transformación de los estilos de vida unida a la revolución del consumo lo que ha permitido ese desarrollo de los derechos y deseos del individuo, esa mutación en el orden de los valores individualistas. Salto delante de la lógica individualista: el derecho a la libertad, en teoría ilimitado pero hasta entonces circunscrito a lo económico, a lo político, al saber, se instala en las costumbres y en lo cotidiano. Vivir libremente sin represiones, escoger íntegramente el modo de existencia de cada uno: he aquí el hecho social y cultural más significativo de nuestro tiempo, la aspiración y el derecho más legítimos a los ojos de nuestros contemporáneos. (Lipovetsky, 2003, p. 56)

La indumentaria, en este sentido, portará el mayor de los requerimientos del sujeto posmoderno: reflejar su heterogeneidad. Existe una búsqueda en el mismo de la descripción más íntima de su ser y a través de ello, alcanzar su atributo histórico de distinción. Sin embargo, no es tan seguro para sentir el vacío del aislamiento por lo que

debe experimentar la seguridad de pertenencia. El vestido que convive la rivalidad funcional de distinción/pertenencia.

Ya no le concierne la diferenciación por el status social, pero es de su preocupación la confirmación de su propia identidad, siendo el vestido el medio más inmediato para comunicarla.

El auge del individualismo, ha modificado los hábitos de consumo, desde una actividad regida por la intensión y la búsqueda de diferenciación social, hacia la necesidad de bienestar, funcionalidad y satisfacción de uno mismo.

La sociedad contemporánea se ve invadida por lo efímero, en una presencia por lo nuevo y el cambio constante. La exigencia por la innovación es incesante, los lazos generados son supérfluos, la necesidad por la novedad es imperiosa y los gustos son fluctuantes.

El sujeto contemporáneo necesita de una experiencia global, que lo atrape y lo haga sentir especial, único y reafirme su identidad dentro de la sociedad anónima en la que vive.

En la actualidad la funcionalidad del vestido se acentúa de tal manera, que la forma de definir un material es indicar las prestaciones que puede dar. Esto ocurre así porque en esta sociedad globalizada y acelerada, la vestimenta comienza a resignar la función principal de indicador social a favor de cumplir con los distintos requerimientos para la cual fue diseñada. (Saulquin, 2001, s/p).

La autora revela uno de los sustentos en los usos del vestido en la actualidad como herramienta de insignia social. La contemporaneidad releva la necesidad de diferenciación en el marco de la antiolectividad. El individualismo prevalece en su mayor expresión y el vestido es el lenguaje óptimo para poder manifestar la diferenciación en un común denominador.

El segundo capítulo acerca el discernimiento del vestido consecuente de una necesidad de expresión colectiva. La sociedad impulsa al sujeto a comunicarse, en sus primeras manifestaciones, a través de la ornamentación y las pinturas sobre el cuerpo, en las

cuales, el individuo colmado de creencias, informa sus interpretaciones sobre un mundo por conocer, mágico. Esta intensión evoluciona, asimismo, a una necesidad por recubrir un desnudo que la conciencia interpreta como demostración del líbido. Surge así el pudor y obligación por mermarlo.

El dualismo del vestido reside en que, tras la necesidad de ocultar la intimidad, devela el atractivo sexual. Es éste, otra de las funciones primarias: aumentar el líbido en el sexo complementario.

La segunda ambigüedad en las necesidades vestimentarias radica en la función de pertenencia/diferenciación que ha evolucionado, siempre bajo los mismos regímenes parlamentarios, a un sentido de pertenencia a un estrato social, y una diferenciación que en la era de la autonomía e independencia, se manifiesta en el relevamiento de la identidad, y no en la extensión del yo pudiente.

Este capítulo tiene por finalidad ampliar la perspectiva del vestir como un vasto lenguaje de signos. Esto permitirá leer la propuesta de diseño como un contenido no verbalizado sobre lo que la androginia es para la diseñadora.

Capítulo 3: Moda andrógina y el diseño contemporáneo.

Entendido el vestido como objeto de estudio en la forma más explícita del mundo de las apariencias, la moda es el marco teórico que contempla y da sustento al lenguaje del vestido. La moda es la persecución superflua de la inconsistencia, del presente desconforme y del futuro idealizado.

Siendo la moda, mera manifestación del ideal colectivo en un determinado alto cronológico, resguarda su argumento en el soporte cultural. El saber plural de la sociedad es quien demanda una necesidad de autoidentificación, y reafirmación y es el vestido quien abastece esa necesidad.

El capítulo tres tiene por finalidad acercar el conocimiento no trivial, como a menudo es considerado, del campo de estudio de la moda y su adaptación en el campo de estudio del presente PG, que es la androginia. Entederlo como un proceso desencadenante con el devenir de una transformación progresiva en la introspección colectiva. Que el surgimiento de la moda se da a finales de la Edad Media y continúa su búsqueda hasta la contemporaneidad con sus incesantes fluctuaciones.

Para el tratamiento de dicho capítulo, la lectura de *Sociología de la moda* de Godart, fue de gran aporte al enfoque del Proyecto de Graduación que es de proyección sociológica. Adentrado más al estudio de la moda, Alison en su obra *El lenguaje de la moda* sustenta un marco teórico representativo para el desarrollo del capítulo. Lipovetsky, nuevamente en *El imperio de lo efímero* hace su contribución para el análisis de la moda como sistema de cambio permanente.

Tras la lectura de copiosos textos a lo largo de los estudios en la carrera universitaria de Medicina, que nutrieron el conocimiento sobre saberes en dicha ciencia, previos a la inquisición del saber de la moda en la carrera de diseño de Indumentaria, resulta propicio para el entendimiento del accionar de la moda, su comparación con la modalidad en la que una célula opera en su entorno. Para ello, se acude a textos de la materia en los cuales se exponen trivialmente las funciones de la célula. No resulta relevante exponer

con especificidad sus interacciones, mas si sus destacadas y superficiales funciones que sustentan una visión más compleja y entendible, a veces pormenorizada, de la actividad de la moda.

Los escritos de la socióloga Susana Saulquin pertenecientes a sus libro *Política de las apariencias*, acercaron el alcance a comprender los ejes de la moda en lo que marcha del siglo 21.

Asimismo, del autor Frederick Monneyron se toman consideraciones analíticas sobre los orígenes y los cambios que hicieron de la moda una evolución perpétua.

3.1 La lógica de la moda.

La moda, como concepto y como fenómeno social, es una creación del mundo moderno occidental.

Durante decenas de milenios la vida colectiva se desarrollaba en respuesta al ritual de lo intangible, a la devoción por el poder de lo desconocido, espejado en el gusto por la ornamentación como expresión mágica de sus creencias pero lejos a entenderse por lo que, en la actualidad, se concibe por moda. Las doctrinas ancestrales legitimaban el conservadurismo de modo que inmovilizaban cualquier impulso de progresión en pos de la renovación y novedad. El impulso de preservar lo establecido y aceptar lo conocido era un orden de obediencia. En estas configuraciones, la moda no tendría razón de existir, ya que sería un adulterio a los regimenes hiperconservadores primitivos, y significaría un desapego del arquetipo colectivo. En virtud de que la moda realza la fantasía, el carácter estético y exalta la novedad en contraste con otra realidad carente de iniciativa, inmune a cualquier intento de originalidad, será necesario para su origen una grieta en la visión y una necesidad en el hombre orientada a una comunicación de identidad. Es en la esfera de la apariencia de donde emerge la inspiración de la moda. El individuo adquiere el valor supremo, la oposición contra el pensamiento tradicional sistemático y uniforme, es precursora en la surgir de la moda.

Lipovetsky quien realizó aportes sobre el sistema de la moda y se refirió a las formas de vestir remotas, desde un paralelismo con las razones sociales y afirmó:

La aparición del Estado y la división de clases no modificó la situación. Se perpetuarán las mismas formas de hacer, pensar y vestirse. En el antiguo Egipto, el mismo tipo de vestido-túnica común a los dos sexos, se mantuvo por casi quince siglos. En Grecia, el *peplos*, vestimenta femenina, se impuso desde los orígenes hasta el siglo 6. En Roma, la toga y la túnica persistieron con variación de algunos detalles hasta el final del Imperio. En paralelismo, el *kimono* en el mundo oriental ha permanecido inalterable durante siglos. (Lipovetsky, 1990, p. 29).

El augurio de la moda no se da, sino hasta los finales de la Edad Media. Surge cuando germina la necesidad de la novedad como constante, como exigencia cultural. Ya no se identifica con la curiosidad a lo desconocido. Bajo estas condiciones, se organiza un sistema de banalidad de continua transición. Desde entonces, los comportamientos individuales y sociales se vieron alterados por el dinamismo sucesivo de la moda hasta nuestros días, asegurando su identidad.

La moda hace su aparición con un tipo de vestido íntegramente nuevo, y haciendo alusión a la diferenciación de sexos por primera vez. Para el hombre, corto y ajustado. Para la mujer, largo y envolvente. La ropa larga y holgada llevada indiferenciadamente por ambos sexos pasó a sustituirse por un atuendo masculino compuesto por un *jubón*, chaqueta corta y estrecha unida a calzones ajustados que contorneaban la silueta de las piernas y el traje femenino, vestido largo ajustado y escotado, exaltando los atributos de la feminidad: resalta busto y caderas y alarga la silueta del cuerpo. Es un nuevo sistema, que toma al vestido como vehículo social de proyección, caracterizado de un corto ciclo de vida y no sólo es la modalidad de apropiarse la imagen adecuada, sino que reglamenta los órdenes sociales verticalmente desde aquellos que privilegian el placer.

Nuevamente Lipovetsky realiza un aporte en cuanto a los mandatos de la moda sobre sus variaciones regulares y que tienen que ver con los elementos de correspondencia directa que afligen los cambios en la moda:

La moda cambia sin cesar, pero en ella no todo cambia. Las modificaciones rápidas afectan sobre todo a los accesorios y ornamentos, a la sutileza de los adornos y la amplitud, en tanto que la estructura de los trajes y las formas generales permanecen mucho más estabilizadas. El cambio de la moda concierne ante todo a los elementos más superficiales y afecta con menos frecuencia al corte de conjuntos de los vestidos. (Lipovetsky, 1990, p. 33).

El autor, al referirse que los ciclos del sistema moda, afectan sólo a los accesorios y ornamentos, no así tanto a la transformación de las prendas, sugiere una reformulación periódica de un estilismo, en representación a un concepto, para definir su función. La moda se inicia a través del valor social de los elementos complementarios.

Los cambios paulatinos que se dieron en el desvanecimiento de doctrinas imperantes por decenas de miles de años, se evidenciaron en la moda, pero se correlacionaron con diligencia de los sucesos. No es casualidad que los cambios en la moda, se vieran solamente manifestados en los ornamentos, y que la estructura de los trajes se viera inalterada.

Ejemplo de ello es el verdugado, nombre que recibe la falda de aros rígidos que llevaban las mujeres debajo de una falda superior a este armazón, tradicional, de color negro y larga hasta los pies, llamada basquiña. Apareció en España hacia 1470, y fue muy utilizada por sus mujeres durante los siglos 15 y 16 pero no se abandonará hasta mediados de siglo 17.

Sin embargo, la moda no se impondrá como fenómeno social, con su identidad e instituciones, hasta el siglo 19, cuando el individuo es el epicentro de la sociedad. De esta forma, se desarrolla, en primer lugar, en los dos países en los que se instala primero el ideal del individuo como primacía: Francia e Inglaterra.

El vestido no obedece solo a la función de distinción entre clases sociales diferentes, sino que aporta una libertad total individual.

Según el decreto de brumario del año 2 en la Revolución Francesa:

Ninguna persona de uno u otro sexo, podrá obligar a cualquier ciudadano a vestirse de una manera determinada, bajo pena de ser considerada y tratada

como sospechosa y perseguida como perturbadora del orden público: cada uno es libre de llevar la ropa o adorno de su sexo que desee. (s/a. 1793).

De esta forma, se ponen fin a las leyes suntuarias, iniciándose la transformación de la moda, destinada a un grupo reducido de individuos, la nobleza. Sin embargo, no tardará mucho en que se difunda la novedad de la moda en el común de la sociedad. Así surge la Moda.

El traje masculino, en aquel entonces, debe sobreponer los valores de la burguesía en la clase que la Revolución puso al dominio: la clase trabajadora, cuyos valores se fomentan, antes que nada, en el afán de lucro, la acumulación de la moneda y en el ahorro.

