

**ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES FRENTE A  
LA MODA NO-BINARIA EN BOGOTÁ**

**VIVIANA CAROLINA CAÑON TOVAR**

**ECCI**

**FACULTAD DE ARTES**

**TECNOLOGÍA EN CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODA**

**BOGOTÁ**

**2022**

**ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES FRENTE A  
LA MODA NO-BINARIA EN BOGOTÁ**

ii

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTAR AL TITULO DE:  
TECNOLOGO EN CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODA**

**VIVIANA CAROLINA CAÑON TOVAR**

**TUTOR:**

**ALEXANDER SERRANO PEREIRA**

**ECCI**

**FACULTAD DE ARTES**

**TECNOLOGÍA EN CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODA**

**BOGOTÁ**

**2022**

**ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN LOS JÓVENES FRENTE A  
LA MODA NO-BINARIA EN BOGOTÁ**

**TABLA DE CONTENIDOS**

1. CUERPO DEL TRABAJO 1-2

1.1 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN 1

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 1

1.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 1

1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 2

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 2

1.3.1 OBJETIVO GENERAL 2

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 2

2 JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 3-6

2.1 JUSTIFICACIÓN 3-5

2.2 DELIMITACIÓN 6

3 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN 7-26

3.1 MARCO TEÓRICO 7-25

3.1.2 GÉNERO Y SEXO SEGÚN LA SOCIEDAD Y LA PSICOLOGIA 7-9

iv

3.1.3 LA PERCEPCIÓN 9-11

3.1.4 MODA NO BINARIA 11-21

3.1.5 TIPOLOGÍA DEL CUERPO MASCULINO Y FEMENINO 21-25

3.2 MARCO CONCEPTUAL 26

3.3 MARCO LEGAL 26

4 TIPO DE INVESTIGACIÓN 27-31

4.1 DISEÑO METODOLÓGICO 27-30

4.2 CRONOGRAMA 31

5. RESULTADOS

5.1 RESULTADO ENCUESTA 32-37

5.2 TIPOLOGÍA DE LA ROPA NO BINARIA 38-44

6 CONCLUSIONES 45-46

6.1 REFERENCIAS 47-49

## Lista de imágenes

v

<i>Imagen 1 (H&amp;M Lanza United Denim, Su Primera Colección Unisex, n.d.)</i> .....	13
<i>Imagen 2 (69 / Sixty-Nine, n.d.)</i> .....	14
<i>Imagen 3 (The.Lost.Circus — ☿, n.d.)</i> .....	15
<i>Imagen 4 (ISSEY MIYAKE / BRANDS / ISSEY MIYAKE INC., n.d.)</i> .....	16
<i>Imagen 5 (ISSEY MIYAKE / BRANDS / ISSEY MIYAKE INC., n.d.)</i> .....	17
<i>Imagen 6 (44Studio - Moda Libre y Sin Barreras, n.d.)</i> .....	18
<i>Imagen 7 (Interlude de 44Studio: Vanguardia Sin Limites de Género Ni Etiquetas, n.d.)</i> ...	18
<i>Imagen 8 (Interlude de 44Studio: Vanguardia Sin Limites de Género Ni Etiquetas, n.d.)</i> ...	18
<i>Imagen 7 (La Colección Unisex de Rad Hourani   Itfashion.Com, n.d.)</i> .....	19
<i>Imagen 8 (La Colección Unisex de Rad Hourani   Itfashion.Com, n.d.)</i> .....	20

## Lista de ilustraciones

Ilustración propia 1 .....	23
Ilustración propia 2 .....	23
Ilustración propia 3 .....	24
Ilustración propia 4 .....	24
Ilustración propia 5 .....	25
Ilustración propia 6 .....	39
Ilustración propia 7 .....	39
Ilustración propia 8 .....	40
Ilustración propia 9 .....	40
Ilustración propia 10 .....	41
Ilustración propia 11 .....	41
Ilustración propia 12 .....	42
Ilustración propia 13 .....	42
Ilustración propia 14 .....	43
Ilustración propia 15 .....	43
Ilustración propia 16 .....	44
Ilustración propia 17 .....	44

<i>Tabla 1 (autoría propia, basada en el análisis de marcas)</i> .....	38
<i>Grafico 1</i> .....	32
<i>Grafico 2</i> .....	32
<i>Grafico 3</i> .....	33
<i>Grafico 4</i> .....	33
<i>Grafico 5</i> .....	34
<i>Grafico 6</i> .....	34
<i>Grafico 7</i> .....	35
<i>Grafico 8</i> .....	35
<i>Grafico 9</i> .....	36
<i>Grafico 10</i> .....	36
<i>Grafico 11</i> .....	37
<i>Grafico 12</i> .....	37

## **1. CUERPO DEL TRABAJO**

### **1.1 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN LOS JÓVENES FRENTE A LA MODA NO-BINARIA EN BOGOTÁ**

### **1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Vivimos en una sociedad donde, desde el nacimiento nos separa con conductas y gustos que no son innatas al nacer con un sexo u otro (Dolores, 2019). Sobre todo, en la sociedad colombiana donde el machismo y la discriminación es ejercida y fomentada diariamente; es así como a través de la crianza nos adaptamos a condicionamientos establecidos que se transmiten a través de la familia, la publicidad, la información y la enseñanza; que repercuten directamente en nuestra expresión, talentos, afinidades y comportamientos (Barberá & Martínez, 2004) de igual manera a la hora de consumir moda nos enfrentamos a esta separación entre los sexos; con prendas producidas por géneros, cuyo acceso es excluyente puesto que para acceder a una prenda del sexo contrario, debemos pasar por la incómoda situación de sentir que invadimos una zona prohibida, ante las miradas curiosas y prejuiciosas de los demás, que se intensifican al portar estas vestimentas. Es así como una prenda pasa de ser más que un pedazo de tela, a portar una identidad y expresión implícita (Vinlove, n.d.), Sin embargo, desde la generación millennials y posterior se ha visto un cambio en cuanto al género y los roles que este tiene, es así como una propuesta de moda sin género, podría tener un impacto positivo que cambie las concepciones que tenemos en cuanto a la moda masculina y femenina, y al mismo tiempo generar visibilidad de las personas no binarias.



## **1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué percepción tienen los jóvenes entre 18 y 25 años de edad en la ciudad de Bogotá frente a la moda no-binaria?

## **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Comprender la percepción que tienen los jóvenes entre 18 y 25 años de edad, frente a la moda no-binaria en la ciudad de Bogotá.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar marcas o propuestas de ropa no binaria y destacar cuáles son sus características generales, similitudes y diferencias.
- Analizar y contextualizar la percepción de los jóvenes de entre 18 y 25 años de edad en la ciudad de Bogotá frente a la moda no-binaria.
- Definir la tipología y características de la moda no -binaria

## **2. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 JUSTIFICACIÓN**

En la sociedad colombiana está presente la discriminación, según la defensoría del pueblo acompañó 517 casos de violencia los cuales 312 casos derivaban de prejuicio a la identidad o expresión de género de personas transexuales, así mismo los casos de violencia y discriminación por orientación sexual son constantes, en 2021 se atendieron 72 casos de prejuicio los cuales 40 eran de personas transgénero y 32 por orientación sexual. Podemos deducir que, esta constante de violencia comienza desde la normalización de una sociedad por establecer patrones de comportamiento de acuerdo a un rol de género que estigmatiza lo que se aparta de ser hombre o mujer. Para empezar, todo comienza desde los estereotipos y roles asignados, los cuales nacen sin un argumento más que la repetición “los estereotipos de género proporcionan modelos de comportamiento-tipo de lo que es un niño y lo que es una niña, y añade que una sociedad que «ve» diferencias contribuirá a crear esas mismas diferencias en el espíritu de los padres” (Luria, 1978 citado en Barberá y Martínez) . Estos patrones sociales generan diferentes brechas e imposiciones a las personas por creencias que con el paso del tiempo se desmienten e incluso se saben que son absurdas, generando una repetición de desigualdad, discriminación e imposición, según Barbera y Martínez las creencias generalizadas a los hombres dominantes, viriles y fuertes producen una contraparte en las mujeres de tener una tendencia masoquista, sumisa y débil, algo que podemos ver constantemente en películas, novelas, publicidad e incluso idealizaciones de muchas personas. (Barberá & Martínez, 2004)

Adicionalmente, en el mundo de la moda se puede ver una imposición de gustos y composiciones de acuerdo al género, según Wing, desde la infancia existe una marcada diferenciación con el rosa y el azul, algo que se puede denotar en el diseño de prendas de bebés, donde las diferencias físicas en estas edades no son tan evidentes (Wing, n.d.). Es así como se impone esta diferencia, al utilizar accesorios para el escaso cabello de las niñas, perforarle las orejas, vestirlas con prendas de moños, volantes, princesas, y colores pasteles, en cambio a los niños se les viste con prendas más prácticas, simples y de colores más intensos u opacos. Este paralelo no es tan diferente a la moda para cualquier edad, donde destacan los conceptos de que el hombre es práctico, la mujer estética y por ello la ropa normalmente se diseña desde una perspectiva que generaliza y estigmatiza la diferenciación de género ante estos aspectos.

Entre los factores que inciden en esta diferenciación, “se puede destacar la indumentaria que juega un papel trascendental en la expresión de género con un mensaje implícito en lo que respecta a factores de identidad, personalidad, valores y creencias religiosas, poder adquisitivo, hasta sus intereses y estilo de vida” (Vinlove, n.d.). Es así como la utilidad protectora de la ropa, pasa a un segundo plano y se convierte en parte fundamental de nuestra expresión.

Adicionalmente, la creación de las prendas más allá de la evidente diferencia anatómica entre los cuerpos, está diseñada con características diferenciadoras; una camisa de hombre tiene los botones hacia la izquierda mientras que una de mujer hacia la derecha, una norma nacida en la época victoriana donde los grandes e incómodos vestidos femeninos de muchas capas y piezas, hacían necesario la asistencia de súbditos para poder vestir a las mujeres de la época. Es por ello, que los botones se confeccionaban al lado izquierdo para facilitar la tarea a quien las asistía, mientras que, los hombres tenían la independencia de hacerlo con su propia mano derecha (Castells, 2019) un detalle pequeño que hasta el día de hoy mantiene esta diferencia y denota una

construcción en la moda que a lo largo de la historia ha privado e incomodado a la mujer a través de prendas hechas para la sexualización y el consumo del hombre; un ejemplo claro es el uso del corsé, una prenda innecesaria e incómoda que se usaba en el siglo XVI hasta la primera guerra mundial, la cual tenía efectos negativos en la salud de las mujeres entre estos: estrés respiratorio , traslado del útero, infertilidad, dolor, mala digestión, problemas de circulación sanguínea y deformación muscular (- *EL MUNDO | Suplemento de Salud 381 - PREVENCIÓN El Uso de Corsés Está Asociado a Problemas Graves de Salud*, n.d.) solo para conseguir una figura ideal y sexy desde una perspectiva social machista.

