

Trabajo de grado: ¿Es la industria de la moda realmente inclusiva y diversa?

Luz Daniela Piratoba Rodríguez

Angie Paola Pachón Merchán

Universidad ECCI

Diseño de modas

Jonhson Johan Peña Pinzón

23 Jul. 23

Bogotá D.C, Colombia

Resumen

Durante años la sociedad ha inculcado en los individuos la idea de que solo existen dos géneros: el femenino y el masculino, del mismo modo la industria de la moda ha infundido un único estándar de belleza a través de las supermodelos, generándole a las personas que no tienen ese tipo de cuerpo inseguridades que no deberían existir, ya que todos los cuerpos deben ser aceptados y no encasillados en un solo estándar porque todas las personas son diferentes. Se puede concluir que el mundo de la moda realmente no representa a las personas encuestadas que participaron en la elaboración de este informe, incluso dichas personas se han visto avergonzadas por no cumplir con este tipo de belleza hegemónica que la moda vende. En cuanto a la ideología de género, la población encuestada necesita más opciones unisex en el mercado, lo que quiere decir que muchos no están conformes con las propuestas que actualmente existen para femenino o masculino.

Abstract

For years society has inculcated in individuals the idea that there are only two genders: the feminine and the masculine, in the same way the fashion industry has infused a single standard of beauty through supermodels, creating for people who do not have that type of body insecurities that should not exist because all bodies must be accepted and not boxed into a single standard since all people body shape are different. It can be concluded that the fashion world does not really represent the people surveyed who participated in the preparation of this report, even those people have been ashamed for not complying with this type of hegemonic beauty that fashion sells. As for gender ideology, the surveyed population needs more unisex options on the market, which means that many are not satisfied with the current proposals for women or men.

Problema De Investigación

La idea del ser humano por cubrir su cuerpo ha existido desde que obtuvo conciencia de las necesidades físicas y naturales; las circunstancias climáticas fueron un factor fundamental para el desarrollo y uso de pieles e insumos para la protección del cuerpo, pero la pregunta real sería ¿Cómo se vio esto reflejado en la idea del género sobre las prendas de vestir y su visión a lo largo de los años sobre la diversidad del cuerpo?

Las prendas de vestir han sido un condicional de identidad y género, a lo largo de los años se nos ha enseñado que las paletas de color en sus tonalidades pasteles, desde el nacimiento, evocan feminidad o masculinidad según la perspectiva patriarcal que se nos ha inculcado y que aún en pleno siglo XXI sigue con vigencia, un claro ejemplo es el color rosa pastel niña y azul cielo niño. En el caso de las niñas, hasta las prendas creadas para la corta infancia y zapatos suelen ser más incómodos, se les perforan sus oídos desde los primeros meses de vida y se les encasilla en qué les debe gustar o que no, así mismo es el caso de los niños a quienes no les deben gustar las muñecas, los juguetes de cocina y todo aquello que se considera antinatural por pura conducta social de cómo debería ser su comportamiento dentro del sistema.

A causa de esto la industria viene diseñando para mujeres y hombres con una estructura de cuerpo hegemónico, específicamente del canon de belleza perfecta sin tener en cuenta las distintas estructuras corporales ni la idea de que existe una gran variedad de identidades de género, provocando que la industria de la moda sea excluyente y ataque de manera indirecta a una población en específico la cual en gran parte está compuesta de personas de la comunidad LGBTIQ+ y personas con dismorfia corporal, quienes generalmente no se sienten cómodas con distintas partes de su cuerpo.

La moda nos ha dado a entender que la mayoría de los creadores y diseñadores

emergentes se enfocan en crear para este estereotipo que cada vez se consolida más en las generaciones actuales a través de tendencias virales. Es una estética en donde obligatoriamente las prendas son diseñadas con base en un modelo femenino y uno masculino, sectorizando todo, haciendo que por constructo social las prendas tengan un género, es decir: las faldas, vestidos y corssets para las mujeres excluyendo al cuerpo masculino de estas estructuras y viceversa.

Evolucionar como sociedad es romper estos esquemas en los que se ha venido encasillando al ser humano para lograr avanzar sin prejuicios, dando cabida a una nueva era dentro de la industria de la moda, así mismo poder brindar la experiencia de un desarrollo de identidad verdaderamente libre, creando una generación más inclusiva, tolerante, feliz, consiente y diversa.

Descripción Del Problema

Durante el presente siglo XXI la idea de que existen diferentes tipos de cuerpos y de identidades tanto sexuales como de género son algo que se ha comenzado a visibilizar, estamos en un punto donde de manera colectiva se podría generar un cambio abismal dentro de la conciencia social y la percepción de las identidades de género, sexuales y cuerpos diferentes con características especiales para las que no se diseña ni se tiene a consideración real dentro del mercado de la moda.

Por más que la industria se lucre con marketing de la comunidad LGBTIQ+ o el Body Positivity, pocas son las marcas que realmente generan conciencia e inclusión dentro del escenario de la moda. Sin embargo, hay cuerpos como los de las personas transexuales, hermafroditas, personas con sobre peso y personas con dismorfia corporal que se ven vulnerados y excluidas por tallas cada vez más exigentes, como lo es la vigente talla 0 quien renace del concepto de belleza de la moda del año 2000 y vuelve a apropiarse de la idea de una estética

perfecta dentro de las generaciones actuales.

Todas estas manifestaciones culturales y rechazo a la visibilización de lo diferente han traído décadas de indiferencia, rechazo y dolor, la ropa ha sido desde tiempos inmemorables parte de una demostración de identidad e inclusive poder, entonces ¿Quién piensa en la comodidad de estos cuerpos ignorados por años de exclusión?

Formulación Del Problema

¿Cómo se vio reflejado en las prendas de vestir la visión de la industria de la moda a lo largo de los años sobre la diversidad del cuerpo y la identidad de género?

Objetivos De La Investigación

Objetivo General

El objetivo general de esta investigación es identificar cómo es la industria de la moda en cuanto a la diversidad del género y los diferentes somatotipos corporales, es decir, cómo se incluyen y se excluyen desde la perspectiva actual de la moda y cómo se puede llegar a diversificar a través de la visualización y creación de prendas adaptables a los distintos tipos de cuerpos e identidades.

Objetivos Específicos

- Comprender la visión que tiene la industria de la moda en cuanto a los diferentes tipos de cuerpo aparte del estándar de belleza perfecta.
- Destacar a las poblaciones vulneradas e ignoradas por la industria de la moda a través de esta investigación.
- Desarrollar ideas de opciones para la creación y producción de prendas sin género, inclusivas y diversas.

Justificación Y Delimitación De La Investigación

Justificación

La sociedad ha sido directamente excluyente con lo diferente, la hegemonía, el patriarcado y los actuales privilegios que otorga la belleza en el siglo XXI, es algo que no es invisible a los ojos de quien lo analiza.