El vestido femenino, en contraposición, oprime el cuerpo de la mujer con el uso de corsés, ballenas y enaguas y deja a la mujer en una posición de inutilidad al cohibirla en la libertad de movimientos. Queda marcado, después de entonces y más que nunca, un dimorfismo sexual, bastante acentuado.

En 1850 se dio un nuevo paso decisivo, que marco el acaecimiento de la clase burguesa y el acceso del vestido a la esfera privada. Este paso es el que permite la aparición de la alta costura y a cuyo origen se atribuyen las obras del joven inglés Charles Frederick Worth, quien presentaba a sus clientas sus últimas creaciones llevadas por mujeres a las que llamaban *sosías*, primigenias de las actuales manequens.

A partir de entonces, la alta costura se ofrece como un derecho de arte, cuya regla principal es la innovación y por lo tanto, introducir cambios permanentes en la estructura y en la composición de las piezas.

El dimorfismo sexual se cuestionará posteriormente, hacia principios del siglo 20, donde el vestido de la mujer comienza a adoptar elementos del traje masculino. Fue Paul Poiret quien hacia inicios del 1900, emprende una revolución en la indumentaria femenina. En primera instancia, descarta en el vestido, todo aquello que restringía la libertad de la mujer, eliminando el corsé, todo tipo de enaguas, así como los sombreros atosigados de

frutas, hojas o flores. Inspirado por Oriente, intentó darle al vestido la forma de abultado, y creía que el pantalón para las mujeres, acabaría por imponerse.

Fue Coco Chanel, hacia 1920, quien desdibuja las aún existentes líneas del dimorfismo sexual, imponiendo el traje sastre. La modista orientará el guardarropa de la mujer hacia la funcionalidad y la simplicidad. Conserva todavía la falda, acortándola, y le da un calce que permite una mayor libertad en los movimientos. Con su moda, Chanel logra atribuir a la mujer una mayor participación en la vida social, animándola a una vida físicamente más libre.

A partir de la década de 1960, la moda vuelve a pegar un nuevo giro. La alta costura, imponiendo modelos que eran copiados luego por la producción masiva, fue quien desencadenó los comienzos del pret-a-porter, término inventado por un francés Weil, en 1949. En Estados Unidos, el mismo descubrimiento, nació al acabar la guerra: el *ready to wear*. Se trataba de grandes producciones réplicas de los modelos de alta costura con gran calidad e inmediatez. Este tipo de producción se diferenciaba de la europea que carecía de la óptima calidad americana y con un tiempo de reproducción mucho más largo.

Con el transcurso del tiempo, el pret-a-porter deja de tomar a la alta costura como musa y pasa a estar en manos de un estilista cuyo mayor cometido es reconocer las aspiraciones, gustos, actitudes en las masas, que las encuentra en la observación de la calle, para capitalizarlas en los diseños.

De la misma forma, que para los años 1960, la mujer adopta el pantalón a su guardarropas, muchos elementos que antes estaban reservados para la mujer, han sido acogidos por los hombres, como lo son las telas satén o seda, las formas, los accesorios y los colores vivos.

Lo asequible de la moda pasa, en primer lugar, por la magia de la apariencia.

3.2 La célula contemporánea.

Esta sección del capítulo está asignada a la comprensión de la moda como un sistema de integración, asociación e intercambio de información. Para interpretar su función de manera didáctica a través de un ejemplo, existe una comparación que resulta eficiente y que, como se ha mencionado en la introducción a este capítulo, corresponde con la comparación de las múltiples funciones de una célula.

Quien ha leído alguna vez sobre las funciones de la estructura biológica y minúscula de los seres vivos, no tardaría en entender la relación que ésta podría sostener con la moda. Viene esta comparación en el PG, porque resulta ser la que explica de manera más eficaz el operar del sistema moda y para el cual no es precisamente necesario tener conocimiento en los saberes de la biología.

La célula comprende un sistema de organización e interacción con su entorno muy elevado lo que le permite llevar a cabo eficientemente sus funciones. Para ello, desarrolla tres tipos de funciones: la nutrición, la relación y la reproducción.

La primera función celular comprende la incorporación de los alimentos al interior de la célula, la transformación de los mismos y la asimilación de las sustancias útiles para formar su propia materia.

La segunda función, que es la de relación celular, se funda en la sensibilidad, o capacidad de recibir estímulos del exterior, y en la emisión de respuestas para esos estímulos. Estos, son las variaciones del medio ambiente capaces de provocar en la célula algún tipo de respuesta. Hay muchos tipos de estímulos, entre ellos, los estímulos térmicos, los químicos, los eléctricos, los gravitatorios. En este punto, es imprescindible poner en consideración el concepto de mutación que es de valiosa importancia en la asociación con el sistema moda.

En genética y biología, se considera mutación al cambio en la información genética, conocido también como genotipo, conducido por un estímulo, que produce una variación en dichas características, pudiendo éstas, ser heredadas en la descendencia. La unidad

genética capaz de mutar es el gen y es la unidad de información hereditaria de la que forma parte el ADN.

La última función celular, que es la de reproducción, constituye el proceso de formación de nuevas células, o células hijas, a partir de una célula inicial, o célula madre. De esta forma, cada descendiente obtendrá una copia exacta de material genético de la célula madre.

En un estado superficial de conocimiento sobre las funciones de la célula, se puede comparar ésta con el procedimiento con el que opera la moda. Esta lleva el mismo curso que la vida de una célula.

De naturaleza social, se nutre de todas las disciplinas, las ciencias, la tecnología, el arte, los ideales humanitarios, la política sobre la cronología en la que reposan. La moda puede combinarlos o articularlos, pero lo que no puede, es independizarlos. Todos conviven en un solo discurso. Y es en este punto, en donde adquiere valor la segunda función celular: la de relación.

Este es un aspecto en el que toma participación la interacción moda-cultura/ célula-entorno, y es en donde se forma la interpretación de la moda sobre el entorno.

El fenómeno de mutación, desarrollado con anterioridad, es correlativo con las alteraciones que va transitando la moda y la homeostasis, entendido biológicamente como la capacidad de las células de mantener un equilibrio dinámico interno-externo con el entorno, es el estado de coherencia que presenta la moda en un contexto espacial-temporal.

El proceso de mutación se da, en este caso, cuando un agente estimulador externo produce un cambio de codificación en el lenguaje de la indumentaria o gen, al ser comparado éste con las reacciones de una célula, de forma que reproduce, tercera función celular, copias idénticas de la célula madre mutada, desencadenando, en un contexto social, un fenómeno. La necesidad de pertenencia, de diferenciación y de identidad constituyen este fenómeno, ya que son los elementos de cohesión, para que

éste se dé como tal. Ejemplo de esto, es en la década de 1980, la adaptación del pantalón al vestuario femenino como representación de una invasión a los intereses profesionales y sociales masculinos de la época.

Entendido el funcionamiento de la moda como un gran sistema de interacción, se prolonga un estadio de enigma que tiende sus raíces en cómo se desenvuelve la moda en contemporaneidad. Es un interrogante que ayudará a develar también una mayor comprensión sobre su dialecto de la posmodernidad.

La moda ha dejado de ser el privilegio de la elite social, todas las clases han sido arrastradas a la vorágine del cambio y de lo efímero. Esta no se identifica con el lujo de las apariencias y la superfluidad.

Saulquin es una autora quien ha estudiado la participación moda en el siglo 21 y que gracias a su conocimiento en el campo de la sociología supo definir con precisión su deber:

Después de estar vigente durante más de ciento cincuenta años, el sistema de la moda, como parte integral de un contexto social con grandes transformaciones en todos los órdenes, comienza a desarticularse y es abandonado por ser innecesarias las bases que lo sustentaban. (Saulquin, 2014, p. 11).

Bajo el discurso que lo nuevo supero a lo viejo, cualquier firma que no cree nuevos modelos recae en el decaimiento en la competitividad del mercado. El devenir de un pensamiento radicado en la aceleración de los ciclos de vida de los objetos, conlleva a un sistema económico en el que reina la innovación. La norma de lo efímero domina los ejes de la producción. Las diferencias se centran en las prestaciones, la calidad de los materiales, la comodidad, y no en la variante del lujo y son impulsadas a una acelerada caducidad y a la renovación. El diseño será el puntapié inicial al juzgar la aprobación y, por consiguiente, el éxito del producto en el mercado.

El consumo esta desencadenado por los atributos no físicos, sino sociales del objeto, como herramienta de jerarquía social.

Sin embargo, las bases de este consumo desmedido están regidas por un nuevo paradigma gobernado por el individualismo. Las bases de la moda que se cementaban sobre la pertenencia y cohesión social y la dominancia y diferenciación a través de los parámetros de riqueza y adquisición se fracturan para volcarse a los valores que parten de la valorización de la personalización, surgiendo nuevos códigos en las formas de vestir. Desaparece la voz imperante y autoritaria de la moda. Este sistema se alimenta del elogio que le confiere el signo u objeto, en este caso, al adquisidor. La función se transforma en una necesidad es superflua, secundaria.

El estado andrógino primitivo al que se hizo mención en el capítulo uno conlleva a un estado de autocomplacencia, de soledad, de independencia. Ese estado de “casi” perfección individualista idealizado es el que define el modelo aspiracional del sujeto del siglo 21. De esta manera podría llegar a leerse una leve inconsistencia al no dejar pasar por alto el sentido incompleto de la perfección. El sujeto posmoderno se desarrolla en la búsqueda de la autorrealización y la autosuficiencia y son los sentimientos de aislamiento y desamparo que lo sitúan en la búsqueda de una compañía semejante a él. Y aquí reposa una influencia altamente narcisicista: el estado ideal comprende un sujeto complacido individualmente en todos los sentidos, y para coartar con el sentimiento de soledad, que esto primero provoca, extiende una prolongación de su yo en otro individuo. La moda, como célula en interacción con el ambiente adyacente, reelabora el paradigma cultural del siglo 21 y lo reinterpreta en el estereotipo y arquetipo preponderante de la era de la posmodernidad: el sujeto andrógino.

3.3 Simbiosis moda-androginia.

Esta sección del capítulo acerca la comprensión del fenómeno de la androginia a través de la lente de la moda. Entendida la moda como un sistema de organización de sucesivo intercambio cultural, y como medio expresivo de la interpretación de las manifestaciones sociales, se estudia la moda en concomitancia con el fenómeno de la androginia y su

lectura. Esta expresión social tiene sus primeros exponentes en personajes celebres de la música hacia la década de 1980, que comienzan a ejercer progresiva influencia en el dominio de la moda. Sin embargo, para esta época, los índices de la androginia no estaban tan afianzados en esta última área, pero se afianzan con el avance de las décadas. Para completar la teoría, se nombran diseñadores que han tratado la androginia y la han reinterpretado a través de la indumentaria.

3.3.1 Discurso andrógino de la moda.

Los comienzos del estereotipo andrógino presididos por los cambios sociales incursionan su estadio en la moda hacia la década de 1980. David Bowie, quien acababa de regresar a la música, tras muchos años de ausencia, fue tal vez el primer que encarnó el personaje del tercer género. Supo a través de su vestimenta, el maquillaje y sus cabellos teñidos, jugar con la masculinidad y la femineidad en la forma artística.

Los ideales del estereotipo andrógino no se expresan sólo en la apariencia sino también en la silueta de los cuerpos para ambos géneros tendiendo a una forma rectilínea carente de sinuosidad.

Sin embargo, esta meta aspiracional no había llegado aún al mundo del modelaje, ya que es una década consagrada a la era de las supermodelos, en las que reinaban mujeres con perfectas curvas femeninas: pechos, cintura y cadera.

Los mayores exponentes de la mujer Venus lo representaban Claudia Schiffer, Eva Herzigova o Cindy Crawford.

Progresivamente, a medida que el ideal andrógino tomaba fuerza y autoridad empezaron a proliferar los modelos muy delgadas de carente curvas, de cuerpos fibrosos y apariencia ambigua.

Esto quedaba subordinado a una genética en juicio, de los imaginarios anhelados que obedecían caderas estrechas, hombros anchos, escaso busto. Los rasgos del rostro se hacían más angulosos y marcados con mandíbulas prominentes. Bimba Bosé sería la

mejor representante española de esta tendencia. Por las pasarelas el maquillaje desaparece casi en su totalidad y es los casos en los que está presente, se limita a corregir pequeñas imperfecciones o a marcar ligeramente los pómulos. El pelo se usa corto y con peinados sencillos de cortes rectos y engominados.