Es así como poco a poco se acostumbra a seguir parámetros e ideales que carecen realmente de un fundamento frente a la indumentaria y su papel en el rol de género, más allá de la repetición en la conducta y transmisión en la educación. Sin embargo, a la hora de romper estos paradigmas, hay esperanza de cambio en las personas más jóvenes, las cuales tienen una mente más abierta y dispuesta a aprender, explorar e indagar en nuevos valores fuera de los preestablecidos. Al mismo tiempo, analizar su percepción frente a la ropa sin género puede servir como herramienta para concientizar acerca de estos temas. Además, permite examinar las conductas desde lo más básico y cotidiano, la aceptación de nuevos parámetros y alternativas más flexibles en la moda. Consecuentemente, existe la necesidad de abordar estos temas desde un punto crítico y analítico, con fundamentos e ideas consistentes, para que así generen un impacto y aceptación de los individuos y con el tiempo, de la sociedad.

## 2.2 DELIMITACIÓN

**Delimitación espacial:** La investigación será realizada en la ciudad de Bogotá, Colombia.

**Delimitación temporal:** Se hará en un plazo de cuatro meses.

**Delimitación Tecnológica:** Por medio de las redes sociales (facebook, whatsapp), aplicaciones de videollamada como meet, programas de edición (photoshop, canvas, adobe premiere, adobe audition), se utilizarán herramientas como: cámara web, micrófono, computador y smartphone.

**Delimitación Universo:** Se realizará a una población de entre 18 y 25 años de edad.

**Delimitación Campo:** Netgrafía

### **3 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 MARCO TEÓRICO**

##### **3.1.2 GÉNERO Y SEXO SEGÚN LA SOCIEDAD Y LA PSICOLOGÍA**

A través de la psicología del género se pueden deducir varios aspectos esenciales que diferencian a los humanos por sistemas primariamente binarios, referentes a contextos de diferencias de crianza, aspectos físicos y aspectos biológicos, además de características tendenciales que definen a los individuos en la sociedad como “hombre o mujer”. Sin embargo, estas definiciones son construidas socialmente, no tienen que ver con el sexo implícitamente, y muchas veces tienden a reforzar el sexismo. No obstante, “Negar las diferencias tiene el riesgo de ocultar, bajo una aparente igualdad, experiencias de vida y necesidades específicas de cada grupo sexual” (Barberá & Martínez, 2004), es decir, las necesidades biológicas, psicológicas, hormonales que nos diferencian entre hombres y mujeres.

Según la investigación de Amparo Bonilla Campos, existen diferencias entre la dualidad de los dos sexos establecidos referente al sujeto y las situaciones, sin embargo, estas conductas diferentes no son solo preestablecidas en un gen al nacer con determinado órgano sexual, si no que tienen que ver con el entorno, la educación, la sociedad y las expectativas en torno a ser hombre o mujer. También es importante destacar que todos los experimentos realizados por Bonilla en grupos de mujeres y hombres tienen una relación comparativa para entender estas diferencias y similitudes, dando como resultado desde un punto de vista estereotípico que existen algunas ideas generales concebidas en las que los hombres tienen mejores habilidades para el

ámbito científico y matemático, mientras que las mujeres son mejores en lengua e idiomas. Asimismo, la tendencia femenina hacia el comportamiento es; ser cariñosas, comprensivas, sutiles, retraídas y comunicativas y la tendencia masculina es ser agresivos, directos, dominantes y duros de carácter (Bonilla citado de Barberá & Martínez, 2004). Sin embargo, estas ideas son de carácter muy superfluo, puesto que todas las características anteriores no son meramente de un sexo u otro, si no que vienen en ciertos niveles de acuerdo a la personalidad, la crianza, la religión, la educación y todos los factores externos independientes al sexo. No obstante, cuando se trata de comparar habilidades, es necesario dar una igualdad entre conocimientos, edades y capacidades. Por otra parte, el género binario puede llegar a ser una cárcel en la que no se puede salir fácilmente de las conductas habituales que se inculcan de niños, ya que, aunque socialmente exista la libertad de hacer y pensar lo que se quiere, al mismo tiempo se está expuesto a las críticas y al rechazo social. Desde la niñez se inculcan valores diferentes a cuando se es niña o niño, por ejemplo, a los niños se les enseña a no llorar, a ser fuertes, defenderse, a que la crianza es para las niñas, que ellos deben practicar deportes, ser extrovertidos y en un futuro trabajadores para proveer. Del mismo modo, a las niñas se les enseña que deben ser recatadas, femeninas, sensibles, cuidadosas, gentiles, lindas, además de que deben saber criar y cuidar un hogar. Estas conductas de rol, son sumamente perjudiciales ya que los infantes no nacen con estas separaciones tan marcadas en tanto a los géneros; las niñas también se interesan por los deportes, los coches, la diversión y saben que ellas son tan capaces como los varones y al mismo tiempo los niños también disfrutan de jugar a la familia, ayudar en la casa, ser sensibles y expresar sus sentimientos. Es de esta forma como, hombres y mujeres, reciben mensajes diferentes en referencia al comportamiento que la sociedad espera por el mero hecho de haber nacido de uno u otro sexo (Espinar-Ruiz, 2007). Analizando estos esquemas de crianza podemos denotar que no

hay cabida a la neutralidad, y que el hecho de enseñar los mismos valores a los dos géneros es mal visto por una sociedad conservadora y machista, que teme a la igualdad, la libertad y la diversidad.

Además de la educación en la infancia, es importante analizar cómo el género se define y se establece naturalmente a través de ciertos parámetros; según Butler el género es el aparato mediante el cual tienen lugar la producción y la normalización de lo masculino y lo femenino, junto con las formas intersticiales hormonal, cromosómica, psíquica y performativa que el género asume. Biológicamente existe el sexo, sin embargo, deja por fuera cualquier otra manifestación que no sea; hombre o mujer. Por otro lado, la sexualidad está separada del género y de las prácticas sexuales. Es común que se use de referente las parejas binarias en casos como preguntar a una pareja homosexual “¿quién es el hombre o la mujer de la relación?”, o asumir ciertas conductas sexuales como masculinas o femeninas, siendo el rol pasivo automáticamente “la mujer”, y el dominante el de “hombre”. Con estas teorías podemos deducir que el género y el sexo, aunque separados, tienen una relación intrínseca y que los valores normativos; aunque están establecidos de cierto modo, son un valor inicial para reconstruirlos. (Butler, 2006)

### **3.1.3 LA PERCEPCIÓN**

La investigación parte de la percepción, la cual es un objeto de estudio en donde se involucra la perspectiva y subjetividad del individuo. “La percepción depende de la ordenación, clasificación y elaboración de sistemas de categorías con los que se comparan los estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes perceptuales a través de los cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales transformándose en eventos reconocibles y comprensibles dentro de la concepción colectiva de la realidad” (Vargas M, 1994 citado por Aura) Es así como



la realidad es vista de diferentes maneras según el aprendizaje, la experiencia y las diferencias en los órganos sensoriales.

Existen diferentes perspectivas en cuanto a la forma de interpretar los estímulos, según la organización de los estímulos sensoriales se divide en categorías, las cuales se van formando a lo largo del tiempo a medida que se adquiere conocimiento, estas clasificaciones sirven para reconocer, diferenciar y predecir los diferentes estímulos para darles un significado.

Por otro lado está la percepción social, la cual según Moya consiste en percibir por medio de la interacción; los sentimientos, pensamientos y comportamientos de los demás a partir de la idea de cómo son las relaciones humanas ( Moya 1999 citado por Aura), esto quiere decir que como humanos sociables, somos capaces de percibir al otro como un ser independiente con su propia percepción.

A su vez, Asch basa su teoría de la percepción teniendo en cuenta la Gestalt, la teoría de que el todo es una suma de todas sus partes (Asch 1952 citado por Aura). Esto quiere decir, que la percepción se forma a partir de una multitud de estímulos que forman una idea de las cosas o de las personas, por consiguiente, si falta información la mente tiende a completarla para tener un promedio de la realidad.

La percepción es difícilmente generalizada. Puesto que, cada individuo tiene diferentes esquemas mentales, educación, experiencias e ideas; que hacen variar la perspectiva de lo que se ve. Por ello, esta percepción es mutable a factores internos y condicionamientos. Por ejemplo, Moya habla de que la familiaridad puede llegar a ser un sesgo a la hora de percibir, puesto que constantemente la mente lo relaciona con el pasado, ignorando lo que tiene enfrente. Otro factor es; el valor del estímulo, si este es muy fuerte, puede amplificarse de manera inconsciente; ver algo más bueno o más malo de lo que es. El tercero es la emotividad, que de acuerdo a los

sentimientos o ideas que tengamos de algo, hará que seamos incapaces de ver objetivamente. Finalmente, la experiencia, nuestra capacidad de conocer e inferir, nos hace disfrutar o afrontar de manera más positiva un estímulo. (Moya 1999 citado por Aura). En conclusión, la percepción es un campo que tiende a las variables en cuanto al contexto.

### **3.1.4 MODA NO BINARIA**

La ropa sin género o neutral nace de la necesidad de expresar una identidad la cual no puede ser categorizada de una forma binaria; esto quiere decir que las personas las cuales no se sienten identificados como hombre o mujer; o que sus gustos no se adaptan del todo a la gran diferencia entre masculino y femenino, como pueden ser las personas andróginas, no binarias, género fluido, transexuales e incluso personas cisgénero que no están conformes con la moda binaria. Según El País (periódico español), todo comenzó en los años 20 con Coco Chanel la cual cambió la estructura de la ropa femenina en la época, al atreverse a implementar pantalones para mujeres y prendas más cómodas. Más adelante, los hippies crearon una tendencia a la comodidad y rebeldía, donde los hombres y mujeres se dejaban el cabello largo, usaban jeans y camisetas anchas de algodón, dando una apariencia más libre y andrógina. En los 70 el diseñador Yves Saint Laurent saca el primer smoking femenino, dando fuerza a las mujeres con estructuras de ropa que antes solo podían usar los hombres (El país como se citó por Candela, 2017). Estos pequeños cambios en la moda generaron lo que actualmente se conoce como moda sin género, siendo un campo explorado por diferentes diseñadores como Rad Hourani el cual fue el primer diseñador en ser aprobado por la cámara de alta costura en 2013 con una colección agénero. Además de otras marcas que se suman a experimentar con colecciones unisex, como Tommy

hilfiger, H&M, Sixty nine, entre otros. (*'Genderless': La Tendencia de La Moda Sin Género - Mujeres - Vida - ELTIEMPO.COM*, n.d.) Se puede deducir que la moda sin género es un avance como sociedad, puesto que desde un principio se creó con la idea de liberación y comodidad, a través de prendas versátiles y neutrales, aptas para ser usadas por un sexo u otro.

A lo largo del tiempo se han visto referentes de moda andrógina, los cuales fueron predecesores de lo que actualmente conocemos como moda sin género. Las personas andróginas según Vinlove son aquellas que constantemente utilizan elementos de los dos sexos sin algún límite definido, destacando características comunes entre la masculinidad y feminidad; la diferencia entre la androginia y lo no binario está en que la androginia explora una estética hacia lo unisex independiente del género el cual la persona se sienta identificado, mientras que lo no binario está relacionado con una identidad de género que no se identifica en esquemas masculino o femenino. (Vinlove, n.d.) En la investigación de Vinlove también se pueden destacar varios de sus análisis en cuanto a colecciones y marca de ropa de género neutral, entre ellas la colección de H&M Denim united en la cual se desarrollaron prendas en su mayoría manufacturadas con denim como se aprecia en la imagen 1, las cuales no iban dirigidas hacia algún género en específico, contando con buzos de corte recto, camisetas de manga corta y pantalones de corte recto. (Vinlove, n.d.)



