

**PROYECTO DE GRADUACION**

Trabajo Final de Grado

**Moda Andrógina: El nacimiento de un  
estilo a partir de un quiebre social**  
Identidad, influencias y representaciones  
en la actualidad en Colombia y Argentina

Laura Matamoros Puerto  
Cuerpo B del PG  
20 de Julio de 2015  
Diseño de Textil e Indumentaria  
Ensayo  
Historia y tendencias

## Índice

|  |        |
|--|--------|
| <b>Introducción</b>                                | Pg. 4  |
| <b>Capítulo 1. Principios de la moda andrógina</b> | Pg. 15 |
| 1.1 Creación y desarrollo en los años 20           | Pg. 15 |
| 1.1.1 Influencia social                            | Pg. 17 |
| 1.1.2 Siluetas predominantes                       | Pg. 18 |
| 1.1.3 Estilismo                                    | Pg. 19 |
| 1.1.4 Iconos                                       | Pg. 20 |
| 1.2 Jóvenes pioneros en los años 80                | Pg. 21 |
| 1.2.1 Influencia social                            | Pg. 22 |
| 1.2.2 Símbolos                                     | Pg. 22 |
| 1.2.3 Iconos                                       | Pg. 23 |
| 1.3 Años 90  | Pg. 24 |
| 1.3.1 Iconos                                       | Pg. 25 |
| 1.3.2 Estilismo                                    | Pg. 25 |
| 1.3.3 Siluetas y tendencias                        | Pg. 26 |
| <br>   |        |
| <b>Capítulo 2. Estructura de la androginia</b>     | Pg. 28 |
| 2.1 Estética y belleza                             | Pg. 31 |
| 2.2 Estereotipos                                   | Pg. 33 |
| 2.3 Identidad de género                            | Pg. 35 |
| <br>   |        |
| <b>Capítulo 3. Moda andrógina</b>                  | Pg. 39 |
| 3.1 Prendas Unisex                                 | Pg. 41 |
| 3.1.1 Primeras tipologías                          | Pg. 42 |
| 3.1.2 Fusión de las tipologías y el género         | Pg. 44 |
| 3.2 Evolución de las tipologías                    | Pg. 45 |
| 3.2.1 Siluetas y materiales                        | Pg. 46 |
| 3.3 Diseñadores andróginos                         | Pg. 47 |
| 3.3.1 Impulsores de la tendencia                   | Pg. 49 |
| 3.4 Campañas publicitarias                         | Pg. 50 |

|  |        |
|--|--------|
| <b>Capítulo 4. La androginia como respuesta a los cambios sociales</b>                           | Pg. 51 |
| 4.1 Orientación sexual   | Pg. 52 |
| 4.2 Rupturas de estereotipos   | Pg. 54 |
| 4.3 Roles de género  | Pg. 56 |
| <br>   |        |
| <b>Capítulo 5. Efectos sociales en las tipologías en Colombia y Argentina</b>                    | Pg. 58 |
| 5.1 Elementos influyentes  | Pg. 59 |
| 5.2 Siluetas   | Pg. 62 |
| 5.3 Creación de tipologías   | Pg. 63 |
| 5.4 Prendas femeninas  | Pg. 65 |
| 5.5 Prendas masculinas   | Pg. 66 |
| <br>   |        |
| <b>Capítulo 6. Moda andrógina. El nacimiento de una tendencia a partir de un quiebre social.</b> | Pg. 68 |
| 6.1 Diferencias que permiten el desarrollo de la tendencia en Colombia y Argentina               | Pg. 71 |
| 6.2 Factores que permiten el desarrollo de la androginia   | Pg. 74 |
| 6.3 El ser andrógino como estereotipo  | Pg. 77 |
| <br>   |        |
| <b>Conclusiones</b>  | Pg. 81 |
| <b>Lista de referencias bibliográficas</b>   | Pg. 86 |
| <b>Bibliografía</b>  | Pg. 91 |

## **Introducción**

El siguiente Proyecto de Grado propone ampliar el conocimiento sobre la historia de la moda andrógina, su creación, desarrollo y como a pesar de que todavía se encuentra en constante desarrollo y modificación ya que va dependiendo de la época o temporada en la que se esta trabajando la androginia se ha convertido en una tendencia fuertemente elaborada y aceptada.

Para entender de que se esta hablando es necesario conocer los conceptos de moda, tendencia, androginia y unisex los cuales se utilizaran durante el desarrollo del proyecto, estos se trabajarán paralelamente para tener una idea en común y llegar a una definición.

El proyecto surgió ante una problemática basada en las diferentes opiniones que se han generado hoy en día debido a la diversidad de la preferencia sexual de las personas y los rasgos físicos que tienen y cómo a partir de un problema social se puede generar una tendencia de la que parten siluetas, colores, textiles y tipologías para producir una colección, las prendas que caracterizan esta tendencia tienen un significado que es en cuanto a la lucha de las mujeres por la igualdad, la moda es un medio que las personas utilizan para comunicar y expresar ideales o a ellos mismos.

El objetivo es analizar sobre la historia de la moda andrógina y plantear una opinión acerca de esto, de por que las prendas andróginas son creadas como respuesta a un cambio social, que llevaron al nacimiento de la tendencia. Para esto se exploran los primeros cambios que sufrieron las tipologías, como los materiales que tenían como principio ser usados en indumentaria masculina, después que transformaciones ocurrieron en cuanto a silueta, que indumentaria debido a situaciones económicas que

vivían los países en consecuencia a la Segunda Guerra Mundial se adaptaron y tuvieron un cambio de usuario en el transcurso del tiempo.

Para poder alcanzar el objetivo general se deben realizar objetivos específicos como diferenciar las tipologías básicas de la moda andrógina, los cambios que estas presentaron a través del tiempo específicamente en los años 20's y 80's, definir prendas andróginas y prendas unisex, establecer si van unidas o son dos conceptos de la moda que van separados, descubrir las primeras tipologías que obtuvieron un cambio de usuario, bajo que circunstancias y que tipologías sufrieron fusión, definir la belleza andrógina, cual es la estética que llevan y cuales son los estereotipos e iconos andróginos.

Para poder asociar la androginia como moda se debe saber cual es el origen y su significado, se conoce como andrógino a una persona cuyos rasgos externos no corresponden definitivamente con los propios de su sexo, este termino fue mencionado por primera vez por Platón en El Banquete, allí menciona que el origen de las personas se basa en tres sexos femenino, masculino y un tercer que poseía los dos, el ser andrógino.

El término androginia hoy en día se utiliza muy poco para referirse a las personas, la moda se adueñó más de su término y lo utiliza para referirse a el look o posición que toman las personas en cuanto a que no se definen a si mismas, es esta androginia superficial la que se ha caracterizado en la moda, la indumentaria de hombres utilizada por mujeres y la indumentaria de mujeres utilizada por hombres. Esta moda comienza como consecuencia de la Primera Guerra Mundial, los hombres al ir a guerra fueron las mujeres quienes tuvieron que trabajar, asumieron responsabilidades y labores que no estaban disponibles para ellas como obreras en fabricas, por lo tanto su indumentaria cambio, no se podía hacer trabajo pesado con faldas y peinados elaborados, Coco

Chanel tuvo un papel decisivo en esta época, asimilo instintivamente que la libertad de movimiento es poder y lo reflejo en el diseño de sus prendas, fundió lo femenino con lo masculino, encontró en la indumentaria masculina inspiración, su ideal era que la mujer pudiera olvidarse de la prenda y concentrarse en el mundo. (Seeling, 2000, p. 99)

La moda de la época de años 20 cuestiono os roles sexuales, en el ambiente se respiraba la sexualidad, la homosexualidad y la androginia, gracias a esto surgieron dos tipos de mujer, las *flapper* en Estados Unidos y las *garçonne* en Francia.

Se denominaban *Garçonne*, a un grupo de mujeres que reivindicando los derechos de la mujer y la igualdad de género adoptaron una figura andrógina. Comenzaron a aparecer siluetas masculinas como el esmoquin o traje y corbata, el cabello ahora era llamado *bob*, utilizaban perfumes masculinos con matices de cuero, las mujeres *garçonne* habían disimulado sus rasgos externos, ocultaron su fisionomía para que socialmente no se les atribuyera su feminidad como el sexo débil. Las *garçonne* eran mujeres cultas y opinaban sobre temas sociales, económicos y políticos.

Las *flapper* se refiere a un nuevo estilo de vida de las mujeres jóvenes, usaban faldas cortas, no llevaban corsé, el cabello lo llevaban al estilo *bob*, utilizaban bastante maquillaje, bebían licor fuerte, fumaban. Su estilo se mezclaba entre lo femenino y lo masculino. La indumentaria se vuelve sencilla para poder trabajar, el papel de madre y esposa había quedado en el olvido, las mujeres soñaban con ser actrices, bailarinas o parecerse a ella, la moda la imponían actrices de películas de cine, los artistas, pintores y escritores que buscaban nuevas formas.

En los 80's podría decirse que fue una gran cambio en comparación a la moda de los años 20 especialmente en cuanto a indumentaria de hombres, se volvió más arriesgada al punto en el que empezaron a usar maquillaje, fue una época de rebeldía, se caracterizó por el cine, y especialmente la música la cual era la que marcaba la moda de

la época, los ídolos juveniles aparecieron, los video juegos, pero como se mencionó antes fue la música la obtuvo un papel relevante en la vida de las personas.

El pop fue el género que se extendió mundialmente gracias a artistas como Michael Jackson y Madonna, los sonidos de nuevos instrumentos se volvieron populares aunque para algunos dejó de tener significado y se volvió comercial, fue la época de los *one hit wonder* término utilizado para definir a los grupos o artistas que solo tuvieron un sencillo exitoso, los videos musicales se utilizaron como técnica de marketing para la promoción de los sencillos musicales, la música incitó a los jóvenes a expresarse de manera libremente, sin prejuicios a ser como quisieran ser. (Perales, 2013).

Los íconos usaban la androginia como modo de expresión al querer igualdad entre los géneros, no quería ser como el género opuesto pero buscaban el mismo trato para todos. Los 80 tuvieron bastantes iconos en cuanto a moda, pero quienes trabajaron el estilo andrógino fueron David Bowie, Boy George, Grace Jones, Annie Lennox y Michael Jackson.

Los 90's dejaron de la toda la extravagancia que se vivió en los años 80, un nuevo estereotipo de mujer aparecía y resaltaría entre las primeras supermodelos curvilíneas como Cindy Crawford y Claudia Schiffer, era todo lo opuesto a estas mujeres altas de cuerpos esculturales que no necesitaban presentación alguna para saber quienes eran ellas, Kate Moss apareció, su pequeño cuerpo y estatura no tenía nada que envidiarle a estas mujeres, ella se abrió paso y era ahora la musa de fotógrafos y diseñadores.

La negación de este look que imponían las supermodelos perfectas se proclamó en una nueva visión de belleza, en una tendencia conocida como *heroin chic*, los fotógrafos y diseñadores quería algo diferente, modelos andróginos con el cabello en estado salvaje, tez pálida, con los huesos de la clavícula marcados eran aceptables.

La moda en esta época presentó bastantes variedades, desde lo más femenino con colores rosas, brillantes y neones, hasta ropa desaliñada y unas tallas más grandes

optando por un look despreocupado, todos buscaban el individualismo por lo que fue normal ver todo tipo de estilos.

El *grunge* apareció primero como genero de música gracias a Kurt Cobain junto con el un nuevo estilo, se basaba en tener aspecto desaliñado, masculino y con actitud de adolescente, las prendas que utilizaban eran unas tallas mas grandes que la que normalmente se usaría, como la idea es tener un aspecto despreocupado el maquillaje es casi nulo al igual que el peinado.

El minimalismo fue otra de las tendencias que surgió en los 90's buscando eliminar el exceso, esta se trataba de colores neutros, líneas simples, elementos deportivos, materiales transparentes en prendas, telas con apariencia metálica aportaron interés, el objetivo de algunos diseñadores era concentrarse más en el cuerpo que en el diseño exponiendo así las curvas naturales del cuerpo.

La estructura andrógina consta en profundizar sobre su estética, estereotipos, iconos, belleza y actitud.

La estética de las personas andrógina generalmente es delgada, que no se noten las curvas, poco busto, caderas estrechas, casi como el cuerpo de un adolescente, en cuento al rostro debía tener los ángulos, marcados, neutros, con mandíbulas prominentes, en cuanto a mujeres pero en los hombres también son las mismas características físicas, cuerpo delgado y rasgos neutros.

Los iconos actuales que hicieron retomar la moda andrógina haciéndola llegar a su máximo desarrollo son modelos que grandes diseñadores han utilizado para promocionar sus colecciones y de imagen de marca, entre estos se encuentra el que mas ha causado revuelto por su camaleónica imagen y la facilidad con la que se mueve y representa los dos géneros pero en especial en el mercado femenino, este modelo es Andrej Pejic ahora conocido como Andreja Pejic quien se sometió a una operación para cambiar de sexo, gracias a su rostro y contextura física ha logrado desfilas en colecciones masculinas y



femeninas, definitivamente sabe aprovechar sus rasgos, debido a su trabajo a recibido críticas ya que los diseñadores están proponiendo un estereotipo de mujer casi imposible, sin curvas, algo que es inevitable en el desarrollo de la mujer.

En cuanto a mujeres esta Erika Linder, su portfolio esta lleno de fotografías que harían pensar a quien esta observando que es un hombre ya que tiene toda la actitud de uno, su delgadez la ayuda para lograrlo, sus gestos son parecidos a los de Leonardo DiCaprio cuando era joven. (Erika, una hombre en la pasarela. 2012)

El capítulo dedicado a la moda andrógina es sobre su historia, que tipologías fueron las que se crearon o modificaron para un nuevo concepto, la ropa unisex, que evolución tuvieron, que silueta y materiales las hacen características y únicas hoy en día. La moda unisex se caracteriza porque una tipología la pueden utilizar hombres y mujeres, no tienen diseños exclusivos dependiendo del sexo, la indumentaria unisex busca fundir la apariencia entre hombres y mujeres, el termino unisex hace referencia a la unión de ambos sexos, se utiliza para describir no solo indumentaria, también es para dar nombres a personas o hasta cortes de cabello.

Los diseñadores fueron pioneros y parte de quienes impulsaron la tendencia, crearon colecciones para las personas que querían en principio marcar y hacer ver su punto de vista y que este fuera remarcado con su estilo, aunque son ellos, los diseñadores quienes imponen un estereotipo de mujer y hombre ideal en la sociedad utilizando modelos en campañas publicitarias e imagen de marca, si no son los modelos, son sus colecciones con un estilismo marcado que hacen llamativa la idea de la ambigüedad de géneros para los consumidores.

La androginia como respuesta los cambios sociales es el desarrollo de opinión personal en cuanto a el desarrollo que se ha hecho en los capítulos de estructura de la androginia y principios de la moda andrógina y se enfoca en el presente con todos los cambios a los

que se esta tratando que se adapten las personas, uno de ellos influyendo directamente en la orientación sexual, lo cual esta ligado a este concepto, en un mundo que ha avanzado, moderno, la apariencia sigue siendo un método para clasificar y juzgar a las personas, es un tema que en pleno siglo XXI y con tantos avances no se ha podido aceptar completamente ya que se ve como una enfermedad que hace que la persona no sea normal según lo que dice la Biblia, pero porque en una época tan avanzada no se puede aceptar este tipo de elecciones o cambios que se han demostrado que algunas son de nacimiento y es mas fácil aceptar que obligar, generando problemas psicológicos en las personas por culpa del rechazo llegando a medidas tan drásticas como el suicidio, en épocas antiguas estos comportamientos eran naturales en los hombres, era parte de su comportamiento y de su ser. La moda es definitivamente un medio por el cual las personas se pueden expresar, es un medio por el que pueden ser ellas, reflejan lo que son, a través del tiempo la moda a servido de plataforma para que se conozca a las personas, es un medio en el que se ve reflejado que sucede en el mundo.

La androginia busca la ruptura de los estereotipos, de la clasificación de las personas de acuerdo a su orientación sexual, se puede decir que es un estado neutro del ser humano y que esta cómodo representado los dos géneros. (Casas)

Todos estos efectos sociales son representados en la moda, se investida que elementos son los más característicos y que representan la androginia para así crear y desarrollar tipologías para hombre y mujer pero también tipologías unisex que seria ideales por ser las que representan directamente la androginia, la estética también ayuda a reforzar estos ideales aunque se optaría por un look natural que parezca sin esfuerzo, simple.

Para la creación de estas tipologías se debe estudiar el cuerpo humano para encontrar algo que favorezca tanto a hombres como a mujeres sin crear líneas separadas, siempre se busca la unidad de estas prendas recalcando la igualdad de genero.

Aunque se crea que los diseñadores solo buscan la venta de sus colecciones y se crea una sociedad consumista son ellos quienes estudian, entienden y logran transmitir los ideales de la sociedad en las prendas que se van a utilizar, creando tipologías que hombres y mujeres puedan usar sin pensar que están usando prendas prestadas.

Los antecedentes que se utilizarán de ayuda para el desarrollo del proyecto de grado están enfocados sobre el concepto principal que es la androginia, como ha evolucionado y que elementos se fusionan para que sea una tendencia y un punto de inspiración.

El proyecto de Grado *Eonnagatta* escrito por Laura Condori es sobre los estereotipos de belleza y un nuevo grupo sociocultural emergente llamado andrógino, el papel de la moda y la belleza determinan la clasificación y la identidad del individuo. *Eonnagatta* es una colección propuesta por la autora en la que se expresa la fusión de los sexos, en como estos tiene una línea de división mas difusa, existe en cada individuo una combinación de opuestos, lo cual genera una identidad andrógina y singular que busca la armonía psíquica para lograr la complementariedad ideal en el si mismo.

Mariela Lifschitz autora del Proyecto de Grado Laboratorio andrógino indaga sobre el vinculo histórico del vestuario entre mujeres y hombres, destacando sucesos que contribuyeron a diferenciar las tipologías en pos de la heterosexualidad como normativa. Le surgió la idea de dessexualizar los cuerpos aunque expusiera los cuerpos a lucir isomorfos por lo que privilegio la integración que consistía en aceptar al hombre y a la mujer como personas sin considerar su orientación sexual, de esta idea surge identificar al usuario como un ser andrógino, capaz de expresar a través del uso de la vestimenta, el estilo personal, sin tener que asumir algún rol.

La democratización de la indumentario masculina es el Proyecto de Grado de Sergio Figueroa, en el plantea que la indumentaria masculina se encuentra en un proceso de

cambio, el hombre esta recuperando por medio de la indumentaria los excesos y brillos que se utilizaron durante el Barroco y el Rococó. A partir del siglo XXI surge un nuevo tipo de hombre que incorpora a su forma de vestir sensibilidad y libertad, ya que expresa todo a través de su imagen, no le teme al que dirán y se anima a lucir prendas insinuantes y estrechas que rompen los códigos tradicionales del vestir masculino.

El proyecto de Grado titulado La adaptación y difusión de tendencias en la moda escrito por Natasha Salvestrini, en el reflexiona acerca de la relación que hay entre las características de las sociedades y la indumentaria, siendo esta ultima un espejo de ellas, se analiza la evolución de los modelos de adaptación y difusión de tendencias a través del tiempo, los adelantos tecnológicos, la globalización, la psicología de las masas, la socialización de la información, el marketing, la publicidad y los cambios socio-económicos.

María Florencia Cáffaro en su Proyecto de Grado titulado Diversidad de género en la indumentaria relaciona los conceptos de género e indumentaria, su objetivo es analizar estos conceptos y contribuir a la expresión y creación de nuevas identidades de genero especialmente la androginia, es una reflexión sobre lo establecido, lo instituido por la cultura de masas, a pensar la moda como un producto psicosocial creador de identidades. El autor expone una alternativa de futuro en donde el ser andrógino surge ante la necesidad de igualdad y reconocimiento de la diversidad.

El Proyecto de grado Indumentaria unisex escrito por Massiel Federo plantea que la generación de hoy en día se encuentra en un mundo moderno, con un intercambio cultural inmenso que ha revolucionado todas las definiciones y conceptos básicos que se solían tener con respecto a la indumentaria, el género definía la indumentaria, los hombres se encontraban con un armario que los limitaba al uso de tipologías básicas,

identificadas como masculinas, al contrario del armario femenino que posee una mayor cantidad de prendas con diferentes tipologías pero que también eran definidas para uso único y exclusivo de la mujer. Los diseñadores de hoy en día han implementado un nuevo tipo de indumentaria en sus colecciones, la unisex, esta le permite a los hombres tener un armario con mayor tipologías y posibilidades.

El autor hizo un análisis de la moldería de ambos cuerpos con el fin de realizar una curva de talles exclusiva para el usuario que plantea y tener salida en el mercado actual, para lograr esto toma el surgimiento de un nuevo mercado con el fin de satisfacer las necesidades de los hombres que buscan prendas con las que se identifiquen más allá de su orientación sexual.

Moda, mujer, influencia y sociedad es el Proyecto de grado de María Eugenia Goñi, en el realizo un estudio y recopilación de datos e información acerca de cómo la moda repercutió en la mujer y en la moldería a partir de la década de 1940 hasta la década de 1980, hizo una explicación del significado de la vestimenta, su definición, simbología y surgimiento, una introducción de los acontecimientos más relevantes en cuanto a la sociedad, la economía y la política, uno de los acontecimientos más importantes fue la Segunda Guerra Mundial ya que las mujeres se vieron obligadas a comenzar a trabajar porque sus esposos estaban en la guerra y otras se enlistaron en el ejercito como soldados o enfermeras, al finalizar la guerra muchas mujeres siguieron trabajando en los puestos que habían obtenido o buscaron otro trabajo, ya no se conformaban con quedarse en sus casas como ama de casa sino que querían trabajar para de a poco ir independizándose. Los diseñadores se tuvieron que adaptar a cada cambio, por la guerra había escasez de telas por lo que tuvieron que diseñar con telas de mala calidad y poca cantidad la indumentaria se fue haciendo mas practica, cómoda y unisex con el paso de los años, las mujeres comenzaron a utilizar pantalones para trabajar y más adelante como ropa cotidiana, uno ejemplo de ello fue el uso del jean.