A través de este viaje comienza a difuminarse los márgenes que contienen los cánones tradicionales, entre sexos opuestos configurando nuevas formas de entender la moda.

Los hombres también descubren una estética andrógina en su apariencia. Los modelos musculosos y de facciones muy masculinas han ido perdiendo terreno desde mediados de esta década a favor de jóvenes lampiños, de rasgos más indefinidos y de rasgos delgados, sin formas.

Las prendas que legitiman la androginia se adaptan tanto al cuerpo del hombre como al de la mujer. Son prendas unisex. Tipologías afines son los blazer, pantalones pitillo. El smoking se emplea con el uso de camisas de cuellos cerrados, moños, corbatas y pantalones de pinza por la cintura. Los abrigos también se acercan a lo masculino con gabardinas y cortes rectos, además de los zapatos que es quizás donde más se refleja. Esta tendencia se refleja con nuevos modelos de mocasín con o sin tacón y con nuevas texturas y troquelados.

3.3.2 Diseñadores con vestigios de androginia.

Los vestigios de la androginia se remontan a los años 1920 tras el viraje social que ocasionan las secuelas de la Primera Guerra Mundial. La mujer desdobra por primera vez un rol de potestad que la lleva a personificar al género masculino. Coco Chanel, fue la modista que creó los modelos a partir de este incipiente ideal, que aún generaba controversia, ya que estaba muy instaurado todavía lo pomposo de la indumentaria femenina de comienzos de siglo. La joven modista revolucionó la moda de lo recargado y emperifollado tan sencillo como el vestido negro, apostando por lo asequible y a comodidad.

La modista, de una apariencia muy delgada, con el cabello corto al estilo garccone, usaba ropa de sus amantes y amigos y aparecía en público con una corbata, una gabardina y unos zapatos planos. Chanel, altera las reglas de la seducción e impone una tendencia que fascina a hombres y mujeres. Por este motivo se la considera una adelantada a su tiempo y se la estima precursora de la masculinización de la moda femenina.

Según palabras de Gaultier (2012) "ser andrógino es mucho más que vestir a una mujer de hombre. Es algo más sutil". El diseñador juega con las identidades de género. En sus colecciones e incluso en su perfume Madame, que fusiona las esencias femeninas y masculinas consiguiendo una fragancia tanto para mujeres como para hombres.

Esa ambigüedad con la que jugó Bowie ha inspirado a diseñadores como Rei Kawakubo, de Comme des Garçons, o Anderson, quienes han jugado con los roles de género en sus propuestas.

El diseñador Alexander Wang se suma a la larga lista de diseñadores que se sumaron a la moda masculina como Gareth Pugh, Matthen Williamson, Carlos Miele y Roland Mouret, han restado curvas a sus diseños al crear colecciones para hombre y da buenas razones de androginia a sus colecciones. Puesto que ésta es el sello de sus creaciones femeninas, podemos apostar que la colección masculina no diferirá mucho de la imagen a la que Wang nos tiene acostumbrados.

El diseñador italiano en su colección otoño invierno 2011/2012 nos acerca también una miscelánea entre lo femenino y masculino. Muchos de sus diseños presentados en esta colección nos presentan estilos muy masculinos que siguen destacando por su gran feminidad. Esmoquin, pantalones, chaquetas de un sobrio corte militar. Destacan los colores grises y los "rosa palo" pero el negro, es el principal portador de una elegancia innata en unas prendas andróginas.

La autora Fuller, quien opinó sobre el tema, enuncia una metáfora interesante de destacar:

Aunque lo masculino y lo femenino hayan sido dos lados del gran dualismo radical, en realidad siempre se están entremezclando. El líquido se solidifica y el sólido se derrite. No existe ningún hombre completamente masculino ni ninguna mujer completamente femenina. (Fuller, 1998, s/p).

La autora ejemplifica la masculinidad y la femineidad como manifestaciones de un mismo elemento, en este cita, el agua. Lo que es sólido, pasa a ser líquido y/o tal vez gaseoso, para convertirse nuevamente en sólido, líquido o gaseoso. Esto es, no existe la naturaleza femenina o masculina en estado puro, la ambigüedad rige hasta en la mínima expresión.

Este capítulo conecta los conocimientos del primer capítulo con la lógica operacional de la moda para dar por resultado la interpretación de la androginia por el sistema de la moda.

Bajo el discurso del ciclo de vida corto de los objetos y el devenir de un sistema económico en el que reina la innovación, la norma de lo efímero inicia los tiempos de la oferta y la demanda en la producción, el diseño es el puntapié inicial al juzgar la aprobación y, por consiguiente, el éxito del producto en el mercado.

La moda, concebida desde los bases de lo efimero y la innovacion o diseño, es la materia intrínseca del capítulo por su forma de conjugar las variantes individuo-moda-contemporaneidad.

Pero antes que ello, explica, bajo la interpretación de la diseñadora, el paralelismo que existe entre el funcionamiento de la unidad biológica mas pequeña y la moda, como sistemas de organizacion de elevada complejidad. Esto agiliza la lectura y comprension del intercambio entorno-celula/ androginia-moda.

La moda, por su en interacción con el ambiente adyacente, reelabora el paradigma cultural del siglo 21 y lo reinterpreta en el estereotipo y arquetipo preponderante de la era de la posmodernidad: el sujeto andrógino.

El capítulo tres proporciona una contextualización mas ahondada sobre el campo de interés del PG, y servirá de sustento para el desenlace en la propuesta de diseño.

Los próximos capítulos se introducen en el proceso creativo, más relacionados con los conocimientos aprendidos en la carrera de grado.

Capítulo 4: El futuro de las fibras textiles.

Dado un estado de conocimiento en el marco teórico que sustenta la inspiración del proceso creativo y que justifica la propuesta en temporalidad caracterizada de fragmentación y unicidad y su respuesta adaptativa en un sujeto andrógino, resta exponer el carácter de los textiles materializados.

De modo que el PG tiene suelo en el siglo 21, se busca articular el estereotipo con la realidad que hermana al posmodernismo: la preocupación por el medio ambiente.

Las telas elegidas para la materialización del prototipo se integran al interés por la preservación del entorno natural.

De modo que el pasado juicio de la moda caracterizado de ser colectivo es abandonado para centrarse en un plano donde la individualidad prima sobre las masas y se revaloriza la singularidad, sería contradictorio afirmar que este nuevo paradigma apoya la serialización de la producción, de modo que en el plano de la industria textil, comienza a escogerse un sistema de producción que también responde al trabajo desde el cuidado de los recursos, la elección de la materia prima y los adecuados procesos de producción. Es por ello, que el presente capítulo tiene por finalidad acercar los saberes sobre nuevas fibras textiles y el devenir en sus usos. Previamente, se definen los tipos de fibras comúnmente utilizados en la industria textil junto a su evolución orientada por la innovación.

Las nuevas fibras textiles son responsables, tienen un compromiso con el medio ambiente. Se espera que su composición sea natural, bio-degradable, sin concentraciones de materia sintética.

Los escritos de la socióloga Saulquin en su escrito *Política de las apariencias* contribuyeron al entendimiento de las raíces, en la actualidad, en las razones de la elección por una política sustentable. Asimismo, fuentes útiles sobre nuevos textiles como el escrito de Quinn, autor de *Textile Visionaries*, sirvieron de un gran aporte para interiorizar el saber sobre el rumbo de los tejidos.

Aficionados y diseñadores ya han aplicado este principio empleando prendas de descarte para confeccionar otras nuevas, pero la ciencia está desarrollando tejidos con implementaciones cada vez más eficientes. Asimismo, está creando aquellos textiles que ofrecen nuevos rendimientos técnicos como tejidos que generan electricidad, con dispositivos electrónicos integrados, pero alejados de la realidad sustentable.

La industria textil de alta tecnología apunta a la innovación de nuevos materiales y técnicas de fabricación.

Los últimos alcances técnicos han posicionado a los textiles como un campo inmejorable para el avance y la investigación.

4.1 Definición de fibra textil

Originariamente, las fibras textiles fueron extraídas de la naturaleza mediante técnicas artesanales con el fin de producir hilado, para la posterior elaboración de tejidos que finalmente se transformaban en vestimentas.

Llamamos fibra textil a todo aquel material homogéneo y relativamente flexible que se puede hilar para luego transformarse en telas mediante las operaciones de trenzado, filtrado o tejido.

En la actualidad, están clasificadas en tres grupos: las fibras naturales, las fibras artificiales y las fibras sintéticas.

Las pertenecientes al primer grupo pueden ser de precedencia vegetal, animal o mineral.

Las de origen vegetal pueden provenir del uso de semillas, tallos, hojas, frutos o raíces y el elemento natural entre todas ellas es la celulosa.

Las de origen animal pueden derivar de las secreciones de glándulas de ciertos insectos, como es el caso de la seda natural que resulta de la segregación del gusano de seda, llamado *Bombix Mori*. También son fibras de origen animal las que provienen de los folículos pilosos de los animales como la oveja, la cabra o conejo.

La última clasificación de fibras naturales son las pertenecientes a las fibras de origen mineral y se las utilizan tal cual se las extrae del medio en el que se encuentran. Ejemplos de ello, son los hilos de oro y plata utilizados con fines de uso religioso.

Las fibras artificiales son producidas por el hombre a partir de la celulosa que es sometida a un proceso de transformación química. Por medio de este procedimiento se logra disolver el polímero natural para luego regenerarlo hasta transformarlo en filamentos continuos.

Esta transformación da origen a una variedad de fibras nuevas con características propias y múltiples aplicaciones, manteniendo intacto el polímero natural finalmente regenerado.

Por último, las fibras sintéticas son filamentos continuos de polímeros termoplásticos de alto peso molecular obtenidos mediante procesos químicos y derivados de productos petroquímicos. Este es justamente el factor que los diferencian de las fibras artificiales: la procedencia de una materia prima no natural.

Dentro de este grupo encontramos las poliamidas, las fibras acrílicas y el poliéster.

Pasado el auge producido por la aparición de las fibras sintéticas, y el gran deterioro ambiental que su fabricación conlleva, está naciendo una nueva revalorización de las fibras naturales, fundamentalmente de las de origen vegetal y animal, ya que las de origen mineral, juegan un papel de relativa importancia. A continuación se orienta el recorrido.

4.2 Evolución de las fibras textiles.

De las fibras naturales, el lino se considera la más antigua, utilizada en Egipto desde hace aproximadamente siete mil años.

No obstante, se conoce el uso desde hace casi cinco mil años de otras fibras como la seda en China o la lana en los pueblos de la Mesopotamia asiática. El uso del algodón es también de larga data, desde hace unos cinco mil años en Egipto y unos tres mil años

en América, donde se hallaron restos de tejido elaborado en la costa peruana. Su uso también fue muy difundido en China e India. A Europa llegó por medio de los árabes que difundieron su uso en los países mediterráneos y en América del Norte por medio de los colonos ingleses que establecieron las plantaciones en la región de Virginia.

La aparición de la maquina desmontadora en 1793 inventada por el estadounidense Whitney, impulsó el desarrollo de la explotación industrial y propició la expansión de los cultivos, lo que la convirtió en la fibra más importante por su calidad y bajo costo.

Existen otras fibras naturales que fueron muy utilizadas a lo largo de la historia, como es el caso del yute, originario de la India, el formio, proveniente de Nueva Zelanda o el cáñamo de China.

Incluso la ortiga común tiene una larga historia como fuente de fibra. Hasta el siglo 19 esta fibra fue utilizada en Escandinavia y Escocia para la fabricación de prendas de vestir y durante la Primera guerra mundial, la escasez de algodón también obligó a los alemanes a utilizarlas para la fabricación de telas.

Pero la historia giró bruscamente a mediados del siglo pasado, cuando las fibras naturales comenzaron a ser rápidamente reemplazadas por fibras artificiales por cuestiones de costo, por un lado y por los miedos de agotar la fuente de recursos naturales. Esto produjo un impacto en millones de personas, cuyas vidas estaban abocadas al procesamiento de fibras naturales, ya que dicha producción produjo migraciones masivas del campo a la ciudad en Europa y Norteamérica desde el siglo 18 hasta bien entrado el siglo 20, con la consiguiente transformación de la sociedad y el auge del materialismo y los movimientos obreros.

La historia de las fibras artificiales comenzó a partir de los primeros intentos de producir seda artificial.