Vivimos en un mundo donde todos se quieren ver como el estándar de belleza, los diseñadores de la mano de grandes marcas crean para estas personas que nos han hecho creer que tanto su identidad como todo lo que nos muestran en redes sociales y media audiovisual es lo que deberíamos ser, ignorando la realidad de los cuerpos, las personas del común, la comunidad transexual, Queer, las mujeres y hombres que sufren al intentar ponerse una prenda diseñada desde un imaginario que no hace parte de su realidad.

El constructo del género nos ha delimitado e incluso clasificado en una visión del mundo donde la feminidad y la masculinidad tienen una lucha constante. La idea de que aún se juzgue por un color o por una prenda la sexualidad y género de una persona de manera excluyente es algo que debe ser tomado en cuenta e interpretado para el cambio; la moda no solo es bonita, sino que también es dicente, es por eso que como diseñadores se debe empezar a crear para el cambio, construyendo una realidad inclusiva desde la perspectiva de entregarle a al cliente individualidad, además de respeto, por su identidad y su cuerpo.

Delimitación

Esta investigación se planteará desde la perspectiva de la moda hacia los cuerpos en distintos escenarios, centrándonos principalmente en la población participante de la industria de la moda en Bogotá Colombia

Marco De Referencia De La Investigación

La moda nace con la propia humanidad, en otras palabras, es algo que ha existido con nosotros desde el paleolítico inferior y paleolítico medio, justo en el punto en que el Homo Erectus comenzó a perder el pelo por la evolución y pasó a la existencia del Homo Neanderthalensis, quienes comenzaron a cubrir su cuerpo con pieles de los animales que cazaban protegiendo la nueva vulnerabilidad que habían adquirido (Equipo editorial Etecé, 2016), pero aproximadamente en la Edad Media esta paso de ser solo un objeto de necesidad a uno de lujo y posición social (Afrofeminas, 2021), algo en medio de la construcción social convirtió a la moda en un hito de la clase alta y el poder, volviéndose fría, estéril, exclusiva, además de sumamente excluyente, haciéndola hermética e inclusive dando una perspectiva de frivolidad y clasismo, dando un estereotipo de superficialidad que sigue a los diseñadores de modas y que aún en pleno siglo XXI persiste.

Entonces, para abordar todo este universo tenemos que entender que la Real Academia de la Lengua Española define a la moda como un "Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país", o en su segunda definición como "Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos" (RAE, 2023). Entrando desde lo efímero, la ropa se ha convertido en algo de usar y desechar, todo va cambiando y cada vez tiene un ciclo más corto de vida útil, incrementando la superficialidad que se ha estado trayendo a colación.

Ahora bien, desde el principio las prendas no tenían un rol de género específico, se entiende que se utilizaban pieles para la protección, pero estas no tenían una estructura definida para cuerpos masculinos o femeninos (Hirald, 2021). En el momento en que se consolidó todo y las comunidades se desarrollaron en las primeras civilizaciones fluviales que fueron Egipto,

Mesopotamia, India y China (Romero, 2022), las prendas comenzaron a verse más como un sinónimo de posición social. Por medio de finos textiles, bordados y colores, la ropa delimitaba la condición y los privilegios de las personas que vivían en ciertas civilizaciones (Burgos, 2021) y era una cuestión de elección solo para quienes tenían un rango alto dentro de su sistema social.

Las cosas en ese entonces eran mucho más arcaicas, pero aun así no se veía una diferencia tan abismal como en la actualidad en cuanto al género. Entendemos por género según la Real Academia de la Lengua Española en su tercera definición como "Un grupo al que pertenecen los seres humanos de cada sexo, entendido este desde un punto de vista sociocultural en lugar de exclusivamente biológico" (RAE, 2023).

Uno de los factores fundamentales para la distinción de ropa entre hombres y mujeres fue la inserción de la religión, puntualmente el cristianismo occidental durante las cruzadas en el siglo XII a. C (López, 2017) y sus mandamientos, como consecuencia de esto se instauraron nuevas leyes militares con las cuales las personas empezaron a tener un rol de género mucho mayor dentro de su sociedad (Merino, 2016), ahora se creaban prendas para hombres y mujeres por aparte, con distintos acabados tal y como pasaba en la cultura sumeria, donde las mujeres portaban un chal, pieles y mantos específicos con bordados a diferencia de los hombres, que para esta época aun utilizaban faldones de pieles largos, la cual aún no distinguía entre ser una prenda específica para el género femenino (Merino, 2016).

Durante la baja Edad Media se llega al concepto de moda actual correspondiente a la diferenciación de géneros tal como lo conocemos en la actualidad, a lo largo de los siglos XII y XV el traje inicia a expresar la personalidad, a través de intervenciones textiles, y regionalismos de las personas evidenciando el nuevo sistema monárquico y anulando el antiguo sistema feudal (Merino, 2016). Del mismo modo durante este periodo la silueta del hombre se fortalece, mostrando piernas largas y torneadas por medio de calzas y un pecho ancho a través de rellenos

en el jubón, por otra parte, a la mujer se le recubre de telas largas y amontonadas para mantener su pudor (López, 2016) ya que no solo los roles de género estaban estrictamente impuestos, también las doctrinas religiosas que hablaban de la mujer como un ser irracional, débil e inferior, muestran a la mujer como el ser que introdujo el pecado en el mundo por lo que el hombre debe custodiarla para que ella no se desvíe de su moral sexual (López, 2016), como consecuencia de esto la emancipación de la mujer estaba mal vista por la sociedad, al contrario ellas debían ser sumisas con sus maridos quienes les niegan el acceso a educación y trabajo, obligándolas a quedarse en casa ejerciendo el rol de madre y esposa, dándoles a las mujeres el único fin de procrear, por lo que ningún otro hombre las podía ver incluso se veían obligadas a cubrirse el cabello con velos y diferentes tocados para no solo demostrar su sumisión a los varones sino también su estatus social (López, 2016), engrandeciendo a su marido, haciendo que su vestuario no fuera práctico al contrario que el de los hombres.

Para este punto ya hay varias diferencias entre el vestido masculino y el femenino: el hombre con su silueta cómoda de pantalón, mostrando su cabellera cada que quería sin tener que cuidar ningún pudor mientras la mujer era vista como un objeto que debía dar orgullo a quien lo porte (su marido), cubierta por telas que simulaban un vestido y un tocado, sin poder mostrar al mundo nada más que su cara la cual debía ser bella, pero si era demasiado bella era condenada por la iglesia por incitar a la lujuria y al deseo, aunque si era fea también era acusada de padecer de algún mal. De esta forma nace y se consolida la ideología de género que aún existe actualmente dividiendo completamente la indumentaria femenina de la masculina.

No fue hasta el periodo gótico, a mediados de siglo XV, que las prendas de mujer comenzaron a tomar más las proporciones de sus curvas acentuando la cintura con el antecesor del corsé, del mismo modo, a las faldas se les cosían aros de mimbre para dar el volumen acampanado característico de la época (López, 2016), no obstante, se seguían manteniendo los

colores y las telas especiales para la monarquía, donde solo se le permitía a la burguesía darse el lujo de utilizarlos y seguir demostrando su posición social, convirtiendo a la ropa en un privilegio de clase.