Cuando la ambigüedad manda es el Proyecto de Grado que María Victoria Velázquez realizó, en el dice que en la actualidad el andrógino es denominado un tercer género, los prejuicios sexuales han desaparecido y es una fuerte tendencia que refleja el ideal de belleza de la posmodernidad, no hay grandes diferencias entre lo masculino y femenino, una dualidad que siempre ha existido y hoy en día se ha entremezclado, han dejado de coexistir hombres completamente masculinos y mujeres completamente femeninas, el Proyecto de Grado es una reflexión sobre la moda andrógina. Establece unas pautas que abarcan desde las proporciones del cuerpo, la silueta y morfología, las tipologías bases para el desarrollo de la moldería, hasta los materiales textiles y paleta de colores adecuados.

María de los Milagros Skaf es la autora del Proyecto de Grado Moda, género y guerra el cual trata las cuestiones sobre el género y la indumentaria profundizando el rol social de la mujer en el periodo de la Primera Guerra Mundial, para esto analizó los conceptos de género y moda dentro del contexto haciendo hincapié en la participación femenina en la sociedad, su relación con la indumentaria y a su vez la interrelación entre la moda y los conflictos bélicos. El objetivo general del proyecto es indagar y analizar el impacto que tuvo la Primera Guerra Mundial en el género femenino y la moda, cuales fueron las repercusiones económicas, políticas y sociales de la Primera Guerra Mundial, que cambios sufrió y como estas repercusiones afectaron al género femenino durante el conflicto, como se diferenciaban los roles laborales femeninos dentro de las distintas clases sociales, como se expresaron los cambios en la moda femenina, cómo las mujeres se vieron obligadas a tomar un lugar activo dentro de la sociedad, cómo se dieron estos cambios y cómo esto se vio reflejado en la moda.

## **Capítulo 1. Principios de la moda andrógina**

Para entender que es la moda andrógina se debe saber primero que es la androginia, termino mitológico que fue mencionado por primera vez por Platón.

En primer lugar, tres eran los sexos de las personas, no dos, como ahora, masculino y femenino, sino que había, además un tercero que participaba de estos dos, cuyo nombre sobrevive todavía, aunque el mismo a desaparecido. El andrógino, en efecto era entonces una cosa en cuanto a forma y nombre, que participaba de uno y de otro, de lo masculino y de lo femenino, pero que ahora no es sino un nombre que yace en la ignominia. (Edición 2014, p. 19)

Por lo tanto una persona andrógina tiene características masculinas y femeninas, sus rasgos físicos no corresponden a los propios de su sexo, por lo que en la moda serian prendas neutras o unisex, que hombres y mujeres pueden usar, aunque también esta la posibilidad de prendas creadas para hombres utilizadas por mujeres y prendas de mujeres utilizadas por hombres.

### **1.1 Creación y desarrollo en los años 20**

Los años 20 se caracterizaron socialmente por ser los años locos, la década del jazz denominada así por el escritor Scott Fitzgerald, por los cambios sociales, la liberación de la mujer la cual fue marcada por el fin de la guerra y la diversión. La moda femenina cambio en cuanto a forma y estructura, la sencillez de las prendas estaban hechas para la funcionalidad del trabajo, el corsé era la prenda principal que se volvería a utilizar. La vida nocturna fue un espectáculo de lujo, era algo exagerado, las mujeres se llenaban de accesorios, pero eso no les impedía actuar como hombres, bebían y fumaban en publico, eran mujeres modernas que disfrutaban de su libertad y lo demostraban con su apariencia.

Paul Poiret fue y podría decirse el diseñador más importante de la época, fue el quien liberó a la mujer de la opresión del corsé, la cual era la prenda más incomoda que utilizaban las mujeres, les oprimía el pecho tanto que podría hacerlas desvanecer, para esa época eliminarlo era sacudir las bases de los sectores conservadores de la sociedad,

así que creo prendas que cayeran en el cuerpo de la mujer y que estos sutilmente dejaran ver la silueta de la mujer. Sus cambios fueron tan revolucionarios que le costó la censura del Papa Pio X y la prenda que logro esta censura fue la falda pantalón. (Montenegro. 2010)

Poiret trabajaba con saris, caftanes, kimonos, brocados, pedrerías y plumas elementos que más gustaron y se utilizaron en la época, sin embargo murió en el olvido y retirado al no poder adaptarse a la mujer que había cambiado a causa de la guerra.

Jeanne Lanvin apostó por diseños sencillos y de colores vivos, logró manejar tanto la paleta de color que creo un nuevo azul, llamándolo azul Lanvin, sus creaciones estuvieron influenciadas por el arte y la pintura.

Madeleine Vionnet fue una diseñadora innovadora, para muchos fue ella la gran revolucionaria de la moda de principios del siglo XX. Dio a conocer el corte al bias, que es cuando la tela se corta en diagonal en vez de al hilo para que se adhiera y adapte más a la forma del cuerpo, fue defensora de la liberación, de la silueta femenina adaptando las telas al cuerpo por medio de drapeados y túnicas, también ajusto la sastrería masculina a la silueta femenina.

Mariano Fortuny y Madrazo fue pintor, diseñador textil, diseñador de moda, escenógrafo, fotógrafo y grabador, su gran aporte al mundo de la moda fue el *delphos*, una túnica de seda plisada, este vestido se utilizaba principalmente para la intimidad del hogar o para recibir invitados por las tarde y para representaciones teatrales,, fueron las artistas liberadas y de gran personalidad quienes utilizaron este tipo de vestidos en la calle, aunque no se adopto completamente hasta los años 20. (Molinero. 2013)

Todas estas novedosas técnicas influenciaron a los diseñadores más importantes de la época, a explorar y cambiar la moda femenina utilizando materiales como el tejido de punto que se utilizaba para la confección de la ropa interior.



El lujo fue uno de los símbolos de los años 20, y esto se veía por las prendas que utilizaban y los detalles que tenían, pero debido a la crisis económica que se vivió en el país en 1929 el lujo llegó a su fin.

### **1.1.1 Influencia social**

Después de la Primera Guerra Mundial la recuperación económica permitió predecir la llegada de una vida mejor. La sociedad empezó a buscar formas de escape, los progresos permitieron un mundo de ocio y con carencia de problemas, el cine y los deportes se volvieron en espectáculos de grandes multitudes, apareciendo la cultura de masa.

El papel de la mujer cambió a causa del impacto que tuvo la Primera Guerra Mundial, como la mayoría de los hombres fueron a la guerra, las mujeres fueron las que tuvieron que hacerse cargo de los trabajos que ellos habían abandonado, al terminar la guerra los hombres volvieron pero algunas mujeres no quisieron abandonar el derecho a trabajar, se rebelaron y para poder cumplir con sus labores de trabajo necesitaron ropa cómoda y sencilla. (Acosta. 2011)

Existieron dos tipos de mujeres las *flapper* en Estados Unidos y las *garçonne* en Europa. Debido a la Primera Guerra Mundial surgió una nueva juventud rebelde, una nueva mujer que impactó nuevas generaciones, estas mujeres eran conocidas como las *flapper*, fueron reconocidas por sus acciones, su carácter audaz y de autosuficiencia, su escandalosa indumentaria y sobre todo su deseo por la igualdad.

Las *flapper* bebían licor y fumaban, frecuentaban clubes de jazz, se les veía bailando como un cigarrillo en una mano y en la otra un vaso con una bebida de alcohol, de esta manera demostraban que estaban a la par con los hombres, que merecían las mismas cosas, se podían comportar como ellos y hacerse respetar.

Esta nueva actitud hizo que se acercaran más a los hombres, así que su pensamiento sobre sexualidad y relaciones cambió drásticamente, aunque algunas no estaban de

acuerdo, la sinceridad de las mujeres permitió que las mayores hablaran libremente de sexo. Era tal la igualdad que también se involucraron en una revolución en cuanto a la igualdad de sexualidad, besaban a hombres con los cuales no tenían intención de casarse, esto no era mal visto para ellas.

Los bailes eran provocativos, a un punto en el que se sentía un tipo de atracción, lo que generaba que se acercara físicamente lo que más podía. Todos esos nuevos cambios, nuevos derechos, trajeron conceptos como la liberación sexual o el amor libre, esta libertad parecía que les diera el derecho de expresar libremente su heterosexualidad. (The Flapper: The heroin or antagonist of the 1920s. 2007)

Las *garçonne* es un termino francés para referirse a un nuevo tipo de mujer, al que las *flapper* buscaban la igualdad de genero y los derechos de la mujer pero ellas adoptaron una figura andrógina. Lo que diferenciaba a las *garçonne* de las *flapper* era que ellas no tenían que utilizar ademanes masculino, preferían la educación y la suavidad para dialogar, eran mujeres cultas, sabían de temas sociales, económicos y políticos.

### **1.1.2 Siluetas predominantes**

En el periodo de la guerra hubo mujeres que se enlistaron en el ejercito, fue allí donde nació la bata de enfermera y para quienes trabajaban en fabricas de armamento apareció el pantalón, compartían el mismo uniforme de trabajo de los soldados, a partir de ese momento los vaqueros se hicieron comunes entre las mujeres. (Luo Lv y Zhang Huiguang, 2007, p. 37)

Pero la silueta que predominó en esta época es sin dudarlo la recta, los vestidos eran holgados, no marcaban la cadera, el busto se disimulaba con sujetadores, la comodidad es lo principal, el largo de los vestidos subió a partir de 195, se deja al descubierto los tobillos y la mitad de las pantorrillas. (Baudot, 2008, p. 60)

El vestido de corte cuadrado es el que se usa para bailar charlestón porque les permitía libertad de movimiento, estos vestidos generalmente era utilizados con flecos que cuelgan y con el movimiento atraían la atención de los espectadores, este vestido en particular era más corto que el de uso diario.

En la noche los vestidos se convierten en piezas brillantes con lentejuelas, bordados, flecos, plumas, boas y complementos que deslumbran.

### **1.1.3 Estilismo**

El peinado *wavy bob* fue el preferido de la época, formado con ondas al agua, el nombre se debe a la técnica que utilizaban para hacerlas, con el cabello húmedo y la ayuda de las manos lograban el peinado, el otro tipo de peinado que utilizaban era el estilo *garçonne*, consistía en llevar el pelo corto por debajo de las orejas con flequillo y patillas.

El uso de turbantes, boinas y sombreros se hizo habitual especialmente en sombrero *cloché* era de fieltro, cuerpo cilíndrico y poca ala, encajaba perfectamente en la cabeza tapando un poco la frente, esto hacía que las mujeres que lo utilizaban tuvieran que levantar la cabeza y mirar hacia abajo, lo que reforzaba el aire de seguridad que las caracterizaba.

El look se complementaba con maquillaje, pronunciando ojos y boca, el diseñador Erté fue quien tuvo la idea de imponer las cejas delgadas y perfiladas por lo que aconsejaba depilar las cejas con esmero ya que estas eran adecuadas hacia la delgadez que se caracterizaba en la época (Seeling, 2000, p. 93), la piel era pálida, las joyas ostentosas, los broches grandes con estilo *art deco*, collares de perlas y gargantillas.

Los complementos que utilizaban eran las capas, tocados, boas y boquillas largas para disfrutar del cigarrillo, estas eran decoradas con motivos geométricos. Los zapatos estaban pensados para ser prácticos y poder bailar con comodidad, el tacón era ancho, estable y no muy alto, se sujetaban por medio de hebillas alrededor del tobillo o en forma

de T, las medias de seda se popularizaron al convertirse las piernas en las protagonistas. (Meyer. 2013).

#### 1.1.4 Iconos

Gracias al cine y a las actrices las mujeres tuvieron un ejemplo a seguir en la moda, en comportamiento y en actitud, los iconos fueron esenciales, pero no solo las actrices, diseñadores también, ellos eran quienes hacían las famosas prendas que las caracterizaban y las ayudaban a ser quienes eran.

Louise Brookes hizo que las mujeres en todas partes cortaran su cabello, su peinado de pelo corto con flequillo fue algo que siempre la identificó. Fue conocida por ser una persona muy independiente, algo que era importante para las mujeres de la época que buscaban hacerse valer en el mundo, dejar de ser sumisas y parecer de adorno al lado de los hombres. Por su actitud de desafiante Brookes estuvo en la lista negra de algunas personas en Hollywood, en un acto final de demostrar lo independiente que era decidió terminar su carrera de actriz.(Patrick, 2011)

Clara Bow fue una actriz estadounidense, fue el modelo de las *flappers*, fue la *It girl*, la *flapper* a seguir con sus cejas delgadas, los labios marcados y faldas cortas fueron copiadas por todas las mujeres, su característico *bob* era de color rojo, algo que no se podía ver al ser las películas en blanco y negro, pero sus seguidoras al ver que era en los poster de las películas y en revistas compraron henna para lograr el mismo color. Los pañuelos los usaba atados en su cabello o alrededor de su cuello acompañados de vestidos sueltos o *sweaters* con faldas plisadas. (Seeling, 2000, p. 125)

Y sin dejar atrás esta Gabriella Bonheur conocida como Coco Chanel modista francesa que revolucionó la moda y la Alta Costura creando una marca basada en sencillez y comodidad, con su pelo corto, delgada y ropa ancha se convirtió e el prototipo de las *garçonne*, era un símbolo de modernidad y liberación.

Introdujo el tejido de punto en sus colecciones, confeccionó un vestido/camisa sin cintura o adornos que realzaba el busto, acortó la longitud de las faldas, creó faldas marineras plisadas, trajes de talle bajo, impermeables, los trajes *tweed*, los zapatos de punta redonda y el famoso bolso de cadenas doradas. Creó el infaltable vestido negro que en diferentes modelos ha sido esencial en el closet de las mujeres hasta el día de hoy, otra prenda que no se ha olvidado es el traje con falda y chaqueta que hacían juego de manga larga y sin cuello. (Seeling, 2000, p. 99)

## **1.2 Jóvenes pioneros en los años 80**

La década de los 80 está marcada especialmente por la música y la televisión, aspectos que marcaron la vida de las personas. Los ídolos juveniles, la moda y los cortes de pelo son cosas que siempre marcaran tendencia en cada época, pero algo que tenía de nuevo era que los inventos se consideraban adelantados para ese tiempo, los videojuegos, las videocaseteras y el VHS, pero fue la música la que definitivamente marcó la tendencia en los jóvenes, gracias a los diferentes grupos y a los nuevos géneros y subgéneros se desarrollaron diferentes estéticas para marcar la identidad entre ellas se encontraba la moda andrógina especialmente en los hombres, experimentaron cambios drásticos en color y forma.

Para algunas personas la androginia representa una lucha social, un rechazo a los roles de la sociedad que está empeñada en marcar la diferencia entre hombres y mujeres, esta lucha la expresan por medio de la indumentaria y su forma de llevarla, el *glam rock* fenómeno musical tuvo la mayor influencia en la moda a diferencia de otros, la imagen del hombre imponente se borro, los cantantes de su género crearon una estética glamorosa y bastante excesiva. (Silvestre, 2011, p.p. 11-40).

### **1.2.1 Influencia social**

Esta década estuvo marcada por la tensión entre Estados Unidos y la Unión Soviética, la amenaza nuclear crece por lo cual las dos partes se reúnen y llegan a un acuerdo político.

El estilo de vida se caracterizó por la independencia, el consumismo y la igualdad aunque ya no se definiría como una sociedad de consumismo, sino como una sociedad del espectáculo, la creación de la indumentaria se daban a fenómenos sociales, lo mismo las actividades que iban unidas a ella, una de estas creaciones fue lo unisex, un nuevo concepto que buscaba disminuir las diferencias entre hombres y mujeres, las prendas se compartían entre ellos, no había diferencia entre ellas, la misma prenda funcionaba igual para ambos sexos. (Baudot, 2008, p. 276)

### **1.2.2 Símbolos**

Como ya se ha mencionado antes, la música fue lo que marco bastantes aspectos de la vida de los jóvenes, fue junto con la moda lo que mayor consumo tuvo en la época. Las personas se sentían identificadas con las bandas y los artistas copiando lo que usaban y añorando tener su estilo de vida, hasta hoy en día sigue siendo así y ellos son lo que marcan tendencia en el mundo y son utilizados por los diseñadores como imagen de sus marcas.

Los artistas generalmente surgen como respuesta a la sociedad y dan propuestas artísticas y estéticas.

Gracias al boom de la música se creó un nuevo canal de medio de comunicación, MTV (*Music Television*) nació como un nuevo concepto de hacer televisión y verla, querían algo ligero, dirigido a los jóvenes y a la música. En sus inicios MTV emitía videos musicales promocionales o parte de conciertos, pero gracias a la popularidad que ganaba la calidad también lo hacían los videos, se convirtió en la plataforma clave para

promocionar artistas como Michael Jackson, Madonna, Prince entre otros. (MTV Launches, 2009)

### **1.2.3 Iconos**

Los iconos de la moda andrógina masculina que generaron controversia y se rebelaron ante la sociedad en cuanto a los rechazos que sufrían.

Michael Jackson, Prince y David Bowie tenían en común una imagen femenina con atuendos sexys y un look que llegaba a ser parecido al de la mujer en cuanto a maquillaje y peinado. (Silvestre, 2011, p. 31)

David Bowie fue el máximo exponente de la androginia, fundía los géneros de una manera tan natural que aunque chocaba ver a un hombre con maquillaje y prendas llamativas que una mujer solo podría usar, lo hacía tan natural que el espectador se acostumbraba. Se teñía el cabello, usaba monos elásticos, plataformas y maquillaje. Para él lo importante era la individualidad, el ser uno mismo y dejar que las prendas hicieran las declaraciones.

Su alter ego Ziggy Stardust, su sexualidad ambigua deseada por hombres y mujeres siguen siendo hoy en día un icono de la cultura popular que se ha replicado. (Alexander, 2013)

Boy George fue un cantante inglés que se convirtió en un hit mundial, fue icono de los 80's no solo por su música, su estilo marcado por el cabello largo y colorido, delineador y sombras llenas de color en los ojos, brillo labial, sombreros y mezcla de ropa formaron parte de su androginia, su imagen rompió tantos esquemas que su máximo fue posar para la portada de la revista Cosmopolitan con una imagen extremadamente femenina y glamurosa. (El estilo de Boy George, 2013)

Grace Jones fue una modelo, cantante, actriz y bailarina, se muestra como alguien extremadamente femenina, muy masculina o andrógina, su aspecto cuestionaba los estereotipos raciales, sexuales y de género hacia las mujeres de raza negra.

Su físico no encajaba en la moda estadounidense, fue en Europa donde triunfó, trabajó con fotógrafos como Helmut Newton y Guy Bourdin, diseñadores como Yves St. Laurent, participó en portadas de revistas como Elle y Vogue, cuando comenzó su carrera musical adoptó una imagen completamente andrógina cortándose el cabello corto en forma cuadrada y angular. (Carney, 1996)

Annie Lennox cantante de Eurythmics empezó a experimentar con su vestuario, al no tener mucho dinero le pedía a sus amigos diseñadores que le hicieran las cosas que ella misma diseñaba, fue hasta cuando empezó con su grupo que decidió que quería utilizar trajes para demostrar que era igual a los hombres, no que quisiera ser uno de ellos, por lo que su estilismo consistía en trajes masculinos con el pelo corto. (Lennox, 2011)

Michael Jackson no tuvo un look marcado en cuanto a la androginia pero había elementos que la marcaban, su evolución, su forma juvenil, el uso de maquillaje e indumentaria llamativa. Su look andrógino podría ser interpretado como asexual, lo que llevó al público a especular sobre su sexualidad, pero su imagen estaba logrando confundir y tanto hombres como mujeres lo encontraban atractivo. (Kaufmann, 2008)

### **1.3 Años 90**

Para esta nueva época las personas ya se habían cansado de la excentricidad que se produjo en los años 80, los 90's eran más simples, menos consumista, en diversos campos como la literatura, la arquitectura y las artes visuales escénicas se reflejaron los cambios que ocurrían en la sociedad. Fue una época en donde empezó el nacimiento de lo que se conoce hoy en día como el internet, la comunicación móvil e inalámbrica, el cambio de análogo a digital. (Kiger, 2014)

La música no tuvo nuevos géneros radicales como el pop, el *dance* y el *new wave*, los estilos se transformaron y/o se fusionaron buscando un sonido experimental y un sonido familiar, un ejemplo de ello fue el *grunge*, una mezcla de *punk* y *hard-rock* de los 70 y el *heavy metal* de los 80, se popularizó en los primeros años por las bandas creadas



Nirvana y Pearl Jam originarias de Seattle, Estados Unidos. El *grunge* se rebeló hacia la idea de que las estrellas de rock eran glamurosas, estaban siempre a la moda y eran celebridades. (Kiger, 2014)

### **1.3.1 Iconos**

Gracias a los medios de comunicación y el desarrollo del internet resultó más fácil saber qué estaba pasando en el mundo y con esto conocer que era lo que estaba de moda, esta búsqueda variaba en cuanto a la individualidad de la persona que lo realizaba.