*Imagen 9 (H&M Lanza United Denim, Su Primera Colección Unisex,*

*<https://www.stilo.es/moda/hm-lanza-united-denim-su-primera-coleccion-unisex>)*

La marca 69 Worldwide se caracteriza por el diseño de una moda que no discrimina por género, edad, etnicidad ni la forma de vida de cada individuo, esta se adapta a la morfología sin género por medio de la experimentación de siluetas anchas y materiales versátiles como se puede ver en la imagen 1. En 2015 lanzo una colección desarrollada completamente en denim y sus diferentes tonalidades de azul, a diferencia de la colección de H&M la cual tenía un concepto unisex; esta experimentaba con gabardinas y camisetas de cuello nerú además de siluetas muy anchas y grandes.



*Imagen 10(69 / Sixty-Nine, <https://sixty-nine.us>)*

Otra marca analizada es NotEqual; una marca brasileña que reconstruye las formas del sastre para que puedan ser utilizadas por un público diverso, en la colección The lost circus destacan las prendas anchas y rectas además del color blanco, negro y rosa pálido, la colección es muy minimalista, pero al mismo tiempo experimenta con diferentes cortes (véase en la imagen 2).



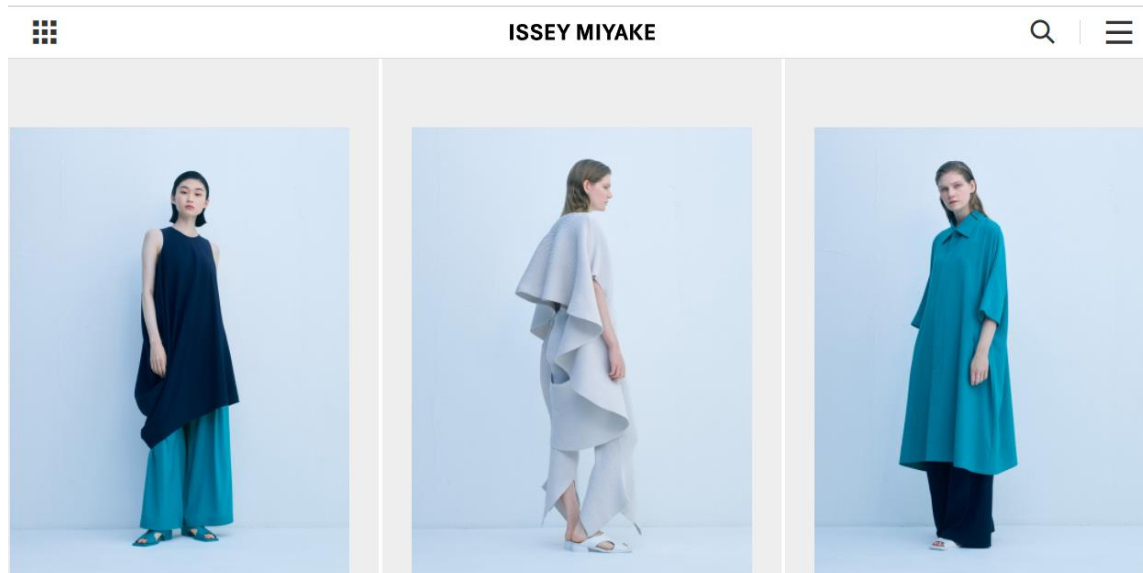
*Imagen 11 (The.Lost.Circus — ♀♂,*

*<http://www.notequal.co/prefall13/4vcafuvjk7mrztt5mz8ry0urrv5r5m>)*

De las anteriores colecciones se puede denotar características comunes entre estas; el uso de figuras rectas que ocultan las curvas del cuerpo, materiales rígidos, colores neutrales y prendas básicas pero al mismo tiempo cada una adapta sus conceptos de acuerdo al diseño. (Imagen 3)

Algunas personas no se sienten satisfechas con utilizar la ropa de su género, ya que pueden sentir que carecen de las características que a ellos les gustan o simplemente porque no representan su personalidad y lo que quieren expresar con estas prendas. Por ello, toman la decisión de adquirir prendas del sexo contrario. Pero cuando una persona pasa por la zona de vestuario del sexo opuesto, experimenta cierta incomodidad; las miradas extrañadas; los vendedores que intentan guiar al cliente por la ropa “correcta” que debería comprar; los murmullos de personas y la sensación de que algo está mal. Es por ello que Oxygen una marca de ropa filipina, creó una sección infantil en sus tiendas, la cual no separaba la ropa por género, con la intención de que los niños se sientan cómodos escogiendo y utilizando cualquier tipo de ropa sin el miedo a ser juzgados (Alpad, 2018) , esta iniciativa no solo abre las puertas a las demás empresas para imitar

y promover conductas inclusivas en sus tiendas, sino que, enseña a los niños que hay más de dos géneros los cuales se pueden expresar a través de la ropa sin miedo a los prejuicios.



*Imagen 12 (ISSEY MIYAKE / BRANDS / ISSEY MIYAKE INC., n.d.)*

La marca de Issey Miyake (imagen 4) es analizada en la investigación de Maria Dana, en la cual explica cómo su silueta fue revolucionaria desde la época de los 60s, ya que se centra en el juego de los textiles y el cuerpo, ignorando el patronaje guiado por la tipología de cuerpo, siendo prendas revolucionarias de la era (Maria, 2020) Esto quiere decir que la colección no está directamente relacionado al sexo, no teme experimentar a textiles de colores neutros o brillantes, no separa lo femenino de masculino, remarcando curvas o rectas, si no que experimenta como la tela se adapta a cualquier tipo de cuerpo, además evidencia la variedad de prendas futuristas con tendencia asiática como se observa en la imagen 5.

ISSEY MIYAKE INC.



Imagen 13 (*ISSEY MIYAKE / BRANDS / ISSEY MIYAKE INC.*

<https://www.isseymiyake.com/en/brands/isseymiyake>)



Imagen 14 (*44Studio - Moda Libre y Sin Barreras*, <https://paginasweb.tech/moda/44studio/>)



La colección interlude de la marca 44 Studio (imagen 6) fue una forma revolucionaria de romper los límites entre el sexo y las diferentes expresiones de género sin miedo a cruzar estos. “En los escaparates de esta gran tienda se destacan prendas de artistas de renombre del género neutro, como, por ejemplo: Rick Owens, David Delfin, Jaime Mesa, Franx de Cristal, Joe Chia, KTZ y Xavi Garcia” (Maria, 2020). En esta propuesta no solo destaca lo agénero, si no la idea de retomar la moda del pasado y reinterpretarlo en esta época.



Imagen 15



Imagen 16

*(Interlude de 44Studio: Vanguardia Sin Limites de Género Ni Etiquetas,*

<https://paginasweb.tech/moda/44studio/>)

Las siluetas y colores conservan cierta neutralidad, sin embargo, toma elementos de prendas convencionalmente femenina o masculina, ya sean los escotes, pantalones anchos, chalecos y faldas (imagen 7 y 8), que debido a la transformación del patronaje y al conjunto de prendas son aptas para usar por cualquier persona, independientemente de su sexo.



*Imagen 17(La Colección Unisex de Rad Hourani | Itfashion.Com)*

En cuanto a la moda sin género respecto al patronaje, se destaca “El trabajo de Rad Hourani desafía las convenciones en cada una de sus colecciones. Utilizando los principios de la arquitectura, Rad crea piezas unisex que enseñen la esencia del individualismo”. (*La Colección Unisex de Rad Hourani | Itfashion.Com, n.d.*) Sus piezas están patronadas de una manera sumamente versátil, donde además de adaptarse a cualquier silueta, puede ser modificada en pequeños aspectos que dan un aire completamente distinto a la misma prenda (imagen 9).



*Imagen 18 (La Colección Unisex de Rad Hourani | Itfashion.Com, n.d.)*

De las anteriores marcas y colecciones analizadas podemos concluir que tienen diferencias y similitudes en cuanto la manera de interpretar sus prendas, sin embargo existe una tendencia a lo neutral y andrógino, primando los colores como el negro, gris, azul, verde y colores tierra en general, las siluetas holgadas y rectas, las prendas superpuestas con bastante longitud , el uso de textiles como algodón, denim, paño, poliéster y finalmente el uso de prendas como buzos, pantalones, faldas, chaquetas, capas, camisas, camisetas, chalecos, entre otras.

### **3.1.5 TIPOLOGÍA DEL CUERPO MASCULINO Y FEMENINO**

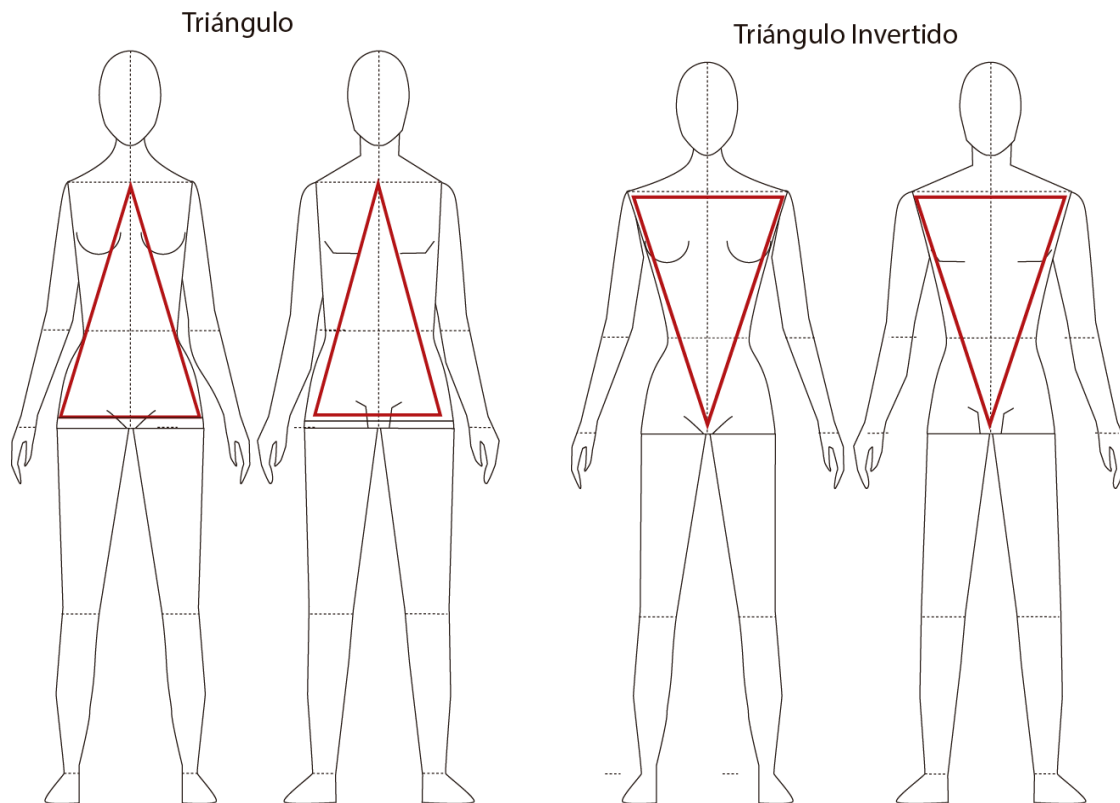
Para empezar a hablar de la tipología de ropa no binaria es necesario compararla con la ropa convencional y sus parámetros principales. De igual forma de la morfología de los cuerpos y sus diferencias entre el masculino y femenino. Así bien, en cuanto al cuerpo femenino existen cuatro tipos de cuerpo, según el artículo de Leticia Cardozo estos son:

- **Reloj de Arena:** Es el tipo de cuerpo ideal donde los hombros y la cadera mantienen simetría, además de una cintura pequeña.
- **Triángulo:** Este cuerpo consiste en hombros pequeños, cadera amplia y pecho pequeño en comparación con las caderas.
- **Triángulo invertido:** Al contrario de la anterior, los hombros son amplios, la cadera pequeña y la cintura ancha.
- **Rectángulo:** Finalmente el rectángulo mantiene la proporción de hombros y cadera, pero la cintura es ancha. (Cardozo Leticia & Olivera Osvaldo, 2014)

Así mismo, el cuerpo masculino tiene su clasificación visual comparada a figuras geométricas, en la investigación de María Ávila habla de 4 tipos de cuerpo:

- Triángulo: Este tipo de cuerpo tiende a una cintura definida, las caderas un poco más notables y los hombros caídos o estrechos.
- Triángulo invertido: Al contrario del cuerpo anterior este tiene los hombros bien definidos y anchos, con las caderas y cintura más estrecha.
- Rectángulo: Este mantiene un equilibrio entre hombros y caderas, con una cintura normal.
- Ovalo: La cintura amplia forma una figura circular entre los hombros y cadera. (Ávila, n.d.)