Si bien el primer intento por producir este tipo de fibra data de 1664 de la mano del naturalista inglés Robert Hooke, es recién en 1884, cuando se logra producir la primera fibra artificial, y su inventor fue el Conde de Chardonette.

Sus tejidos de *seda artificial* causaron sensación en la Exposición de París de 1889, por lo que fue considerado el padre de la industria del rayón.

En 1893 Arthur D. Little inventó otro producto celulósico, el acetato, utilizado por primera vez en la industria textil en 1924 y en 1910, Estados Unidos comenzó su propia producción de rayón.

Hacia septiembre de 1931, el químico estadounidense Wallace Carothers descubrió unas moléculas gigantes llamadas polímeros. Enfocó su trabajo en la elaboración de una fibra conocida simplemente como 66, una serie derivada de su estructura molecular. Esto dio lugar al nacimiento de la primera fibra sintética, la fibra milagrosa que paso a llamarse Nylon.

Es una fibra sintética porque fue sintetizada íntegramente de productos petroquímicos. Es por ello que el desarrollo sostenido de estas fibras se encuentra directamente ligado con el desarrollo de la industria petrolífera, frente de las materias primas para la fabricación de los polímeros. Este avance estableció las bases para el posterior descubrimiento de todo un mundo nuevo de fibras manufacturadas.

Al terminar la segunda guerra mundial comenzaron a aparecer una nueva serie de fibras sintéticas: las fibras metalizadas, las modacrílicas, las fibras de olefina.

En la década de 1950 hizo su aparición el acrílico, famoso producto simil lana. Para la misma época, se produjo por primera vez la fibra poliéster y el revolucionario *wash and wear*, término acuñado para describir un textil mezcla de algodón y acrílico u otras combinaciones de fibra manufacturadas.

En la década de 1960 Dupont creó el elastano, con propiedades de elasticidad sorprendentes que transformó para siempre la moda femenina.

En 1970, Japón introdujo la microfibra, cuyas fibras son cien veces más delgadas que un cabello humano.

Desde los años noventa aparecieron fibras diseñadas para usos específicos como el Nomex y el Kevlar. También incursionaron en el mercado el Spandex, una fibra estirable

y la Aramida, resistente a alta temperatura. También encontramos telas de fibras sintéticas no tejidas aplicables en batas quirúrgicas y prendas descartables.

La fibra de vidrio, es altamente apreciada por ofrecer aislamiento térmico, resistencia a altas temperaturas y estabilidad frente a reactivos químicos. Es por ello que combinada con otras fibras es utilizada para la confección de chalecos blindados, telas plásticas reforzadas, pantallas, etc. Los hilados metálicos, o los hilados metalizados también otorgan su aporte en la confección de los tejidos de moda.

En la actualidad, la innovación es el sello distintivo de la industria de las fibras manufacturadas, que siempre seguirán significando un mejor estilo de vida aplicados no sólo a la confección de prendas de vestir, sino también presentes en la medicina, aeronáutica, energías, programas espaciales.

La faceta negativa de tan grande avance en pos de un mejor estilo de vida para la humanidad es el deterioro del medio ambiente, producto de los contaminantes vertidos durante los procesos de manufacturación y las malas condiciones de trabajo que hacen de los trabajadores seres más intercambiables, prescindibles y vulnerables.

Los problemas medioambientales consecuencia de los inmorales procesos de producción en la cadena de elaboración de manufacturas están siendo tratados desde la preocupación y desde el compromiso.

La socióloga Saulquin, quien reflexiona acerca del tema, afirma: “Esta forma diferente de ver el mundo, que destaca la necesidad de atender el cuidado de los recursos naturales y de las personas, tiene un fuerte impacto en las individualidades y en sus sistemas de creencias” (2014, p. 37).

4.3 Las nuevas fibras textiles

La evolución en materia textil puede estar organizada en dos grandes clasificaciones que se orientan, por una parte, a prolongar la innovación tecnológica para el desarrollo de

textiles inteligentes y, por otra, al tratamiento de textiles que provean compromiso y responsabilidad medioambiental desde los inicios de su cadena productiva.

En el campo textil, involucrando los las nuevas implementaciones de las fibras pertenecientes a las del primer grupo, la ciencia, la tecnología, y el diseño, se asocian para crear las fibras textiles del futuro que apuntan a ser ultralivianas, funcionales y ecológicas, orientadas a mejorar las cualidades estéticas y de confort de las prendas.

En este cambio de postura, juega un rol importante la Biomimética, que es la ciencia que estudia a la naturaleza como fuente de inspiración para resolver problemas gracias al estudio y observación de los procesos mecánicos, químicos o de cualquier otra índole que ésta emplea para solucionarlos desde ya hace millones de años. De allí que los investigadores en este campo han desarrollado una gran cantidad de proyectos sustentables que imitan los procesos naturales.

En la actualidad, los objetivos de los fabricantes son tres: explotar las cualidades de las fibras ya existentes, desarrollar nuevas fibras que se adapten a su entorno y por último crear fibras super-miméticas con reacciones similares a las funciones de la naturaleza.

Otro alcance en la industria textil es la creación de los textiles inteligentes, fruto de la conjunción de diversas disciplinas de investigación: diseño textil, tecnología, física, química, informática.

El concepto básico de textil inteligente consiste en una estructura textil que detecta y reabona a los estímulos de su entorno a través de una unidad de procesamiento.

Implementados a principios de 1990, estas prendas fueron utilizadas en el campo militar originariamente. Actualmente, se utilizan en tipos de prendas de protección, prevención de peligro, seguridad y medicina aunque el concepto esta incursionando con éxito en el campo de la moda y el confort.

Los textiles inteligentes obtienen sus materiales de dos industrias. Por un lado, la textil y por otro, la industria electrónica. Dadas las características disímiles entre los dos tipos de

materias primas, el textil suave y flexible y el electrónico duro y quebradizo, se requiere el desarrollo de nuevas tecnologías que logren la convergencia óptima entre ambos.

La creación de estos textiles innovadores fue posible gracias a tres factores en simultaneidad que involucran la introducción de nuevos tipos de fibras textiles y estructuras, por ejemplo materiales conductores, la miniaturización de la electrónica y, por último, la creación de tecnologías inalámbricas que permiten que la tecnología sea portátil y pueda conectarse con otros dispositivos. Este tipo de tecnología funciona a través de un sensor y un actuador, que responden a una señal interactuando con el entorno y producen cambios de color o de forma debido a los estímulos químicos, mecánicos, por temperatura y luz. La unidad de control es el tercer factor que constituye este complejo sistema.

Existen además un grupo de materiales, entre ellos la plata y el cobre, denominados conductores, cuya función es precisamente conducir la electricidad.

Todo este complejo sistema depende de una unidad central de proceso que consta de un hardware y un software y que decide la acción a tomar en respuesta a la señal de los sensores.

Los nuevos tejidos cumplen funciones específicas como pueden ser la iluminación, almacenamiento energético, monitorización fisiológica y transmisión. Son los llamados etextiles o textiles electrónicos.

Ejemplos de diseñadores que incursionaron este campo son Layne quien integró circuitos dentro de los textiles, de modo que pueden transmitir texto o comunicarse entre sí, es decir, entre dos prendas, como también, Whitton y Nugen quienes idearon una chaqueta de uso femenino que propicia descargas eléctricas ante un posible atacante, a la vez que protege al usuario de cualquier descarga eléctrica.

Las otras fibras del futuro, pertenecientes al segundo grupo, responden a la reestructuración en la mirada hacia las implicaciones de una productividad desmedida e innecesaria y sus efectos en un deterioro ambiental, tienen que ver con los textiles

empleados para la materialización del proceso creativo y son las naturales de carácter sustentable y sostenible.

Luego del auge de las fibras sintéticas, en los últimos siete años, este sector posó nuevamente su mirada en las fibras naturales, acompañando la creciente preocupación por el cuidado y la preservación del medio ambiente. Este factor dio origen al desarrollo de los tejidos orgánicos o telas ecológicas.

Se entiende sustentabilidad a la acción del hombre en relación a su entorno, al equilibrio entre él con los recursos que se encuentran a su alrededor mientras que sostenibilidad alude, además, al respeto y el cuidado del medio ambiente circundante, a la atención de las condiciones sociales, políticas y económicas del conjunto social, aportando una visión humana. A que el hombre pueda satisfacer sus necesidades respetando el entorno natural en el que vive.

El cuidado de los recursos se extiende sobre el ciclo completo de vida de la prenda, y perdura hasta que deje de tener existencia en el planeta. Comúnmente, sólo está atribuido a los procesos que involucran su producción, desde la obtención de la materia prima hasta su aparición en el mercado, pero se prolonga hasta su desaparición.

El ingeniero textil Gardetti, también director del Centro Textil Sustentable, aclara que el mayor impacto sucede en los cuidados domésticos de las prendas, como en el planchado y el derroche de agua y energía durante los procesos de lavado y secado de las prendas, colaborando al calentamiento global y al aumento de los gases invernaderos.

La industria textil es una de las más evolucionadas en los últimos treinta años, de la mano de los países que invirtieron en investigación y desarrollo, tales como Italia, China, Japón, Francia, Alemania.

La moda ecológica debe responder a una moda sostenible y atractiva, satisfaciendo los requerimientos del público.

Inicialmente, la moda ecológica era informal, inspirada en la naturaleza. Con el paso de los años, éste fue evolucionando y en la actualidad se ha adaptado al perfil del consumidor para desembocar en el actual *eco-chic*, nombre que toma la asociación de moda, diseño y ecología, que logra un uso más prolongado de la prenda en cuestión.

La moda ecológica sostenible debe conllevar un proceso en todo su ciclo de existencia, desde las materias primas, fabricación, transporte, ventas y uso. Esto conlleva a la conservación de los recursos naturales y bajo impacto de los materiales, el empleo de mono-materiales y materiales que faciliten el reciclado, minimización del consumo de productos auxiliares, prevención de la contaminación y durabilidad de las prendas, la no contaminación del aire, agua o suelo, la reducción de los residuos, ahorro de energía y prevención del calentamiento global.

4.3.1 Telas ecológicas

Una tela puede tener la certificación de tejido ecológico si durante su proceso de elaboración se cumple con los siguientes requisitos: entre ellos, reciclar el agua utilizada en el proceso de manufacturación, minimizar el impacto ambiental, utilizar la mínima cantidad de energía, utilizar cultivos hidropónicos, es decir, sin tierra, no utilizar sustancias biodegradables, no usar procesos químicos, respetar el medio ambiente, respetar los derechos humanos de los productores.

De este modo, al comprar un producto textil orgánico se preserva el medio ambiente, se evita el contacto de nuestra piel con sustancias tóxicas, se apoyan técnicas de cultivo que mejoran la fertilidad del suelo y protegen las aguas y se ayuda a mejorar la salud y condiciones de vida de los productores.

Ejemplo sobre la revalorización hacia el cuidado de los recursos naturales y puesto el foco en el amparo de los mismos por sobre la intervención del hombre como transformador industrial, es la diseñadora India Flint, quien siendo experta en colorantes

y pigmentos naturales, utiliza el método al que denomina *ecoprint* que transfiere el color de plantas u otros vegetales a la tela sin uso de productos sintéticos.

Otros diseñadores de renombre como Stella Mc Cartney o Vera Wang, como así también firmas como Nike, Adidas o Levys ofrecen prendas que aplican la innovación desde la sustentabilidad.

En Nueva York y Londres existen tiendas dedicadas enteramente a la venta de prendas orgánicas, como por ejemplo la firma Fair Hemp.

Ya hacia 1992 se comenzó a utilizar la *eco etiqueta europea*, una margarita con la letra E en su interior, para designar a todas aquellas prendas responsables. Una *eco etiqueta* refleja el esfuerzo empresarial de innovación tecnológica y mejoramiento de sus métodos de producción. Pero también refleja un cambio en los hábitos del consumidor. La etiqueta ambiental da a conocer la gestión de la empresa con fines de protección al ambiente y los costos asociados a éste y a la vez informa al consumidor acerca de la calidad ambiental del producto.

Existe una organización independiente llamada SKAL que se encarga de certificar que los textiles se encuentren libres de pesticidas, plaguicidas o insecticidas, y que las tinturas empleadas cumplan con los parámetros ecológicos.

4.3.1.1 Las fibras ecológicas.

Tal como describe Saulquin, al referirse sobre la preocupación medioambiental en la industria textil:

La producción orgánica, en tanto sinónimo de “biológica” y “ecológica”, que se obtiene a partir de procesos sustentables sin químicos ni modificaciones genéticas comenzó a tener un gran empuje mundial desde mediados de la década del noventa. En la industria textil y de la indumentaria se relaciona con materiales como el algodón, el ramio, el formio, el lino y la seda natural. (Saulquin, 2014, p. 48).