Para el siglo XVII, el pantaloncillo abombado fue clave en la apariencia masculina de los hombres, los cuellos altos eran sinónimo de poder económico, las mujeres mantenían los vestidos, pero los colores eran mucho más sobrios y opacos (Redacción NatGeo, 2022). Cada vez las prendas iban generando mayor distinción entre hombres y mujeres, los cuerpos eran sometidos a presiones físicas por estética en lugar de comodidad, las damas se vieron plenamente sometidas ante estos caprichos que su posición socioeconómica les permitía ya que eran vistas como objetos que adornaban a sus maridos por lo que debían ser perfectas.

Durante el siglo XVIII llega al poder la reina María Antonieta en Francia, exactamente en Versalles, con ella llegan colores más vivos y nuevos textiles como el terciopelo, la seda y los textiles brocados reflejando el espíritu exuberante del barroco y el rococó, posicionando a Francia como la capital de la moda europea, como consecuencia de esto las mujeres no podían usar los vestidos más que una vez en los diferentes eventos a los que asistían. Para este punto los vestidos habían cambiado: ahora las damas debían usar corsé para elevar el busto y ceñir la cintura, las faldas de los vestidos estaban sostenidas con un armazón interior que daba el característico volumen de campana (Redacción NatGeo, 2022), convirtiendo el hecho de vestirse en algo tedioso que ya no podían hacer por sí mismas precisando ayuda de sirvientas, del mismo modo los accesorios también eran algo muy importante para la época, las mangas se convirtieron en guantes, los tocados en pelucas, y se inició el uso del abanico (Redacción NatGeo, 2022).

Como consecuencia de la opulencia de este siglo se dio el nacimiento de la alta costura, bajo la influencia de la monarquía, dejando a la primera diseñadora de modas Marie-Jeanne Bertin conocida como Rose Bertin (Redacción NatGeo, 2022). Por medio de la duquesa de

Chartres, Bertin conoció a la reina María Antonieta quien la nombró ministra de moda y le abrió su propio taller en Versalles, donde creó vestidos novedosos para la reina ganando renombre internacional y logrando exportar sus vestidos a diferentes cortes en Europa (Redacción NatGeo, 2022).

Finalizando el siglo XVIII y a inicios del XIX se dio la revolución industrial, fue un periodo que llegó con la invención de nuevas máquinas y transportes que hicieron crecer la economía e igualmente facilitaron el desplazamiento de las personas (Gayubas, 2023). Surgieron las máquinas de coser y con estas nuevas telas traídas de otros lugares, lo que abrió paso para las primeras producciones en masa y por tallas de ropa (López, 2016), también abrió las puertas del mundo de la decoración interior; se distribuían manuales de cómo debían estar decoradas las casas (López, 2106), para parecer vitrinas perfectas ante la sociedad y poder darle orgullo al marido al tener una casa y una familia de ensueño.

En el siglo XIX las siluetas de los vestidos vuelven a cambiar, se introduce el polisón en los vestidos de las mujeres (López, 2016) y los hombres comienzan a usar chaquetas cortas, frac, levita, chaleco, cuellos altos y pantalones largos, en este periodo surgen los Dandis (Torres, 2015); para este momento se refuerzan aún más los roles de género mediante la ropa: las prendas femeninas debían demostrar sensualidad mientras las del hombre virilidad, esto se lograba introduciendo grandes escotes en los vestidos (Afrofeminas, 2021). Con el paso del tiempo las siluetas fueron cambiando, las mujeres se deshicieron del corsé y se instauró el corte imperio y las faldas de creolina para dar volumen a los vestidos (Vargas, 2020), por otra parte, el pantalón se establece como una prenda de uso exclusivo para los hombres condenando a las mujeres que se atrevieran a usarlo fuera de las ocasiones específicas como montar en bicicleta o a caballo (L. Burgos, 2021).

Como consecuencia de la revolución industrial se terminó de instaurar el capitalismo

occidental, incitando a las personas al consumo desenfrenado ya que había bastante oferta gracias a las nuevas máquinas, incluso se crearon nuevas necesidades que antes no existían, necesidades caprichosas que se fundamentaban en cambiarse de ropa varias veces en el día obligando a las personas, sobre todo a las mujeres, a tener diferentes tipos de trajes especiales para cada evento al que asistían durante el día (Vargas, 2020), esto resaltó bastante la diferencia de clases pues así se produjeran vestidos en masa no todos tenían la capacidad económica de comprar tantos como para cambiarse más de una vez al día, haciendo que la élite desarrollara una afición por remarcar las brechas de clases que existían en el momento.

Entendemos el capitalismo como un "Sistema económico basado en la propiedad privada de los medios de producción y en la libertad de mercado." (RAE, 2023), sistema el cual al analizarlo desde la perspectiva de la moda fue el impulso para la gran era de la alta costura, en donde nacieron los grandes diseñadores de moda quienes actualmente dejaron como legado sus casas de moda, las cuales serían vistas como marcas Premium para la alta sociedad actual.

Se da inicio al siglo XX, un periodo donde la moda adquiere el termino actual que tenemos de ella... Comienza con la caída del corsé de la mano de Portier (Rosa et al., 2009), continúa con la Primera Guerra Mundial y la austeridad que esta dejó para los años 20, logrando nuevas siluetas con menos tela, pero el hito de los años 20 fue la diseñadora Coco Chanel quien a través de su estilo des complicado liberó a la mujer de los adornos que la sociedad imponía y optó por dar prioridad a su comodidad que a la elegancia que primaba en la época (Fernández y Tamaro, 2004), Chanel se convirtió en un referente de liberación femenina que muchas mujeres empezaron a seguir, desafiando e igualándose a los hombres para acabar siendo superior a ellos (Rosa et al., 2009). Llega la Segunda guerra mundial y con esta las mujeres deben ocupar los puestos de sus esposos en sus lugares de trabajo mientras ellos van a la guerra, aquí el hecho de que una mujer usara pantalón ya no era mal visto debido a las circunstancias; en 1945 llega Dior

con el New Look dando paso al “hiperrefinamiento” de los años 50 mientras en Estados Unidos se establece el “ready-to-wear” y el consumismo desenfrenado que trae como consecuencia el fin de la era de la Alta Costura (Rosa et al., 2009). Durante los años 60 el pensamiento cambió, las personas decidieron expresar sus emociones e ideales a través de la ropa que usaban y de su físico creando nuevas identidades, es por eso que se da origen a la minifalda que es completamente aceptada por la sociedad, así como la introducción del pantalón femenino en la moda.