Podemos denotar que, aunque entre hombres y mujeres los cuerpos sean muy distintos, las tipologías tienen ciertas similitudes o se referencian con figuras parecidas.

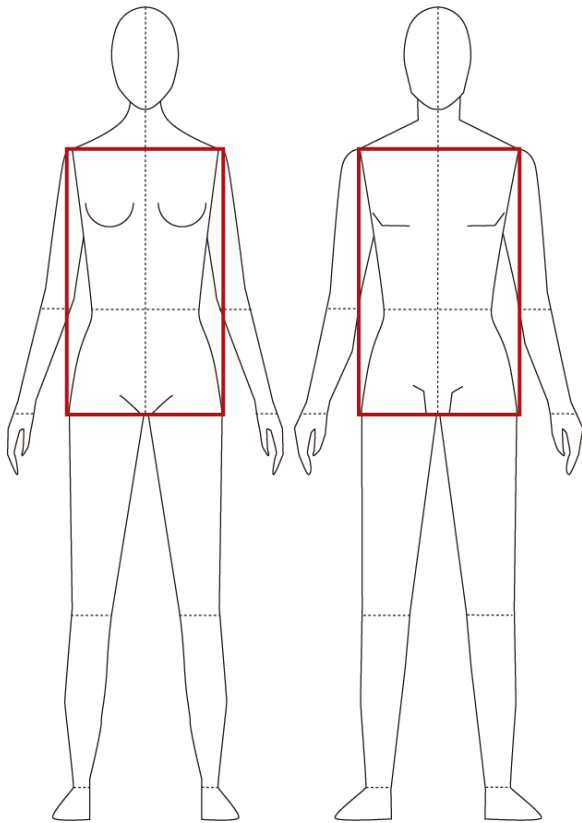


*Ilustración propia 2*

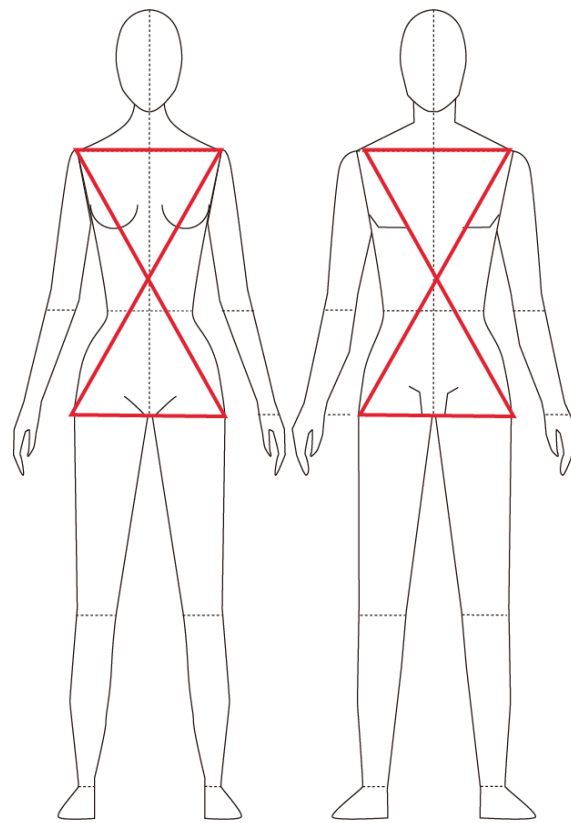
*Ilustración propia 3*

Por ejemplo, en mujeres el cuerpo triángulo (Ilustración propia 1) tiene las caderas mucho más grandes que las del hombre y los hombros mucho más pequeños, sin embargo, guardan esa relación en cuanto a una proporción mayor en la parte inferior comparada a la superior. En cuanto al triángulo invertido (Ilustración propia 2), los hombros son mayores en el hombre y las caderas estrechas en ambos sexos, guardando el mayor tamaño en la parte superior y el menor en la inferior.

Réctangulo



Reloj de Arena

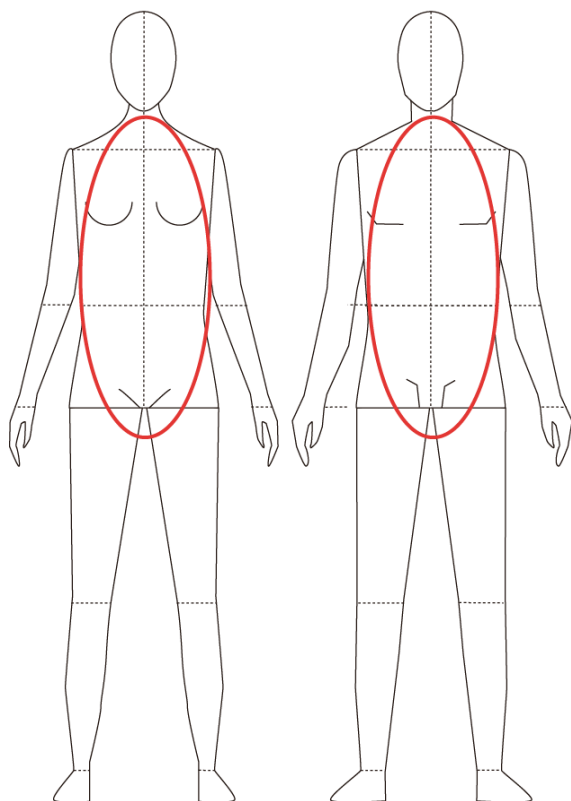


*Ilustración propia 4*

*Ilustración propia 5*

El tipo de cuerpo rectángulo (Ilustración propia 3) guarda relación en cuanto a caderas y hombros, pero con la diferencia de que la cintura es ancha. La tipología reloj de Arena (Ilustración propia 4) mantiene relación entre hombros y cadera, además de una cintura bien definida en ambos sexos, con la diferencia de que la mujer tiene la cintura más estrecha y los hombres tienen los hombros más amplios.

## Ovalo



### *Ilustración propia 6*

El cuerpo óvalo (Ilustración propia 5) tiene la característica de ser la cintura muy ancha debido a problemas de sobrepeso, haciendo que se vea ovalado, en el caso de los hombres es muy común que se acumule grasa y no crezca tanto el resto del cuerpo, en las mujeres la cadera y el pecho crece un poco más, sin embargo, el estómago destaca.



### 3.2 MARCO CONCEPTUAL

**Andrógino:** Según la [Real Academia Española](#), "andrógino" es aquello que tiene características del sexo opuesto o entre lo femenino y masculino

**Neutral:** Según la [Real Academia Española](#) "neutral" es algo que carece de rasgos distintivos o se mantiene en el medio

**No binario:** Según la [Real Academia Española](#) "binario" es un compuesto de dos elementos o un sistema basado en el dos, en este caso lo no binario sería aquello que se aleja de este esquema,

**Cisgenero:** Según la [Real Academia Española](#) "cis" hace referencia a la parte o el lado de acá, por lo tanto el término cisgénero hace referencia a aquellos que aceptan su género de nacimiento.

**Transexual:** Según la [Real Academia Española](#) "transexual" es una persona que se siente identificada por el sexo contrario y por lo tanto adopta las características del sexo opuesto por medio de cirugía, tratamiento o adopta su vestuario y comportamiento.

### 3.3 MARCO LEGAL

En Colombia existen diferentes leyes y decretos en pro de la diversidad, la expresión sexual y el libre desarrollo personal entre estos podemos destacar la ley 1482 de 2011 artículo 16 sobre el libre desarrollo de la personalidad y la ley T-063/15 donde las personas trans tienen derecho a la corrección del sexo en el documento de identidad, también la ley T-478/15 donde se prohíbe la discriminación por razones de sexualidad e identificación de género. (*¿Qué Es El Género No Binario?; Estará En Los Documentos de Identificación En Colombia*, n.d.)

#### **4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo con el objetivo y la naturaleza del Proyecto, el tipo de investigación que oriento los pasos y los lineamientos para este estudio fue el enfoque descriptivo y cualitativo, que permitió puntualizar en las características de la población no binaria mediante el análisis y la interpretación del fenómeno y sus hallazgos.

#### **4.1 DISEÑO METODOLÓGICO**

##### **4.1.1 Población y muestra**

Mujeres y hombres entre 18 y 25 años de edad que viven en la ciudad de Bogotá, cuyo perfil obedece a jóvenes universitarios, profesionales o artistas, que desde su percepción puedan dar un criterio frente al tema de la identidad no binaria.

La muestra para este estudio se determinó de manera aleatoria con una representación de 53 individuos que expresaron sus opiniones bajo la estructura de una encuesta con enfoque cualitativo.

##### **4.1.2 Técnicas e instrumentos**

- Recolección y análisis de datos
- Encuestas

#### 4.1.2.1 Modelo de la encuesta

La encuesta se diseñó basada en los objetivos bajo preguntas relacionadas con la moda sin género, las impresiones que esta le genera, la discriminación o aceptación del uso de prendas del sexo contrario y la expresión de género en la moda.

- Objetivo de la encuesta.