El fenómeno de las supermodelos tomó importancia, se presentaban como diosas y no modelos ante la sociedad, estas nuevas celebridades eran Cindy Crawford, Claudia Schiffer y Naomi Campbell eran las estrellas, el prototipo de mujer ideal a la que seguir, eran perfectas no tenían un solo cabello fuera de lugar, con sus cuerpos atléticos y curvilíneos, los videos de ejercicios aumentaron y se hicieron conocidos estos entrenadores que ayudaban a las mujeres a través de sus televisores, pero estas mujeres que tanto admiraban ya no iban a ser el estereotipo a seguir, Kate Moss fue descubierta a la edad de 14 años por Sara Doukas fundadora de la agencia de modelos Ford Models, era el opuesto, de baja estatura, delgada, revolucionó los cánones de belleza. (Leitch, 2012)

### **1.3.2 Estilismo**

con la llegada de Kate Moss apareció un nuevo look *heroin chic*, las modelos lucían pálidas, cabello alborotado, apariencia demacrada y mirada indiferente, esta apariencia era el espejo de una sociedad cambiante, una época decadente, de desempleo y crisis. Este nuevo look era la glorificación hacia la adicción, la rebeldía, los fotógrafos y diseñadores buscaban algo diferente estaban cansados de la perfección de las supermodelos, eran mucho más interesantes los modelos andróginos con los huesos de

la clavícula a la vista y círculos negros bajo sus ojos. (Schefer, Chahine, Jazdzewski, Lannelongue, Mohrt, Rousso y Vormese, 2006)

los editoriales cambiaron las producciones a lugares como las calles, un ambiente fuerte y con condiciones nada perfectas a lo que se estaba acostumbrado, las modelos tenían el papel de trágicas heroínas acostadas sobre el piso como si se acabaran de levantar para ser fotografiadas, estas fotografías eran crudas, mostraban realidad y brutalidad. (Loncar, 2013)

### **1.3.3 Siluetas y tendencias**

El minimalismo apareció como todo en esta época para olvidar las excentricidades de los años 80, definida por diseñadores como Calvin Klein y Jil Sander. La paleta de color se cambió a tonos neutros, formas simples, el enfoque era la pureza. El look de delgadez de Kate Moss era perfecto con esta tendencia, se adaptaba a la moda simple y a veces unisex. El blanco y negro eran los colores predominantes, looks completamente blancos, los materiales transparentes fueron clave como prenda o superposición, los materiales metálicos también aportaron interés al minimalismo, los diseñadores enamorados de las nuevas tecnologías proponían conjuntos en los que lo esencial era el funcionalismo. (Baudot, 2006, p. 316)

El *grunge* aparecía como otra antítesis de lo que estaba sucediendo, al igual que la música el estilo era anti-moda y humilde, la moda era descuidada, desordenada, las prendas eran superpuestas y dispares, era una mezcla de camisas escocesas con camisetas y jeans que parecían dos tallas más grandes, rotos y sucios, estas eran las prendas principales para hombres y mujeres, los zapatos que utilizaban para complementar el *look* eran botas Doctor Martens o tenis tipo converse, el cabello era largo liso o con ondas, cuidadosamente se lo peinaban y arreglaban para que pareciera que no lo habían peinado en días o algunos simplemente nunca lo hacían, la

indumentaria de las mujeres eran vestidos cortos con estampados florales, botas militares y jersey anchos. (Worsley, 2011, p. 197)

Los *basics* fueron aceptadas en la sociedad, prendas como los blazer de corte clásico, los trajes pantalón, los jersey de cuello alto hacia parte de un guardarropa que había sido abarrotado en los 80, las siluetas que predominaban era la recta, holgada, la moda minimalista, era para el día, el mundo laboral exigía algo más adecuado como un traje, el cual seguía siendo el uniforme andrógino. La mujer minimalista era fatal o romántica, femenina o deportiva, para seducir utilizaban prendas ceñidas, transparentes, con brillo, piel, plumas o lentejuelas. (Seeling, 2000, p.p. 550-559)

## Capítulo 2. Estructura de la androginia

La real academia española define que una persona andrógina es aquella que posee rasgos externos femeninos y masculinos, estos pueden no ser los propios de su sexo llegando a dificultar la identificación del género al cual pertenece. Las personas con estas características generan curiosidad en otros y es tal vez por el hecho de que están acostumbradas a que alguien sea o no sea hombre o mujer, muchas veces las personas al no tener conocimiento de la androginia la asocian con el hermafroditismo, es una asociación que se puede hacer pero esta está mal hecha, ya que la persona hermafrodita nace con los dos órganos reproductores uno más desarrollado que el otro, esto sucede cuando los cromosomas están indicando a que género se pertenece pero en algún momento del desarrollo el feto femenino puede estar expuesto a hormonas masculinas en exceso, en el masculino su órgano reproductor no se terminó de formar, otro caso del hermafroditismo puede ser cuando la persona nace con un ovario y un testículo, sus genitales externos pueden ser ambiguos, tener una apariencia masculina o femenina. Toda esta terminología no es algo nuevo, antiguamente se tenía conocimiento de la existencia de personas con estos rasgos, algunas tradiciones antiguas afirman que el primer ser que vio la luz carecía de diferenciación sexual, era hombre y mujer al mismo tiempo, y que la consecuencia del pecado de Adán y Eva fue afrontar la diferenciación sexual. (Mila, 2010)

Como se mencionó en el primer capítulo el término andrógino fue utilizado por primera vez en El Banquete en el discurso de Aristófanes donde se habla del origen del ser andrógino, de una naturaleza humana que ha sufrido modificaciones, porque eran tres los sexos de las personas, la forma de ellos era redonda, eran fuertes y orgullosos a tal punto que llegaron a querer conspirar contra los dioses, para que esto no sucediera Zeus decidió separarlos porque no podía matarlos y exterminarlos, al separarlos se volvían débiles porque dejaban de ser un ser completo, ahora tendrían que buscar a su otra

mitad, cuando la encontraban no se separaban y moría de hambre por no querer hacer nada separados. (Platón, Edición 2014, p. 19-20)

La androginia que es explicada de una forma mitológica, aunque no dice como son los rasgos físicos de este tercer ser, se sabe que es una combinación del sexo masculino y femenino que se complementan entre si y que al sufrir esta separación surgió el origen de la sexualidad en las personas, la heterosexualidad y la homosexualidad, los griegos no veían como algo negativo que los hombres y mujeres se relacionaran con otros del mismo sexo, les parecía que era mejor para crear una vida profesional y exitosa ya que solo se relacionaban entre si cuando lo necesitaban, no se dejan cegar por el deseo como lo hacen las partes que venían de los seres andróginos quienes eran los que establecían relaciones heterosexuales, formaban familias y eran predominantes al adulterio. (Platón, Edición 2014, p. 21)

Los griegos no eran ajenos ante la androginia y el hermafroditismo, se presentaban varios casos en la literatura, algunos son mitos, otros los muestran como sucesos reales de personas que escondían su identidad a la sociedad por temor al desprecio o a la muerte o gracias a el arte especialmente las esculturas en las que se aprecian a personas andrógina y hermafroditas.

La androginia no es solo una descripción física, es también un pensamiento social en cuanto al comportamiento ideal para el desarrollo de la persona. Hoy en día la androginia es se puede evidenciar en los jóvenes a través de su comportamiento, las diferencias de sexos comienzan a desaparecer y dan lugar a lo andrógino, inconsciente o conscientemente están borrando los parámetros de diferenciación del rol del genero creando nuevos en la que hombres y mujeres tienen las mismas oportunidades de expresarse y desarrollarse, ya que se es difícil tener comportamientos que no hacen parte de su género sin que se piense que es una mujer varonil por saber lo que quiere y

defender su ideal o un hombre femenino por expresar sus sentimientos. (Pérez y Mesa, 2008, p. 90-91)

Para Hermes Trismegisto “la perfección humana se imaginaba como una unidad sin fisuras. Esta no era, por otra parte, más que una reflexión de la perfección divina, del todo-uno” (Eliade, p. 136, 1984), esta perfección se había planteado en lo espiritual, una deidad sin diferenciación sexual y en una unidad de los dos géneros donde los dos viven armoniosamente, en el cristianismo Dios poseía esto, e el convivían los dos géneros, a su imagen y semejanza fue creado el hombre y de Adán fue creada Eva. Los griegos creían que la única manera de obtener amor puro y verdadero era desde lo andrógino ya que su unión era atraída por sus sentimientos, por la necesidad de complementarse.

En las diferentes formas de expresión del arte como la pintura, escultura y literatura se ha tocado el tema y ha sido representado, como Orlando de Virginia Wolf, es una Obra literaria en la que su protagonista es un hombre y tiene ambiciones literarias, escribe obras y poemas todos los días sin prestarle mucha atención a las mujeres quienes quedaban asombradas y maravilladas por su belleza, todo cambia cuando un día despierta y ahora es mujer, la escritora hace comparaciones entre la labor y los beneficios y ser mujer sus complicaciones en cuanto a los derechos que tienen en la época. Otra obra que trata este tema y que todavía sigue generando dudas y toda clase de respuestas es La Mona Lisa de Leonardo Da Vinci, no solo la técnica que se empleó para elaborarla o por la belleza que es reflejada la hacen famosa, los misterios que rodean esta pintura atraen a admiradores, se sabe que es una mujer a la que Da Vinci ha representado en su pintura pero que quería reflejar en ella es lo que muchos se preguntan, algunos creen que es una representación de él en el cuerpo de una mujer, un Da Vinci femenino. La interpretación de lo andrógino genera un misterio como el de La Mona Lisa, si bien se sabe que rasgos físicos masculinos y femeninos corresponden a esto, siempre está la duda o frustración de no poder clasificar a que género pertenece

## 2.1 Estética y belleza

La estética se trata de lo bello y filosóficamente tiene varias definiciones como el estudio de la esencia y la percepción de la belleza, los filósofos y artistas de diferentes movimientos artísticos la utilizaban para hacer una reflexión sobre el arte, la estética alcanza su objetivo de belleza cuando el conocimiento por lo sensible es universal, cuando hay una perfección en el orden, la belleza es la representación de este orden universal, era cambiada en cada movimiento artístico dependiendo de los ideales del momento en la que se desarrollaba. Hoy en día la palabra estética perdió significado artístico, se utiliza como representación de cualquier cosa, como para suplantar palabras como estilo, cuando una persona se refiere a que algo es estético lo dice de acuerdo a la definición y lo que entiende por belleza, por lo que es complicado llegar a una conclusión de que es estético y el contenido y método dependerá de la manera en la cual sea definido el arte. (Huisman, Edición 2014, p. 8)

Como lo estético tiene que ver con lo bello, la definición o la percepción de ella dependerá también de la persona, cada una tiene sus parámetros y patrones sobre que es, pero no por esto quiere decir que no haya un concepto, este como se menciona depende del campo en el que se está hablando, como la belleza en el arte, la belleza humana o la belleza natural. La belleza se define por una sensación de satisfacción, el sentido principal con el cual se capta esto es el de la vista, Platón (Fedro) lo considera junto con el oído los sentidos capaz de percibirla, ya que es la más delicada de las sensaciones por medio del cuerpo a la que se puede llegar a captarla.

Lo bello ha brotado en lo feo más bien que al revés. Si su concepto estuviera emparejado con el alma, como opinan muchas corrientes psicológicas, o con la sociedad, como creen algunas doctrinas sociales, se acabaría la estética. Hacer de la estética fuera la sistematización de lo que alguna vez ha sido bello, entonces no habría en su concepto ni un solo rasgo de vida. La razón está en que el concepto hacia el que apunta la reflexión estética contiene tan solo un momento de lo bello. (Adorno, 1983, p. 73)

Dicho esto los estándares de belleza hoy en día se dan de acuerdo a lo que los diseñadores muestran en sus desfiles, no cualquier persona puede lucirlos, muestran un cuerpo ideal, un look ideal al que toda mujer debería llegar sin tener en cuenta los diferentes tipos de cuerpo que se presentan, este tipo de belleza que muestran no es siempre el más sano, lleva el cuerpo a extremos para obtenerlo, creando enfermedades en quienes lo desean sin importar el como o las consecuencias que puede traer. La belleza ya no tiene nada que ver con la estética, solo tiene una pequeña parte, son ahora dos cosas separadas pero que tienen en común tal vez buscar la armonía y una manera de obtenerla es por medio de la simetría y proporción.

La estética de las personas andróginas ya viene en armonía, los dos sexos están representados en un solo cuerpo “la imagen de los bello como lo uno y diferente procede de la liberación de la angustia ante la poderosa unidad indiferenciada de la naturaleza.” (Adorno, 1983, p. 74), esta diferencia se basa en la unidad de los dos sexos, en la religión la androginia se presenta en iconografías como los ángeles, arcángeles, querubines y serafines en las que es difícil distinguir el genero masculino, sus rasgos son representados suaves, femeninos, al hablar sobre estas representaciones se involucra la androginia en el arte. Los artistas a los que la iglesia pedía elaborar cuadros de personajes famosos de los pasajes bíblicos como el arcángel San Miguel quien es descrito como un guerrero, defensor del pueblo de Dios, los pintores y escultores lo personificaban con una armadura, un traje de guerrero del cual se podían observar músculos, en cuanto al rostro manifestaba rasgos suaves, delicados.

En las personas andróginas la estética es ambigua, poseen un cuerpo generalmente delgado al que no se le notan las curvas, tienen poco busto, caderas estrechas, en cuanto al rostro este es con ángulos marcados y mandíbulas prominentes, esta descripción hace referencia al cuerpo de un adolescente en desarrollo, a un cuerpo



femenino, en cuanto a los hombres, los rasgos del rostro son suaves, las facciones muy masculinas y marcadas pierden terreno, el cuerpo atlético, no sirve, tienen que tener un cuerpo delgado sin forma, según Vogue en su artículo ¿el o ella? Esta ambigüedad se ha convertido en una constante en el mundo de la moda no solo en lo físico, sino también simultáneamente en la indumentaria, los estilos femeninos y masculinos van en la misma dirección, comparten el mismo armario.

## **2.2 Estereotipos**

Para saber cual es el estereotipo andrógino hay que definir que se entiende por estereotipo, según la real academia española estereotipo es una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable (RAE, 2014), pueden ser de tipos sociales, culturales o raciales, los estereotipos son una percepción exagerada o generalización que las personas tienen acerca de los comportamientos, características, habilidades de otras personas, se puede referir a la apariencia, cultura, género entre otros, se llegan a confundir con ideas y opiniones, muchas veces terminan etiquetando los estereotipos en algo negativo, esto se debe a la falta de conocimiento ya que las personas se basan en opiniones de otras para crearlos, otros se basan en la literatura y el arte como personajes llenos de clichés. (González, 1999, p.p. 79-80)

Los estereotipos no siempre coinciden con la sociedad y limitan al ser humano a la hora de pensar y juzgar a los demás, estos dependen de los roles sexuales, los estereotipos encasillan y establecen modelos de hombre y de mujer, estos modelos son características de personalidad, actitudes y conductas, la mayoría de estos creados por la sociedad favorecen a los hombres y perjudican a las mujeres. Los estereotipos pueden ser negativos o positivos, un ejemplo de esto es el de la mujer, se le como alguien dice dulce, delicada y sensible, esta característica positiva puede convertirse en algo negativo con prejuicios, una manera de esto es cuando la sociedad les niega derechos y

oportunidades. Estas características lo que hacen es diferenciar a hombres y mujeres, limitar, reprimir las emociones y sentimientos generando conflictos, en los estereotipos esta el origen de la discriminación por tratar de querer cambiar el comportamiento que ha sido establecido por la sociedad y no por la persona.

Para las mujeres es mucho más difícil salir del estereotipo al cual son catalogadas, la razón por la que buscan alejarse es el simple hecho de buscar oportunidades que no se les presentan a menos que adopten una actitud masculina que se muestra un poco agresiva cuando defienden sus valores y creencias, la androginia da esta oportunidad, es un genero en que los dos roles conviven. (González, 1999, p. 83)

El desarrollo sexual a temprana edad es importante porque le permite a los niños ser libres de expresarse sin miedo a quebrantar las expectativas de los estereotipos, para esto los padres deben eliminar los roles tradicionales para que ellos puedan construir nuevos conceptos y no estén limitados socialmente por lo que es correcto en un hombre o una mujer, “la moral que encierra la androginia al estar ésta implicado que el comportamiento no debería tener género; que deberíamos ser libres de hacer y ser como quisiéramos, sin tener en cuenta nuestro sexo” (Sandra Bem, 1978, p. 8) de esta manera se puede construir una sociedad libre de estereotipos y animar a que se definían primero como un ser humano y eliminar que hombres y mujeres son opuestos.

La postmodernidad o modernidad para algunos ya que no se cree que todavía no hemos llegado a ella ha facilitado la construcción de la imagen de un individuo completo aceptando que los hombres tengan características femeninas y se muestran sensibles o sean capaces de demostrar sus sentimientos al igual que la mujer se pueda identificar con valores masculinos, mostrarse agresivas y competitivas. (Luna, 2003)

La androginia puede ser el mayor logro en los roles sexuales, la integración de los atributos masculinos y femeninos crea personas con mayor eficiencia personal y social, tiene mayor bienestar mental ya que se pueden adaptar mejor, su comportamiento no

esta restringido, pueden desenvolverse fácilmente en ambos mundos y realizar con éxito trabajos femeninos y masculinos, aprovechan sus rasgos para experimentar a un mundo opuesto en el que se sienten cómodos o expresar su preferencia a uno de ellos, actúan con libertad a la hora de desarrollar cualquier comportamiento. (Pérez y Mesa, 2008, p. 9)

Cuando se crea un nuevo género o una nueva tendencia es porque se busca desafiar al estereotipo que se está presentando, porque no se siente representado o cómodo siguiendo algo de lo que no hacen parte, al desafiar esto por medio de comportamiento y apariencia se abre una crisis de identidad, la moda aprovecha estas manifestaciones, se apropia y ofrece una versión aceptable para vender. (Echavarren, p.38). La androginia es la respuesta al deseo de igualdad, es un nuevo enfoque de ser reconocidos como seres humanos y no como géneros, es hacerse valor por que se es y por lo que se cree ser.

### **2.3 identidad de género**

La identidad de las personas está ligada al género, es difícil explicar el rol de la androginia y por eso se explica por medio de la mitología o del arte para lograr el propósito de saber a que se refiere, se entiende que es un rasgo físico, pero es más complejo cuando se habla del desarrollo de la persona. Antes se clasificaba a la sociedad de acuerdo si eran masculinas o femeninas y sus roles sociales dependían de esto, estaban ligados, esta clasificación los hace pertenecer a una especie de barrera de la que no puede salir. Los movimientos u organizaciones creadas en defensa especialmente de las mujeres busca la igualdad de género, el derecho a recibir el mismo trato laboral y las mismas oportunidades, son pocas las personas que han logrado obtener el privilegio de vivir andrógicamente.

Históricamente por motivos de guerra, la mujer tuvo que asumir nuevos roles, eran ellas quienes hacían los trabajos de los hombres en fabricas, después de la guerra terminó no iban a volver a quedarse en casa atendiendo a su esposo e hijos, ellas querían ser parte de la sociedad trabajadora. No solo las mujeres eran llamadas a tener un cambio, a los

hombres se les hizo un llamado para hacer un frente a la sensibilidad humana, ellos también tenían el derecho y la necesidad de expresar sus sentimientos de aceptar el lado femenino y no perder su identidad. (Pérez y Mesa, 2008, p. 5)

La identidad es algo que se busca en la etapa de desarrollo, en la adolescencia es de gran importancia, es allí donde se busca en donde encajar, a que grupo pertenecer o no pertenecer, porque luchar, que valores seguir para así poder justificar las decisiones tomadas, es un conjunto de rasgos que caracterizan a la persona frente a los demás, el hecho de ser alguien, esta influenciada por la cultura, la sociedad, la personalidad y la biología. (Rocha, 2009, pg. 2). En la búsqueda de esta identidad por la cultura, se cae en el estereotipo de que es el hombre quien trabaja y la mujer la que se queda en casa, si debe tener un título universitario pero la meta en su mente es casarse, para muy pocas es tener una vida profesional exitosa, es un problema de igualdad de géneros por el muchas personas luchan por cambiar, en la cultura occidental es el hombre el que se ocupa de los trabajos fundamentales para el desarrollo de la sociedad como la política, la economía, a las mujeres se les deja lo que tiene que ver con el cuidado y bienestar de la familia y se les considera menos inteligentes y capaces de realizar labores importantes y decisivas, en otras culturas como en la de Indonesia se reconoce tres sexos, masculino, femenino e intersexo y cinco géneros, mujeres (Makkurani), hombres (Oroane), físicamente hombres asumiendo un rol femenino (Calabai), mujeres físicamente que asumen roles masculinos (Calalali) y hombres y mujeres que asumen todos los roles, la suma de todos y la función que cumplen en la sociedad es la de guía espiritual (López).

La búsqueda de una nueva identidad se puede ver reflejada en el arte, se muestra el mundo y los valores que se buscan, estos varían de acuerdo al momento en el que se este desarrollando, la representación del hombre y la mujer cambian, eligen los valores conforme a la sociedad, en la revolución francesa donde se buscaba la liberación e

igualdad las mujeres lucharon por el olvido de su proyecto de igualdad, alegaban que la mujer nace libre y debe permanecer igual al hombre en derechos.

Hoy en día esta búsqueda se puede ver en la moda, es por medio de esta que las personas se identifican, muestran sus cambios, sus opiniones. Los diseñadores estudian las tendencias y presentan algo que respalde sus pensamientos como en el caso de la androginia en la que se busca la igualdad de los roles, esta igualdad se puede ver mas en la mujer ya que todavía hoy en día es difícil que tengan los mismos derechos que los hombres. Los jóvenes son quienes han adoptado hábitos de moda utilizando diferentes símbolos de cada uno y uniéndolos llevando en ellos la tendencia de lo unisex, no es raro ver a una mujer usando jeans y botas o a un hombre que le preocupe su apariencia física y que cuide de ella con cremas o elementos que generalmente utilizan las mujeres para sus cuidados, el mismo trabajo aunque no en todos los oficios ahora son realizados por hombres y mujeres, la sociedad se esta adaptando a la asignación de estos nuevos roles.

La identidad de género ha tenido una función constante en la identificación de cada individuo y las funciones que se le asignan son siempre de acuerdo a su sexo, muy pocas veces es por sus aptitudes y habilidades, el hecho de que se haya nacido hombre o mujer no tiene porque tener repercusiones sociales y psicológicas que marquen límites y posibilidades, el rol que puede ser asumido por una mujer puede perfectamente ser asumido por una mujer puede perfectamente ser asumido por un hombre, la clasificación de géneros es un concepto que se basa en reconocer las diferencias de las conductas sociales de acuerdo a la identidad sexual, estas conductas varían según la cultura a la cual pertenecen, desde los primeros años de vida ya cada persona asume las características a las que hace parte y la actitud que debe tener. Las diferencias de los géneros están siendo cada vez mas difíciles de distinguir, los roles a los que cada uno

tenia que dedicarse o permanecer son tomados por los dos géneros apareciendo la androginia, la única diferencia que tiene es biológica.