A continuación se enumeran aquellas fibras, consideradas en el desarrollo de los textiles sustentables, cuyo cultivo y producción no ejercen daños en la naturaleza y hasta producen beneficios sobre la misma.

El Bambú: es una fibra reciclable. Se utiliza en su totalidad a través de métodos físicos tales como la destilación. Su proceso de producción es el siguiente: bambú - piezas de bambú - pulpa fina - celulosa del bambú - fibra del bambú.

La fibra de esta planta conserva sus sustancias antibacteriales y anti rayos UV por medio de un procedimiento tecnológico, sin añadidos químicos, por lo que resulta ser hipoalergénica, y conserva sus propiedades incluso luego de los sucesivos lavados y exposiciones al sol. Además posee un gran poder aislante.

Es una fibra ecológica puesto que no necesita ningún tipo de abono ni pesticida durante su cultivo y se puede descomponer completamente en tierra. Es amigable con el medio ambiente ya que absorbe dióxido de carbono y libera un treinta y cinco por ciento de oxígeno más que otros árboles. Su costo es bastante elevado.

El tejido de bambú es “sensible e inteligente” con altos beneficios: es antialérgico, protector de hasta el noventa y cinco por ciento contra los rayos UV, completamente biodegradable, antibacterial, gracias al agente químico natural llamado *khun*, producido por la misma planta que impide el desarrollo de bacterias u hongos, altamente transpirable, absorbe y evapora el sudor humano en segundos, posee la suavidad de la seda o el cashmere, de fácil cuidado, lavable a máquina.

La seda pacífica o natural, es otra de las fibras ecológicas, que se obtiene mediante un proceso en el cual no se sacrifica al gusano en agua hirviendo como comúnmente se hace en el cultivo históricamente utilizado. Los capullos se recolectan una vez que la polilla emerge. Al utilizar este hilado se contribuye con el medio ambiente ya que su delicada textura exige un lavado en seco, prescindiendo así de agua y detergentes.

El ecopolíester, por su parte, es el obtenido a partir de botellas de plástico recicladas. Una chaqueta de poliéster ecológico insume aproximadamente el uso de veinticinco botellas de dos litros.

El Lyocell es el material realizado a partir de la pulpa de madera. Su fabricación requiere menor cantidad de energía, agua y emisiones de carbono.

El cáñamo data de una larga historia en el uso de textiles. Posee una alta resistencia a la rotura. Su cultivo no requiere de mayor cuidado ni de agua, pesticidas o abonos. Esta fibra crece en una amplia zona geográfica y climática.

Esta fibra es de crecimiento rápido y prospera en una amplia zona geográfica y climática. Por su cultivo y tratamiento ecológico es muy adecuado para pieles sensibles.

El lino puede prescindir también de los fertilizantes y los pesticidas.

El yute se ha utilizado desde hace muchos años en la elaboración de cuerdas o para elaborar alfombras. Su ventaja es que es totalmente biodegradable.

La soja está siendo especialmente utilizado en la industria textil ya que las isoflavonas y proteínas con que cuenta le confieren a la fibra una utilidad especial. Al comprar una prenda confeccionada con este tejido, hay que cerciorarse de que esté certificada y que no esté mezclada con algodón o poliéster convencionales. El único inconveniente es su precio, ya que es un sesenta o hasta un setenta por ciento más cara que cualquier otra fibra convencional.

Por su parte, el hilado obtenido de la piña mejora el estado de la piel y evita reacciones alérgicas que otros tejidos suelen provocar. Es biodegradable y protege de los rayos UV.

El cashmere proviene del peinado del pelo de las cabras de Cachemira. Es uno de los textiles más elegantes y duraderos. En ocasiones es mezclada con cáñamo.

La alpaca procede del pelo de la alpaca andina. De textura sedosa, brillante y liviana. De extrema durabilidad. Permite que la piel respire.

El algodón orgánico es el cultivo convencional del algodón tiene un enorme impacto ecológico sobre el planeta ya que él sólo emplea más del veinticinco por ciento del los

insecticidas y el diez por ciento de los pesticidas utilizados en el mundo, entre los cuales se encuentran los más dañinos. Además, el cultivo convencional del algodón requiere de gran cantidad de agua para su riego, y el setenta y cinco por ciento de los cultivos son genéticamente modificados.

Las consecuencias de este sistema son múltiples. Entre ellas, la contaminación de los suelos, de las aguas subterráneas y envenenamiento de los propios agricultores.

Por su parte, el algodón orgánico, es la materia prima sustentable elegida para la formulación de las prendas de segunda piel de la propuesta de diseño, y que será desarrollado con mayor profundidad.

El algodón orgánico se cultiva en campos que han estado libres de sustancias tóxicas por tres años. Los productores lo cultivan utilizando fertilizantes naturales y es cosechado a mano. Este tipo de algodón es certificado como *fair trade* o de comercio justo, pues se produce según los estándares éticos protegiendo además los derechos de los granjeros especialmente los de origen africano.

Los problemas medioambientales que acarrearán los cultivos de estas fibras naturales incluyen el abuso de pesticidas para combatir la contaminación de su fibra y los productos químicos utilizados en la tintorería para lograr colores atractivos que son sumamente nocivos. Asimismo, su cultivo está asociado directamente a la esclavitud.

En nuestro país, existe una empresa nacional, llamada Verde Textil, que se dedica a su producción y provee sus productos textiles a empresas, marcas y diseñadores, interesados en una producción responsable y cuidadosa del medio ambiente.

A medida que avanza el siglo, se consolidan cada vez más en las empresas, y más aún en los emprendedores que ofrecen un diseño enriquecido alejado del halo de las tendencias, los ideales construidos sobre factores que implican la responsabilidad ética y el diseño sustentable.

Las marcas masivas están estructuradas de forma tal, que sobreponen las ventas por sobre cualquier otro factor de importancia. En la medida, en que los usuarios reales no

eleven a sus marcas la exigencia sobre un mundo más ecológico hasta transformarse en un impedimento, las empresas de estas características, no virarán su sistema de producción hacia uno responsable.

Los responsables de la firma exponen su misión y afirman:

El propósito de dicha empresa es promover y desarrollar prácticas sustentables en la moda, siendo una plataforma textil orgánica que además de desarrollar productos y proyectos propios, colabore activamente con el crecimiento de una tendencia de moda "ética", la cual involucra, el cuidado medioambiental en la fabricación de productos textiles, prácticas de comercio justo y el compromiso social de mejorar la calidad de vida de las personas (Verde Textil, 2009).

Otra de la materia prima orgánica que se materializará y constituye la tercera piel para la colección otoño-invierno, que será desarrollado con detenimiento en el capítulo cinco, la constituye la lana. Lo que corresponde a este capítulo es su trazabilidad

La lana puede ser orgánica al utilizar prácticamente agrícolas sustentables y no alimentando los animales con tóxicos.

En el caso particular de Argentina, las condiciones propicias para el trabajo de la ganadería, abren un sinfín de posibilidades para explotar este nuevo horizonte.

Existe una empresa B en nuestro país, en cuanto utiliza el poder del mercado para dar soluciones concretas a problemas sociales y ambientales, llamada Ovis 21, con una antigüedad de doce años, enfocada en el aumento de la rentabilidad de la ganadería y la regeneración de pastizales.

Se encarga de gerenciar una red de colaboración de productores, técnicos e industrias para aumentar la sustentabilidad económica, ecológica, social y humana de familias, empresas y comunidades, a partir de una técnica de producción ganadera que permite duplicar la rentabilidad de un predio y recuperar el ecosistema a partir de la regeneración de pastizales.

Actualmente, el proyecto se instrumenta en casi 1,5 millones de hectáreas en las provincias argentinas de Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego y en la región de Magallanes, en Chile, siendo una de las organizaciones ambientalistas

más grandes del mundo, y apunta a expandirse a seis millones de hectáreas en los seis años venideros.

Su misión autodefinida según sus administradores es que: “se funda en promover una cultura de regeneración de pastizales y biodiversidad para que la tierra sostenga a la gente, sus empresas y comunidades” (Ovis 21,2003).

El enfoque de trabajo de OVIS promueve la toma de decisiones para la recuperación de los suelos, la regeneración de pastizales, el aumento de la biodiversidad, el desarrollo integral de las personas, sus empresas y comunidades, la colaboración como modo de alcanzar objetivos mayores a los individuales.

Asimismo, ya con un grado de manufacturación de la materia prima de la lana sustentable, existe un emprendimiento nacional, llamada Lana Madre, que elabora paños de fieltro de pura lana de oveja natural y biodegradable, con múltiples aplicaciones para el diseño.

La lana sustentable es un recurso renovable y presenta la atribución de versatilidad por sus propiedades.

Ejemplo de marcas que utilizan materia prima orgánica en la composición de las prendas en Argentina son Chunchino, Paula Gray, Koshkil, y de aquellas que emplean materia prima reciclada son Bop, Neumátia y Reinventando.

Todas ellas apuntan al cuidado ambiental y social, defendiendo la revalorización del comercio justo y la inclusión social.

Habiendo introducido, por lo tanto, el porvenir en la industria textil y documentado el material de interés para los aportes del presente PG, que son las nuevas fibras sustentables, quedan esclarecidos los textiles para la materialización de la propuesta creativa.

Si bien el capítulo cinco se centra en desarrollar los textiles específicos a utilizar, la misión de este capítulo fue contextualizar el desencadenamiento de una propensión, aplicada, en este caso, a la industria textil, a estar más alerta a los cuidados y

compromisos de la prendas, que responde a la controversia de un consumidor más consciente que hace un pacto de con el medio ambiente. Esta elección en la particularidad en contraposición con masividad, que tiene que ver con los capítulos antecesores también.

Capítulo 5: Desenlace creativo: La colección.

La creatividad es el ánima de toda obra. Es un viaje a la introspección donde descansan los vestigios más remotos de nuestro inconsciente. Es el desnudo a las vivencias que labraron el más íntimo ser y que hacen de él, el bien más privilegiado en la cúspide de la singularidad.

La fidelidad a este reconocimiento, es el primer requisito para cualquier acto creativo. Es descubrir en ese universo de respuestas, una integridad, una identidad. Es encontrar una dirección, un rumbo, en el cual reposar, y libre de esfuerzos, dejarse llevar.

Creatividad, obviamente, es tener la facultad de crear. A su vez, crear es la facultad de hacer que algo exista en donde antes no existía. Típicamente, este hacer que empiece a existir una cosa implica: inventarla, forjarla, formarla en la mente, escribirla, pintarla, construirla, producirla, imaginarla. Algo diferente de copiarla, reproducirla o simplemente desplazarla. El acto creativo se cumple con el principio de la doble génesis: lo creado nace primero en nuestra cabeza y luego, a través de algún proceso mediador, aflora en la realidad. (Ferrer, 1996, p.53).

El proceso creativo descubre su existencia en el desequilibrio. Un desequilibrio construido en la correlación inspiración-conocimiento.

La inestabilidad se produce en el estado de conocimiento, en el cual se inmiscuyen todas las experiencias, motivaciones, predilecciones, emociones que conviven en la mente del creador. La inestabilidad puede ser desatada por una necesidad externa o por una inconsistencia interna. En el primer caso, el proceso creativo es un proceso convergente en búsqueda de una solución a un problema concreto. Gran parte de toda creación está previamente definida o delimitada. En un proceso divergente, por el contrario, las soluciones pueden ser infinitas. Este, es muy común en las artes donde el espectro de posibilidades es mucho mayor.

El proceso de diseño necesita numerosas fases como la observación, investigación, análisis, ajustes. Pero tal vez, definir sea el proceso mas importante y consta en entender el proceso creativo con la máxima especificidad en cuanto a la definición del

usuario y detección de la necesidad, mediante la localización de prioridades identificadas, para luego planear y proyectar.

El diseñador tiene un compromiso con la creación desde la funcionalidad, respondiendo antes que nada a la necesidad. El diseño no existe sólo para ser estético y ser admirado sino también tiene una razón de ser, un punto fijo de partida, como un mensaje, una imagen, una idea o una acción.

El lenguaje visual es el emblema de leyes referentes a la organización visual que permiten optimizar el atractivo y el equilibrio de la creación, conformando su valor estético.