La siguiente encuesta tiene como objetivo reconocer el nivel de conocimiento y normalidad en cuanto la moda sin género

1. Nombre, pregunta abierta
2. Edad: Marcar opción
  - Entre 18-25
  - Entre 26-33
  - Entre 34-45,
  - Más de 45
3. ¿Con qué género se identifica?: Marcar opción, Hombre, Mujer, No-Binario, Transexual, Sin definir, otro.
4. ¿Qué entiende por no binario? Opción múltiple:
  - Identidad de género que va más allá de lo masculino o femenino.
  - Inconformidad al definirse en meramente dos roles de género.
  - Personas que no son hombres ni mujeres -Identidad más allá del sexo (Hombre/Mujer)
  - Otra.
5. ¿Usaría o usa vestimenta característica del género contrario? Marcar opción, Si o No.
6. ¿Por qué? Y que prendas usaría del sexo contrario

7. De los siguientes colores marque cuál usaría o usa en su vestuario: Varias opciones, Cian, Rosado, Amarillo, Púrpura, Rojo, Ocre, Negro, Gris, Vino Tinto, Verde, Azul, Blanco, Naranja, Otro
8. Marque las prendas que ha usado o usa constantemente en conjunto: Varias opciones, vestido, traje, overol, enterizo.
9. Marque las prendas que ha usado o usa constantemente en la parte superior: Varias opciones, Buzo, Camisa, Camiseta, Chaqueta, Chaleco, Saco, Blusa
10. Marque las prendas que ha usado o usa constantemente en la parte inferior: Varias opciones, Jeans, Pantalón Cargo, Short, Leggings, Jogger, Pantalón Básico, Falda.

¿En cuanto a su forma de vestir cuál es su prioridad?

- Comodidad (tejidos suaves, siluetas anchas, confort)
- Versatilidad (varios bolsillos, correas o sistemas que permiten diferentes usos, se puede combinar fácilmente)
- Estilo (prima lo llamativo, a la moda y en tendencia)
- Identidad (Cultura, historia, símbolos y demás características representativas de un grupo)



11.

(not equal, <http://www.notequal.co/prefall13/4vcafuvjk7mrztt5mz8ry0urrv5r5m>)

12. ¿Qué le genera la anterior imagen?-

-Rechazo

-Curiosidad

-Confusión

-Gusto

## 4.2 CRONOGRAMA

TAREA	SEP 2021	OCT 2021	NOV 2021	DIC 2021	ENE 2022	FEB 2022	MARZO 2022	ABRIL 2022	MAYO 2022	JUNIO 2022
<b>PROPUESTA PROYECTO</b>										
Estado del arte	1-15									
Definición de objetivos	15-30									
Justificación		1-15								
<b>DESARROLLO PROYECTO</b>										
Desarrollo marco teórico			1-30	1-30	1-30	1-30	1-30			
Creación instrumentos								1-31		
Aplicación instrumentos									1-30	
<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>										
Análisis de los resultados										1-16
Conclusiones										17-19

## 5. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 5.1 RESULTADO ENCUESTA

1. La toma de muestras fue realizada a 53 personas, de las cuales el 83% tienen la edad de entre 18-25 años

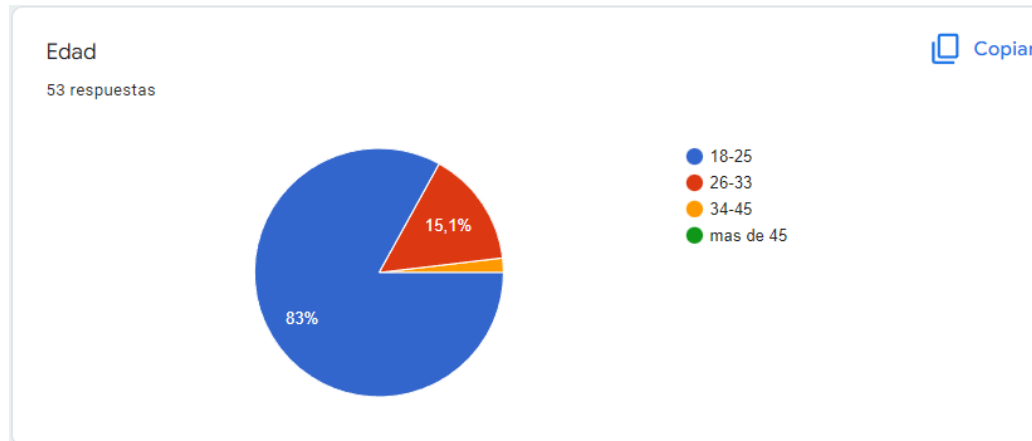


Gráfico 1

2. En la muestra tomada de 53 personas el 67.9% es mujer y el 32.1% es hombre.

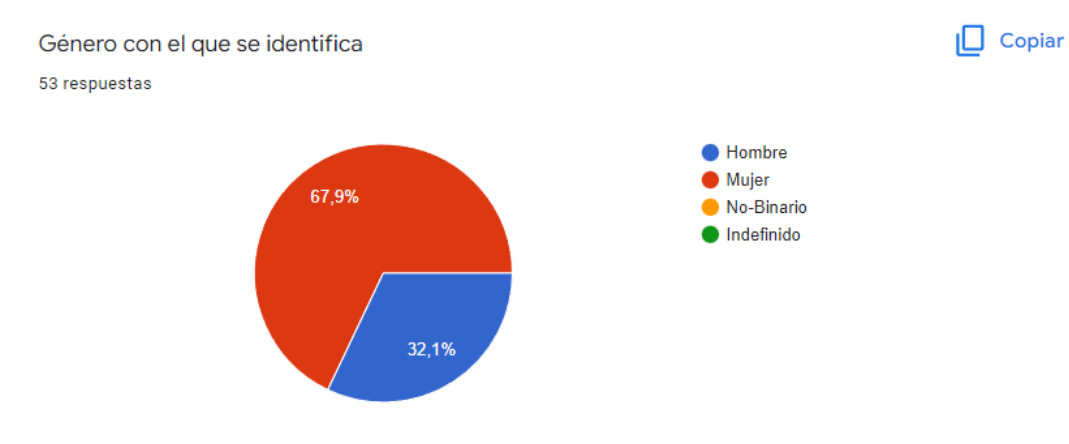


Gráfico 2

3. El 43.4% de las personas encuestadas entienden por no-binario como una identidad de género que va más allá de lo masculino y femenino, mientras que el 26.4% creen que es una inconformidad al definirse en meramente dos roles de género.

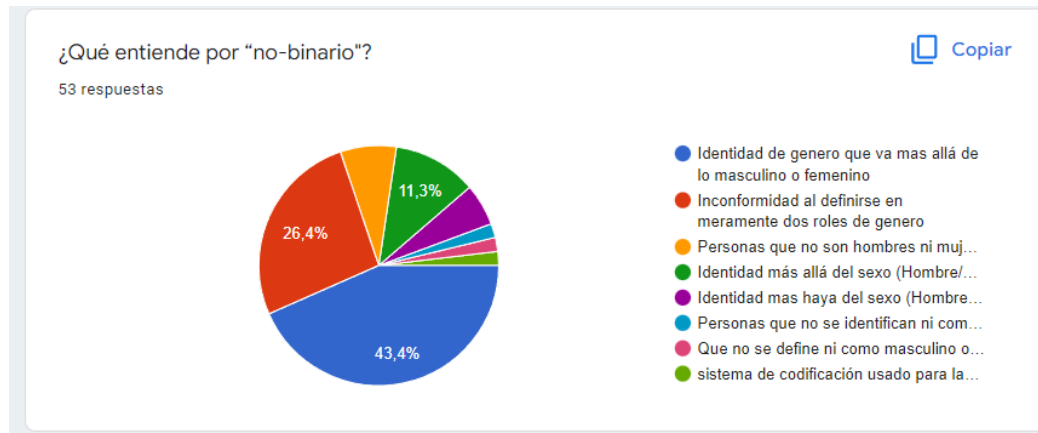


Gráfico 3

4. Dentro de la muestra tomada se encontró que el 83.3% si usaría vestimenta característica del género contrario.

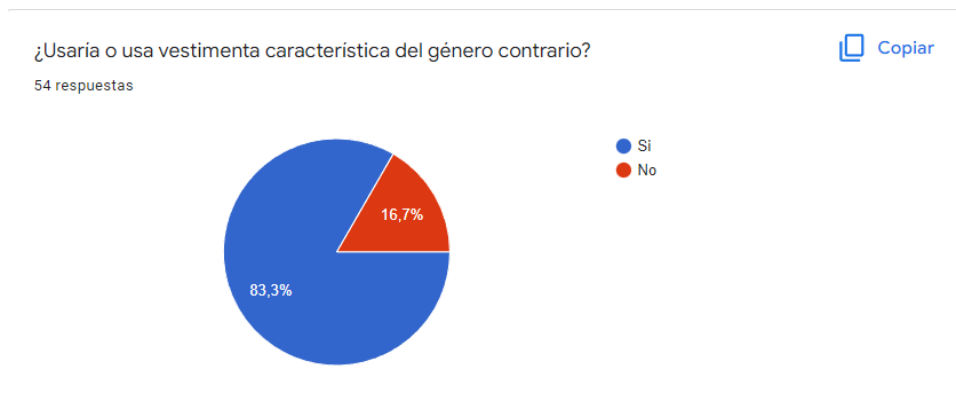


Gráfico 4



5. En esta pregunta la mayoría coincide en la comodidad y diseño, además de que las prendas más usadas son buzos, camisetas, faldas y pantalones.

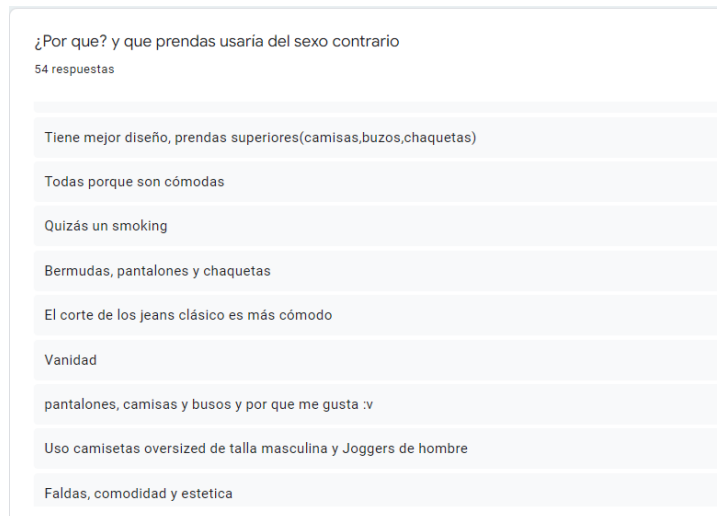


Gráfico 5

6. 43 personas de la muestra contestaron que no, por la libertad de expresión y que la moda no tiene límites. Las personas restantes que dijeron que si, nombraron la forma de los cuerpos y prendas íntimas o ajustadas las cuales fueron creadas pensando en un cuerpo masculino o femenino.

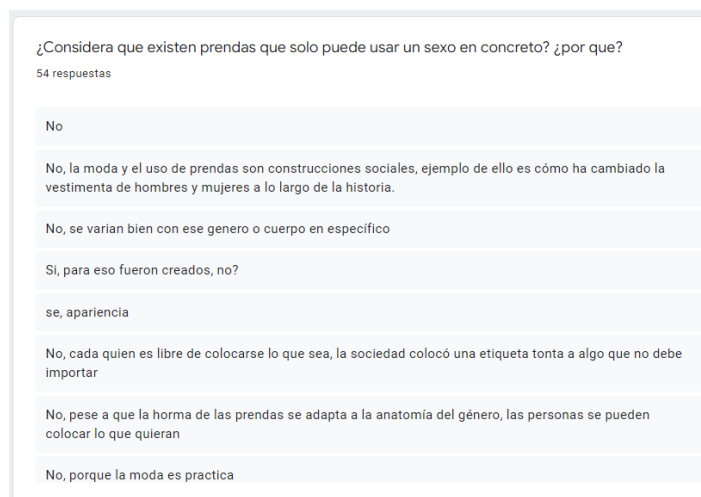


Gráfico 6

7. Los colores más utilizados por esta población son los neutros, entre estos el 88.9% usa negro, el 81.5% usa blanco, el 64.8% gris y de colores acento el rojo con 68.5% , Azul con un 66.7% y purpura 61.1%.