En la película francesa *Tomboy* dirigida por Céline Sciamma se muestra la historia de una niña de 10 años que después de mudarse de barrio es confundida por un niño debido a su corte de cabello y aspecto, aprovechando esta situación ella decide seguir con el papel de niño, Laure ahora es Mickäel un niño como todos los demás, es acogido como tal por los otros niños que viven allí, hasta que los prejuicios de la madre terminan con la búsqueda de identidad de Laure y la hace vestirse y comportarse como una niña. La androginia que presenta la persona la hace disfrutar de su vida, a expresarse realmente como quería ser o por lo menos conocer el mundo desde un punto de vista diferente, un mundo en el que ser hombre te da más oportunidades. Las personas andróginas muestran mejor autoestima y mejor capacidad social para desenvolverse, el entorno es fundamental para la aceptación, los medios de comunicación y la sociedad pueden hacer que esto sea cotidiano así disminuir los efectos negativos ante el tercer género.

### Capítulo 3. Moda andrógina

La androginia como se ha mencionado es la coexistencia de la masculinidad y la feminidad, son los valores y rasgos físicos de los dos sexos en un solo cuerpo pero ¿cómo esto se puede comunicar en la moda?, es el trabajo que *coolhunters* y diseñadores hacer y lo reflejan en prendas u objetos. Las marcas contratan servicios de profesionales o agencias que se especializan en la detección de tendencias, el objetivo es detectar los cambios que se producen, los gustos de los consumidores para utilizar la información e innovar y anticiparse a que se convierta en algo masivo (Gil, 2009, p. 14), los *coolhunters* que se dedican al campo de la moda identifican las tendencias que pueden servir para que el diseñador se inspire, se hacen informes de los diferentes estudios de tendencias que se generan y los diseñadores eligen cual tomar, en cual inspirarse para crear su próxima colección.

Estas tendencias en las que se inspiran y se generan se desarrollan socialmente, los *coolhunters* las buscan hasta en los detalles más pequeños, puede ser la textura de una billetera vieja, la cadena en la que van colgadas las llaves, el marco de unas gafas o hasta el roto que se genera en la prenda, los músicos, modelos y famosos son quienes llevan estas tendencias, son quienes influyen en la moda. Se puede cuestionar lo que llevan pero la capacidad que tienen para convertir el estilo en tendencia es mayor esto los convierte en *trendsetter*, una persona capaz de marcar moda o tendencia.

La imagen masculina en las mujeres se puso de moda en los años 20 con las *flapper*, surgió porque las mujeres sabían que no iba a ser fácil conseguir un hombre debido a la guerra, decidieron disfrutar de la vida y la libertad que ellos tenían en cuanto la indumentaria, los peinados cómodos, cigarrillos, cocteles y hasta trabajos. (Worsley, 2011, p. 76)

Los ideales que conforman a la persona andrógina son tomados y convertidos en moda, prendas masculinas utilizadas por mujeres y prendas femeninas utilizadas por hombres y, se mezclan los dos mundos, se difuminan la diferencia, la idea no es disfrazar a quien lo usa sino crear una ambigüedad, diseñadores como Jean Paul Gaultier y Vivienne Westwood se han encargado de marcar la tendencia con modelos masculinos llevando trajes de novia, shorts cortos, medias pantalón, prótesis de senos y labiales de colores.

Se ha utilizado la androginia en diferentes campos relacionados con la moda, colecciones, publicidades, modelos, artículos, editoriales, ahora se plantea como una actitud y estilo de vida, ya nada tiene que ver con el ser mitológico que explicaba Platón, tampoco es un ser de ficción, un ser del futuro, el ser andrógino es ahora, un juego estético en lo que lo neutro tiene presencia y presenta elegancia, una elegancia única debido a las siluetas que no marcan el cuerpo, su forma es un enigma (Martínez, p. 22) la sexualidad ya no vende, es ahora la persona lo que importa, rostros sin maquillaje, todo es natural, básico, colores neutros, siluetas desestructuradas, transparencias, bases de sastrería masculina, minimalista, las prendas unisex serán lo andrógino del siglo XXI.

Con la llegada del siglo XX las prendas de las mujeres empezaron a ser más cómodas, el cambio de silueta, la introducción de nuevas tipologías, nuevas técnicas, materiales, que eran especiales para los hombres se abrieron campo en la indumentaria femenina, pero desde el siglo XIX compartían una prenda, la chaqueta, estas eran adornadas con detalles militares, estaban inspiradas en los uniformes de los regimientos, dejando de lado las incómodas prendas que se usaban en esa época, la falda pantalón se abre campo gracias a Paul Poiret, que no fue muy bien tomada al principio por las mujeres que lo consideraban algo extravagante y horrible (Tovar, 2011).

Coco Chanel apareció y fue una de las encargadas de liberar a la mujer, se apropió de la elegancia básica masculina, las prendas que creaba eran atractivas sin necesidad de



exhibir el cuerpo, ayudaban a la comodidad y la libertad del cuerpo, algo que le parecía era lo más difícil de realizar, uso el tejido de punto en prendas femeninas, introdujo una de las prendas más revolucionarios y que identifica a la marca, esta es la chaqueta masculina de tweed, se convirtió en prenda esencial en el vestuario femenino ya que les permitía movimiento. (Seeling, 2000, p. 99)

Otro gran diseñador que aportó algo diferente al vestuario femenino fue Yves Saint Laurent, creó en 1966 Le Smoking, un esmoquin para mujeres, fue el pionero del estilo y estética andrógina, a la que se hace referencia hoy en día, eran trajes largos, minimalistas que reflejaban poder. (Worsley, 2011, p. 42)

### **3.1 Prendas unisex**

El término unisex hace referencia a lo que no tiene un género específico u objetos que puede usar cualquier género, nació en los sesenta para definir una moda que se originó en Londres, hombres y mujeres podían usar exactamente lo mismo sin parecer que llevan algo prestado, los hombres utilizaban prendas coloridas, camisas con estampados florales y las mujeres optaban por pantalones, chaquetas y camisas creadas exclusivamente para ellos, esto hizo una ruptura a la moda tradicional. (Rivière, 1996, p. 271)

Las prendas unisex empezaron con los trajes de vestir, la sastrería, los pantalones eran exclusivos para los deportes como equitación, en los años 20 por la necesidad de expresión de las mujeres los vestidos cambiaron, la silueta era recta, las chaquetas de los hombres eran de cintura alta como las de las mujeres, Coco Chanel introdujo prendas de tejido y la silueta clásica simple, en los 60's Yves Saint Laurent creó Le Smoking, aunque al principio fue polémica después se convirtió en la prenda favorita para reemplazar el traje chaqueta y falda del mundo laboral.

La chaqueta tuvo numerosos cambios, desde complejas estructuras hasta la más simple, al igual que el pantalón, los materiales no fueron excepción para la nueva fusión de géneros, como el tweed y el tejido de punto, los pantalones más adelante hacen parte del vestuario femenino gracias a diseñadores arriesgados y mujeres y hombres que no temen llevar algo diferente. (Worsley, 2011, p. 118)

### **3.1.1 Primeras tipologías.**

La primera tipología fue el pantalón, este era solo permitido para realizar deportes como la equitación, la indumentaria del siglo XIX era parecida en ambos sexos, tanto que se confundía a jóvenes mujeres y hombres, por esto se tuvo que hacer uso de accesorios como sombreros para diferenciarlos. En los años 20 gracias a una pelea ante la justicia francesa por Madeleine Pelletier y Violette Morris las mujeres podían usar pantalones, Coco Chanel como gran influyente que fue en el mundo de la moda, fue la primera en utilizar pantalones, podría decirse exclusivos el uso en la playa ya que no quería estar en traje de baño, compro unos pantalones merineros y se los puso. las mujeres los utilizaban para estar en casa o seguir los pasos de Coco Chanel y usarlos en la playa, las más atrevidas los llevaban en la calle. (Worsley, 2011, p. 42).

Durante la segunda guerra mundial la mujer debe trabajar en fabricas para sustituir a los hombres que fueron a la guerra, el pantalón se vuelve un compañero hacia la emancipación femenina. En los años 30 todavía era un escándalo utilizar pantalones en la calle, la actriz Marlene Dietrich escandalizó Paris al llevar pantalones como prenda de día, ya que en los sesenta las mujeres adoptaron más el pantalón, la comodidad que este brindaba igual que la practicidad, en 1966 Yves Saint Laurent crea Le Smoking, un traje pantalón, al principio generó polémica pero después termino por convertirse en la prenda preferida y como alternativa al traje chaqueta con falda. (Worsley, 2011, p. 42).

Al igual que el pantalón la chaqueta también es una de las primeras tipologías, puede decirse que se desarrollaron paralelamente, la chaqueta del siglo XIX estaba adornada, llena de detalles militares, están inspiradas en los uniformes de los regimientos. En las chaquetas femeninas los galones son cortos y se remataban con bucles de fantasía, la combinación de galones verticales y horizontales realzaban la longitud del pecho y hacían que la cintura luciera más estrecha. (Tovar, 2011). En los años 50 Coco Chanel convirtió la chaqueta masculina en algo típico femenino y que ahora define la elegancia femenina, inspirada por la prenda masculina Chanel creó una prenda recta, fluida, proveía el libre movimiento del cuerpo que tanto buscaba y le parecía difícil de lograr, la chaqueta era hecha de tweed, material que también pertenecía a la indumentaria masculina, era de cuatro bolsillos, botones con el logo de la marca y una cadena ubicada en el dobladillo de la chaqueta para generar un poco de peso y tuviera una caída perfecta, se convirtió esencial en la moda femenina. (Chanel, 2013).

Las prendas unisex tenían como principio un tipo de usuario específico eran para hombres o mujeres y tuvieron un cambio de una de estas tipologías es la camiseta, era usada por los hombres como ropa interior para evitar manchar las prendas con el sudor o el roce de materiales rígidos con el cuerpo, los militares las llevaban como prenda interior pero en la segunda guerra mundial los soldados empezaron a quedarse solo con la camiseta debido al calor y por comodidad para mantenerse frescos mientras trabajaban, pero esto no implicó que ahora se usaran como una prenda para salir a la calle; fue gracias a Marlon Brando en los años 50 quien salía con una camiseta blanca y nada más que se empezó a vender la idea de la camiseta como una opción diferente. En los 70's las mujeres se atrevieron a utilizarla, ahora se presentan con diferentes diseños como los teñidos que se generaban por medio de diferentes métodos de anudados, los estampados por medio de la serigrafía, la camiseta se convirtió en el uniforme unisex de los jóvenes junto con los pantalones de jean. (Worsley, 2011, p. 118)

### **3.1.2 Fusión de las tipologías y el género**

Las tipologías a través del tiempo se han fusionado por motivos políticos y culturales, el corsé es un ejemplo de ello, les impedía la movilidad a las mujeres además de generarles problemas de salud y deformaciones corporales. Las tipologías masculinas que se adaptaron al vestuario femenino permitían más movilidad y en el caso específico del pantalón representaba algo más que comodidad, era una prenda que demostraba la igualdad de género, representaba la lucha de las mujeres por sus derechos, querían que fuera una prenda del diario ya que solo se les había permitido llevarlos para laborar en las fábricas durante la guerra, esta pequeña libertad que se les dio no la iban a dejar ir. Los diseñadores como Paul Poiret, Coco Chanel y Elsa Schiaparelli supieron darle a la mujer el movimiento y la liberación que querían de las ataduras a las que eran sometidas, comprendieron las necesidades y los valores que las mujeres de la época estaban buscando, la silueta que proponen los diseñadores esta ligada a la época, a las convenciones sociales que establecen las pautas de lo que va a regir como la actitud corporal, el comportamiento y el aspecto individual, las fusiones se van desarrollando con el tiempo y las necesidades (Saltzman, 2004, p. 93), hoy en día el hombre a empezado a tomar más riesgos, esta dejando los colores sobrios y esta ampliando la gama de colores agregando los tonos pasteles, llamativos, estampados con motivos florales, hasta accesorios como bolsos y pulseras, algunos diseñadores han intentado promover el uso de la falda en los hombres pero no lo han logrado, todavía se considera la idea de la falda como una representación de la femineidad.

La fusión de género se logra con los ideales que se mencionaron en el capítulo de estructura de la androginia, la integración de los atributos masculinos y femeninos, esto hace que la persona se pueda desenvolver y pueda realizar trabajos de los dos géneros, al tener estos atributos puede experimentar y expresar en cual de ellos se siente más cómodo y actuar con libertad; esta asociada con la igualdad de los géneros y la

búsqueda de identidad. En cuanto a lo físico esta fusión se puede ver en personas que poseen los rasgos femeninos y masculinos, son tan marcados que llegan a confundir a quienes no conocen su verdadero sexo, juegan con la ambigüedad que poseen. (Pérez y Mesa, 2008, p. 9)

### **3.2 Evolución de las tipologías**

La evolución del pantalón ha sido amplia, desde el uso por primera vez de las mujeres, hasta que se convirtió en un símbolo de lucha por los derechos femeninos. Tomado de la prenda masculina, los primeros pantalones no hormaban el cuerpo de la mujer, estos eran amplios y sueltos, con el paso del tiempo los diseñadores fueron haciendo modificaciones, agregando pinzas y bolsillos para que se acentuaran las curvas del cuerpo. Durante las décadas este cambio de acuerdo a las tendencias, en los años 60 para ser más exactos en 1966 Yves Saint Laurent presentó en su colección de alta costura otoño/invierno *Le Smoking*, una versión para las mujeres del esmoquin negro que ha utilizado por los hombres, este no fue bien tomado, la sociedad no estaba acostumbrada o aceptaba del todo la idea de las mujeres lo utilizaran, después cuando el diseñador lo volvió a mostrar en su colección *ready to wear* fue un éxito, entendió que los pantalones eran la dirección que iba a tomar la indumentaria femenina (Basye, 2010). El pantalón ya no podía faltar en el closet femenino, se convirtió en *must have*, a medida que pasaba el tiempo los pantalones se mostraban más ajustados, de cuero, el largo se modificaba, paso de ser largo a corto, lo mismo sucedió con el tiro del pantalón y el ancho de la bota, el pantalón estaba en constante renovación dependiendo de lo que se fuera presentando tendencias y como están eran interpretadas en las colecciones de los diseñadores.

La chaqueta presentó cambios en cuanto al largo, materiales y diseños, en la revolución francesa hombres y mujeres las llevaban, las cuales variaban dependiendo del género;

razones de economía como consecuencia de la guerra las chaquetas tuvieron la misma suerte de los pantalones, las mujeres las tomaron de los armarios de sus esposos, usaban cinturones para ceñirlas, después llegó la chaqueta negra creada por Coco Chanel y se convirtió en la prenda esencial femenina, en los años 80 volvieron las hombreras, estas resaltaban la cintura al hacer que los hombros se vieran anchos, la cazadora negra fue creada para los pilotos alemanes de los bombarderos, los miembros de SS y los pilotos la llevaron durante la segunda guerra mundial, Marlene Dietrich convirtió la chaqueta en una prenda que las mujeres también podían llevar al ser utilizada en la película fatalidad (1931) en donde salía con un look completo de cuero negro, las mujeres que se atrevían a salir con motociclistas las llevaban de cuero unisex. (Worsley, 2011, p. 117)

La ropa interior femenina presentó una variación a mediados de los 80's, Calvin Klein lanzó los boxers, el diseño tenía en la bragueta tres botones y pretina ancha, era ropa interior masculina para las mujeres, se hicieron conocidos como los *gender blenders* de Calvin, los boxers se convirtieron en un estilo unisex, andrógino, minimalista, típico de la marca, las mujeres encontraron la prenda sexy, era una forma nueva, refrescante y simple (Worsley, 2011, p. 172). Los boxers siguen en el siglo XXI con variaciones en el largo, formas y materiales, los que más se usan para la elaboración son el algodón el cual es uno de los preferidos por ser suave y generar comodidad, la lycra es también de los favoritos ya que su elasticidad hace que tome la forma del cuerpo y se adapte a los movimientos que la persona esté haciendo.

### **3.2.1 Siluetas y materiales**

Todos los textiles en el siglo XIX son utilizados para crear prendas de los diferentes rubros para mujer y hombre, no hay uno que sea específico dependiendo del género como lo era antes.

El Jersey era usado como textil para prendas exclusivamente masculinas, se utilizó para hacer suéteres para la mujer, se convirtió en una de las prendas principales de los años 20, era una alternativa cómoda, la usaban bajo un cárdigan con una falda, (Worsley, 2011, p. 52), el tejido se caracteriza por ser suave, liviano y elástico, es fácil de reconocer gracias a la diferencia entre el derecho y el revés, es el más sencillo de los tejidos de punto.

El tejido tweed es de origen escocés, es de lana y tiene apariencia irregular, es suave al tacto, lo caracteriza una diagonal que va en sarga, es tejido con hilados retorcidos de diferentes colores, es un tejido grueso pero se ha logrado fabricar liviano sin alterar las características originales gracias a la tecnología. (Red textil Argentina, 2014), el tejido se usa para prendas de clima frío ya que da abrigo. La clase alta era quien usaba chaquetas confeccionadas con el tejido para la caza.

La silueta que se caracterizaba era la recta, delgada y *oversize*, líneas simples, la silueta de la mujer curvilínea desapareció, aunque se acentuaba un poco la cintura con accesorios para que el estilo no fuera completamente masculino.

### **3.3 Diseñadores andróginos**

La mayoría de los diseñadores hoy en día han seguido la tendencia de lo unisex y de lo andrógino, sus colecciones se caracterizan por seguir la silueta recta, algunos resaltando levemente la silueta femenina, el estilo que trabajan es mayormente el minimalista junto con una paleta de colores neutros, en algunos agregando toques de color, estos van de acuerdo a los que se utilizarán en las diferentes temporadas, las tipologías que se utilizan son las chaquetas, los abrigos, los pantalones, las camisas y las camisetas, algunos optan por el uso de accesorios como las corbatas y corbatines, son muy pocos los diseñadores de indumentaria masculina que se arriesgan al incluir tipologías y siluetas femeninas en sus diseños.

Paula Gerbase es diseñadora de la marca 1205, se identifica por ser una marca de ropa unisex, lo que le da un toque de androginia, apuesta por la sastrería masculina, las prendas que diseña mantienen la estética de la sastrería y se enfoca en un balance entre lo femenino y lo masculino, se centra en la calidad del corte, la tela y la proporción, se caracteriza por el uso de tejido de punto y una elegancia que se niega a distinguir entre la indumentaria de hombre y mujer. (1205, 2014)

Rad Hourani diseñador de alta costura unisex, no es solo un diseñador, es un artista, así es como se define en su página oficial, su trabajo es un intento del estudio del cuerpo humano que celebra la neutralidad, utiliza los principios de la arquitectura para crear sus piezas, trabaja constantemente en como la prenda se ejecuta con el movimiento. El proceso de lo unisex defiende la no conformidad como la esencia del individualismo. (Hourani, 2014). No es fácil diseñar una colección pensada para los dos géneros pero el diseñador lo logra destacándose por su visión en lo que la moda debe representar, las colecciones las crea con la idea de transformar las piezas en algo atemporal.

La marca Wildfang fue creada por dos mujeres Emma McIlroy y Julia Parsley, Wildfang es indumentaria de hombres para mujeres, se consideran las Robin Hood modernas al robar prendas masculinas y cambiar su destino. El objetivo es darle lo mejor del consumidor sirviendo tanto su estilo como espíritu tomboy, en su página oficial se describen como una banda y no una marca, están para liberar la indumentaria masculina un corbatín a la vez. (Wildfang, 2014). La marca trabaja más allá el concepto de tomboy, no lo toman como algo comercial sino como una labor de amor, y eso es lo que Wildfang le brinda a las mujeres un lugar en el que pueden ser ellas mismas.

Jonathan Anderson creó J.W Anderson en 2008, su estética de diseño único ofrece una interpretación moderna de la masculinidad y la feminidad por medio de la creación de



siluetas provocadoras a través de una cruce consciente entre elementos de indumentaria masculina e indumentaria femenina (J.W Anderson, 2014). Las colecciones masculinas que presenta suelen ser más femeninas que las colecciones de mujer y viceversa, desde los colores hasta las tipologías y siluetas, Anderson junta y modifica los códigos genéticos de la indumentaria, explora continuamente la relación entre lo masculino y femenino construyendo una arquitectura de la mujer al hombre y del hombre a la mujer.

### **3.2.1 Impulsores de la tendencia**

Los impulsores son conocidos como los *trendsetter*, son quienes marcan moda o tendencia, por ellos es que el público tiene una fácil adaptación de las nuevas tendencias que salen semestral o anualmente, editores de revistas de moda y celebridades son considerados como *trendsetter*, su posición e imagen les permite serlo, cuando son muy populares las celebridades se acude a ellos para que hagan de embajadores de la marca y formen parte de una campaña publicitaria (Gil, 2009, p. 65).

Una de las *trendsetter* con mayor poder es la modelo Kate Moss quien es ahora diseñadora para marca Topshop, desde los principios de su carrera la modelo se caracterizó por imponer su estilo y personalidad, esto hizo que fuera imagen y musa de diseñadores, marcas y fotógrafos, hoy en día aunque su profesión de modelo ya no es la misma de antes sigue marcando tendencia.

La tendencia plantea una pirámide de *trendsetters* que ocupan diferentes pisos de acuerdo a su rol en ella, los modelos andróginos son los principales exponentes de la tendencia, son los *trendsetters* constantes esencialmente debido a sus rasgos físicos que les permite desenvolverse fácilmente en ambos mundos el femenino y el masculino, son ellos quienes muestran el verdadero valor y significado de lo que es la tendencia. El máximo exponente es Tilda Swinton, la actriz aprovecha su aspecto para jugar con los géneros ya que el gesto andrógino presenta una infinitud de posibilidades.