El último capítulo del PG organiza los contenidos de los primeros capítulos, los traduce en un lenguaje creativo, y acude a la innovación en materia textil que alimenta las bases de un mundo más sustentable y que responsabiliza a todo consumidor, siendo ésta una de las preocupaciones más relevantes de los que va del siglo 21.

Es esta la sección del capítulo en la que se articulan los parámetros que emergen de una sociedad posmoderna individualista que se esculpen en la forma de un sujeto andrógino de características psicológicas exigidas por un contexto como tal, desarrolladas en el primer capítulo y se los reinterpreta en una colección de ocho conjuntos otoño-invierno.

Sin embargo, parte de este capítulo va destinado a exponer una identidad muy arraigada al momento de diseñar que tiene que ver con una afinidad hacia las formas minimalistas y la ausencia de color.

5.1 Identidad

Si bien el proceso creativo toma los índices y el fundamentalismo de la androginia en la posmodernidad como motivación para el desarrollo de la colección, ésta se desarrolla bajo ciertas influencias que identifican la identidad de la diseñadora.

La simplificación de las formas y la armonización de las líneas, volúmenes y pesos prevalecen en el diseño. Las texturas no representan su identidad y las estampas, sólo

corresponden aquellas de identidad pictórica derivadas de una creación de igual simplificación. Sin embargo, para el esbozo de la propuesta creativa no resultó pertinente la elección de estampas, mas sí el trabajo desde la moldería como único punto de tensión visual.

La ausencia de color en los diseños conforma la última faceta de esta identidad. Esta inclinación por optar el no-color, refiere a la “no toma de partido” acerca de un tema en cuestión que resulta ser el marco de inspiración. La neutralidad en el color acentúa el mensaje de sobre dicha interpretación centralizado en el tratado de la morfología, que representa el eje de opinión. Las formas y sus contrastes en cuanto a peso, se transforman en las palabras que forman el discurso.

Este acromatismo se convierte en una gama creciente y decreciente de valor desde el blanco hasta el negro, a veces conjugados en su proximidad para elevar significados.

Para poder hondar sobre lo que implican ambas influencias, no sólo desde la subjetividad aplicada a una identidad, resultó conveniente ampliar ambas definiciones y así contextualizar con mayor profundidad su significado.

5.1.2 Minimalismo.

Es un movimiento artístico cuya característica más sobresaliente y peculiar es que simplifica cualquier elemento a lo esencial. Lo que no aporte significado en su función es descartado naturalmente, como todo aquello que genere exceso. Las formas se despojan de elementos sobrantes.

Las formas establecen una relación con el espacio que las circunda. No se trata sólo de un análisis sintáctico sino también semántico de la forma. Sus obras buscan la sencillez y la reducción para focalizar el análisis en cuestiones puramente formales: el color, el volumen, la escala o el espacio adyacente.

Se identifica con un desarrollo del arte occidental posterior a la Segunda Guerra Mundial, iniciado en el año 1960.

Los orígenes de esta corriente están en Europa y se encuentran bajo el escrito del arquitecto alemán Ludwig Mies Van Der Rohe titulado como *Menos es más*, constituyendo uno de los más importantes de este siglo.

El minimalismo alcanzó su esplendor en los años ochenta de modo que ejerció influencia no sólo en la arquitectura y el diseño sino también en la pintura, la música y la moda.

Las características que componen las bases del minimalismo son las de asignarle importancia al todo sobre las partes, utilizar colores puros, formas simples y geométricas realizadas con precisión mecánica, trabajar con materiales industriales de la manera más neutral posible y diseñar sobre superficies limpias.

El minimalismo le da gran significación a los materiales ecológicos y a la monocromía. Son sólo los accesorios los que le dan una pincelada de color al espacio. En un planteamiento minimalista se destaca el color blanco y las escalas de valor que nos puede proporcionar su espectro. No hay que olvidar que el blanco tiene una amplia gama de valores de saturación al dirigirse al negro.

El minimalismo, en cuanto estilo se refiere, denota una gran austeridad. Para el minimalismo todos los elementos deben combinar y formar una unidad. En la autodefinition minimalista, todo es parte de todo.

5.1.3 Acromatismo

Cuando nos referimos a escalas acromáticas, tal vez estemos aplicando el mismo concepto que el minimalismo tiene por las formas en su austeridad, al espectro cromático.

Una paleta acromática, constituida por el negro, gris y blanco, se puede entender la simplificación de los colores. El blanco, es el que se descompone en el espectro de las siete tonalidades que comprenden colores primarios y secundarios. Esta paleta está comprendida por los niveles de grises que varían entre el blanco y el negro.

En los primeros niveles de dicha escala nos encontraremos con los grises de más alto valor, para hablar de un valor intermedio cuando se aumenta su saturación hacia el negro. Para finalizar encontraremos la escala de menor valor lumínico, próxima al negro. En la dimensión de la semántica del color, plano donde los colores adquieren un concepto y son considerados en su capacidad para representar o significar otras cosas, para transmitir información, se han hecho también numerosos trabajos en el campo del color. De esta forma, se exploran las relaciones entre colores y las imágenes que estos puedan representar, los códigos y asociaciones y se verán alterados sus significados en la medida en que los colores cambien según el contexto de aparición y en relación a factores sociales como el sexo, edad. A veces, la condición social de estatus puede influir en la percepción sobre los mismos.

En física, un cuerpo negro es aquel que tiene la propiedad de absorber la totalidad de la luz incidente, y por tanto, no reflejar ninguna longitud de onda del espectro. La percepción de los colores es traducida en el cerebro de acuerdo a esta última característica: la longitud de onda, pues cada color presenta una longitud de onda determinada.

En la semiótica del color, el negro encarna el mal, el misterio y el error. En ocasiones simboliza algo impuro. La ausencia de ondas visibles al ojo humano puede significar hasta la muerte.

Por otra parte, se encuentra asociada a la nobleza y a la elegancia.

En contraposición, el blanco refleja la totalidad del haz de luz sin absorber ninguno de los colores que lo conforman. El color es percibido como tal, cuando la superficie absorbe todas las tonalidades menos la que refleja.

El blanco, con un significado antagónico al negro, es el símbolo de la unidad, de lo absoluto y de la inocencia. También significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color cambia su fuerza psíquica al verse desaturada la tonalidad pura. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia.

El blanco crea una impresión luminosa de vacío y de positivismo inagotable.

Entre la transición entre el blanco y el negro, se encuentra el color gris y es el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, indecisión y ausencia de energía. Muchas veces también expresa tristeza, duda y melancolía.

El color gris es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal. Como sucede con el negro, también transmite la sensación de brillantez, lujo y elegancia.

5.2 Partido conceptual.

La inspiración se integra desde los fundamentos sociológicos de la androginia. En el contexto de la contemporaneidad que remite a un proceso de personalización constante, dentro de una sociedad flexible nutrida de información y estimulación, el individuo se desencadena como adaptación a estos modeladores.

En el marco de los valores hedonistas, del respeto por las diferencias, en el culto a la liberación personal orientado al libre despliegue de la personalidad íntima, y a la expresión libre, la emancipación del ser individualista se sobrepone por sobre todo.

El proceso orientado al desarrollo de la unidad, ha promovido y encarnado masivamente un valor elemental, el de la realización personal y el de la libertad por expresar la continua búsqueda y redefinición de la persona.

Es inevitable que el individuo, en este cambio paradigmático que establece la primera década del siglo 21, y que viene arrastrándose desde la última década del siglo pasado, que revaloriza el fingir sobre el ser y que provoca y desafía al sujeto a imponer una solidez en el autoconcepto que acentúe el individualismo a través de la diferenciación, no haya llevado consigo una reestructuración en la forma de manifestarse tangiblemente.

Si hay que recordar los exponentes del estereotipo imperante del siglo 21, se retoma la soberanía de un individuo omnipotente, completo en su inalcanzable perfección, nutrido de la autorrealización y de la búsqueda constante por la novedad.

No es casualidad que el narcisismo se manifieste en una sociedad que tiene una necesidad excesiva de admiración y afirmación. La vanidad del sujeto se nutre de la imagen propia o del ego.

Estas son conjeturas desprendidas de una exigencia social que moldea las creencias colectivas de una sociedad heterogénea pero que asevera el camino hacia la independencia.

Entendiendo que la sociedad evoluciona en este sentido y de forma cada vez mas acentuada, el marco teórico se desprende de esta premisa para tomar vuelo en una colección que se materializa con textiles que reviven unos de los temas que también caracterizan la contemporaneidad, la preocupación del medioambiente.

De modo que la androginia, se considera una de las características de este nuevo siglo, la conformación de las prendas también debe ir contextualizada en temporalidad, por ello se decide abordar la sustentabilidad en fibras textiles, que es uno de los avances producidos en este campo junto al desarrollo de tecnología electrónica en el tramado de los nuevos tejidos.

El objetivo del proceso creativo, entonces es, desarrollar una colección de ocho conjuntos de temporada otoño-invierno, bosquejados en frente y espalda tomando como partido conceptual a la androginia desde el enfoque descrito con anterioridad y el tratado de los diseños con innovación en textiles desde la sustentabilidad, que para esta propuesta de diseño serán el algodón orgánico y la lana sustentable.

Es empeño del diseñador abordar el marco teórico en asociación a los parámetros que refieren a su identidad y son de su influencia para crear: minimalismo, predilección por el acromatismo, y desde la morfología, la coexistencia de antagónicos en cuanto a cuerpos de telas se refiere.

5.3 Target

Las bases de segmentación del target quedan delineadas por variables geográficas, demográficas y psicográficas.

Las que pertenecen al primer grupo incluye la región, las del segundo grupo, edad, ingreso y estatus familiar, y las del último valores, actitudes, opiniones, intereses, actividades y estilos de vida de la población.

En cuanto al primer criterio de segmentación, que queda definido por la región, se considera a los posibles consumidores habitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

De modo que el target al cual se dirige el PG queda enmarcado por el concepto que lo define, que es la androginia, el mercado nicho queda definido en hombres y mujeres, indiferenciando la clasificación por sexo, de edades de entre veinticinco y cuarenta años.

La elección en el rango de edad se debe a que a partir de los veinticinco años, el sujeto puede precisar de manera más exacta como quiere ver reflejada su imagen a través de la indumentaria, ya habiendo desarrollado una identidad que corresponda a su personalidad.

Este rango de edad se extiende hasta la edad estimativa de los cuarenta años, ya que se entiende que a partir de este momento, el cuerpo del usuario empieza a verse modificado por el advenimiento de los cambios biológicos.

De modo que el propósito de la colección responde a un simbolismo andrógino, neutro, en este caso, de forma rectilínea como la mejor homologación de la silueta de ambos cuerpos, tanto masculino como femenino, un usuario de edad mayor de cuarenta años, se situaría alejado del concepto que quiere manifestar este PG.

Al considerar que los costos de la materia prima resultan ser costosos por su nivel de innovación y en consecuencia el precio del producto también, el usuario integra la clase social B alta y A baja, esto es, clase social media alta y clase social alta baja, respectivamente.

A los posibles consumidores se los estima con una actitud proactiva, informada, en búsqueda de la originalidad y de la nueva información. Para poder adquirir una prenda de dicha colección y poder apreciar su valor por ser responsable con el medio ambiente, y tal vez sea uno de los factores de mayor relevancia en las pautas de segmentación, es que tenga intereses sobre la preservación de la naturaleza, y que sea consciente en considerarla de una fuente de recursos agotable.

Los diseños fueron creados a partir de telas de origen orgánico y con tratado respetable con el entorno a fin de alimentar la creciente sustentabilidad.

5.4 Propuesta de diseño

Introducido el marco teórico en el primer capítulo y contextualizando luego las bases del vestir y moda en un marco de temporalidad que antepone la definición de la identidad por sobre todo, en los capítulos dos y tres, respectivamente, se comienzan a bosquejar los diseños que constituirán la propuesta creativa a partir de los textiles desarrollados en el capítulo cuatro.

La propuesta de diseño consta de una colección de temporada otoño-invierno de ocho conjuntos, frente y espalda, ensamblados por las constantes que realzan el concepto del PG.

El rubro al que pertenece dicha propuesta comprende una fusión entre street y ready to wear. Se debe al primero por la informalidad y por el género de los textiles de sus prendas. Sin embargo, debido al hincapié en la prolijidad y exactitud de las terminaciones, más aún en las prendas elaboradas a partir de paño ecológico, donde se requiere mayor precisión en la maleabilidad y en su confección, es aquí donde la colección encuentra su punto de contacto con el segundo rubro al que se hace mención. Cabe destacar que las prendas de identidad sastrera no se confeccionan desde su saber, sino se aplican técnicas de confección alternativas que reestablecen el empleo del paño a uso más callejero.