De los siguientes colores marque cuál usaría o usa en su vestuario.

 Copiar

54 respuestas

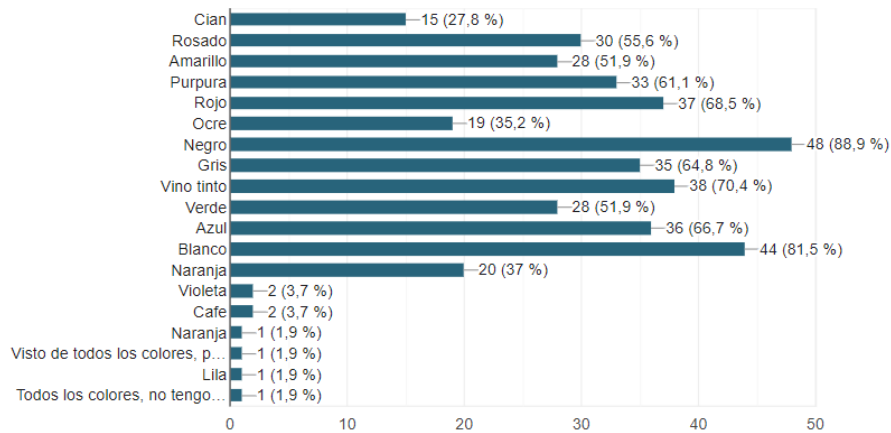


Gráfico 7

8. En la muestra el 64.8% usaría vestido y el 40.7% traje siendo proporcional las respuestas con respecto a usar una prenda femenina o masculina.

Marque las prendas que ha usado o usa constantemente en conjunto

 Copiar

54 respuestas

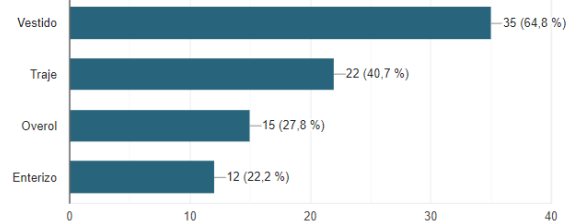


Gráfico 8

9. En cuanto a prendas superiores la gran mayoría usa chaquetas siendo un 88.9% una prenda que puede llegar a ser unisex, al igual que los buzos (77.8%) y las camisetas (74.1%)

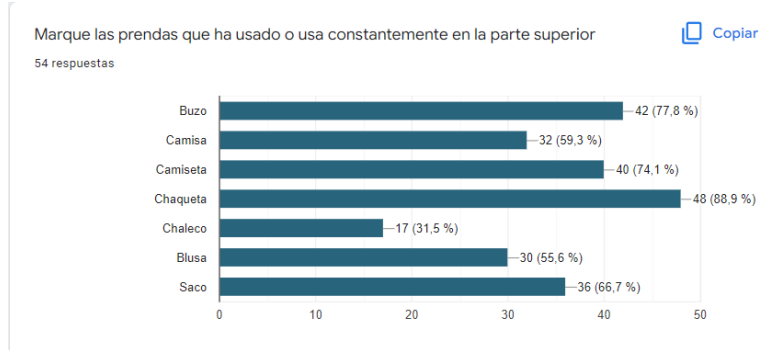


Gráfico 9

10. Los jeans son una prenda muy utilizada por las personas de esta muestra (98.1%) una pieza que tiene diferencias sutiles entre los sexos. También las sudaderas con un 61.1%, pantalones cómodos unisex.

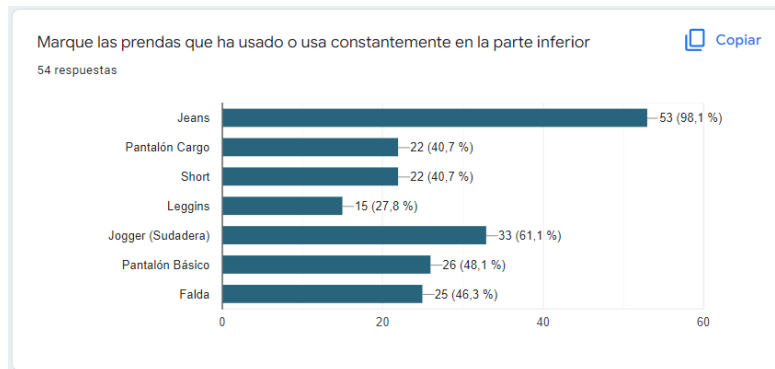


Gráfico 10

11. La prioridad de la muestra es la comodidad (42.6%) y el estilo (31.5%), haciendo énfasis en el diseño, la tendencia, los tejidos cómodos, siluetas anchas y el confort.

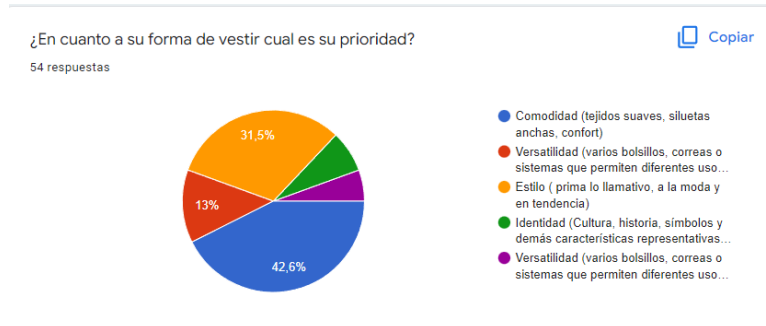


Gráfico 11

12. En la percepción hacia la fotografía hubo curiosidad (53.7%) y gusto (25.9%) siendo una posibilidad la moda sin género en esta población.

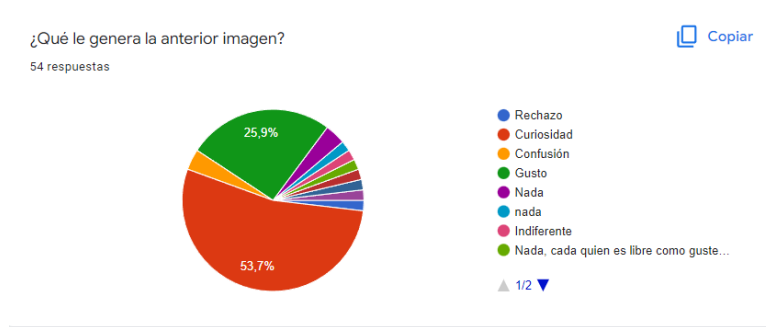


Gráfico 12

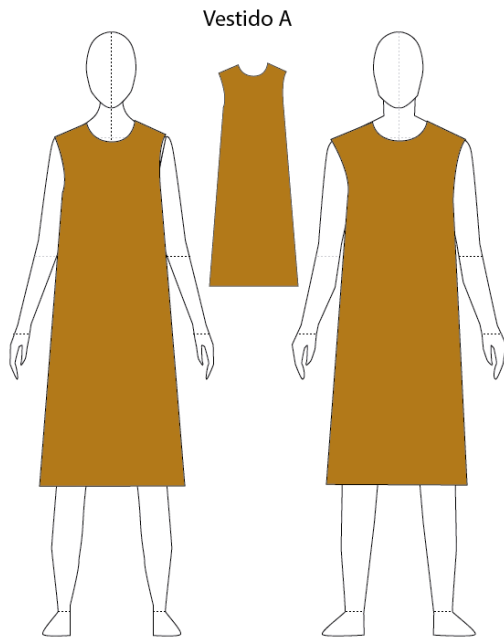
## 5.2 Tipología de la ropa no binaria

Siendo evidente la mayoría de diferencias frente a la tipología femenina y masculina, a continuación, se relaciona un cuadro de detalles y características de la moda no binaria

*Tabla 2 (autoría propia, basada en el análisis de marcas)*

DETALLES DE LA ROPA NO BINARIA	
Silueta	Rectas, anchas, con vuelos, largas, asimétricas, con superposición y siluetas que disimulan las curvas.
Color	Gris, negro, azul, rojo, violeta, verde, ocre, blanco, vino tinto, cian, celeste, olivo, marrón y en general colores oscurecidos.
Material	Denim, Algodón, franela, lana, paño, poliéster, dacrón, gabardina, algodón perchado y en general telas más cómodas y versátiles
Acabados y detalles	Las cremalleras y botonaduras van hacia la izquierda, las pretinas van a la cadera, tiro largo para pantalones, ajuste con elástico o normal.
Tipología de prendas	Batas, faldas, togas, chaquetas, chalecos, camisas, camisetas, pantalones, shorts, bermudas, abrigos, capas, buzos y variedad de prendas con modificaciones.

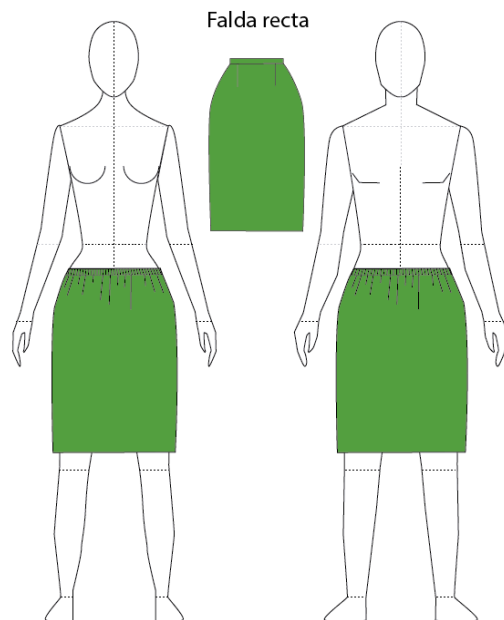
De la misma forma se realiza un comparativo, teniendo en cuenta los tipos de cuerpo, las prendas analizadas en las marcas de moda no binaria, usando como referencia el libro “El dibujo técnico de moda” de Basia Szkutnicka.



*Ilustración propia 7*

### **Vestido A**

Esta prenda es bastante sencilla de solucionar ya que la amplitud de los hombros solo varía según la talla, sin dar mayor dificultad en cuanto a las caderas debido al vuelo en la parte inferior. Es una prenda sin género ya que no destaca curvas, es adaptable en telas que estiren, y como básico para otras.