### **3.4 Campañas publicitarias**

Las campañas publicitarias tiene como objetivo vender un producto, servicio o idea llamando la atención o interés de un consumidor determinado. La moda utiliza la publicidad constantemente para mantener la posición que tiene la marca en el consumidor, el estilo visual varia dependiendo de lo que se busca, pueden tener un enfoque romántico o escandalizar, narra situaciones y contiene gran simbolismo, en algunos casos es tan grande la controversia que generan las publicidades por su contenido que llegan a ser vetadas, aunque esto también depende de los valores culturales y sociales que se manejen en el país donde son mostradas, y es precisamente esto lo que necesitan los publicistas, el mensaje tiene que destacar en un espacio de comunicación que cada vez es mas saturado, complejo, frenético, el mensaje que se envía al publico puede ser alterado por cualquiera de ellos a la hora de comunicar el producto (Kavounas, 2013, p. 8).

La publicidad tuvo un rol importante para que la androginia se convirtiera en una tendencia mundial, un concepto sobre el cual todos hablarían, no solo en el mundo de la moda. La presencia de personas andróginas ha provocado incomodidad en quienes tienen un pensamiento más conservador, esto es debido a la necesidad de clasificar todo lo que se ve y como la androginia presenta una ambigüedad que juega con los sexos no se sienten cómodos ante esto. Quienes se encargan de crear las campañas publicitarias buscan diferentes medios para vender el producto, con los modelos andróginos las marcas de moda crean controversia, aprovechan la ambigüedad de estas personas para crear desconcierto, estas publicidades cumplen con el objetivo de perdurar en la memoria de los espectadores y trascender de persona a persona (Kavounas, 2013, p. 49).

#### **Capítulo 4. La androginia como respuesta a los cambios sociales**

En la actualidad el rol de la mujer y del hombre ha cambiado a diferencia de hace 50 años, ahora es aceptable ver a una mujer que trabaja y a un hombre que se ocupa de las labores del hogar, pero aunque esto sea más frecuente todavía no es completamente normal o aceptado verlo. La androginia se presenta como un modelo en el que los géneros masculino y femenino se liberan del rol que la sociedad ha impuesto y pueden ser dos cosas a la vez, estos roles han estado siempre ligados al sexo por lo cual indica que no se podían realizar actividades que fueran exclusivas de cada sexo. Una de las personas que respalda la androginia es la feminista y académica Carolyn Heilbrun quien plantea que

la salvación para todos nosotros puede venir únicamente de un movimiento que reniegue de la polarización sexual, que sepa liberarse de las cadenas del género masculino y femenino y se dirija a un mundo donde los roles individuales sean elegidos libremente (1998, p. 96).

La androginia es planteada como una forma de desarrollo más por las mujeres que por los hombres, ya que son ellas las que se ven más perjudicadas por los roles impuestos de acuerdo al género, aunque hoy en día parece normal que una mujer trabaje, sigue siendo difícil para ella llegar a ocupar puestos en donde cada vez su responsabilidad y mando sea mayor a pesar de que tenga las cualidades para ejercerlo. El rol de la mujer es el que ha presentado mayores cambios a través del tiempo, sus derechos han aumentado y han sido respetados, las oportunidades de trabajo han aumentado, el rol de la mujer ha sido modificado y todavía lo está haciendo, a pesar de desarrollar una carrera como profesional la mujer no ha dejado su lado de hacerse responsable del hogar, la mujer moderna es multifuncional, se desempeña en ambos mundos, es una nueva generación de mujeres activas y autónomas.

El papel del hombre ha sido siempre de mostrar su virilidad, de ser hombre, no mostrar artefactos, sentimientos o emociones, debe ser arriesgado, competitivo, en pocas palabras el hombre debe ser fuerte y demostrarse como tal. El estereotipo de cómo se

debe comportar un hombre ha sido inculcado desde la infancia, quien demostrara debilidad era marcado de ser una niña, lo que muestra otro estereotipo pero esto es clasificado como algo negativo, desde pequeños le están inculcando a los hombres que ser una niña es malo, ser mujer es no tener los mismos derechos de los hombres, el ejemplo de cómo ser un hombre y como comportarse como tal ha sido enseñado en el hogar, los niños ven como modelos a seguir a sus padres y abuelos, de ellos aprendían que el hogar es cosa de mujeres y que ellos se ausentaban de este para trabajar (Robledo y Castillo, 2005, p. 33 - 38).

La androginia en cuanto a identidad de género plantea lo mismo que los rasgos físicos, pertenecer a los dos, ser hombre y mujer, tener los elementos que caracterizan los estereotipos femeninos y masculinos en un solo cuerpo, pero no solo que el individuo lo sea, la sociedad debe aceptarlo, cuando esto suceda las relaciones con el sexo opuesto serian más igualitarias ya que comprenderían los asuntos e intereses de la otra persona con mejor calidad. (Pérez y Mesa, 2008, p. 9). Como consecuencia de esta búsqueda se han creado organizaciones que luchan por los derechos de las mujeres y de los hombres.

#### **4.1 Orientación sexual**

ser andrógino no tiene nada que con la preferencia sexual o cambio de sexo, como se ha dicho durante el desarrollo del proyecto la andrógina se refiere a tener rasgos femeninos y masculinos, no solo físicos sino también características psicológicas y roles de género. Pero muchas veces esto se asocia con la homosexualidad porque quienes tienen preferencias sexuales iguales a las de su sexo buscan tener un aspecto físico que equilibre lo que son pero su cuerpo no refleja, es por esto que el estereotipo que caracteriza a las personas homosexuales sea en el caso de los hombres tener un aspecto afeminado y en las mujeres masculino (Corraze, 1997, p. 97).

Quienes ven a las personas andróginas asumen instantáneamente que su orientación sexual es hacia la homosexualidad, un hombre que presente rasgos delicados, femeninos significa ser homosexual, lo mismo sucede con las mujeres que presenten rasgos fuertes; esto se está convirtiendo en algo común ya que cada vez aparecen más personas que presentan rasgos andróginos.

Desde hace aproximadamente seis años se han presentado diferentes categorías de acuerdo a la orientación sexual que tenga la persona, como transexual, transgénero e intersexual y estas han luchado para que sean agregadas a las siglas LGBT quedando LGBTTTI (lesbianas, gays, bisexual, travestis, transexuales, transgénero e intersexuales). Facebook ha tenido esto en cuenta y a incluido en la casilla donde las personas identifican a que sexo pertenece alrededor de 50 opciones entre las que se encuentra andrógino, que Facebook haya agregado estos géneros tiene un gran significado para quienes no se sentían identificados con solo dos opciones.

Esto es una muestra de que paso a paso la sociedad va aceptando las diferentes orientaciones sexuales o por lo menos tiene conocimiento de ellas, para quienes han sido y fueron educados bajo valores conservadores es difícil aceptarlo especialmente para quienes la religión hace parte de su vida.

## **4.2 Rupturas de estereotipos**

En el capítulo dos se menciona que son los estereotipos y como estos no coinciden con lo que la sociedad dicta y limitan a las personas, pero es de acuerdo al medio sociocultural en el que se desarrollan el que ayuda a definir su formación sobre el género y comportarse de acuerdo al estereotipo que se siente identificado (Pérez y Mesa, 2008, p. 7).

La androginia rompe con estos estereotipos ya que integra los atributos masculinos y femeninos lo que permite que la persona tenga mayor eficiencia personal y social debido a que tiene mejor adaptabilidad lo que permite que se desenvuelvan con facilidad en trabajos masculinos y femeninos.

En las mujeres es más común que haya una ruptura del estereotipo al que son catalogadas porque actualmente la sociedad lo permite, es aceptable que quieran y sigan los ideales masculinos y que modifiquen su conducta, pero sin alterar su heterosexualidad y es donde los conflictos comienzan ya que deberían resguardar la feminidad a pesar del cambio (Burin y Dio, 1996, p. 243). Pero este cambio, esta ruptura se dio como consecuencia de la guerra, las mujeres se liberaron de las ataduras, de las complejas estructuras que tenían sus vestidos para así poder trabajar y moverse libremente a la hora de realizar las actividades que sus esposos hacían en fábricas, la sociedad se ve obligada a reformular la relación entre los géneros cuando se sufren consecuencias extremas, siendo la guerra un ejemplo de ellas (Burin y Dio, 1996, p. 275). Una vez la mujer tuvo la oportunidad de trabajar no lo abandonó y luchó, lo mismo sucedió con la educación, la mujer se limitaba a aprender habilidades y desarrollarlas en el hogar, su papel era secundario y era el hombre quien tenía el poder de decisión; debido a los cambios que presentaba la sociedad como consecuencia de guerras y crisis económicas surgieron los movimientos feministas que se encargaban de acabar con los

prejuicios que había sobre los roles masculinos y femeninos, gracias a estos movimientos se permitió la discriminación política, económica y social que la mujer vivía.

A pesar de que el papel de la mujer ha tenido un gran avance, todavía falta que sus derechos sean cien por ciento iguales a los de los hombres, la mujer de hoy en día sigue teniendo un sueldo menor al de los hombres por el mismo trabajo que realizan y los altos cargos son difíciles de que los obtengan a pesar de que posea todas las habilidades para ocuparlo. Desafortunadamente los derechos de las mujeres varían de acuerdo al país en el que se encuentre, la educación es uno de ellos, factores como matrimonios y trabajo infantil influyen, especialmente en países asiáticos, la niñas no tienen permitida la educación y quienes tratan de obtener una lo hacen corriendo el riesgo de perder la vida, un ejemplo de ello es Malala Yousafzai, una niña paquistaní que fue atacada por extremistas islámicos cuando regresaba a su hogar de la escuela (Husain, 2013).

Son pequeños pero grandes pasos los que se realizan hacia los derechos de las mujeres lo que hace que su estereotipo de ama de casa que se debe encargar del manejo del hogar, del cuidado de su esposo e hijos cambien, y son por estos cambios que se deben implementar nuevas visiones de los géneros y romper los estereotipos que lo único que hacen es encasillar y evitar el avance.

En la época moderna, el acceso de las mujeres a la educación universitaria y su progresiva incorporación al mercado laboral, han ido construyendo estados de autonomía con respecto al varón. Esto ha llevado a que se tenga que implementar nuevas formas de relación interpersonal y posiciones ante el mundo, es decir, nuevas visiones de género. (Pérez y Mesa, 2008, p.p. 7 - 8)

La inclusión de la mujer al mundo laboral le dio independencia, ya que no tiene que estar pidiendo permiso o dinero a la pareja para comprar algo que le gusta, ella tiene en sus manos la decisión de que es lo que quiere para su futuro, no depende de nadie y no es un objeto de adorno con el simple hecho de otorgarle a la mujer la oportunidad de votar están diciendo que su opinión y posición en la sociedad es importante y vale la pena pero

todavía falta un camino largo por recorrer para que la igualdad de género por la que tanto pelearon y buscaron las mujeres sea completa.

### **4.3 Roles de género**

Los roles de género se dieron cuando la familia como núcleo se comenzó a construir por la revolución industrial y todos los procesos que estuvieron asociados a ella socioeconómicamente. El papel social de la mujer tuvo una gran reducción al punto de llegar a ser casi nulo, ahora su centro era el rol familiar, el doméstico, y cada vez se centraba y dedicaba más al cuidado de los hijos y del esposo, por este enfoque y dedicación hizo que se asociara el hogar directamente con el género femenino y se mantuviera así a través del tiempo. (Burin y Dio, 1996, p. 7)

A partir de ese momento se indicaron las normas sociales y comportamientos propios del estereotipo femenino o masculino, aunque este puede variar dependiendo del contexto cultural en el cual se desarrolló la persona, el modo en que piensa, sienta o se comportan, los géneros tienen que ver con construcción social que se manifiestan psicológicamente en hombres y mujeres siendo diferentes en cada uno. Esta diferencia consta de actitudes, creencias, sentimientos, valores, conductas, actividades y rasgos de personalidad. (Burin y Dio, 1996, p. 64). Al tener un proceso histórico largo y repetitivo es difícil desprenderse de ella, es una construcción social que no había presentado inconformidades hasta que la mujer tuvo la oportunidad de trabajar y hacer algo más que dedicarse al hogar.

Este proceso histórico además de generar conformidades crea diferencias entre géneros femeninos y masculinos que llevan a la desigualdad y jerarquía, la mujer no tiene un horario en el que comienza a trabajar cuando se dedica al hogar, su labor son las veinticuatro horas los siete días de la semana, el papel del hombre en la sociedad es



diferente, el hombre es quien sale a trabajar y provee todo lo necesario al hogar, es por esto que se cree que el papel de la mujer no tiene importancia, por esta razón es que el hombre tiene un lugar privilegiado en la sociedad, es el quien maneja todo, ocupa puestos en donde las decisiones son tomadas por el, crea y hace cumplir las leyes, maneja los asuntos políticos y económicos. (Burin y Dio, 1996, p. 220)

## **Capítulo 5. Efectos sociales en las tipologías en Colombia y Argentina**

La moda se ha utilizado y siempre ha sido un modo de comunicación entre las personas, por medio de cómo se visten se puede saber mucho de ellas, la indumentaria es un lenguaje de signos, es un sistema de comunicación que posea símbolos y detalles que genera información de cómo es la persona, cuales son sus gustos y su estilo de vida. (Lurie, 1994, p. 21 – 22). Por medio de la moda se ve la diferencia de clases sociales, pero también se empieza a borrar esas diferenciaciones, se empiezan a desvanecer cuando las personas comienzan a querer alcanzar un nivel de vida superior, esto lo logran por medio de la imitación de los signos y símbolos que los distinguen.

La imitación se podría decir que se ha dado como una herencia, le proporciona a las personas un estado de seguridad y hace parte de la historia, del desarrollo de los humanos, va evolucionando a medida que se presentan cambios que afectan el desarrollo del mundo, cambios que se convierten históricos y se ven reflejados en la moda o que por medio de ella se genera, como cambios de usuarios que parecen no tener gran importancia hoy en día, pero si no fuera gracias a estos la moda podría no ser la que conocemos “para comprender la moda, hay que comprender el cambio social”. (Gordar, 2012, p. 26). La primera guerra mundial genero un gran cambio en la vida de la mujer y esto se vio reflejado en las prendas, su armario tenia una nueva prenda, el pantalón, el principal factor que hizo que la moda cambiara fueron las guerras, debido a la escasez de materiales se debían adoptar nuevos materiales y tipologías.

La moda que se conoce hoy en día en américa latina tiene una gran influencia europea, esta influencia ha permanecido desde la conquista de los españoles, pero no solo la moda europea es la que se sigue, la estadounidense también, clasificándola como americana, las mujeres colombianas y argentinas que pertenecían a la alta sociedad viajaban a las capitales de la moda como Paris, Londres y Nueva York y llevaban su ropa del extranjero a la capital del país para consolidar su estatus social pero gracias a la

política en Colombia comenzó la industria textil y se cerraron las importaciones, los modistas y sastres replicaban las tendencias para estar al día, gracias a que la clase media presentaba un ascenso en la sociedad, el vestuario para trabajar cambio, debía ser cómodo. La moda ha estado regida por lo que dicta la sociedad, son normas que indican los valores de los grupos sociales, el comportamiento de quienes pertenecen a estos grupos gira en torno a esto y esta mal visto actuar de manera diferente, es una forma de manipular y asegurar que la conducta de las personas sea la indicada. (Saulquin, 2011, p. 281), la política y la economía también están relacionados con las transformaciones de la sociedad que se presentan cada vez más rápido debido a la velocidad en la que se conoce lo que esta pasando en el mundo, la tecnología ha tenido un papel importante en cuanto a la difusión de estas, su constante desarrollo y rápida evolución ha permitido que se pueda presencias un desfile en tiempo real, permite conocer en tiempo real las necesidades, opiniones y gustos de los consumidores.

A pesar de que la influencia estadounidense y europea se sigue presentando, la industria textil y los diseñadores colombianos y argentinos tienen claro que el futuro esta en la producción nacional, en promoverla y promover el país de origen, ante una industria que se encuentra masificada es importante mantener la originalidad para sobresalir y ser valoradas juntos con las marcas que se encuentran posicionadas.

### **5.1 Elementos influyentes**

Como se mencionó la moda está influenciada por la sociedad y está conformada por hábitos, costumbres y reglas las cuales indican cierto tipo de conducta que se rige de acuerdo a la clase social a la que pertenece el individuo, pero muchas veces como se ha podido comprobar a través de la historia hay quienes no están de acuerdo a estas reglas y es por medio de la moda que muestran su inconformidad, quienes se sienten inseguros se alteran con los cambios que se están generando y eventualmente llegan a aceptarla o

imitarla sin conocer la verdadera razón de esta, solo lo hace por pertenecer a un grupo, por seguir lo que esta de moda. (Saulquin, 2011, p. 8).

En Colombia la moda estuvo influenciada completamente por Paris, Londres y Nueva York, desde la época de la colonia la indumentaria de hombres y mujeres provenía de España, la cual tiene influencias francesas, las personas buscaban vestir esos trajes porque tenerla les generaba prestigio, el cambio de vestir. A partir de la política en los años 50 la industria textil es impulsada y con esto las exportaciones se cierran lo cual genero que los talleres de costura empezaran a producir en cadena, debido al ascenso que se presento de la clase media la demanda de la indumentaria cambio, se necesitaba un traje cómodo que permitiera la movilidad. (Posada, 2010, p. 12). En los 80's y 90's Colombia vivió un difícil periodo de narcotráfico que influenció el estereotipo de belleza de las mujeres, estas se sometían a cirugías plásticas para aumentar el busto y la indumentaria cumplía el deber de hacer resaltar sus atributos, las prendas eran ajustadas al cuerpo, la mujer se convirtió en un objeto sexual, pero con el desarrollo de la industria textil, la creación de la feria Colombiamoda organizada por Inexmoda y de diseñadores formados en escuelas de moda nacionales que se diferenciaron por nutrirse de la calle y de las tribus urbanas, la moda colombiana ha estado cambiando tímidamente y en los últimos años las personas se han arriesgado más, siguen las tendencias que se ven en pasarelas, también gracias a la llegada de almacenes como Zara que le han dado la posibilidad de encontrar y comprar nuevas alternativas, se ve fácilmente la influencia de bandas, cantantes, actrices y actores ya que es fácil imitarlos debido a la accesibilidad, claro esta que a pesar de esta imitación no se deja de lado que la moda es una herramienta importante para conocer a las personas porque te da la posibilidad de ser diferente, de expresar la que tiene un papel importante en la moda colombiana, los diseñadores sienten una responsabilidad de que se conozca y valore la cultura indígena,

así como el trabajo de tejeduría, la diversidad de flora y fauna que tiene el país sirven de inspiración para la creación de colecciones.

La moda en Argentina fue la misma que se vio en Europa y Estados Unidos después de la Primera Guerra Mundial, como se ha hablado en capítulos pasados, el papel de la mujer cambio y su nuevo estilo de vida se tenía que ver reflejada en la indumentaria, en los 50's Argentina estuvo marcada por el peronismo y anti peronismo, el estilo de vida americano se difundió por todo occidente, el modelo de familia ideal compuesta por padres e hijos, y el rol de la mujer cambio, su ideal era casarse y vivir en una casa lejos de la ciudad, su dedicación era hacia el hogar, sus hijos y marido, era normal que estudiaran para obtener una carrera profesional pero el objetivo principal era el hogar.

Debido a la guerra de Malvinas y el fin de la dictadura militar, Argentina dio un giro, ya no tendrían más conexión con Europa y por esto comenzaron a buscar una identidad nacional, una identidad que se encontraría buscando en los orígenes y podría ser un poco difícil debido a que se ha imitado lo que dicta la moda europea desde la época de la colonia, al igual que la moda americana ya que se ha considerado que lo extranjero es superior a lo nacional. (Saulquin, 2011, p. 13). Una vez que se logra dejar de lado la imitación, que las personas se dejan de conformar con copiar lo que hay que se puede alcanzar la originalidad, pero abandonarla puede llegar a ser difícil ya que brinda seguridad, una sensación de integridad y apoyo social.

La crisis de 2001 llevo a diseñadores que no encontraban trabajo en la industria debido a la recesión que se vivía, a crear sus propias marcas, a ser diseñadores de autor, con la ayuda de eventos como en BAFWEEK lograron convertirse en referentes exitosos, los talleres proveedores estaban frenados y por falta de pedidos estaban dispuestos a confeccionar las prendas en pequeños volúmenes para así lograr subsistir, los efectos

negativos de la crisis económica cedieron hacia un cambio favorable y la recuperación de la industria se sintió, no solo se exporto materia prima la indumentaria cien por ciento argentina comenzó a exportarse hacia un publico que reconocería la calidad y el diseño. (Miguel, 2014). La situación política, económica y social por la que pasa el país siempre va a condicionar el desarrollo de la creatividad o puede frenarla creando una uniformidad y conformidad, la moda puede funcionar como una forma de manipulación ya que provoca normas y controla los valores que han sido impuestos para los grupos sociales, según Saulquin la mujer argentina ha mostrado en cuanto a moda se refiere, una tendencia a la comodidad por el miedo tal vez a perder la seguridad si busca sus propias metas e identidad (2011, p. 287), la moda se presenta como un medio en el que las personas demuestran seguridad y una identidad definida, tiene el poder de que una persona pueda ser muchos seres en uno solo lo cual refleja lo que se quiere ser o se sueña ser.

## **5.2 Siluetas**

si se tiene en frente un esqueleto y se trata de distinguir si es hombre o mujer podría llegara ser difícil, la diferencia no solo se encuentra en los órganos reproductores, especialistas en anatomía pueden saberlo debido al tamaño del cráneo y de las caderas, el cual aumenta en los hombres y en las mujeres respectivamente. (Bard, 2012, p. 14). No todos los hombres y mujeres tienen el mismo tipo de cuerpo, ambos poseen variedad, siendo más amplia en el caso de las mujeres, teniendo en cuenta esto, hay formas en las que se puede vestir para disimular o resaltar las partes del cuerpo que cada persona quiera, la silueta varia en formas, pueden ser geométricas o redondas, en cuanto a diseño se pueden presentar simétricas y asimétricas, ajustadas y rectas, el cuerpo ideal para hombres y mujeres es diferente y la ropa ayuda a que estas diferencias sean notables, pero también es posible lograr que la silueta del cuerpo de la mujer cambie agregando volúmenes para que sea igual o lo mas parecida posible a la del hombre.