Aun así, no había un cambio en el pensamiento, se mantenía la idea de los roles de género, pero no eran estrictamente necesarios como en la antigüedad. Para incrementar el peso de la influencia que ejercía la moda en la sociedad, aparece Gianni Versace con su marca en 1976 (Ediciones Condé Nast, 2021) dando paso a la era de las súper modelos y la estética del canon perfecto, la definición exacta de los cuerpos que podían portar aquellos atuendos que desde siempre han estado dirigidos hacia el somatotipo ectomorfo. A finales de los años 80 e inicios de los 90 se establecen las primeras súper modelos como Naomi Campbell o Cindy Crawford definiendo la contraparte perfecta para el estilo grunge que reinaba en el momento, con ellas se inician los desfiles de moda y alfombras rojas trayendo de nuevo la alta costura solo para estos eventos (Ediciones Condé Nast, 2017).

Teniendo entonces un sistema de reconocimiento económico en una era de belleza y glamour las casas de moda tales como: Dior, Chanel, Louis Vuitton, Paul Poiret, Yves Saint Laurent, comenzaron a vender diseños exclusivos para un nicho de mercado que les garantizaba estabilidad económica y una nueva era para la moda... Pero poco después surgió el fast fashion o moda rápida, nace como consecuencia de la nueva necesidad instaurada de vestir siguiendo tendencias y temporadas (Gutiérrez Villach, 2023), se empezó a inundar el mercado con ropa repetida que creaba la ilusión vaga de llevar finalmente algo exclusivo a bajo costo, sin embargo,

esta seguía siendo sectorizada en mercados netamente femeninos o masculinos.

La evolución tecnológica ayudo a la difusión masiva de este estilo de vida de lujo, entonces fue sencillo para toda una generación admirar y desear todo aquello que las fotos, las revistas, los medios hacían viral a su manera en ese entonces, pero ¿Qué pasaba entonces con esa población ignorada que no cabía dentro de sus estándares de belleza y hegemonía? La respuesta es simple, estaban condenados a vivir excluidos de la industria de la moda, además con la culpabilidad de no verse ni encajar en todos esos estándares. No fue hasta los años 60 que se promovió la prenda unisex pero solamente desde la perspectiva del patriarcado, es decir, el permitir a las mujeres usar las prendas que por constructo social pertenecían a los hombres, como el pantalón (L. Burgos, 2021), pero jamás se hizo una inclusión intentando llevar prendas femeninas a lo considerado masculino y aquellos diseñadores que lo intentaban eran ignorados o hasta ridiculizados por su visión futurista de lo que debería ser la moda para la época.

Hoy en día nos encontramos en el mismo espacio, la misma zona en donde algunas marcas solo quieren lucrarse de las comunidades sin realmente hacer un acto donde se rompan los esquemas que nos dividen (Escobar, 2019), creando todas sus campañas desde una inclusión forzada que realmente no reconoce ni acepta las diferencias tanto físicas, como de identidad; aún se percibe la exclusión y el apoyo mínimo de la sociedad con respecto a la diversidad que se encuentra en la humanidad.

Marco Teórico

Industria De La Moda

“Se trata de un negocio que tiene bastantes oportunidades para ofrecer gracias a que es uno de los sectores con mayor manufactura del mundo, está compuesta por: diseñadores, modelos, consumidores, entre otros” (Ediciones IPP, 2020).

Inclusivo

“Que incluye o tiene virtud y capacidad para incluir” (RAE, s.f).

Diversidad

Se refiere a la diferencia o a la distinción entre personas, animales o cosas. A la variedad, a la infinidad o a la abundancia de cosas diferentes, a la multiplicidad de elementos, características, perspectivas o manifestaciones que existen dentro de un conjunto o sistema.

Diversidad Corporal. “Se entiende a la existencia de diferentes cuerpos en una sociedad. El problema radica en que históricamente, hay un modelo de cuerpo socialmente aceptado y que aquellos que vayan por fuera de ese “modelo corporal” es visto como algo malo” (Britos, 2022).

Diversidad Sexual. “Se refiere a todas las formas de expresión que muestran las diferentes orientaciones sexuales y las identidades de género.” (Info Pa’lante Colombia, 2023)

Fast Fashion

“Se refiere a un fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que van cambiando las tendencias. Se adquiere ropa que imita las tendencias actuales, pero a bajo coste. Las marcas que ofrecen este tipo de artículos no solo cambian sus productos con frecuencia, sino que además, para maximizar beneficios, llevan a cabo una política de deslocalización fabricándolos en países en desarrollo, pagando a los trabajadores salarios muy bajos e incluso, sacrificando las condiciones de seguridad en las que realizan sus actividades.” (Vicepresidencia tercera del gobierno Español, 2014)

Body Positivity

“Se refiere a tener una visión positiva del cuerpo físico, independientemente de su forma, tamaño u otros atributos relacionados con la apariencia. Implica amar el cuerpo por lo que es, incluso si no es “perfecto” según los estándares de la sociedad.” (Redacción Druni, 2023)

Unisex

“Que es adecuado o está destinado tanto para los hombres como para las mujeres.” (RAE, s.f)

Ready To Wear

“Las prendas ready-to-wear están confeccionadas en cadena de manera industrial, con una mayor cantidad de piezas iguales, y disponibles en varias tallas. Es decir, cada pieza, aunque con una calidad extraordinaria, no es única en el mundo, y no está confeccionada totalmente a la medida de la clienta.” (Schlesser, 2020)

Alta Costura

“Se considera Alta Costura a aquellos diseños exclusivos, hechos a mano, utilizando tejidos y materiales de lujo y con patrones a medida para la persona que los portará. Ofrecen detalles exquisitos que los convierte en piezas de gran valor.” (Schlesser, 2020)

LGBTIQ+

“Es un acrónimo utilizado para referirse a las personas con orientaciones sexuales diferentes a la heterosexual o con identidad de género diferente a la cisgénero, sin embargo, es importante reconocer que todo forma parte de una diversidad sexual.” (Info Pa'lante Colombia, 2023)

Queer

“Describe a las personas cuyas identidades de género u orientación sexual se encuentran fuera de las normas sociales, con un término general que las abarque a todas.” (Info Pa’lante Colombia, 2023)

Tipo De Investigación

Se va a llevar a cabo una investigación de tipo documental, descriptiva y exploratoria, ya que se describe un problema, se exploran las respuestas de los datos recolectados y se documentan en este informe. A continuación, se mencionarán algunas razones por las cuales la investigación tomara este rumbo:

1. Profundidad de la información: La investigación documental permite acceder a una gran cantidad de información sobre un tema específico (Ortega, 2023). Se pueden explorar diferentes fuentes para obtener conocimientos detallados y exhaustivos sobre el tema que se está investigando, dicha profundidad ayudará a desarrollar un entendimiento sólido y completo del área de estudio.
2. Puntualizar características de la población a estudiar: La investigación descriptiva se centra en el que más no en el porqué, de esta manera se pueden investigar diferentes características y rasgos de la población y se pueden complementar con la investigación documental para cubrir el por qué. (Muguirra, 2023).
3. Priorizar el punto de vista de las personas: La investigación exploratoria está enfocada en el conocimiento que hay sobre un tema en específico por lo que es fundamental para esta investigación, ya que uno de los factores más importantes es la percepción que tienen las personas sobre la industria de la moda. (Velázquez, 2023).