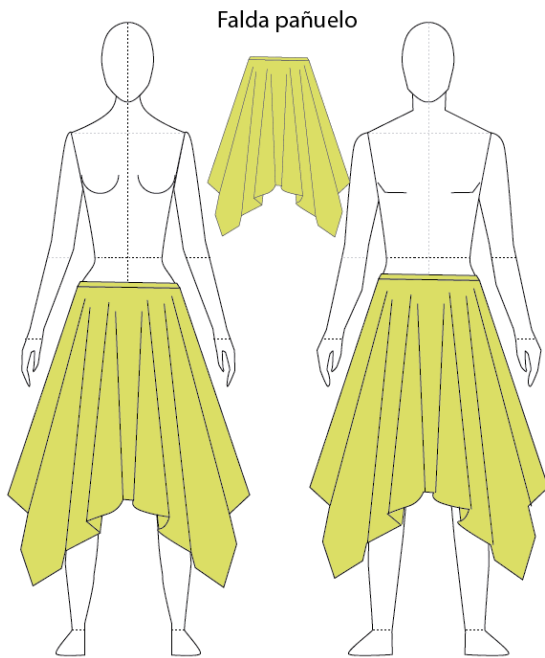


*Ilustración propia 8*

### **Falda recta**

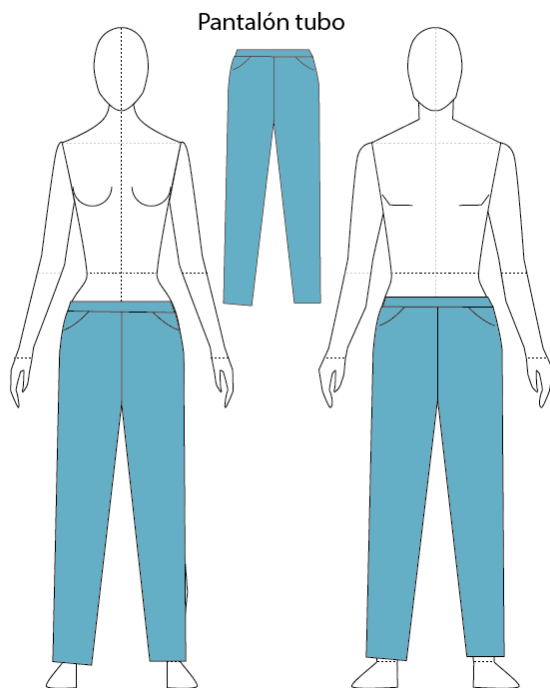
La falda es una prenda convencionalmente femenina en la actualidad, para transformarla, es ideal que vaya en la cadera, ya que la cintura es muy distinta entre hombre y mujer, siendo la cadera mucho más adaptable a la talla, por otro lado, es importante que tenga resorte, para evitar pinzas de ajuste y se amolde aún más a cualquier tipo de cuerpo.

## Falda Pañuelo



Esta prenda con ajuste en la cadera tiene una gran amplitud de tela, permitiendo ser apta para diferentes tipos de cuerpo, en la pretina puede ponerse elástico, broches o cremallera, dependiendo de la talla. Al ser una falda asimétrica y larga se tiende a usar en sobre capa o con pantalón debajo.

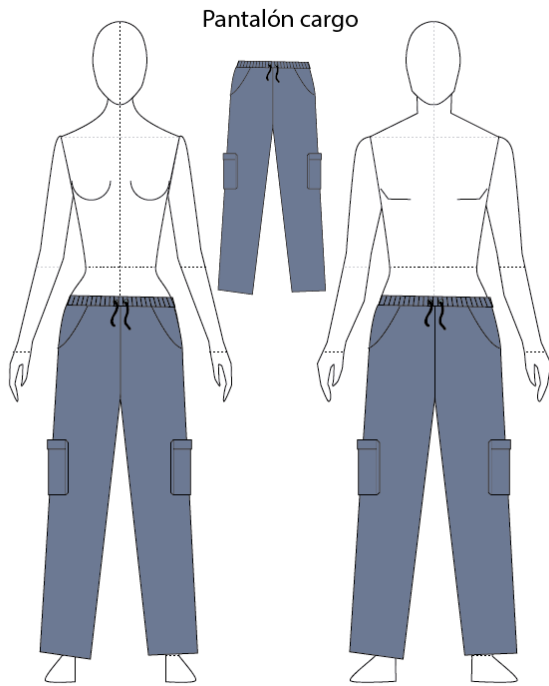
*Ilustración propia 9*



## Pantalón Tubo

Este pantalón es bastante simple, tiene pinzas de ajuste en el posterior, con sistema de cierre de cremallera convencional y va a la cadera alta, la talla definirá el tamaño de la cadera, preferiblemente en telas que estiren para que ajuste al cuerpo, la única diferencia es que el tiro se debe estirar un poco para que pueda ser usado por hombres y mujeres.

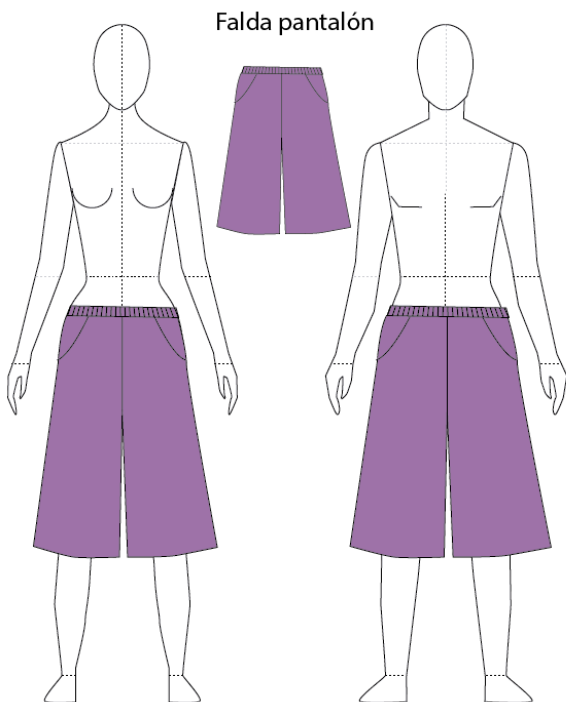
*Ilustración propia 10*



## **Pantalón cargo**

Esta indumentaria es sin género debido a que se realiza con cordón o elástico en la pretina que permite ajustarse a cualquier tamaño, además del tiro largo, puede ir entubado o recto y necesariamente debe tener bolsillos de parche o de fuelle.

*Ilustración propia 11*

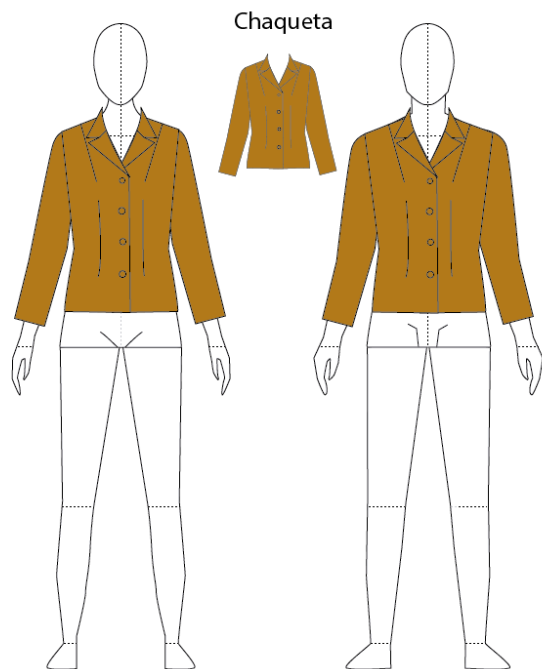


## **Falda pantalón**

Al igual que en los anteriores pantalones el tiro debe ir más largo y el ajuste elástico a la cadera, con la diferencia de que es más corto y tiene un vuelo largo en la bota.

*Ilustración propia 12*

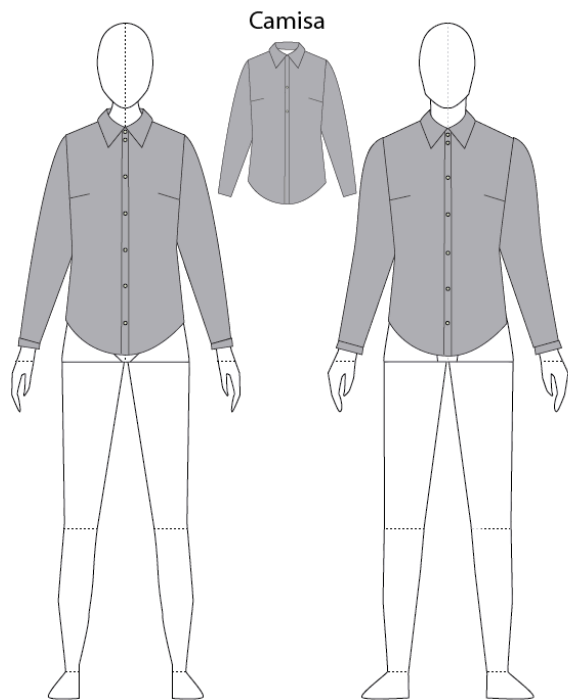




*Ilustración propia 13*

## **Chaqueta**

Un básico que tiene grandes dificultades debido al patronaje, una chaqueta normalmente se ajusta al cuerpo, en este caso se evita entallar de más y dar los suficientes desahogos para las partes más grandes, en el caso de los hombres la espalda y las mujeres el pecho.

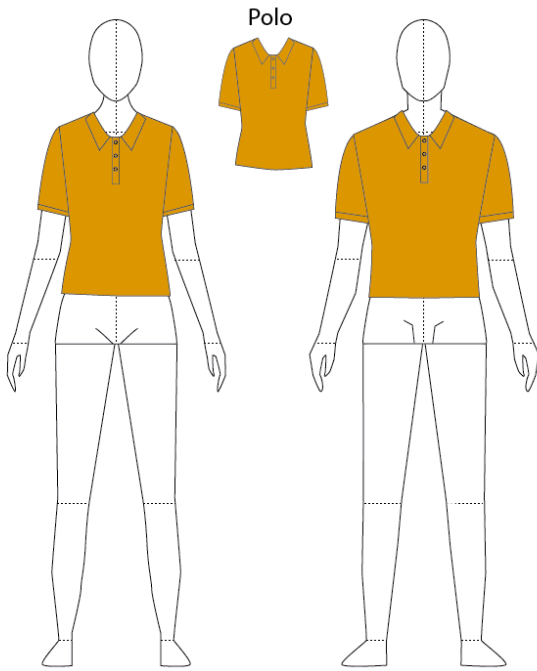


*Ilustración propia 14*

## **Camisa**

Esta prenda tiene la facultad de ser sin género debido a sus amplios desahogos y la rectitud del costado. A diferencia de la blusa que tiene pinzas de ajuste, esta debe mantenerse amplia.

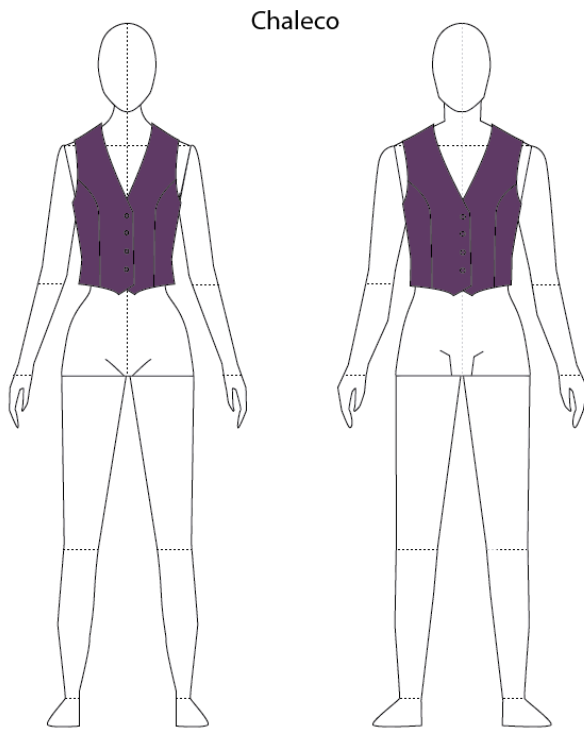
## Polo



Las camisetas polos están fabricadas de tela de punto, por lo tanto, su ajuste depende de la silueta, en cuanto al patronaje es igual para los dos sexos.