Las siluetas ayudan para identificar la época, definen el cuerpo al cual se aspira, las tendencias en cuanto a siluetas de la mujer paso de ser reloj de arena con una cintura pequeña resaltando las caderas y el busto a ser recta, el busto, la cadera y la cintura se perdían en las prendas que caían sobre el cuerpo; la mujer buscando desafiar la dominación social de los hombres tomo prestada y agrego a su guardarropa las hombreras, (McDowell, 2013, p. 71), la silueta de la mujer es la que ha presentado mayores cambios a través de la historia y es porque el papel de la mujer también lo ha hecho, la mujer de hoy en día es independiente y esta en constante movimiento por esto las prendas que usan deben ser cómodas y permitir que el cuerpo se pueda mover libremente.

La silueta andrógina permite no solo esto, borra las líneas que diferencian los sexos, lo que hace que se genere un valor a la persona por ser y no por género, la sexualidad no importa y tampoco vende, se enfoca en lo natural, básico y monocromático, las siluetas que la caracterizan son desestructuradas, sueltas, rectas, minimalistas y con tipologías de sastrería masculina.

### **5.3 Creación de tipologías**

Las tipologías más que creadas sufrieron fue un cambio de usuario, prendas que fueron hechas tal vez pensando en que no sufrirían transformaciones y que mucho menos una de ellas sería tomada como símbolo para la liberación femenina, estas tipologías son parte ahora del armario femenino sin importar el material, color o textura.

El pantalón, la camisa y la chaqueta son las tipologías esenciales que después tienen variaciones como el largo modular o la silueta, la creación de colecciones con prendas inspiradas en la sastrería masculina va más enfocada a un *target* de mujeres ejecutivas, un mundo en donde ser hombre tiene beneficios y poder, para contrarrestar esto la mujer debe tener una imagen que no la haga parecer débil, estas tipologías ayudan a que la mujer se vea como profesional.

La androginia permite que hombres y mujeres utilicen prendas que no corresponden a su sexo, según McDowell es un termino moderno para el estado de vejez, siempre ha habido hombres que quieren parecerse a las mujeres y mujeres que querían usar la ropa de los hombres, pero la sociedad siempre ha sido hostil ante esto, ya que vestirse así, se ve como algo que podría desestabilizar el orden en el que esta basado (2013, p. 42), en este punto la sociedad ya esta acostumbrada a ver a la mujer en ropa masculina, claro esta que todavía siguen asociándolo a la orientación sexual, en cuanto al hombre es un poco más complicada que solo sea por moda, la falda es una de las prendas que los hombres no serian capaces de utilizar, tal vez solo los escoces por tradición pero levantarse y llevarla como si fuera un pantalón no es fácil, y menos en países como Colombia y Argentina donde la masculinidad es importante, así que implementar el uso de la falda en los hombres seria poco probable y difícil de lograr, pero quienes se atreven a llevarlas lo hacen en solo una ocasión y son personas conocidas mundialmente, se puede asociar al uso de faldas en hombres a la seguridad que tienen sobre su masculinidad.

Fue el feminismo el que hizo que la transición de femenino a masculino fuera inevitable (McDowell, 2013, p. 42), pero es también el feminismo el que hace los hombres en América y Europa utilicen faldas, no es solo la falda la que hace que ha tenido un cambio acercamiento al armario masculino los *short shorts*, son unos *shorts* que van a la mitad del muslo de la pierna, esta prenda esta siendo introducida por los diseñadores, pero añadir estas prendas tiene repercusiones en la sociedad, cuando un hombre se presenta con una prenda que esta creada y tiene el fin de ser utilizada solo por la mujer se crea una amenaza porque se ha hecho una ruptura de lo cotidiano, todavía es difícil que se acepten artículos de indumentaria que cambian de usuario y sean utilizadas por personas del común y no por famosos, es como si solo por ser una persona reconocida de la industria artística se puede demostrar la originalidad y en cierto modo desafiar a la



sociedad. La falda es poco probable que se abra campo en la sociedad colombiana y argentina, pero los *short shorts* están siendo adoptados en lugares como Buenos Aires y Cartagena donde las altas temperaturas de calor hacen que se busque un método para mantenerse fresco, en las pantalonetas de baño es donde se ve más este estilo.

#### **5.4 Prendas femeninas**

La mujer tomó con tanto entusiasmo el traje de hombre en los 80's que por un momento se pensó que la falda se iba a convertir en una especie en peligro, la camisa por otro lado de la mano de diseñadores como Calvin Klein, Ralph Lauren, Vivienne Westwood y Katharine Hamnett llegó a la altura de ser casualmente sexy y generar confianza, algo difícil de creer para los creadores de la original formalidad masculina (McDowell, 2013, p. 42).

El estereotipo de la mujer colombiana es contrario al andrógino, el cuerpo de la mujer colombiana se caracteriza por tener curvas, una silueta de reloj de arena pero no se puede decir que es la única silueta que se ve, la mujer colombiana sabe que posee atributos y aprovecha para resaltarlos utilizando prendas ajustadas al cuerpo, son las más jóvenes las que se arriesgan a utilizar prendas y mezclarlas para crear un estilo andrógino, el diseñador David Alfonso de Erikó creó una propuesta orientada a la mujer ejecutiva que necesita prendas versátiles y que pueda llegar a compartir con los hombres, Erikó es una marca de indumentaria masculina así que sabe perfectamente como hacer que la mujer obtenga ese look de androginia con los trajes, dice el diseñador para fucsia.co que quiere que esta versatilidad y comodidad creada para los hombres la puedan usar las mujeres con la colección de colores fuertes y estampados y para lograr esto utilizó paños, gabardinas y algodones, materiales básicos en la sastrería funcional, estructurada y colorida (El secreto encanto de la moda masculina para la mujer, 2014). En cuanto a la mujer argentina la tendencia se puede adaptar a las diferentes estaciones climáticas, trajes de sastrería masculina para el invierno e indumentaria con tipologías

deportivas para el verano, las prendas para la mujer tienden a ser sueltas en la parte superior del cuerpo ocultando la silueta convirtiéndola en recta pero la parte inferior es por lo general ajustada, camisas y pantalones pitillos, las tipologías andróginas que más se utilizan son las de estilo *streetwear*, una mezcla entre los 80's y los 90's, el *glam rock* y el minimalismo, con una paleta de color monocromática que abarca desde blanco y negro hasta colores saturados y llenos de brillos, son prendas que con el estilismo adecuado pueden borrar la línea de diferenciación de los sexos, pero puede llegar a ser complicado por el estereotipo que presentan los programas de televisión de cómo es o como debería ser la mujer argentina.

### **5.5 Prendas masculinas**

Las prendas masculinas generalmente varían en cuanto al largo modular y estilo, son generalmente prendas que resaltan la masculinidad del hombre, una de las maneras en las que se puede obtener el estilo andrógino en los hombres es con una silueta delgada, pantalones con un corte *slim*, la paleta de color ayuda a que las prendas refuercen el estilo, pero hay quienes van un paso más allá y diseñan prendas como faldas o *short shorts*, un ejemplo de esto es el diseñador J.W Anderson que diseñó para la colección otoño/invierno 2013 vestidos, shorts y tops de corte *strapple*, tipologías muy atrevidas para el hombre pero que corresponden a una era en la que se busca lograr la igualdad de los sexos con ayudas del género masculino.

Los hombres colombianos y argentinos están lejos de usar tipologías como estas pero lo intentan al acercarse al utilizar *shorts* más cortos de lo que se ha visto a través del tiempo, pasaron de usar trajes de baño de pantaloneta larga un poco encima de la rodilla a mitad de muslo y ajustadas, la idea de usar este tipo de *short shorts* en el diario es difícil, no solo por el hecho de que algunos hombres no se sienten cómodos usando algo que expone las piernas las cuales han venido tapando con los pantalones por mucho

tiempo, sino porque ante la mirada juzgadora de la sociedad es casi imposible ponerse algo sin que se sienta afectada la confianza y seguridad de quien lo lleva puesto.

Por otro lado se encuentra la falda la cual si representa algo con mayor dificultad de aceptación por parte de la sociedad, es permitida debido a la representación cultural y religiosa que tiene para algunas personas y países, pero en occidente no lo es por lo que llevar una escandaliza a la sociedad, la falda es una de las tipologías que diseñadores y artistas reconocidos han intentado que se ponga de moda, pero el rotundo rechazo y la ridiculización por parte de la sociedad hacia ellos es tan mayor que no se ha logrado. Para contrarrestar esto, hay quienes le están usando como un método de apoyo al feminismo, un grupo de estudiantes y maestros fueron quienes llevaron a cabo esta idea pero como todo movimiento que busca tener un efecto de cambio fue rechazado, en casos como estos la sociedad tiene una doble moral, apoyan la idea de la igualdad de los sexos pero les parece que los hombres no pueden usar tipologías que consideran solo les corresponde llevar a la mujer.

Un acercamiento que tiene el hombre hacia el vestido es por medio de la camiseta, en los últimos años a variado su largo modular convirtiéndola en un vestido mini que utilizan los hombres para cubrir parte de la cadera cuando utilizan los pantalones de tiro bajo, tan bajo que muestran la ropa interior y la mitad de la cola, este tipo de tipología la llevan para mostrar una actitud despreocupada.

## **Capitulo 6. Moda andrógina: El nacimiento de una tendencia a partir de un quiebre social**

En el desarrollo del Proyecto de Graduación se ha hablado que la androginia apareció gracias a mujeres que no se conformaron con quedarse sentadas en su hogar atendiendo a sus hijos y esposos, grande sucesos como guerras y crisis económicas cambiaron el transcurso y vida de la sociedad, en este caso fue la Primera Guerra Mundial la que inicio el impulso en la mujer de querer libertad y para lograrlo debía tener una actitud masculina, su vestuario debía apoyar este nuevo estilo de vida y la indumentaria es una herramienta que permite la expresión de los individuos de una sociedad y gracias a ella se puede ver cuales eran y son los ideales de la época, antes de que la mujer tomara el rumbo que tomó, su indumentaria era demasiado estructural, no les permitía el libre movimiento además de esto mostraba que la sociedad pasaba por un buen momento económico, los estándares de belleza también lo reflejaban, dicho esto se puede corroborar el estado de un país por medio del estudio de la indumentaria de hombres y mujeres.

En el caso de la androginia, esta llegó porque las mujeres debieron ocupar los puestos de trabajo que los hombres tenían antes de ir a la guerra, pero con lo que no contaban era que la mujer se adaptara y no quisiera volver al papel de ama de casa, no solo con el trabajo tuviera libertad, deshacerse de las prendas que les aprisionaba el cuerpo fue un gran cambio y la indumentaria que debían utilizar para realizar los trabajos era todo lo contrario, la cintura ya no se marcaba, la idea era no acentuar el cuerpo, anhelaban tanto esa libertad que les dieron que lo demostraron por medio de su actitud e implementaron nuevos estilos de belleza.

El hombre por el hecho de haber nacido hombre tiene más posibilidades que la mujer, así que la mejor manera en que la mujer pueda tener oportunidades es pareciéndose lo más posible a el, la mujer siempre ha tenido la concepción de ser débil o lo que es peor aun

de ser tomada como un objeto, a medida que pasa el tiempo, la mujer ha cambiado esta concepción, el feminismo logro adoptar la tipología del pantalón como símbolo de lucha por la igualdad y desde que se logro ha permanecido constante en el armario de la mujer como lo fueron las faldas y vestidos en épocas pasadas, la androginia pudo haber empezado como un ideal y con cambio de tipologías pero el hecho de que no todos los textiles fueran usados por la mujer muestra la discriminación que se tenía, Coco Chanel ayudo mucho en el cambio de la mujer a través de la historia, diseñar prendas femeninas con *jersey* y tomar la chaqueta, prenda que el hombre siempre usaba y darle un cambio para que ahora la mujer lo utilizara, esta pequeña idea de diseño ha permanecido y se ha convertido en icono de la moda.

La igualdad de géneros que plantea la androginia es tan fuerte que se llega a borrar la línea de diferenciación de sexos, modelos y cantantes fueron ejemplo de esto, uno de ellos fue David Bowie con su alter ego Ziggy Stardust, llevó al espectador al asombro por la ambigüedad que mostraba, era difícil distinguir si era mujer u hombre, son pocas las personas las que nacen con esta ambigüedad, entre ellas esta la actriz Tilda Swinton conocida por la gran mayoría por tener un aspecto andrógino el cual le ha servido para interpretar papeles de hombre y de mujer con perfecta naturalidad, entre estos personajes esta el de un hombre llamado Orlando, el cual esta basado en la novela escrita por Virginia Wolf llamada *Orlando: A Biography*, esta novela a sido considerada importante en la historia de las mujeres escritoras y estudios de género, la autora habla directamente de las problemáticas que tiene ser mujer, de tener pocas o nulas oportunidades de dedicarse a labores que le pertenecen a los hombres, en ese tiempo es el der ser escritoras. De esta lucha por la igualdad de géneros y de personas que presentaban rasgos físicos que logran confundir a quienes los observan se crea una tendencia que representa esta ambigüedad, las tipologías son rectas para que la silueta del cuerpo de hombres y mujer sea igual, es una tendencia que favorece a personas que

son delgadas ya que entre menos atributos femeninos o masculino se vea es mejor para crear esa ambigüedad, la androginia hace que se valore a la persona por lo que es y no por su sexo.

Las tendencias de moda suelen surgir ante situaciones por las que está pasando una sociedad debido a circunstancias políticas y económicas, factores que siempre influyen en el desarrollo, todavía en pleno siglo XXI la mujer tiene desventajas laborales, es difícil que lleguen a ocupar puestos importantes en compañías por creerlas no aptas, con la indumentaria de sastrería masculina la mujer demuestra ese poder que tienen los hombres, esto no quiere decir que la mujer deje su lado femenino y se convierta en un hombre, pero el poder que tiene el traje en un cuerpo femenino es innegable, se ha explotado esta tendencia en la mujer y se sigue explotando lo que más se pueda, es una lucha de ella, pero los hombres están siendo atraídos, es también problema de ellos o de su interés que haya igualdad de géneros, el hombre es incapaz de mostrar sentimientos ante una sociedad que está juzgando todo el tiempo, su masculinidad está en constante cuestionamiento si presentan algún signo de debilidad, lo que genera que sean incapaces de expresarse.

A pesar de que la tendencia fue creada desde los años 20 fue hasta hace poco que se retomó debido a modelos como Andreja Pejic quien llegó al mundo de la moda debido a su inusual aspecto, la moda busca siempre experimentar y con ella lo logró, todo el mundo está hablando bien o mal pero lo hace, se generó un gran impacto en la sociedad la cual se sintió amenazada a pesar de que la sexualidad está en constante cuestionamiento, la llegada de Andreja impulsó a más personas a desafiar los estándares de belleza que la sociedad ha impuesto a través del tiempo (Moda Andrógina, 2014), tal vez uno de los que creo mayor escándalo fue el de una publicidad de Toyota en la cual aparecía una modelo caminando sensualmente de cabello rubio con ropa interior roja,

pero cuando se acerca al final de la publicidad la modelo gira para revelar su verdadera identidad, es un hombre con rasgos andróginos, era el modelo Stav Strashko, lo que pareció una buena publicidad para los dueños de Toyota a otros no les pareció la mejor y fue por el hecho de sentirse engañados, tal vez porque sintieron una atracción hacia esa persona al pensar que era mujer y ver que era un hombre fue inaceptable para ellos.

La tendencia andrógina hoy en día se ha retomado porque la sociedad esta buscando borrar la diferencia entre los géneros y aceptada un poco más las diferentes sexualidades de las personas, se podría decir que se quiere una era sin géneros en la que se centre la atención a la persona y la moda es una herramienta para llegar a ese fin, indumentaria de sastrería, camisas, pantalones y chaquetas son las que sobresalen a la hora de lograr esta fusión, la gama de color es cada vez mas amplia ya que los hombres se han estado arriesgando a llevar estampados llenos de colores y con elementos como las flores, los materiales también se incluyen en estas fusiones, sedas y paños conviven para reforzar el reflejo de lo que la sociedad hoy en día esta buscando.

### **6.1 Diferencias que permiten el desarrollo de la tendencia en Colombia y Argentina**

La moda en Colombia y Argentina ha tenido una gran influencia europea y estadounidense. Como se menciona en el capítulo pasado la política de Colombia de los años 50 impulso la industria textil con el cierre de importaciones, desde ese momento no ha parado de crecer, Coltejer y Fabricato son las dos grandes compañías que con procesos de innovación han logrado asistir a ferias internacionales donde los clientes tienen la oportunidad de ver los productos desarrollados por estas grandes textileras, la creatividad de los diseñadores junto con estos textiles de alta calidad han hecho que Colombia se convierta en un país referente de la moda internacional. Ferias como Colombia moda, el Circuito de la Moda de Bogotá, Plataforma K, Cali Exposhow y

Santander Fashion Week atraen al país diferentes diseñadores y personas especialistas en el campo industrial en busca de diseños creativos y textiles de buena calidad.

Este tipo de ferias en especial Colombiamoda le han dado la oportunidad a diseñadores de autor emergentes para que den a conocer sus trabajos al consumidor, pero no es solo gracias a las ferias que dan estas oportunidades, la política del país a ayudado a que esto sea posible creando decretos en los que se benefician la industria para ayudar al crecimiento generando trabajos, la disminución de las importaciones ha sido vital para que la producción se haya recuperado y los productos colombianos tengan la oportunidad que se merecen por el esfuerzo y la dedicación con la que han sido elaboradas.

En Colombia la mayoría de la población es católica, por lo que la iglesia y por lo tanto su opinión cuando se presentan cosas fuera de lo ordinario tiene un gran peso en ella, la idea de la igualdad de géneros será apoyada por algunos pero la tendencia de borrar la línea de diferenciación sexual entre hombres y mujeres por medio de la indumentaria no va a estar completamente bien recibida, la sociedad colombiana es conservadora, así que cualquier ruptura con lo que se considera tradicional y este dentro de los estándares de lo que es considerado normal genera inconformidad, de a poco la sociedad se ha ido acostumbrando gracias a los jóvenes diseñadores que se han arriesgado a darle un nuevo giro a la moda, de crear prendas que poseen mayor significado, que detrás de ellas hay algo más que comercio, los nuevos diseñadores entienden a la perfección que la moda es un modo de expresión y explotan este nuevo concepto, lo mismo sucede con el consumidor, quienes entienden que es un medio por el cual se pueden expresar lo hacen sin miedo a lo que piensen los demás porque esta demostrando quien es; los últimos cinco años han sido los que más cambios ha tenido la sociedad pero todavía le falta para llegar a aceptar y ser más receptivos a los cambios que cada vez se presentan más rápido.



Por otro lado Argentina es una sociedad que se presenta mucho más liberal, pero a pesar de esto la mujer no ha sido lo suficientemente libre para aceptar nuevos cambios y se arriesgue en cuanto a moda, los diseñadores jóvenes emergentes entienden las necesidades de la juventud y crean piezas vanguardistas que encajan con la personalidad, en ellas se puede ver cosas diferentes, osadas, las cuales son generalmente preferidas o se busca tenerlas de referencia pero por temor las personas todavía no son capaces de llevarlas o son muy pocas quienes lo hacen, a pesar de ser una sociedad más liberal todavía hay temor de ser juzgados por lo que deciden permanecer en un estado seguro, un ejemplo de ello es seguir las tendencias de acuerdo a la buena recepción que estas tienen, por esta razón también es que se ve la moda en masas y una uniformidad en las personas. La crisis por la que atraviesa el país influye enormemente en su sociedad, un ejemplo de ello es la situación económica, debido a la poca oportunidad laboral los estudiantes de diseño de indumentaria se están arriesgando al crear su marca y cambiar la moda del país.

Buenos Aires tiene una influencia cultural fuerte, la dedicación del país hacia la cultura es de gran ayuda para el desarrollo de los diseñadores, las diferentes actividades que promueven la ciudad sirven para el crecimiento intelectual de las personas lo cual genera que sean más receptivos, Ciudad Emergente es uno de ellos, las personas, especialmente los jóvenes tienen la oportunidad de explorar y experimentar con el arte y el entretenimiento por aproximadamente una semana y el hecho de que sea gratuito tiene mayores beneficios porque todos pueden disfrutarla, son actividades como estas las que promueve Buenos Aires y eventos como el BAFWEEK (Buenos Aires Fashion Week) que sirven como plataforma para que diseñadores locales y diseñadores de autor que tienen algo que aportar para que la moda argentina sea conocida internacionalmente, es una semana en donde solo se respira y ve moda, las tendencias que se imponen para cada

temporada, los organizadores saben que el futuro esta en la juventud y por esto impulsan a demostrar su talento.

Más que diferencias son diferentes medios en los que los diseñadores tienen apoyo de ferias y organizaciones que saben sobre moda y reconocen la labor de lo que crean, es importante que en cada país y cada diseñador valore la identidad del lugar al que pertenece y que sea parte de un cambio que no solo lo beneficie a el sino al desarrollo del país, Colombia y Argentina son países que con una historia difícil han logrado salir adelante gracias a personas que se dedican a serlo mejor, todavía tiene barreras que debe cambiar para que la sociedad sea abierta y receptiva hacia los cambios, el producto nacional tiene gran valor, no solo por la calidad que presenta sino porque tiene un valor sentimental agregado que es mucho mayor. Son países en los que la moda se esta abriendo un camino más amplio, el diseñador sabe representar lo que el consumidor quiere y estos consumidores están entendiendo que para que el país tenga futuro debe apoyar a los diseñadores jóvenes que tienen mucho por ofrecer.