Las prendas serán de carácter unisex, en respuesta a la forma de buscar un equilibrio entre los dos géneros antagónicos y en representación al estereotipo andrógino.

La silueta escogida y que mejor pone de manifiesto las cualidades de este estereotipo, es la rectilínea, al ser la que mejor expresa la condición amorfa. Esta se verá repetida en todos los conjuntos.

El tratado de la moldería y la obtención de morfologías atípicas, estarán contenidas por líneas constructivas orgánicas, envolventes y, a su vez, rectas, denotando rigidez.

Esto explica la intención del diseño, contemplando el marco teórico, a través de la forma, en cuanto la contraposición y, a su vez, articulación de las mismas. Por un lado, las orgánicas o femeninas y, por otro, las rígidas o masculinas, conformando una percepción estable en la ambigüedad que fluctúa entre lo femenino y lo masculino.

Los textiles de mayor cuerpo, referentes a la tercera piel, formulados a partir del paño sustentable, óptimos para la creación de formas condensadas, complejas, en contraposición, con las telas más livianas, referentes a la segunda piel, diseñadas a partir de algodón orgánico, para el desarrollo de prendas incorpóreas, vaporosas, donde la técnica de patronaje más trabajada es el drapeado, ambas dos, son fusionadas en sintonía.

Los largos modulares corresponden por la rodilla y pantorrilla.

Las tipologías escogidas a transformar serán clasificadas por su nivel de proximidad a la superficie cutánea y serán, en el caso de las de tercera piel, abrigo con capucha y capa, y polera mangas cortas, musculosa, enteritos, bermudas y babuchas correspondientes a la segunda piel.

Un rasgo a destacar en la moldería es que ésta fue diseñada con la finalidad de acentuar el carácter ambivalente del concepto, ocultando y oprimiendo la sexualidad de los cuerpos generando puntos de tensión.

5.5 Silueta

La silueta, previamente enunciada en la propuesta de diseño, responde a las directrices que guían el imaginario del estereotipo andrógino. Esto es, si se tuviera que representar este ideal morfológicamente a través de una figura geométrica, esta sería el rectángulo.

Bajo la noción que las formas de la mujer corresponden a dos triángulos enfrentados y la morfología del hombre a la adición de un triángulo invertido y un rectángulo, la resultante de la homogenización de las dos formas, podría ser representada por un rectángulo.

Por lo tanto, el tratado de la moldería para toda la colección, responderá a este patrón morfológico y acentuará la amplitud de sus formas para realzar la imprecisión en la clasificación del sexo.

Dado que las influencias en la identidad corresponden al minimalismo, en cuanto a morfología se refiere, la silueta obedecerá el trazado de líneas puras, rectas y curilíneas, en armonía en su composición.

Las prendas de segunda piel trabajarán la silueta desde la amplificación de los módulos en lo que respeta al despiece de moldería. El drapeado será la metodología alternativa para lograrlo.

Las terceras pieles, lo harán, gracias a su componente estructural y que las telas de la segunda piel no facilitan, desde diseño rectangular de la moldería. Asimismo, los patrones verán una amplificación en sus formas, formando pesos en la conformación final de la prenda.

5.6 Textiles

Este punto a desarrollar tal vez sea el de mayor relevancia en toda la propuesta de diseño por su marcado valor conceptual en las premisas de su enunciado.

Como fue mencionado en el capítulo anterior, y en lo que respeta a los intereses sobre la materialización de la propuesta, la innovación de los tejidos en pos de la sustentabilidad, corresponde gracias a un estado de consciencia sobre la escasez de los recursos

naturales que se ha incrementado recientemente debido al marcado deterioro que han alcanzado nuestro planeta y nuestra sociedad como consecuencia del individualismo y la ambición desmedida de gran parte de la humanidad.

Existen empresas nacionales y las cuales, en gran parte, valieron de un criterio más tangible para la propuesta del proceso creativo, que apoyaron este concepto creando emprendimientos, ya consolidados, que venden algodón orgánico, como es el caso de Verde Textil, que es mencionado en el capítulo cuatro, cuyos valores, basados en sus prácticas productivas y comerciales, se fundan en una relación inseparable con la Responsabilidad Social Empresarial, de modo que trasladado a su ética corporativa, se traducen en una producción con el mínimo impacto ambiental posible, un comercio Justo, y principios de inclusión Social, mediante proyectos que promueven la mejora del hábitat, cuidado de salud, desnutrición y educación de las poblaciones más desfavorecidas.

Dentro de la clasificación de textiles que disponen en su venta, todos elaborados con algodón peruano cien por ciento orgánico, certificado GOTS y materiales sustentables, se encuentran sarga de tejido plano, jersey de algodón, interlock, lienzo y panamá.

Este algodón es considerado uno de los de mejor calidad a nivel internacional.

Para la producción de las segundas pieles, fueron considerados sólo el jersey de algodón para las poleras, musculosas, enteritos y babuchas y la sarga para el diseño de las bermudas.

La otra fibra natural de igual identidad utilizada para la propuesta creativa es la lana sustentable y será utilizada para diseñar las prendas de tercera piel.

Otro emprendimiento que comenzó a producir paños elaborados a partir de lana sustentable y que se ha tomado de referencia, se llama Lanamadre.

Son productores conscientes. Aplican el respeto por la naturaleza durante todo el ciclo de los productos, con el propósito de hacer un aporte para recuperar el vínculo de integración y respeto con la Madre Tierra.

La fabricación de sus paños se logra, artesanalmente, tras amasar y frotar con agua caliente y jabón durante horas. Así las fibras de lana se enganchan entre sí y se apelmazan. Este proceso de afieltrado es irreversible, las fibras ya no se separan, lo que da como resultado un paño de alta resistencia y durabilidad.

El fieltro de esta lana es un material natural, es un recurso renovable cuya cosecha favorece a la oveja, es biodegradable y su fabricación está libre de químicos, además de presentar múltiples aplicaciones para el diseño.

Este tipo de fieltro presenta algunas de las características que se mencionan a continuación.

Es seguro, pues, es un material inflamable, pero que a diferencia de otros materiales como el poliuretano, no emite gases tóxicos. Por otra parte, la fibra de lana, en comparación con otras fibras, utiliza un porcentaje de energía mínimo para su fabricación. Es durable, garantiza un ciclo de vida mayor al de otras fibras naturales como el algodón o sintéticas como el poliéster. Es liviano, es un material de bajo peso.

De modo que lo que se intenta explicar es la trazabilidad de los textiles, resta explicar que es lo que define que este tipo de lana sea sustentable.

Como fue mencionada en el capítulo anterior existe en nuestro país una empresa productora de lana sustentable y es aquí, un ejemplo de cómo se obtiene este tipo de fibra natural. Ovis 21, es su nombre, certifica para su producción, una red de predios en regeneración de pastizales, mejora de majadas y calidad de lana. Es pionera en la implementación de uno de los modelos ganaderos más ecológicamente sustentables del mundo.

Las prácticas ganaderas promovidas por esta empresa ofrecen los cuidados más altos para bienestar animal y no acepta su crueldad.

Proactivamente, mejoran funciones ecosistémicas e incrementan la biodiversidad, y son absolutamente esenciales para producir alimentos y fibras para una población creciente y

para generar el mejor ambiente para la vida silvestre, el ganado, las familias rurales y sus comunidades.

Ovis 21 ofrece anas con certificación Sustentable y lanas con certificación de calidad Ultimate Merino.

Lejos de presentar estos textiles derivados del petróleo, los tejidos de esta colección serán en su composición un cien por ciento fibras naturales sustentables.

El empleo de este tipo de textiles encarecerá los costos de producción de modo que el precio de los artículos será una de las herramientas de segmentación del mercado.

5.7 Paleta de color.

El proceso creativo tiene dos fuertes influencias y una de ellas la constituye el acromatismo, entendido como la ausencia de color. La escala desde el blanco hacia el negro, con los crecientes valores de saturación, constituyen la paleta de colores de proyecto creativo: entre ellos grises de clave altas, de clave intermedia, y de clave baja.

Como se hizo mención en los comienzos del capítulo, los colores son elementos comunicantes o signos.

Dado el caso, no podemos hablar de signo sin hacer alusión a la semiótica, de modo que permite analizar los elementos de la comunicación audiovisual y establecer una relación de significación y los procesos culturales. Esta propiedad del color es función a partir de dos componentes: el grado de representación cromática que establece una correspondencia relativa entre el color y la forma y con la realidad representada, y la psicología de los colores, en otras palabras, lo que la imagen, en su composición, evoca además de lo que representa despertando sentimientos y emociones.

De esta forma puede definirse la paleta de colores, a partir de la semiótica y afirmar que dado que la androginia puede entenderse como el equilibrio entre las extremidades de los géneros opuestos, la paleta cromática acertada para el discurso andrógino es la acromática. Una explicación útil para evidenciar esto, resulta el ejemplo de la traducción

de la palabra androginia al inglés, *a-gender* o *sin-género* traducido al español, entonces *acromático* es *sin color*.

A través de este binomio cromático, se busca establecer contrastes que busquen enfatizar la objetividad de la androginia, en el lugar de la propuesta a materializar que más se destaque el concepto.

Vale aquí destacar, que la técnica implementada para diseñar los bosquejos fue acorde al mismo. Sus dibujos fueron realizados en tinta china con un dejo de definición en el trazado de las líneas moduladas, generando leve distorsión en el entendimiento de las prendas.

Asimismo, en respuesta de otra de las influencias, nombrada al comienzo de este capítulo, que no se ve explícita en los diseños, pero que sí fue intención manifestar en los bocetos, fue la inclinación por la materia pictórica, de modo que quiso dejar en los mismos, una matiz de la identidad.

5.8 Recursos constructivos

Esta parte del capítulo va destinada a desarrollar los métodos de acceso y de terminación con los que fueron diseñadas las prendas de la colección.

Se entiende por recurso constructivo a todos los instrumentos y herramientas que el diseñador posee para materializar la propuesta creativa. Y dentro de esta clasificación se incluyen los mecanismos de cerramiento, especificaciones sobre la confección y definición de la maquinaria para ciertas terminaciones, implementación de avíos ornamentales o funcionales.

Como no se ha desarrollado innovación alguna para algún tipo de avío con identidad sustentable, esta propuesta se limitará a utilizar los comúnmente utilizados en la industria textil.

Para las prendas de segunda piel, que presentan un tipo de tela más maleable, fueron ideados ciertos recursos constructivos a repetirse en toda la serie.

Para estas prendas, se utilizan cierres invisibles de plástico de una longitud de 60 cm y 30cm. Los de mayor longitud fueron ideados para las tipologías de los enteritos para que el usuario pueda entrar y salir del indumento.

Las de menor longitud corresponden a las de tejido plano para el modulo inferior, como es el caso de las bermudas, confeccionadas con sarga.

En cuanto las tipologías que corresponden a las poleras, musulosas, el acceso fue pensado la elasticidad natural del tejido de jersey o por comprender una boca de entrada amplia a la prenda, como es el caso de las poleras de cuello abuchonado.

En el caso de las babuchas, se contempla en la cintura el uso de elásticos de un ancho de 4 cm de algodón. Para su ruedo, cierres invisibles de 10 m de longitud a tono.

Las terminaciones para las prendas de segunda piel de punto incluyen embolsados con forrería de igual material en todos los contornos. En otros casos, ruedos de 3 cm o 1,5 cm de acuerdo a las proporciones de las piezas de moldería. Ejemplo de ello, sería un enterito con terminación de 3 cm en algún contorno, o el de una polera con una terminación de 1,5 cm.

Para las prendas de tejido plano que sean también de segunda piel, como lo son las bermudas, se utilizaran vistas embolsadas en los contornos y un sistema de pinzado en cintura.

Las terceras pieles, elaboradas con paño sustentable, también incluyen la utilización de cierres invisibles de plástico de diferentes longitudes.

Se incluye como sistema de acceso también el uso de broches metálicos a presión de diferentes diámetros.

El tipo de costura que se utiliza en la construcción de las terceras pieles es puntada recta con una distancia, entre puntada y puntada, de dos puntos.