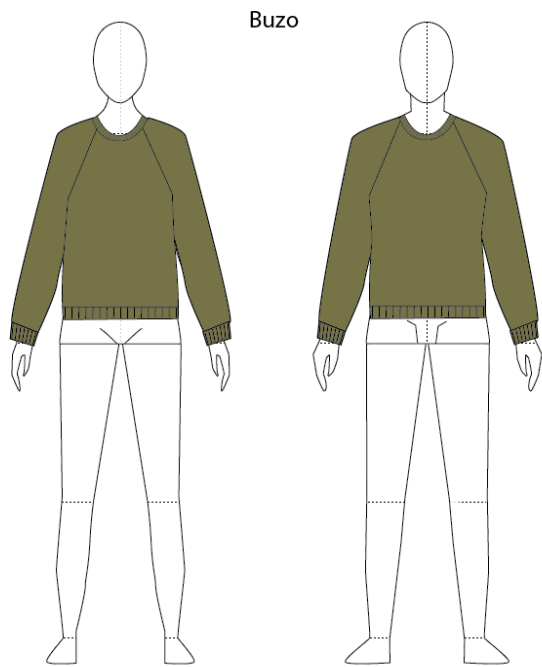
*Ilustración propia 15*

## Chaleco



El chaleco es una prenda más ajustada al cuerpo, sin embargo, suele ocultar las curvas al tener desahogo en la cintura. Las modificaciones necesarias serían de acuerdo a la talla, con desahogo en la cintura y pecho, con pinzas en la sisa para que no genere bolsas.

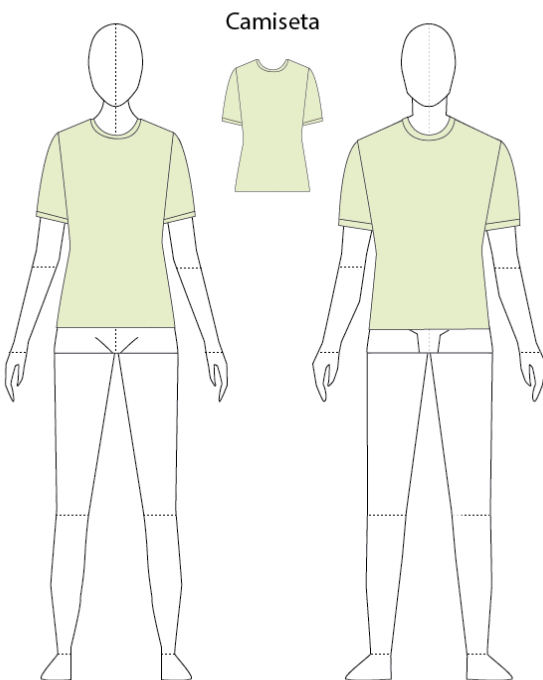
*Ilustración propia 16*



## Buzo

Esta prenda no tiene género, normalmente la única diferencia evidente es el color y el largo, siendo el de las mujeres más corto. Por ello se mantendrá el largo a la cadera o debajo de esta.

*Ilustración propia 17*



## Camiseta

Al igual que con el polo la tela de punto permite que se adapte al cuerpo, se debe hacer con suficiente desahogo y el mínimo entalle en la cintura si se desea.

*Ilustración propia 18*

## 6. CONCLUSIONES

En cuanto al desarrollo de la investigación se llegaron a diferentes conclusiones por medio del análisis de las marcas, las tipologías y el instrumento aplicado.

Para empezar; las marcas fueron un punto de referencia clave ya que de aquí se pudo analizar las características principales de la moda no binaria. Destacan los colores neutrales como el gris, negro, blanco y colores acento como el azul, rojo, violeta y colores oscurecidos. Las siluetas son anchas, largas, rectas, asimétricas y con vuelos, alejándose de las curvas. Los materiales suelen ser cómodos y versátiles que garanticen la duración y confort en las prendas como el algodón, franela, lana, paño, dacrón, poliéster, denim y gabardina. En cuanto a los acabados las cremalleras y botonaduras van montadas por la izquierda, además del uso de ajuste en la cintura por medio de elásticos, cordones, cinturones o cintas que permitan la adaptación de estas prendas al cuerpo. Finalmente, la tipología de prendas no binarias es muy variada, entre estas podemos encontrar pantalones, faldas, togas, chaquetas, chalecos, camisas, camisetas, buzos, pantalones básicos, abrigos, capas, bermudas, shorts entre otras prendas modificadas.

Además, la tipología de cuerpo nos da otros detalles a tener en cuenta a la hora de patronar; existen diferentes tipos de somato tipos entre estos el rectángulo, reloj de arena, ovalo, triangulo y triangulo invertido, los cuales tienen características únicas y se pueden aplicar tanto a proporción masculina como femenina. De acuerdo a esta tipología se analizó que el cuerpo rectángulo masculino y femenino tiende a ser andrógino y facilitar el uso de este tipo de ropa, por el contrario, el cuerpo triangulo es el más difícil debido al tamaño de la cadera y la diferencia con los hombros. Finalmente se analizó sobre el reloj de arena por ser un tipo de cuerpo más común y

tener una diferencia grande entre hombres y mujeres, siendo la mujer con la cintura más pequeña y el hombre con los hombros más amplios. Dando como resultado las modificaciones a diferentes prendas, en el caso de la parte superior deben ser rectas con desahogo suficiente y poco entalle. En las prendas inferiores deben ir a la cadera con ajustes modificables para poder variar el ancho entre la cadera masculina y femenina además de alargar el tiro para que no sea incomodo, por otro lado, los vestidos con amplitud no tienen mayor dificultad solo varía la talla. Estos ajustes son necesarios para dar mayor versatilidad y comodidad a prendas convencionales que puedan usar indiferentemente del sexo.

Finalmente, la percepción de los jóvenes se evidencia con el resultado del instrumento aplicado, dando a lugar la curiosidad y posibilidad de explorar este mercado en cuanto a la moda sin género, Los colores más utilizados fueron el blanco, negro y gris, los otros colores el rojo, violeta y azul, las prendas más usadas fue el jean, buzos, camisetas y chaquetas, además de tener una idea positiva en cuanto a la moda cómoda y con un diseño estilizado.

## 6.1 REFERENCIAS

- *EL MUNDO | Suplemento de Salud 381 - PREVENCIÓN El uso de corsés está asociado a problemas graves de salud.* (n.d.). Retrieved July 3, 2022, from <https://www.elmundo.es/salud/2000/381/00615.html>
- ¿Qué es el género no binario?; estará en los documentos de identificación en Colombia.* (n.d.). Retrieved May 21, 2022, from <https://www.semana.com/nacion/articulo/que-es-el-genero-no-binario-que-ahora-aparecera-en-el-documento-de-identificacion-en-colombia/202247/44Studio>
- 44Studio - Moda libre y sin barreras.* (n.d.). Retrieved April 11, 2022, from <https://paginasweb.tech/moda/44studio/>
- 69 | Sixty-Nine.* (n.d.). Retrieved January 19, 2021, from <https://sixty-nine.us/>
- Alpad, C. (2018). Oxygen breathes life into inclusive, gender-neutral fashion - ProQuest. *TCS Regional News, c*, 2018. <https://search-proquest-com.proxy.library.dmu.ac.uk/docview/2078431425?pq-origsite=summon>
- Aura, A. C. C. (2005). *Enfoques teóricos sobre la, percepción que tienen las personas. 1*, 9–22.
- Avila, S. (n.d.). *Diseño Textil y Modas.*
- Barberá, E., & Martínez, I. (2004). *Psicología y Género.* [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38578555/20032014Psicologia\\_y\\_genero\\_1era\\_Martinez.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1511699101&Signature=Tafy6ekFXNJjCA7yHpfN7ybc6oA%3D&response-content-disposition=inline%3B filename%3D2003](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38578555/20032014Psicologia_y_genero_1era_Martinez.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1511699101&Signature=Tafy6ekFXNJjCA7yHpfN7ybc6oA%3D&response-content-disposition=inline%3B filename%3D2003)
- Butler, J. (2006). Regulaciones de género. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 3(23), 7–36. <https://doi.org/10.32870/lv.v3i23.796>

Candela, S. (n.d.). *Título del proyecto, modalidad A*.

Cardozo Leticia, & Olivera Osvaldo. (2014). Vista de Morfología de la Mujer Asuncena.

*SCIENTIAMERICANA*.

<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/scientiamericana/article/view/201/197>

Castells, V. (2019). *Los hombres a la derecha y las mujeres a la izquierda* / UNIBA. UNIBA.

<https://www.unibarcelona.com/int/actualidad/noticias/los-hombres-la-derecha-y-las-mujeres-la-izquierda>

Dolores, F. O. M. (2019). *Imposibilidad de moda agénero: el cuerpo como única representación gráfica*.

Espinar-Ruiz, E. (2007). Las raíces socioculturales de la violencia de género. *EA, Escuela Abierta: Revista de Investigación Educativa*, 10, 23–48.

'Genderless': la tendencia de la moda sin género - Mujeres - Vida - *ELTIEMPO.COM*. (n.d.).

Retrieved April 4, 2022, from <https://www.eltiempo.com/vida/mujeres/genderless-la-tendencia-de-la-moda-sin-genero-513012>

*H&M lanza United Denim, su primera colección unisex*. (n.d.). Retrieved January 19, 2021, from

<https://www.stilo.es/moda/hm-lanza-united-denim-su-primera-coleccion-unisex>

*Interlude de 44Studio: Vanguardia sin límites de género ni etiquetas*. (n.d.). Retrieved April 11,

2022, from <https://www.neo2.com/44studio-interlude-moda-vanguardia/>

*ISSEY MIYAKE / BRANDS / ISSEY MIYAKE INC*. (n.d.). Retrieved April 11, 2022, from

<https://www.isseymiyake.com/en/brands/isseymiyake>

*La colección unisex de Rad Hourani* / *itfashion.com*. (n.d.). Retrieved April 11, 2022, from

<https://www.itfashion.com/moda/colecciones/la-coleccion-unisex-de-rad-hourani/>

Maria, D. (2020). *TESINA DE GRADO MODA NO BINARIA : ANÁLISIS*

*SOCIOCOMUNICATIVO DE UN CAMBIO EPOCAL Licenciatura en Comunicación Social*  
*Facultad de Ciencia Política y RR . II . Universidad Nacional de Rosario.*

*The.Lost.Circus* — ☞ (n.d.). Retrieved January 19, 2021, from

<http://www.notequal.co/prefall13/4vcafuvjk7mrztt5mz8ry0urrv5r5m>

Vinlove, A. (n.d.). *Creación de una colección cápsula genderless.*

Wing, C. (n.d.). *Publicidad sexista, moda y cuerpo.* Retrieved July 28, 2021, from

<https://www.researchgate.net/publication/322486592>