Diseño Metodológico

Se delimitó una población de personas entre los 23 y 30 años de edad, ubicados en la ciudad de Bogotá, a quienes se les aplicó la siguiente encuesta:

Imagen 1.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.



Fuente: Elaboración propia.

La primera pregunta se hace teniendo en cuenta la libertad de expresión que la moda debería brindar a las personas en su día a día.

Imagen 2.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

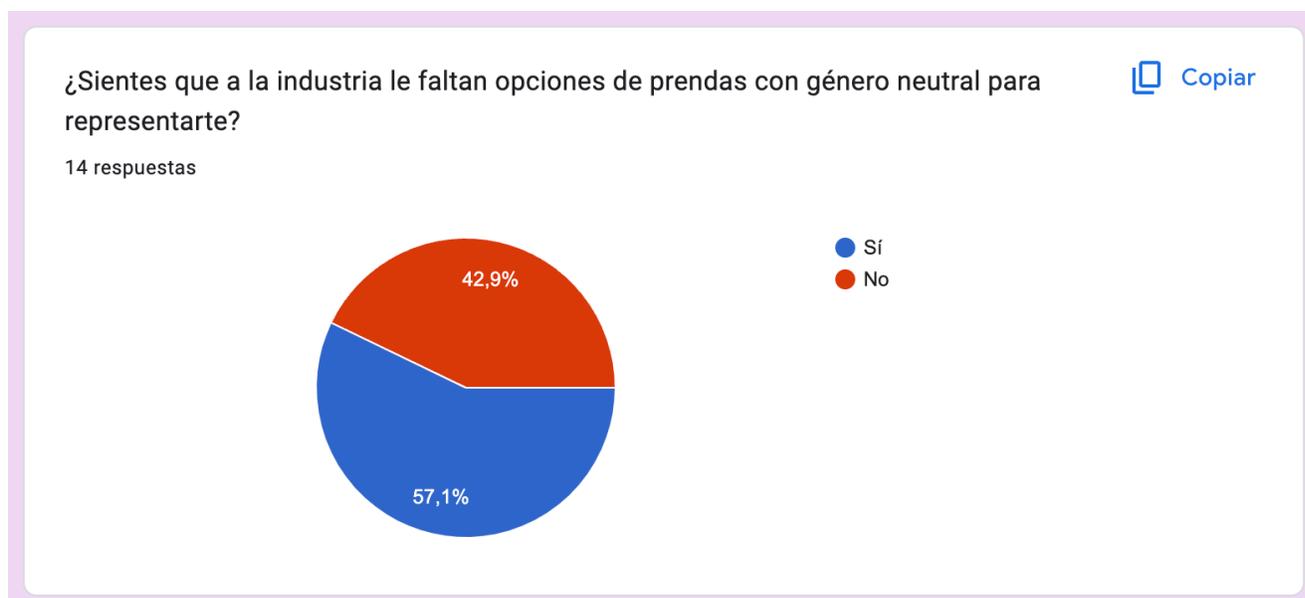


Fuente: Elaboración propia.

En la segunda pregunta evidenciamos que la mayoría del público se ha sentido avergonzado al comprar ropa en algún momento.

Imagen 3.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

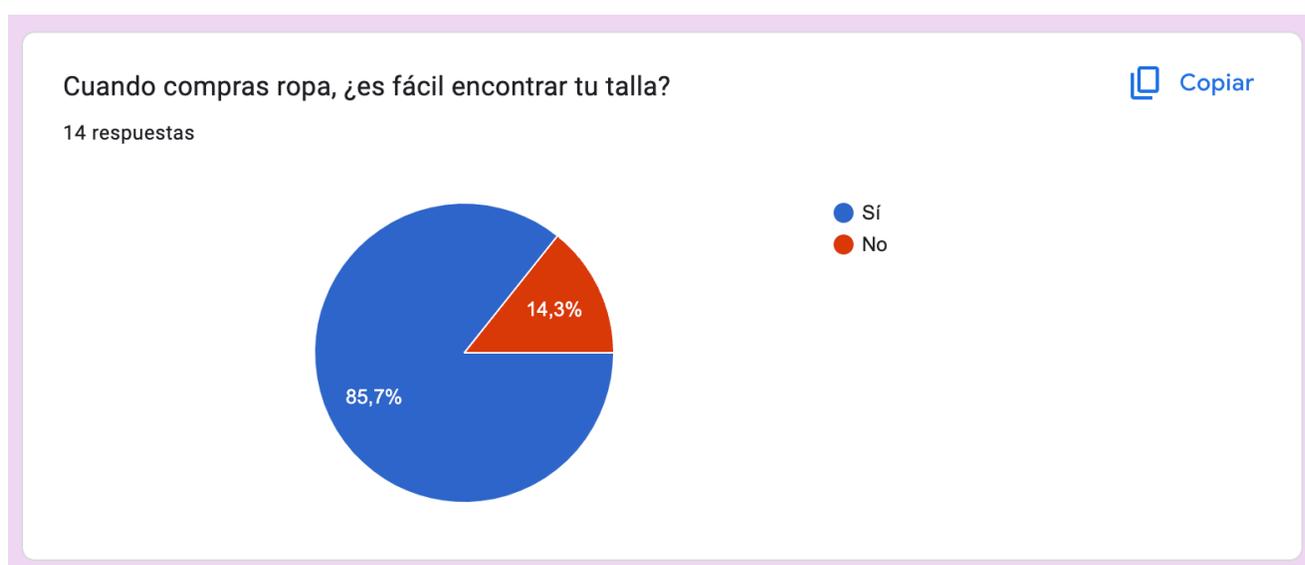


Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta se puede notar que la mayoría de las personas encuestadas siente que hacen falta más prendas unisex en el mercado.