Se buscó buscar una identidad en estas prendas a través de la terminación, de modo que, las uniones de las piezas de la moldería en la prenda terminada, simulan canales que se prolongan por toda la costura. Esto se crea prolongando una costura recta,

uniforme, a ambos lados de la costura de unión, equidistante, a un cm de cada lado, tomando las alas de la costura abierta.

Esta técnica además evita el empleo de forrería y además, le da una identidad más callejera y no tan distante a las prendas de paño, al no ser éstas, trabajadas desde la sastrería.

Ciertas terminaciones se dejan al corte para que no se entorpezca y se endurezca la caída de la tela. (Ver Cuerpo C, p.1).

Las terminaciones utilizadas para los ruedos son dobladillos de 2 cm.

Conclusiones

A lo largo del PG se han abordado diferentes pilares relacionados a la androginia, para alcanzar el objetivo principal propuesto de crear una colección. La misma busca identificar a un tipo específico de usuario, creando un tipo específico de prenda con determinadas características que lograrían satisfacer un sector del mercado no explotado.

A pesar de que el objetivo del trabajo ha sido alcanzado y logra evidenciarse en el cuerpo C del presente PG, el carácter del análisis previo presente en el cuerpo B fue fundamental para la posterior materialización de ideas.

Es decir que sin la previa búsqueda de información y análisis de carácter prácticamente exhaustivo, no hubiera sido posible crear la colección planteada desde un comienzo. Debido principalmente a la complejidad del tema que amerita analizarlo desde la mayor cantidad de ángulos presentes.

A lo mencionado anteriormente se debe sumar la decodificación de información adquirida a lo largo de la carrera por parte del presente autor. Aportando de esta manera el carácter único y personal de un futuro profesional.

Desde el primer capítulo ha podido observarse la argumentación de los fundamentos del género andrógino. Esclareciendo la psicología de dichos individuos se logra integrar la conducta andrógina con el conocimiento y la proyección de información.

A su vez se intenta desmitificar los confinamientos limitados sexuales que son adjudicados por la sociedad. En consecuencia, se enmarcan las diferencias entre sexo y género, con frecuencia, poco puntualizadas y definidas.

A partir de este punto se comienzan a analizar los hechos consecuentes de alteraciones sociales.

Para finalizar el estudio de metáforas en la lengua sobre todo en los primeros usos de la palabra ha logrado aportar una nueva perspectiva que funciona como un comienzo de los fundamentos del arquetipo andrógino posmoderno.

A partir de esta meta alcanzada en el primer capítulo se abren nuevas posibilidades más específicas y sutiles. Lo cual permite comenzar a abordar en el segundo capítulo el discernimiento del vestido consecuente de una necesidad de expresión colectiva.

Se llega a la conclusión de que la sociedad logra impulsar al sujeto en el área de la comunicación, sobre todo en las primeras manifestaciones de ornamentación y pinturas sobre el cuerpo. Lo increíble de este fenómeno es que el individuo que está colmado de creencias intrínsecas a su ser logra decodificarlas a través de la necesidad de cubrir el cuerpo desnudo que la conciencia interpreta como demostración del líbido. Surgiendo de esta manera el pudor y obligación por mermarlo.

En este punto del PG surge la dualidad del vestido que afecta a los diseñadores de tal forma en que además de ocultar la intimidad debe develar el atractivo sexual. De esta forma se logra concluir el capítulo evidenciando la conexión tan primaria y a su vez compleja del ser y su sexo.

Es decir que si la androginia están presentes ambos sexos se llega al cuestionamiento de cómo se logra decodificar esta dicotomía en algo tangible como la vestimenta.

A esto se debe sumar una segunda ambigüedad presente, que son la pertenencia y la diferenciación que dan lugar al relevamiento de la identidad, y no en la extensión del yo pudiente.

En este punto pareciera que las preguntas que dieron origen al PG se han multiplicado y se terminan por resolver de una manera difusa y poco contundente. Esto se debe al carácter de la importancia de cada individuo con sus particularidades.

Hasta este momento del desarrollo informativo podemos concluir que al tratarse de un tema complejo ha sido fundamental investigar las posibles motivaciones del individuo y como el mismo se refleja en su vestimenta haciendo hincapié en la androginia puntualmente.

De esta forma en el capítulo tres se comienza a ahondar en una nueva variable para sumar a la ecuación, se trata del corto ciclo de vida de los objetos. Además de cómo el

devenir de un sistema económico en el que reina la innovación, la norma de lo efímero inicia los tiempos de la oferta y la demanda en la producción.

Se puede evidenciar que en este contexto el diseño cumple el rol de motivación inicial al juzgar el éxito del producto en el mercado.

Es así que se han establecido las bases para que el diseño logre conjugar las variantes del individuo, la moda y la contemporaneidad.

Logramos concluir que existe un paralelismo entre el funcionamiento de la unidad biológica más pequeña y la moda, como sistemas de organización de elevada complejidad. Lo cual agiliza la lectura y comprensión del intercambio entre el entorno y la célula como la androginia y la moda.

Este es un concepto alcanzado por la autora del presente PG donde se ilumina la posibilidad innovadora de que la moda interactúa con el ambiente adyacente, reelaborando el paradigma cultural de nuestro siglo. Logrando reinterpretar dicho paradigma en el sujeto andrógino, el cual es el estereotipo y arquetipo preponderante de la postmodernidad.

De esta manera se contextualiza en detalle el campo de interés además de dar lugar a la evolución del PG involucrando nuevos factores para llegar a la propuesta de diseño.

En este punto pueden comenzar a delimitarse con mayor precisión los fundamentos y características de la creación de la colección.

En el cuarto capítulo se ha logrado explorar en detalle la materialización textil de la colección haciendo foco en textiles con un tratamiento innovador. Este capítulo ha sido fundamental para comprender el porvenir de las fibras textiles y la amplitud de posibilidades que poseen.

Al finalizar se concluye desarrollando aquellas de composición orgánica y sustentable, en respuesta a la motivación personal de la autora por vincular el desarrollo de la ingeniería textil al PG y a la contemporaneidad. Este capítulo también hace un aporte

sobre en concientización sobre la escasez de los recursos naturales además de otros conceptos sustentables.

Los llamados textiles del futuro ya están presentes en la actualidad y es fundamental involucrarlos al diseño andrógino por sus numerosos puntos de contacto.

Principalmente porque se pueden relacionar con el sujeto andrógino en su singularidad, fascinación por lo novedoso, y por supuesto debido al carácter abarcativo de sus propiedades especiales que traspasan los géneros.

El último capítulo reúne los contenidos teóricos del PG para plasmarlos en el desarrollo creativo de una colección en la cual toma como inspiración los fundamentos sociológicos de la androginia desde la representación simbólica de un arquetipo que remolca las motivaciones primarias de los individuos.

El proceso de personalización característico de la contemporaneidad ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, al de la libertad e introspección que persigue el hecho de ser íntegramente uno mismo.

Es inevitable que el individuo, en este cambio evolutivo, no haya llevado consigo una reestructuración en la forma de desenvolverse y manifestarse tangiblemente.

Si hay que recordar los exponentes del estereotipo imperante del siglo 21, se retoma la soberanía de un individuo omnipotente, nutrido de la autorrealización y de la búsqueda constante. No es casualidad que el narcisismo se manifieste en esta sociedad que sobrestima sus habilidades y tiene una necesidad excesiva de admiración y afirmación.

Los diseños aplicaran innovación desde la sustentabilidad, uno de los principales motrices para el desarrollo de nuevos textiles que se funda también en el ideario de singularidad por sobre masividad.

El consumidor actual es consiente, se interioriza en conocer la trazabilidad de los productos y ver si nivel de repercusión en el medio ambiente.

La otra vía de nuevos textiles tecnológicos, también llamados etextiles, se reservan al campo de la medicina, al de la protección social, y al de las fuerzas militares.

Es empeño del diseñador abordar el marco teórico en asociación a los parámetros que son de su influencia para crear y conforman su identidad: minimalismo, predilección por el acromatismo, y la coexistencia de antagónicos en cuanto a pesos y formas de telas se refiere.

El PG proporciona al diseñador materia de conocimiento sobre las razones sociales del siglo 21, agudizando su mirada sobre las interacciones entre los fenómenos sociológicos y la moda, como así también un gran conocimiento sobre el devenir de los avances en la industria textil.

Lista de referencias bibliográficas

- Barthes, R. (2003) *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- Dorlin, E. (2009). *Sexo, género y sexualidades Introducción a la teoría feminista* Buenos Aires. Ediciones Nueva Visión.
- Eco, U. (1972). "El hábito hace al monje" en AA.VV. *Psicología del vestir*. Barcelona:Lumen
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda una visión sociológica*. Barcelona. Paidós.
- Ferrer, E. (s/f). *El proceso creativo*. ITAM.
- Foucault, M. (2005) *Historia de la Sexualidad. La voluntad de Saber*. Madrid. Siglo Veintiuno.
- Gil, L. (1954) *El banquete*. Buenos Aires. Aguilar Argentina S.A. de Ediciones.
- Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires. Edhasa.
- Helien, A., Piotto, A., (2012) *Cuerpos equivocados. Hacia la comprensión de la diversidad sexual*. Buenos Aires. Editorial Paidós
- Lipovetsky, Gilles (2004). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2003). *La era del vacío*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- Platón (1996). *El banquete*. México: Planeta.
- Lauretis, T. (1989) *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*, Londres. Editorial Macmillan Press,
- Lifschitz, V. (2012) *Laboratorio andrógino. Proyecto de co-diseño*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Miranda, L. (2009) *¿Cuál fue el pecado original? Traducciones e interpretaciones de Gn 3, 1-24. Circe*
Recuperado en mayo 2012
<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/circe/n13a11miranda.pdf>
- Saltzman, A. (2004) *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires. Editorial Paidós SAICF.
- Saulquin, S. (2010) *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires. Editorial Paidós SAICF.
- Scott, R. (1970). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires: Victor Lerú
- Vera Gamboa, L. (mayo, 1998) *Historia de la sexualidad*. México. Revista Biomédica.
Recuperado en mayo 2012
<http://www.uady.mx/~biomedic/rb98927.html>

Veyne, P. (1987) *Sexualidades Occidentales. La Homosexualidad en Roma*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Zambrini, L. (2011) *La feminización de los cuerpos a través de la indumentaria*. Boletín 17 Ciudadaníasx Activismo Cultural y Derechos Humanos Nro.14
Recuperado en mayo 2012
http://www.ciudadaniasx.org/article.php3?id_article=630_97

Bibliografía

- Andree G. (1999). Entrevista a Gilles Lipovetsky: La Mujer Posmoderna. *Zona Erógena*.
- Barthes, R. (2003) *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires. Editorial Paidós Comunicación 135.
- Buttler, Judith (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Croci, P & Vitale, A (1992). *Los cuerpos dóciles, hacia un tratado sobre la moda*. 3era ed. Buenos Aires: La marca editora.
- Echavarren, R. (2010) *Arte Andrógino. Estilo vs. Moda*. Uruguay. Editorial Hum
- Eco, U. (1972). "El hábito hace al monje" en AA.VV. *Psicología del vestir*. Barcelona:Lumen
- Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Erner, G. (2004). *Víctimas de la moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Ferrer, E. (s/f). *El proceso creativo*. ITAM.
- Foucault, M. (2005) *Historia de la Sexualidad. La voluntad de Saber*. Madrid. Siglo Veintiuno.
- Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires. Edhasa.
- Kant Immanuel (2004) *Observaciones sobre lo bello y lo sublime*. México: FCE.
- Lipovetsky, Gilles (2004). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2003). *La era del vacío*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- Platón (1996). *El banquete*. México: Planeta.
- Lipovetsky, G. (2002). *La Tercera Mujer: Permanencia y revolución de lo femenino*. Madrid:Anagrama.
- Nkapp, M. (1980). *La comunicación no verbal*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Renfrew, C; Renfrew, E. (2010). *Creación de una colección de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Scott, R. (1970). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires: Victor Lerú
- Sorger, R. (2009). *Principios básicos del diseño de la moda*. Barcelona. Editorial Gustavo Pili.

Squicciarini, N (2012). *El vestido habla*. Barcelona. Editorial Cátedra.

Saulquin, Susana. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: ISM.

Wong, Wucius. (1969). *Fundamentos del diseño Bi- y Tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

Zambrini, Laura (2010). Internet. *Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo*. Nomadías, 11, 130-145.

Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Editorial Paidós: Buenos Aires.

Wong, W. (2004). *Fundamentos del diseño. Diseño tridimensional*. Barcelona: Gustavo Gili.