## **6.2 Factores que permiten el desarrollo de la androginia**

El factor más importante que permite que se desarrolle la androginia es la sociedad, de ella depende que los ideales que se quieren buscar se conviertan en algo real, pero es difícil porque la sociedad esta acostumbrada a que se tenga una diferencia sobre todo cuando se trata de poder y la mayoría no esta acostumbrada a que una mujer tenga más que el hombre, pero a pesar de esto la androginia se esta dando con la llegada de al poder de algunas de ellas, estas mujeres tienen un puesto que era impensable que lograran obtener ya que son asociadas con el hombre (Dannemann, 2015). La igualdad se ha estado buscando desde hace mucho tiempo y se han obtenido resultados significativos como el simple hecho del derecho al voto, todavía falta mucho camino para que se acepte y se rompan las barreras de la discriminación, de pensar que si una mujer

sabe lo que quiere y trabaje duro para conseguirlo se le etiquete como mandona, a veces solo con frases en las que se esta denigrando el hecho de ser mujer ha tenido efectos en las mujeres y su seguridad a medida que crece va disminuyendo.

La educación es otro factor que influye, si desde pequeños se les enseña a los niños y niñas que los dios tienen las mismas oportunidades sin importar el genero crecerán creyendo que todo es posible, algunas mujeres en el transcurso de la educación han mostrado interés por áreas de ciencias y construcción pero al constante bombardeo de la sociedad de decirle que tenga cuidado, que no haga cosas que puedan ensuciar el vestido que lleva, que no es capaz de manejar herramientas, la han denigrado, los padres y profesores tienen la responsabilidad de apoyar a niñas y niños y decirles que todo es posible, se habla mucho de igualdad de género pero como se ha mencionado, la androginia es el estado ideal que una persona puede tener, poseer cualidades femeninas y masculinas lo pueden llevar al éxito debido a que se sabe desenvolverse ante cualquier situación que se le presente.

La moda sirve para comunicar y manipular a los individuos, cuando la sociedad esta regida por normas y valores, la forma de vestirse dicta lo que esta correcto, cuando una madre y padre sabe que están esperando un niño desde antes de nacer ya le están implementando normas al elegir un color que representa su género, el azul es concebido como el color de los hombres y el rosa de las mujeres, la actitud al igual que los modales también son impuestas (Leaper, 2014). Se habla con mayor fuerza de la mujer porque es ella la que menos beneficios y oportunidades tiene a pesar de que se haga creer que es mentira, campañas y videos buscan que se tenga más apoyo a esta causa, la misma causa que empezó en los años 20, solo que ahora se pide el apoyo y ayuda de los hombres, es la sociedad la que tiene el poder de decidir si una tendencia es viable o no, es de sus necesidades que aparecen.

El rol de ambos sexos se ha estado cruzando, era impensable que el hombre se encargara del hogar, su lugar era estar en una oficina trabajando para suministrar lo necesario para su familia, a esto se refiere con el cambio de rol, la mujer es la que trabaja y el hombre el que se queda cuidando del hogar. La moda toma este cruce de roles y lo transmite a la indumentaria, es un pequeño reflejo de toda la historia e ideales, los diseñadores tienen un método para captar esto y plasmarlo en la prenda; la tecnología es un factor importante y esta influye en la vida de las personas gracias a esta se sabe que pasa en el mundo, al tener más conocimiento de lo sucede y la facilidad en la que las personas pueden conocer otras culturas se sigue tienen una gran influencia europea y norteamericana, los diseñadores toman inspiración en lo que esta sucediendo en estos lugares y la modifican para que sea llevada en por la sociedad latinoamericana, las tipologías que se desarrollan y crean presentan variaciones pero el concepto se sigue conservando, la idea es que el genero se difumine y para esto se toman tipologías de ambos sexos, la sastrería es un elemento que sirve para lograr esto en las mujeres ya que fue utilizada en los hombres por mucho tiempo, la idea es que se vea una mujer fuerte, segura y que sus atributos femeninos no sean notorios, que se borre la silueta, los colores neutros acentúan este ideal en las mujeres, en el caso de los hombres las siluetas rectas siempre van a estar presentes pero el largo modular de algunas de ellas como las camisetas están llegando a parecerse a los vestidos, los colores saturados y estampados florares ahora están haciendo parte de su vestuario, son elementos femeninos que se están integrando a ellos y conviviendo, la androginia es más fácil de aceptar para la juventud ya que son ellos quienes están estableciendo los nuevos estereotipos de la sociedad y aceptando los nuevos roles que se están presentando.

### 6.3 El ser andrógino como estereotipo

El estereotipo de una persona andrógina representa algo más psicológico que físico, es tener las cualidades del hombre y la mujer en un solo cuerpo de esta manera la persona se podrá desenvolver fácilmente en cualquier situación, este tipo de persona vive una vida más fácil y exitosa. No es tan sencillo como parece, el hombre tendría que acercarse y ser capaz de expresar sus sentimientos cuando la situación lo requiere, estar en contacto con su lado femenino, mientras que la mujer no puede dejar que estos lo gobiernen.

La moda plantea esto en los diferentes rubros, cada una con las tipologías que corresponden, en el caso de *pret-a-porter*, son siluetas de sastrería delgadas con colores neutros y variando la paleta entre cálidos y fríos, junto con estampados en el caso de la indumentaria para hombre, el *streetwear* se basa en prendas sueltas y en agregar capas, una combinación entre *grunge* y el minimalismo de los 90's con el fin de disimular la silueta, es más común ver la silueta y las tipologías del *streetwear* que del *pret-a-porter*, en Colombia y Argentina se ha dado el estilismo del *grunge* gracias a modelos como Cara Delevingne que impusieron prendas anchas, capas en la parte superior, un look descuidado complementado con el cabello desordenado y un *beanie* ocultando los malos días de cabello.

Las siluetas se han estado adaptando a las necesidades de las personas, a la sociedad, la del siglo XXI esta borrando las barreras de los géneros, esta afrontando nuevas sexualidades, quienes le hacen frente a los cambios se sienten más seguros al hacer porque siente una respuesta positiva y siente que debe servir de apoyo para quienes lo quieren hacer, las tipologías a través del tiempo presentan cambios que se acoplen a la sociedad, el estilismo *grunge* que es el que más acogida ha tenido en Colombia y Argentina consta de prendas, básicas como el jean, la camiseta, camisa y chaqueta,

gracias a que su estilismo es de ropa ancha y capas es fácil lograr ocultar la silueta de la persona, por otro lado esta el *pre-a-porter* en donde las prendas que son derivadas de la sastrería tienen el mismo fin, ocultar la silueta, es por el poder que le da a la persona este tipo de tipologías y su facilidad para adaptarla que es elegida.

En los diferentes rubros que se plantea la androginia hay elementos que se caracterizan, tipologías que se explotan más dependiendo de la manera y el estilo en la que la androginia de la persona se desarrolle, la silueta que se debe respetar es siempre la recta, la idea es disimular la silueta del cuerpo femenino y masculino y esto se logra con la silueta recta ya que no se adhiere al cuerpo, el diseño puede variar generando puntos de tensión en diferentes lugares del cuerpo para que el ojo de quien esta observando se vaya hacia otro lado si es que es imposible llegar a esconder la silueta de la persona, el juego de volúmenes es otro elemento que sirve para crear un ser andrógino, las tipologías como la chaqueta, el pantalón y la camisa son esenciales, cada una de ellas presenta variaciones dependiendo del concepto que se tenga en unión con la androginia, la sastrería masculina es un rubro que se utiliza para cambiar el estilo de la mujer, al tener materiales pesados hace que le de un imagen fuerte a quien lo este usando, por eso era prenda exclusiva para los hombres, reflejaba autoridad y poder, características que está adquiriendo la mujer y esta haciendo propias, los diseñadores se han apropiado del traje y le han agregado elementos como el color en tonos vibrantes que caracterizan la feminidad pero no han dejado de lado la silueta recta, la idea es que haya una convivencia entre dos elementos que son relacionados como opuestos.

La androginia le permite a hombres y mujeres utilizar prendas que no corresponden a su sexo y jugar con ellas creando un estado neutro, el hombre esta adquiriendo nuevas prendas en su armario o por lo menos una variación de las que ya poseen, los *short shorts* y vestidos son un ejemplo de esto, son prendas que reflejan la personalidad de la

persona o son llevadas dependiendo de la situación en la que se encuentre la persona, las camisas con un largo modular por debajo de la cadera es una prenda que esta tomando fuerza entre los hombres jóvenes, a pesar de que tiene un fondo femenino ellos lo usan como algo masculino y urbano, ahora lo deportivo se esta mezclando con el *pret-a-porte*, el hombre andrógino puede llevar dos tipos de siluetas, por un lado esta la recta que no muestra la forma del cuerpo, en donde la ilusión toma un rol importante y por le otro lado esta la silueta ajustada, orgánica, horna el cuerpo del hombre pero solo parte inferior, los pantalones muestran la forma de las piernas así como lo hacen en la mujer.

La juventud maneja la androginia como un estado de rebeldía y de descubrimiento personal, en esta etapa experimentan con la sexualidad buscando en donde encajar, la androginia tiene un fuerte vinculo con la orientación sexual debido a que la ambigüedad que presentan las personas confunde a quien esta observando, la característica principal del ser andrógino es que sea valorada la persona por lo que es y no por su sexo, esta es una frase que se repite pero es porque es la esencia del ser lo que se debe apreciar, las cualidades y fortalezas, como se desempeña en la realización de una trabajo por las capacidades, hombres y mujeres tienen desventajas por pertenecer a un sexo, pero esto es que la androginia es considerada como el tercer genero.

En Colombia y Argentina la juventud esta estableciendo sus reglas, a pesar de que el gobierno trate de prohibir o negar cierto tipo de cosas como los nuevos roles y los nuevos tipos de género que están surgiendo ellos no van a impedir que las cosas cambien, son ellos los que están imponiendo una evolución en la sociedad y un tipo de convivencia en donde la persona es la que importa, la moda tiene un papel importante en esta expresión, gracias al constante desarrollo y oportunidades que se están presentando para los diseñadores los usuarios tienen más oportunidades para desarrollarse como persona y demostrar esto a través de la indumentaria que deciden llevar, la ropa es un factor

importante en el momento de descubrir la identidad, es con ella que la persona sabe cual es su rol en la sociedad y como decide mostrarlo. Inconscientemente están implementando la androginia en lo psicológico, demostrando que todos pueden hacer lo que deseen si es lo que quieren, que hombres y mujeres valen lo mismo, que ambos pueden hacer el trabajo del otro, el rol que desarrollen no debe estar catalogado por su genero sino por las habilidades que tiene y demuestra



## **Conclusiones**

La androginia es una tendencia que posee bastante historia, de ella surgieron movimientos a favor de los derechos de las mujeres, ya que tiene un fuerte significado psicológico y propone un comportamiento ideal para las personas en la que conviven hombres y mujeres en un solo ser, el ser andrógino. Este ser andrógino es la representación de ambos géneros ya que posee características y rasgos de cada uno y están representados en una sola persona, es un ser neutro que tiene la capacidad de vivir en ambos mundos y desarrollarse satisfactoriamente.

En los años 20 debido al periodo que vivieron como consecuencia de la Primera Guerra Mundial la mujeres sufrieron un gran cambio en sus vidas, ya no se encargarían más del hogar, su labor era ahora ayudar al país y reemplazar a los hombres en trabajos como fabricas ya que ellos estaban en la guerra; en este periodo la mujer descubrió lo que era ser hombre y todos lo beneficios con los que contaban, la actitud de la mujer hacia la vida cambio querían tener la misma posición que los hombres frente a diversos temas, uno de ellos era la sexualidad, el poder de decidir y elegir con quien estar sin tener un compromiso al matrimonio; los hombres no las intimidaban y eso lo dejaban claro, la androginia no solo se hizo presente en el actuar de la persona, la indumentaria complementaba este nuevo pensamiento y respaldaba la actitud de las mujeres con vestidos que les permitía el movimiento y que les ocultaba la silueta, los accesorios también hicieron parte de esto y reforzaba aun mas el ideal.

A partir de ese momento la indumentaria comenzó a ser reflejo de los pensamientos de la sociedad, de las necesidades que esta quería y también de lo que estaba en contra, era un modo de protesta para cuando se necesitaba y de un estilo de vida, las personas vieron en la moda un modo para desarrollar su personalidad y hacerse mostrar al mundo, decir así es como soy, esto es en lo que creo, así quiero ser y no me importa.

Los diseñadores hicieron parte importante de este desarrollo ya que ellos supieron entender lo que se necesitaba y lo que quería la gente, esto lo plasmaron en prendas, colecciones en donde cambiaron de usuario prendas que eran consideradas exclusivas para cada género, Coco Chanel fue una ellas, tomo prendas y elementos que pertenecían a la indumentaria masculina y las renovó convirtiéndolas en piezas icónicas y altamente reconocibles en el rubro femenino, otro diseñador que tuvo un rol importante en el cambio de la mujer fue Paul Poiret, el libero a la mujer de la opresión del corsé una de las prendas más incómodas ya que les oprimía el pecho, esta prenda la usaban muy ajustada al punto de hacer desmayar a quien la llevaba; supieron cuando tocaba hacer el cambio y se necesitaba, muchas veces la sociedad se escandalizaba y no lo aceptaba, para suerte de unos sus creaciones a pesar de generar tantas repercusiones al final terminaba siendo aceptada y lograba éxito, otros llegaron a ser censurados.

En diferentes épocas la androginia apareció y su significado variaba como se ha mencionado dependiendo de las necesidades de la época, muchas veces esta se perdía y solo era un look, un estilo o tendencia superficial que solo difuminaba la línea de diferenciación de los géneros, en los años 80 se presento lleno de brillo y excentricidad David Bowie era ejemplo de esto con su alter ego Ziggy Stardust, aprovecho sus rasgos y jugo con la indumentaria femenina y maquillaje, por otro lado la androginia de los años 90 tenia como protagonismo la simplicidad, líneas rectas que creaban siluetas rectangulares y ocultaban la forma del cuerpo, la mujer de esta poca era delgada, tenia el cuerpo de un adolescente y la actitud pasaba desapercibida.

En este Proyecto de Graduación se puede ver como un pensamiento se convierte en tendencia de moda y esta a la vez se ve reflejada en diferentes aspectos como la psicología, la sexualidad y un ideal de género, las tipologías que se desarrollan o varían en las tendencias presentan un significado que apoya esos ideales, un ejemplo de esto

es el pantalón que se convirtió en símbolo hacia la búsqueda de la igualdad por parte de las mujeres, el objetivo de ser creadas solo para cubrir el cuerpo y protegerla cambio cuando se les creó un nuevo significado.

El enfoque del trabajo es la androginia en Colombia y Argentina, bajo que factores se puede desarrollar la androginia como tendencia y como psicología, como tendencia y propuesta de ser ha tenido mayor desarrollo en Norteamérica y Europa, siendo estas dos las principales potencias de moda es natural que Colombia y Argentina estén influenciadas por ellas; la política y economía de ambos países han permitido un mejor desarrollo en el sector industrial de textiles y en ferias como Colombiamoda organizada por Inexmoda y el BAFWEEK en Argentina, los diseñadores tienen más oportunidades para que puedan crear sus marcas y ser conocidos, este tipo de plataformas son una herramienta en donde los diseñadores muestran quienes son y cual es su identidad, y es esta precisamente la que tiene un papel importante en el diseño, los diseñadores sienten una responsabilidad de que se conozca los valores y costumbres de cada país.

Que la política haya apostado por la industria del país a pesar de haber firmado un TLC (Tratado de Libre Comercio) donde entran productos internacionales muestra que el diseño tiene futuro y la sociedad se está abriendo a esto, cada vez se aceptan más los diseños vanguardistas que rompen con la cotidianidad y la monotonía, el consumidor está aprendiendo como es el mundo de la moda, el cambio de tendencias y las diferentes propuestas que se crean en cada temporada; Colombia al estar ubicada sobre la línea del ecuador no presenta estaciones climáticas, cada región del país presenta tiene un clima diferente por lo que el cambio de temporadas no está muy presente a diferencia de Argentina donde sí se presentan las diferentes estaciones y la moda se rige de acuerdo a estas.

Buenos Aires tiene una gran oferta cultural la cual le sirve a las personas para nutrirse e inspirarse para crear diseños y colecciones, la sociedad argentina es más liberal debido a esto, su nivel cultural es amplio gracias a la interacción constante con personas de otros países, esto hace que la mente se expanda y sea receptivo hacia lo nuevo, pero por otro lado le falta seguridad, las mujeres argentinas son de personalidad fuerte, pueden convivir con cualidades masculinas y femeninas pero temen cuando se trata de experimentar con la indumentaria esto hace que entren en una zona de confort y se vea una uniformidad en cuanto a estética.

A pesar de que la tendencia haya sido propuesta y desarrollada desde los años 20 todavía se esta desarrollando, a pesar de las diferentes oportunidades que presenta Colombia en diseño es un país conservador que tiene más dificultades para que la androginia se desarrolle como sexualidad y psicología, en cuanto a moda ambos países tiene las mismas influencias, gracias a almacenes como Zara que hacen un estudio de lo que se ve en las pasarelas, lo que se esta llevando en la calle para cada temporada, lo modifican y lo producen en bajo costo para que se pueda comprar están aprendiendo a seguir las tendencias y estar más pendiente de la moda, la tecnología y la facilidad de ir a otros países también ha facilitado que se conozca lo que sucede en ciudades como Nueva York, Londres y Paris donde la moda tiene un papel importante en la vida de las personas y tiene más desarrollo y aceptación.

El primer acercamiento de la moda andrógina en Colombia y Argentina fue a través de la indumentaria deportiva en donde priman las prendas sueltas, amplias y la comodidad es el principal objetivo, al tener este tipo de prendas la silueta de quien lo lleva se borra, individualmente tipologías como la chaqueta, el pantalón y las camisas han estado siempre presentes, el look de la mujer se ha masculinizado con diferentes tendencias como la militar hasta la más reciente de utilizar prendas deportivas con formales, las

tipologías que han presentado un cambio de usuario ahora hacen parte esencial de la indumentaria de cada uno, hoy en día las prendas femeninas están introduciéndose en la masculina con la variación de los largos modulares, las camisas son cada vez más largas llegando a parecerse al vestido de la mujer, el hombre se esta arriesgando a utilizar colores y estampados con diversos elementos femeninos, una de las prendas que más a mostrado audacia son los *short shorts* al dejar más al descubierto la pierna del hombre, su largo llega hasta la mitad del muslo.

Los diseñadores jóvenes de cada país están optando por la moda vanguardista que refleje lo que son y como creen que debe ser la sociedad hoy en día donde todo esta cambiando constantemente, son ellos quienes se atreven a cambiar los estereotipos que existen, les gusta jugar con las siluetas opuestas y crear drama, ahora es momento de que el consumidor se arriesgue a llevar prendas que demuestren un ideal y les genere confianza, la androginia puede dar crear esto en aspectos estéticos en cuanto a indumentaria.

Ambos países tienen grandes oportunidades para que las capitales sean reconocidas como gran influencia en la industria de la moda y esto es lo que ha venido sucediendo, los diseñadores sienten una responsabilidad de que la identidad de su país sea conocida mundialmente y que vean que tiene cada uno para ofrecer y que la industria nacional puede competir con las importantes capitales de la moda es cuestión del consumidor de cada país arriesgarse y creer en el producto nacional que se esta ofreciendo, la androginia se puede desarrollar en estos países gracias al cambio por el que esta pasando, cada vez cambia el rol de las personas y ahora se enfocan en trabajos que no habían pensando y lo demuestran por medio de la indumentaria, elementos de cada uno se están uniendo y conviviendo.