Imagen 4.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

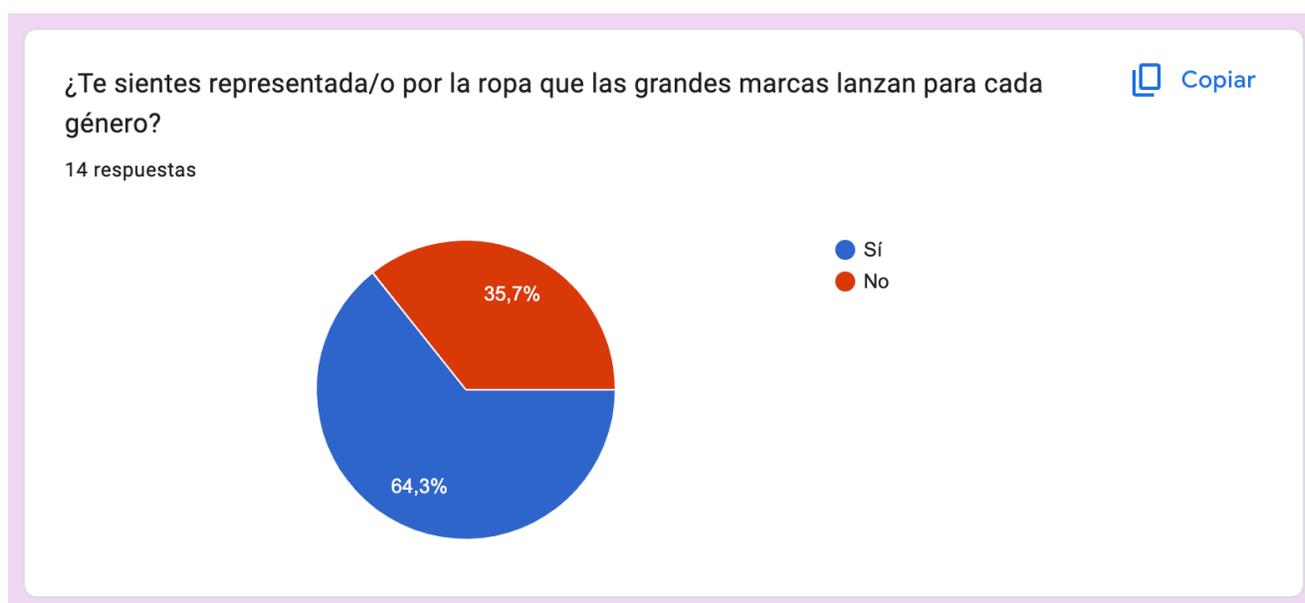


Fuente: Elaboración propia.

Se puede demostrar que para muy pocas de las personas encuestadas es difícil encontrar su talla de ropa.

Imagen 5.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

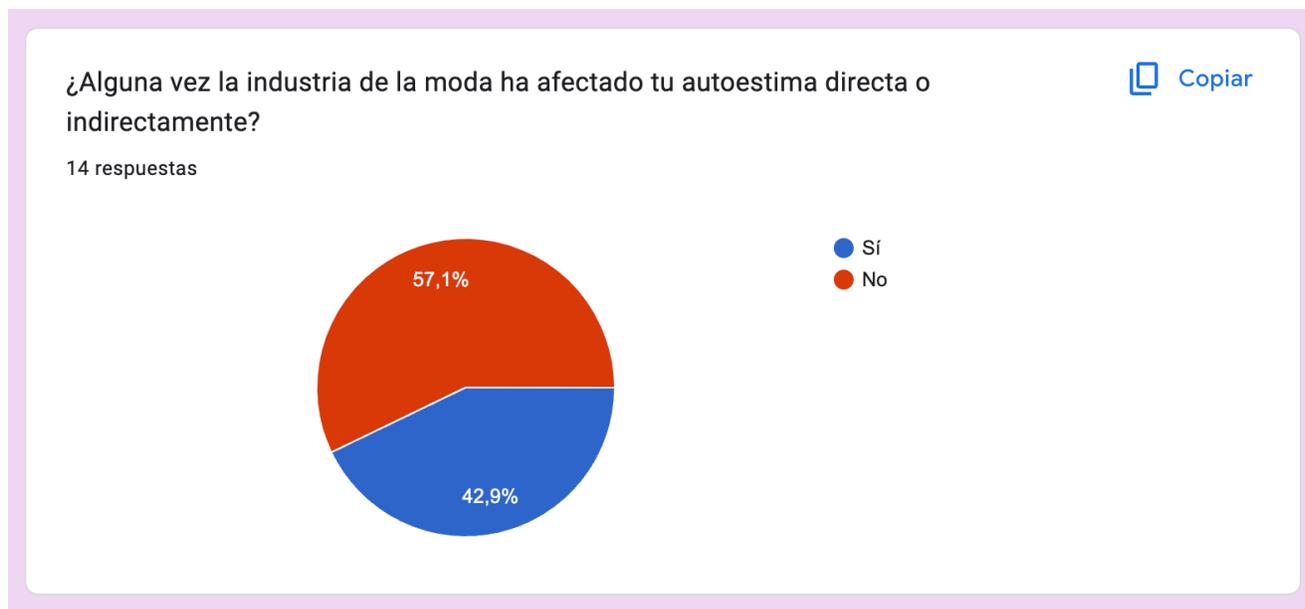


Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las personas que respondieron la encuesta se sienten satisfechos con la representación de género que lanzan las grandes marcas.

Imagen 6.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

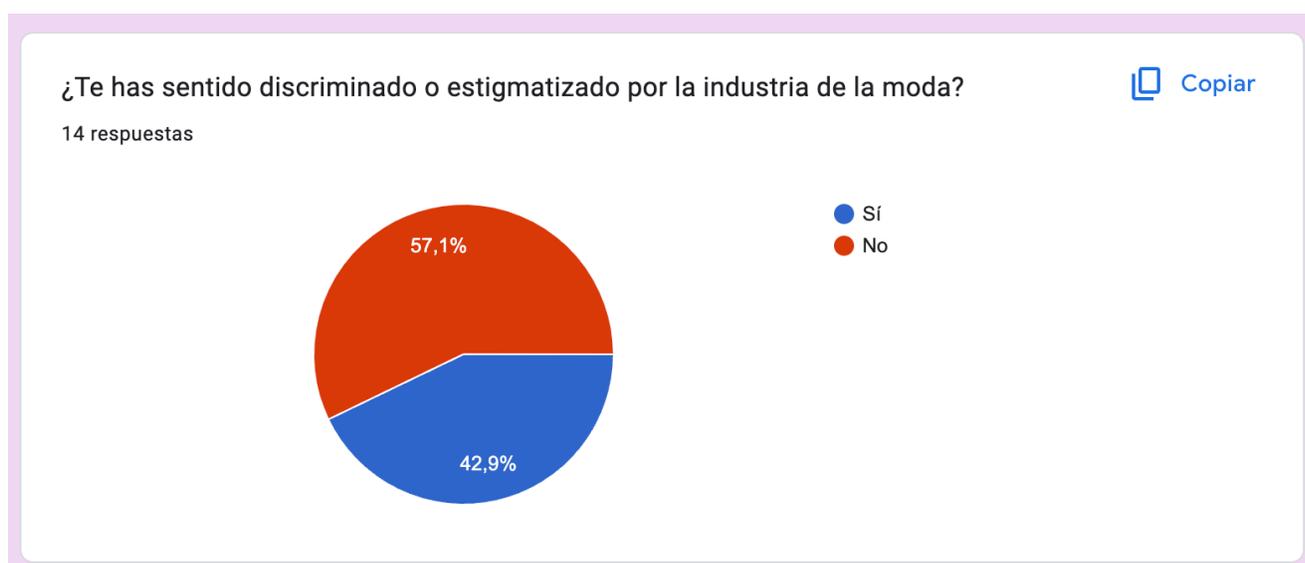


Fuente: Elaboración propia.

Para la sexta pregunta se tuvo en cuenta la autoestima de las personas y el cómo la moda puede haber afectado por medio de sus estándares de belleza.

Imagen 7.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

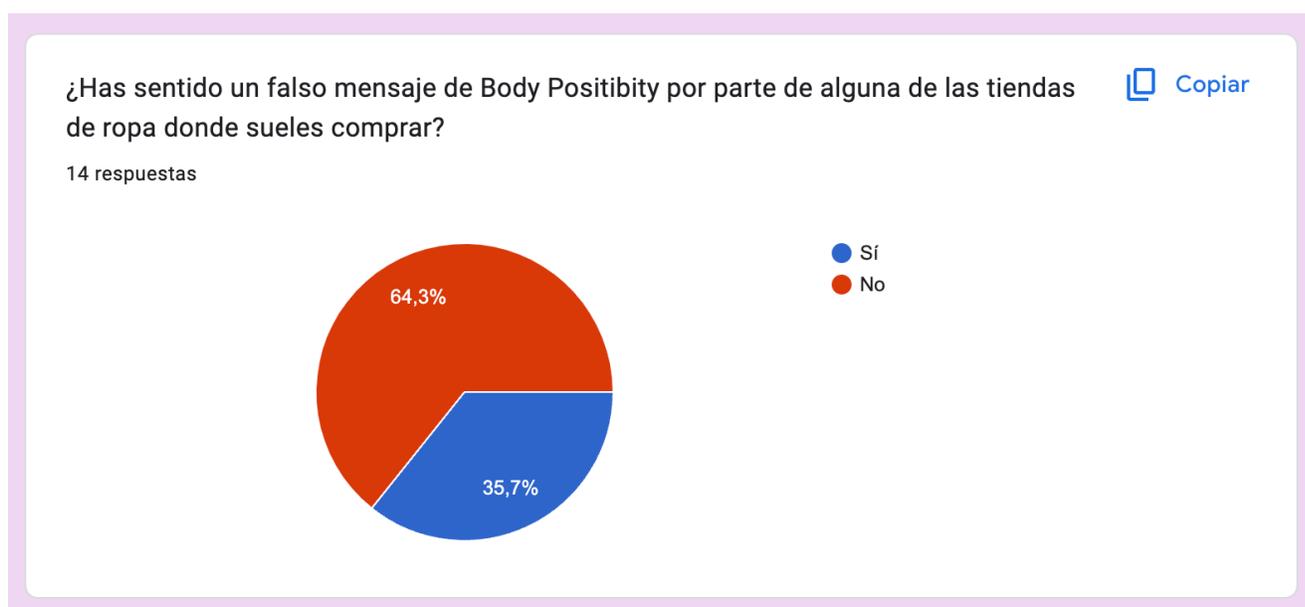


Fuente: Elaboración propia.

Para formular esta pregunta se tuvo en cuenta tanto la autoestima de las personas como la exclusión que como diseñadores podemos evidenciar.

Imagen 8.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.

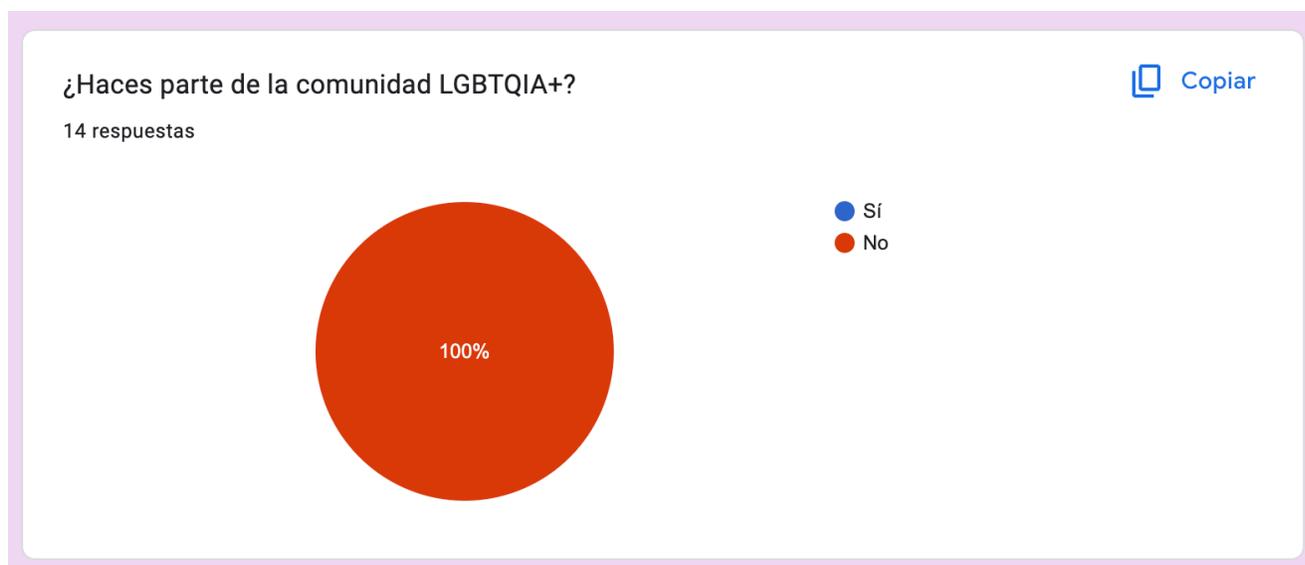


Fuente: Elaboración propia.

En la octava pregunta se tuvo en cuenta la comunidad de personas con sobre peso u obesidad además de la comunidad LGBTQIA+ quienes constantemente son objeto de falsos de mensajes de Body Positivity para aumentar ventas en las tiendas.

Imagen 9.

Resultados encuesta de percepción poblacional frente a la inclusividad y diversidad de la moda.



Fuente: Elaboración propia.

Para la novena y última pregunta se decidió segmentar la población ya que se tuvo en cuenta la idea de género y las heteronormas que lo acompañan, pero sorprendentemente el 100% de los encuestados resulta no ser parte de la comunidad LGBTQIA+.

Resultados

Se puede concluir que para el 83,3% de los encuestados no es difícil expresarse a través de la moda lo que quiere decir que la industria cumple con uno de sus objetivos principales que es representar la personalidad y sentimientos de sus compradores. Por otra parte, el 57,1% de la población encuestada ha sentido vergüenza de su cuerpo al comprar ropa en diferentes almacenes, lo que lleva a concluir que es algo contradictorio ya que se puede expresar la personalidad mas no sentirse cómodos con sus cuerpos tal y como son; también refleja que a muchos de los encuestados les interesa que en el mercado existan más prendas de genero neutro o unisex, de la misma forma la mayoría de estas personas puede encontrar ropa de su talla con facilidad lo que quiere decir que en esta población encuestada no hay muchas personas con la

Fuente: Elaboración propia.