## Lista de referencias bibliográficas

1205. (2014). *About*. Disponible en: <http://www.1205.eu/about/>
- Acosta, C. (28 de octubre de 2011). *La mujer en los felices años 20*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://artssandcraftss.blogspot.com.ar/2011/10/la-mujer-en-los-felices-anos-20.html>
- Adorno, T. 1983. *Teoría estética*. Madrid. Ediciones Orbis, S.A
- Aguíñiga, C. Y Sebastian, J. (1987). *Entrevista a Sandra Bem*. Revista Estudios de Psicología, 32. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=65997>
- Alexander, Ella. (2013, 6 de marzo). *David Bowie Style File*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.vogue.co.uk/spy/celebrity-photos/2013/03/06/david-bowie-style-file---fashion-history-in-pictures>
- Baudot, F. (2008). *La moda Del siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili
- Basye, A. (2010). *Saint Laurent introduces "Le Smoking" and chages womenswear forever. The story behind the styles*. Disponible en: <http://onthisdayinfashion.com/?p=3750>
- Burin, M y Dio Bleichmar, E. (1996). *Género, psicoanálisis, subjetividad*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF
- BG Magazine. (2013). *072 Androgina*. [revista online]. Disponible en: <http://www.bgmagazine.com/index.php/es/072-androgina>
- Carney Smith, Jessie. (1996). *Notable Black American Women, book 2*. Detroit: Gale Research. Disponible en: <https://books.google.com.ar/books?id=ssMBzqrUpjwC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Casas Di Nardo, Mariano. Recuperado el 19/07/2015. Disponible en: <http://www.conexionbrando.com/1419820-seducion-androgina-lo-masculino-y-femenino-en-un-mismo-estilo>
- Chanel. (2013). *Inside CHANEL – The Jacket*. [Video] Paris. Disponible en: <http://inside.chanel.com/en/jacket/video>
- Corraze, J. (1997). *La homosexualidad*. Mexico: Publicaciones Cruz O.S.A.
- Echavarren Welker, R. *Arte andrógino: estilo versus moda en un siglo corto*. Buenos Aires: Ediciones Colihue S.R.L. Disponible en: <http://books.google.com.co/books?id=1aMnHEtjZMMC&pg=PA37&lpg=PA37&dq=estereotipo+androgino&source=bl&ots=SxLmb2cC6H&sig=X5aFwUDJ9O4j55yZykB7zqiRNs0&hl=en&sa=X&ei=dAYiVPDPLc21ggS6rYL4CA&ved=0CDoQ6AEwAw#v=onepage&q=estereotipo%20androgino&f=false>
- Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, SL

- El estilo de Boy George*. (12 de agosto de 2013). [posteo en blog]. Disponible en: <http://luiferiga.blogspot.com.ar/2013/08/el-estilo-de-boy-george.html>
- El secreto encanto de la moda masculina para la mujer*. (2014). Bogotá. Revista Fucsia. Disponible en: <http://www.fucsia.co/moda/tendencias/galeria/coleccion-eriko-by-david-alfonso/57710#.VIhZVYu8uE5>
- Eliade, M. (1984). *Mefistoles y el andrógino*. Barcelona: Editorial Labor. Citado en: Perez Rojas, L.B y Mesa Franco, A.L (2008). *Andros y Gyne: Lo inevitable del nuevo milenio*, Revista CES psicología, 1 (2). Disponible en: <http://revistas.ces.edu.ci/index.php/psicologia/article/view/82>
- Erika, un hombre en la pasarela*. (4 de agosto de 2012). Disponible en: <http://www.kienyke.com/tendencias/erika-un-hombre-en-la-pasarela/>
- Fin del corsé: moda en la primera guerra mundial* (2008) [posteo en blog]. Disponible en: <http://souplecouture.blogspot.com.ar/2008/12/fin-del-cors.html>
- Gordart, F. (2012). *Sociología de la moda*. Buenos Aires. Edhasa
- Gonzales, B. (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el genero*. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, 12. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=262537>
- Gil Mártil, V. A. (2009) *Coolhunting. El arte y la ciencia de descifrar tendencias*. Barcelona. Ediciones Urano, S.A
- Heilbrun, C. (1998). *El genero y su clase*. Citado en: Pérez Rojas, L.B y Mesa Franco, A.L. (2008). *Andros y Gyne: Lo inevitable del nuevo milenio*, Revista CES psicología, 1 (2). Disponible en: <http://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/82>
- Huisman, D. (2014). *La estética*. Recuperado en: [http://books.google.com.co/books?id=OclV39\\_Elo0C&pg=PA7&dq=que+es+estetica&hl=en&sa=X&ei=PGcYVle\\_G8XCsATR-4KYBw&ved=0CEwQ6AEwBDgK#v=onepage&q=que%20es%20estetica&f=false](http://books.google.com.co/books?id=OclV39_Elo0C&pg=PA7&dq=que+es+estetica&hl=en&sa=X&ei=PGcYVle_G8XCsATR-4KYBw&ved=0CEwQ6AEwBDgK#v=onepage&q=que%20es%20estetica&f=false)
- Husain, Mishal. (7 de Octubre, 2013). *Malala: The girl who was shot for going to school*. Disponible en: <http://www.bbc.com/news/magazine-24379018>
- JP. (8 de febrero de 2011). *The original "it" girl of the 1920s/The allure of Louise Brookes*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://selvedgeyard.com/2011/02/08/the-original-it-girl-of-the-1920s-the-allure-of-louise-brookes/>
- Kaufmann, B. (6 de enero de 2010). *El verdadero Michael*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://mjinterior.blogspot.com.ar/2010/01/michael-y-androginia.html>
- Kavounas Taylor, Alice. (2013). *Pensamiento estratégico para creativos publicitarios*. Barcelona: Promopress
- Kiger, Patrick. ( 8 de junio 2014). *The 90s: Culture*. Disponible: <http://channel.nationalgeographic.com/the-90s-the-last-great-decade/articles/the-90s-arts-and-culture/>
- Kiger, Patrick. (8 de junio 2014). *The 90s: Music*. Disponible:

<http://channel.nationalgeographic.com/the-90s-the-last-great-decade/articles/the-90s-music/>

Lennox, A. (14 de marzo de 2011). *Grazia Daily meets Annie Lennox*. Disponible en: <http://www.graziadaily.co.uk/fashion/archive/2011/03/14/grazia-daily-meets-annie-lennox.htm>

Leaper, Campbell. (2014). *La socialización de género en los niños por parte de los padres*. Disponible en: <http://www.encyclopedia-infantes.com/sites/default/files/textes-experts/es/2504/la-socializacion-de-genero-en-los-ninos-por-parte-los-padres.pdf>

Leitch, Luke. (17 de octubre, 2012). *Sarah Douckas of Storm Modeling Agency: The Beauty spotter*. Disponible en: <http://fashion.telegraph.co.uk/article/TMG9612228/Sarah-Doukas-of-Storm-Modeling-Agency-The-beauty-spotter.html>

Lopez, M.I. (15 de mayo de 2013). *Masculino, Femenino, Etc.* [posteo en blog]. Disponible en: <https://psysabel.wordpress.com/tag/androginia/>

Luo Lv y Zhang Huiguang (2007). *Jeans*. Barcelona: Editorial Monsa

Luna Montaña, I. (2003). *Androginia y Postmodernismo: Una aproximación desde la Psiquiatría*. Disponible en: [http://www.psiquiatria.com/tr\\_personalidad\\_y\\_habitos/sexuales\\_trastornos/androginia-y-postmodernismo-una-aproximacion-desde-la-psiquiatria/](http://www.psiquiatria.com/tr_personalidad_y_habitos/sexuales_trastornos/androginia-y-postmodernismo-una-aproximacion-desde-la-psiquiatria/)

Miguel, P. (2014). *El diseño de autor que se hizo industria*. Buenos Aires. Brando. Disponible en: <http://www.conexionbrando.com/1434174>

Milá Rodríguez, E. (16 de octubre de 2010). *El Andrógino: los dos sexos en un solo ser*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://info-krisis.blogspot.com.ar/2010/10/el-androgino-los-dos-sexos-en-un-solo.html>

*Moda andrógina*. (2015). Disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/moda-androgina/>

Molinero, M. (3 de Octubre de 2013). *Mariano Fortuny: el genio olvidado* [posteo en blog]. Disponible en <http://www.mujerhoy.com/corazon/paparazzi/mariano-fortuny-genio-olvidado-746351102013.html>

Montero Manglano, C. (15 de septiembre de 2010). *Paul Poiret y la liberación de la mujer* [posteo en blog]. Disponible en: <http://carlamontero.wordpress.com/2010/09/15/paul-poiret-y-la-liberacion-de-la-mujer/>

MTV Launches. (2009). Disponible en: <http://www.history.com/this-day-in-history/mtv-launches>

Platón. *El Banquete*. (2014). Recuperado en: [http://www.edu.mec.gub.uy/biblioteca\\_digital/libros/P/Platon%20-%20El%20Banquete.pdf](http://www.edu.mec.gub.uy/biblioteca_digital/libros/P/Platon%20-%20El%20Banquete.pdf)

Perales, K. (3 de julio de 2013). *Revolución cultural de los años 80s*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://suite101.net/article/revolucion-cultural-de-los-anos-80s-a63280#.U5fvuha8uE5>



- Pérez Rojas, L.B y Mesa Franco, A.L. (2008). *Andros y Gyne: lo inevitable del nuevo milenio*, Revista CES psicología, 1 (2). Disponible en: <http://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/82>
- Posada, J. (2010, 29 de abril). *100 años de moda*. Bogotá. El Tiempo. Disponible en: <http://e.eltiempo.com/media/produccion/dk100/pdf/smoda100.pdf>
- Rad Hourani. (2014). *About*. Disponible en: <http://www.radhourani.com/pages/about>
- Rivière, Margarita. (1996). *Diccionario de la moda. Los estilos del siglo XX*. Barcelona: Grijalbo.
- Robledo Velez, Jairo y Castillo Garzón, Julio Daniel. (2005). *Resignificación de la masculinidad en un grupo de discusión conformado por hombres en la ciudad de Pereira*. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/medicina/tesis31.pdf>
- Rocha Sanchez, T. (2009). *Desarrollo de la identidad de Género desde una Perspectiva Psico-Socio-Cultural: Un recorrido conceptual*. Revista interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology. 43 (2). Disponible en: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v43n2/v43n2a06.pdf>
- Saltzman, Andrea. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2011). *Historia de la moda Argentina*. Buenos Aires. Editorial Planeta S.A.I.C
- Seeling, Charlotte. (2000). *Moda. El siglo de los diseñadores 1900-1999*. España: Könemann
- Silvestre, G. (julio 2011). *Los ídolos musicales de los 80 como influencia estética en la moda*.
- Schefer, D., Chahine, N., Jazdzewski, C., Lannelongue, MP., Mohrt, F., Rousso, F., Vormese, F. (2006). *La belleza del siglo, Canones femeninos en el siglo XX*. Barcelona
- Tovar Santilla, O. (17 de octubre de 2011). *Historia de la sastrería femenina*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://sastreriefemenina.blogspot.com.ar/2011/10/losorigenes-de-la-sastreria-femenina-se.html>
- The flapper: The Heroine or Antagonist of the 1920s* (27 de abril de 2007). Disponible en: <https://wikis.nyu.edu/ek6/modernamerica/index.php/AmericanPowerAndCulturalHegemony/1920sNewWoman#footnote4>
- Viste la calle. (8 de agosto de 2011). *Las tendencias para el 2013 según la WGSN*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.vistelacalle.com/46325/las-tendencias-para-el-2013-segun-la-wgsn/>
- Vogue (2014). *¿El o Ella?*. [revista en línea]. Recuperado en: <http://www.vogue.es/belleza/articulos/el-o-ella/4566>

Wildfang. (2014). *About Us*. Disponible en: <http://www.wildfang.com/about-us>

Worsley, H. (2011). *100 Ideas que cambiaron la moda*. Barcelona. Art Blume, S.L

## Bibliografía

1205. (2014). *About*. Disponible en: <http://www.1205.eu/about/>
- Acosta, C. (28 de octubre de 2011). *La mujer en los felices años 20*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://artssandcraftss.blogspot.com.ar/2011/10/la-mujer-en-los-felices-anos-20.html>
- Adorno, T. 1983. *Teoría estética*. Madrid. Ediciones Orbis, S.A
- Aguñiga, C. Y Sebastian, J. (1987). *Entrevista a Sandra Bem*. Revista Estudios de Psicología, 32. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=65997>
- Alexander, Ella. (2013, 6 de marzo). *David Bowie Style File*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.vogue.co.uk/spy/celebrity-photos/2013/03/06/david-bowie-style-file---fashion-history-in-pictures>
- Baudot, F. (2008). *La moda Del siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili
- Basye, A. (2010). *Saint Laurent introduces "Le Smoking" and chages womenswear forever. The story behind the styles*. Disponible en: <http://onthisdayinfashion.com/?p=3750>
- Bikendi gonzalez, E. [poste en blog]. Disponible en: <http://historiasderock.es.tl/Grace-Jones.htm#biografia>
- Burin, M y Dio Bleichmar, E. (1996). *Género, psicoanálisis, subjetividad*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF
- BG Magazine. (2013). *072 Androginia*. [revista online]. Disponible en: <http://www.bgmagazine.com/index.php/es/072-androgina>
- Carney Smith, Jessie. (1996). *Notable Black American Women, book 2*. Detroit: Gale Research. Disponible en: <https://books.google.com.ar/books?id=ssMBzqrUpjwC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Casas Di Nardo, Mariano. Recuperado el 19/07/2015. Disponible en: <http://www.conexionbrando.com/1419820-seducion-androgina-lo-masculino-y-femenino-en-un-mismo-estilo>
- Chanel. (2013). *Inside CHANEL – The Jacket*. [Video] Paris. Disponible en: <http://inside.chanel.com/en/jacket/video>
- Corraze, J. (1997). *La homosexualidad*. Mexico: Publicaciones Cruz O.S.A.
- Correa, S. (2013). *Rad Hourani: El niño prodigo de la moda parisina*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://thestylegazette.blogspot.com.ar/2013/11/rad-hourani-el-nino-prodigio-de-la-moda.html>
- Cultura de los años 20*. (12 de mayo de 2008). [posteo en blog]. Disponible en: <http://ligahistorica.obolog.es/cultura-anos-20-84309>

Dannemann, Victoria. (28 de febrero, 2015). *Mujeres y poder: ¿más cerca de la igualdad de género?*. Disponible en: <http://www.dw.com/es/mujeres-y-poder-más-cerca-de-la-igualdad-de-género/a-18286804>

Echavarren Welker, R. *Arte andrógino: estilo versus moda en un siglo corto*. Buenos Aires: Ediciones Colihue S.R.L. Disponible en: <http://books.google.com.co/books?id=1aMnHEtjZMMC&pg=PA37&lpg=PA37&dq=estereotipo+androgino&source=bl&ots=SxLmb2cC6H&sig=X5aFwUDJ9O4j55yZykB7zqiRNs0&hl=en&sa=X&ei=dAYiVPDPLc21ggS6rYL4CA&ved=0CDoQ6AEwAw#v=onepage&q=estereotipo%20androgino&f=false>

*El estilo de Boy George*. (12 de agosto de 2013). [posteo en blog]. Disponible en: <http://luiferiga.blogspot.com.ar/2013/08/el-estilo-de-boy-george.html>

*El secreto encanto de la moda masculina, para la mujer*. (2014). Bogota. Revista Fucsia. Disponible en: <http://www.fucsia.co/moda/tendencias/galeria/coleccion-eriko-by-david-alfonso/57710#.VlhZVYu8uE5>

Eliade, M. (1984). *Mefistoles y el andrógino*. Barcelona: Editorial Labor. Citado en: Pérez Rojas, L.B y Mesa Franco, A.L (2008). *Andros y Gyne: Lo inevitable del nuevo milenio*, Revista CES psicología, 1 (2). Disponible en: <http://revistas.ces.edu.ci/index.php/psicologia/article/view/82>

*Erika, un hombre en la pasarela*. (4 de agosto de 2012). Disponible en: <http://www.kienyke.com/tendencias/erika-un-hombre-en-la-pasarela/>  
Platón (380 A.C) *el Banquete*

Erner. G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, SL

*Fin del corsé: moda en la primera guerra mundial* (2008) [posteo en blog]. Disponible en: <http://souplecouture.blogspot.com.ar/2008/12/fin-del-cors.html>

Gil Mártel, V. A. (2009) *Coolhunting. El arte y la ciencia de descifrar tendencias*. Barcelona. Ediciones Urano, S.A

Gonzales, B. (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el genero*. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, 12. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=262537>

Heach, S. (2014). *Historia de la chaqueta*. Disponible en: <http://www.silvianheach.it/ita/es-es/CMS/Index/MAGAZINE/2014/03/05/the-history-of-the-jacket/>

Heilbrun, C. (1998). *El genero y su clase*. Citado en: Pérez Rojas, L.B y Mesa Franco, A.L. (2008). *Andros y Gyne: Lo inevitable del nuevo milenio*, Revista CES psicología, 1 (2). Disponible en: <http://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/82>

Huisman, D. (2014). *La estética*. Recuperado en: [http://books.google.com.co/books?id=OclV39\\_Elo0C&pg=PA7&dq=que+es+estetica&hl=en&sa=X&ei=PGcYVle\\_G8XCsATR-4KYBw&ved=0CEwQ6AEwBDgK#v=onepage&q=que%20es%20estetica&f=false](http://books.google.com.co/books?id=OclV39_Elo0C&pg=PA7&dq=que+es+estetica&hl=en&sa=X&ei=PGcYVle_G8XCsATR-4KYBw&ved=0CEwQ6AEwBDgK#v=onepage&q=que%20es%20estetica&f=false)

Husain, Mishal. (7 de Octubre, 2013). *Malala: The girl who was shot for going to school*. Disponible en: <http://www.bbc.com/news/magazine-24379018>

- JP. (8 de febrero de 2011). *The original "it" girl of the 1920s/The allure of Louise Brookes*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://selvedgeyard.com/2011/02/08/the-original-it-girl-of-the-1920s-the-allure-of-louise-brooks/>
- Kaufmann, B. (6 de enero de 2010). *El verdadero Michael*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://mjinterior.blogspot.com.ar/2010/01/michael-y-androginia.html>
- Kavounas Taylor, Alice. (2013). *Pensamiento estratégico para creativos publicitarios*. Barcelona: Promopress
- Kiger, Patrick. (8 de junio 2014). *The 90s: Culture*. Disponible: <http://channel.nationalgeographic.com/the-90s-the-last-great-decade/articles/the-90s-arts-and-culture/>
- Kiger, Patrick. (8 de junio 2014). *The 90s: Music*. Disponible: <http://channel.nationalgeographic.com/the-90s-the-last-great-decade/articles/the-90s-music/>
- Lennox, A. (14 de marzo de 2011). *Grazia Daily meets Annie Lennox*. Disponible en: <http://www.graziadaily.co.uk/fashion/archive/2011/03/14/grazia-daily-meets-annie-lennox.htm>
- Leaper, Campbell. (2014). *La socialización de género en los niños por parte de los padres*. Disponible en: <http://www.encyclopedia-infantes.com/sites/default/files/textes-experts/es/2504/la-socializacion-de-genero-en-los-ninos-por-parte-los-padres.pdf>
- Leitch, Luke. (17 de octubre, 2012). *Sarah Douckas of Storm Modeling Agency: The Beauty spotter*. Disponible en: <http://fashion.telegraph.co.uk/article/TMG9612228/Sarah-Doukas-of-Storm-Modeling-Agency-The-beauty-spotter.html>
- Lopez, M.I. (15 de mayo de 2013). *Masculino, Femenino, Etc.* [posteo en blog]. Disponible en: <https://psysabel.wordpress.com/tag/androginia/>
- Luo Lv y Zhang Huiguang (2007). *Jeans*. Barcelona: Editorial Monsa
- Luna Montaña, I. (2003). *Androginia y Postmodernismo: Una aproximación desde la Psiquiatría*. Disponible en: [http://www.psiquiatria.com/tr\\_personalidad\\_y\\_habitos/sexuales\\_trastornos/androginia-y-postmodernismo-una-aproximacion-desde-la-psiquiatria/](http://www.psiquiatria.com/tr_personalidad_y_habitos/sexuales_trastornos/androginia-y-postmodernismo-una-aproximacion-desde-la-psiquiatria/)
- Milá Rodríguez, E. (16 de octubre de 2010). *El Andrógino: los dos sexos en un solo ser*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://info-krisis.blogspot.com.ar/2010/10/el-androgino-los-dos-sexos-en-un-solo.html>
- Moda andrógina*. (2015). Disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/moda-androgina/>
- Molinero, M. (3 de Octubre de 2013). *Mariano Fortuny: el genio olvidado* [posteo en blog]. Disponible en <http://www.mujerhoy.com/corazon/paparazzi/mariano-fortuny-genio-olvidado-746351102013.html>

- Montero Manglano, C. (15 de septiembre de 2010). *Paul Poiret y la liberación de la mujer* [posteo en blog]. Disponible en: <http://carlamontero.wordpress.com/2010/09/15/paul-poiret-y-la-liberacion-de-la-mujer/>
- MTV Launches. (2009). Disponible en: <http://www.history.com/this-day-in-history/mtv-launches>
- Naylor-Jones, Bronte. [posteo en blog]. Disponible en: <http://catwalkyourself.com/fashion-biographies/clara-bow/>
- Perales, K. (3 de julio de 2013). *Revolución cultural de los años 80s*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://suite101.net/article/revolucion-cultural-de-los-anos-80s-a63280#.U5fvuha8uE5>
- Pérez Rojas, L.B y Mesa Franco, A.L. (2008). *Andros y Gyne: lo inevitable del nuevo milenio*, Revista CES psicología, 1 (2). Disponible en: <http://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/82>
- Platón. *El Banquete*. (2014). Recuperado en: [http://www.edu.mec.gub.uy/biblioteca\\_digital/libros/P/Platon%20-%20El%20Banquete.pdf](http://www.edu.mec.gub.uy/biblioteca_digital/libros/P/Platon%20-%20El%20Banquete.pdf)
- Rad Hourani. (2014). *About*. Disponible en: <http://www.radhourani.com/pages/about>
- Red textil Argentina. (2014). *Tweed*. Disponible en: <http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/telas/glosario-de-telas/item/348-tweed>
- Rivière, Margarita. (1996). *Diccionario de la moda. Los estilos del siglo XX*. Barcelona: Grijalbo.
- Robledo Velez, Jairo y Castillo Garzón, Julio Daniel. (2005). *Resignificación de la masculinidad en un grupo de discusión conformado por hombres en la ciudad de Pereira*. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/medicina/tesis31.pdf>
- Rocha Sanchez, T. (2009). *Desarrollo de la identidad de Género desde una Perspectiva Psico-Socio-Cultural: Un recorrido conceptual*. Revista interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology. 43 (2). Disponible en: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v43n2/v43n2a06.pdf>
- Tovar Santilla, O. (17 de octubre de 2011). *Historia de la sastrería femenina*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://sastreriafemenina.blogspot.com.ar/2011/10/losorigenes-de-la-sastreria-femenina-se.html>
- Salquin, S. (2011). *Historia de la moda Argentina*. Buenos Aires. Editorial Planeta S.A.I.C
- Saltzman, Andrea. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Seeling, Charlotte. (2000). *Moda. El siglo de los diseñadores 1900-1999*. España: Könemann
- Silvestre, G. (julio 2011). *Los ídolos musicales de los 80 como influencia estética en la moda*.

Schefer, D., Chahine, N., Jazdzewski, C., Lannelongue, MP., Mohrt, F., Rousso, F., Vormese, F. (2006). *La belleza del siglo, Canones femeninos en el siglo XX*. Barcelona

SM, Mery. (21 de febrero de 2013). *La moda del siglo XX: segunda década 1910 – 1920* [posteo en blog]. Disponible en: <http://trabajodemodaparasociales.blogspot.com.ar/2013/02/segunda-decada-1910-1920.html>

*The flapper: The Heroine or Antagonist of the 1920s* (27 de abril de 2007). Disponible en: <https://wikis.nyu.edu/ek6/modernamerica/index.php/AmericanPowerAndCulturalHegemony/1920sNewWoman#footnote4>

Viste la calle. (8 de agosto de 2011). *Las tendencias para el 2013 según la WGSN*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.vistelacalle.com/46325/las-tendencias-para-el-2013-segun-la-wgsn/>

Vogue (2014). *¿El o Ella?*. [revista en línea]. Recuperado en: <http://www.vogue.es/belleza/articulos/el-o-ella/4566>

Wildfang. (2014). *About Us*. Disponible en: <http://www.wildfang.com/about-us>

Worsley, H. (2011). *100 Ideas que cambiaron la moda*. Barcelona. Art Blume, S.L