Referencias

- Afrofeminas. (2021, 25 febrero). Vestimenta, evolución y género - AFROFÉMINAS. *AFROFÉMINAS*. <https://afrofeminas.com/2021/02/25/vestimenta-evolucion-y-genero/>
- Burgos, F. (2021, 15 mayo). Vestimenta egipcia: así vestían en el antiguo Egipto. *okdiario.com*. <https://okdiario.com/curiosidades/como-vestian-egipcios-2470998>
- Burgos, L. (2021, 3 noviembre). La historia del pantalón en la mujer. *MsWorker*. <https://www.msworker.eco/es-co/blogs/universomsworker/la-historia-del-pantalon-en-la-mujer>
- Britos, M. (2022). Diversidad corporal: qué es y cuáles son sus luchas. *Escritura Crónica*. <https://escrituracronica.com/diversidad-corporal-que-es-y-cuales-son-sus-luchas/#:~:text=en%20esta%20nota,-,Por%20diversidad%20corporal%20se%20entiende%20a%20la%20existencia%20de%20diferentes,es%20visto%20como%20algo%20malo>.
- Ediciones Condé Nast. (2017, 26 septiembre). *Supermodelos*. Vogue España. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/hitos/supermodelos/365>
- Ediciones Condé Nast. (2021, 20 abril). *Gianni Versace*. Vogue España. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/gianni-versace/45>
- Escobar, I. (2019, 20 enero). La moda unisex y la diferencia entre géneros. *El Economista*. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://www.economista.com.mx/arteseideas/La-moda-unisex-y-la-diferencia-entre-generos--20190120-0009.html>

- Fernández, T., & Tamaro, E. (2004). *Biografía de Coco Chanel*. Biografías y vidas. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/chanel.htm>
- Gayubas, A. (2023). Revolución industrial: resumen, causas y características. *Enciclopedia Humanidades*. <https://humanidades.com/revolucion-industrial/>
- Gutiérrez Villach, Q. G. (2023, 2 mayo). Fast fashion: ¿Moda rápida o rápido desperdicio? *Sostenible o Sustentable*. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://sostenibleosustentable.com/es/moda-sostenible/fast-fashion-moda-rapida-desperdicio/#cual-es-el-origen-del-termino-moda-rapida-o-fast-fashion>
- Gutiérrez Villach, Q. G. (2023, 2 mayo). Fast fashion: ¿Moda rápida o rápido desperdicio? *Sostenible o Sustentable*. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://sostenibleosustentable.com/es/moda-sostenible/fast-fashion-moda-rapida-desperdicio/#cual-es-el-origen-del-termino-moda-rapida-o-fast-fashion>
- Hiraldo, M. I. (2021, 16 diciembre). Historia de la moda: origen y evolución a lo largo del tiempo - Diario Libre. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/estilos/moda/historia-de-la-moda-origen-y-evolucion-a-lo-largo-del-tiempo-KG27561812#:~:text=accesorios%20y%20complementos.-.La%20vestimenta%20aparece%20con%20la%20necesidad%20del%20Homo%20Sapiens%20de,algunas%20ya%20ten%C3%ADan%20dibujos%20ornamentales.>
- Info Pa'lante Colombia. (2023). *¿Qué es la diversidad sexual?* Info pa'lante Colombia. Recuperado 24 de julio de 2023, de <https://www.infopalante.org/hc/es-co/articles/360057621913--Qu%C3%A9-es-la-diversidad-sexual->

- Vargas, K. (2020, 25 noviembre). La moda de mujeres en la era industrial del siglo XIX | Fahrenheit Magazine. *Fahrenheit Magazine*. <https://fahrenheitmagazine.com/life-style/moda-y-estilo/la-moda-de-mujeres-en-la-era-industrial-del-siglo-xix>
- López, M. (2016, 23 mayo). *El Polisión y la revolución industrial*. La Alétheia de Zorba. Un viaje por la historia del vestido. Recuperado 20 de julio de 2023, de <https://laaletheiadezorba.wordpress.com/2016/05/23/el-polison-y-la-revolucion-industrial/>
- López, M. (2017a, agosto 28). *¿Cuándo comenzó la diferenciación sexual del traje?* La Alétheia de Zorba. Un viaje por la historia del vestido. Recuperado 19 de julio de 2023, de <https://laaletheiadezorba.wordpress.com/2016/09/05/cuando-comenzo-la-diferenciacion-sexual-del-traje/>
- López, M. (2017b, agosto 28). *La velación. Una estética impostada*. La Alétheia de Zorba. Un viaje por la historia del vestido. Recuperado 20 de julio de 2023, de <https://laaletheiadezorba.wordpress.com/2016/07/06/la-velacion-una-estetica-impostada/>
- Merino, J. (2016, 14 marzo). Historia del traje. *Issuu*. Recuperado 19 de julio de 2023, de https://issuu.com/julia_merino/docs/portfolio_historia_julia_merino
- Ortega, C. (2023). ¿Qué es la investigación documental? *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/>
- RAE. (s. f.). *Unisex*. Diccionario de la lengua española. Recuperado 25 de julio de 2023, de <https://dle.rae.es/unisex>
- RAE. (s. f.). *Inclusivo, inclusiva* | *Diccionario de la Lengua Española*. Diccionario de la lengua española. Recuperado 24 de julio de 2023, de <https://dle.rae.es/inclusivo>

- Redacción National Geographic. (2020, 6 noviembre). La pasión por la moda en la era de María Antonieta. *historia.nationalgeographic.com.es*.
https://historia.nationalgeographic.com.es/a/pasion-por-moda-era-maria-antonieta_7192
- Redacción Druni. (2023, 17 enero). *Body positive ¿sabes en que consiste este movimiento?* | *Blog Druni*. Druni Blog. Recuperado 25 de julio de 2023, de <https://www.druni.es/blog/body-positive/>
- Redacción IPP. (2020, 31 agosto). *Industria de la moda: ¿qué es, cómo funciona y cuánto dinero genera?* | *IPP*. IPP. Recuperado 24 de julio de 2023, de <https://www.ipp.edu.pe/blog/industria-de-la-moda-2/>
- Romero, J. (2022, 28 junio). Las primeras civilizaciones fluviales: Mesopotamia y Egipto - JUANJO ROMERO - Recursos educativos de. *JUANJO ROMERO - Recursos educativos de Geografía e Historia*. <https://juanjoromero.es/primeras-civilizaciones-fluviales/>
- Rosa, K., Pulido, E., Ruiz, M., y Sánchez, A. (2009, 8 junio). *La moda desde 1900 hasta 1950*. Porquellollamanmoda. Recuperado 23 de julio de 2023, de <https://lamodaenelsigloxx.blogspot.com/2009/06/la-moda-desde-1900-1950.html>
- Schlessner, A. (2020). ¿Cuál es la diferencia entre alta costura y Pret-a-Porter? *Angel Schlessner* | *Blog*. <http://www.angelschlessner.com/noticias/cual-es-la-diferencia-entre-alta-costura-y-pret-a-porter/>
- Significados. (2023). Diversidad. *Significados*. <https://www.significados.com/diversidad/>
- Torres, J. M. (2015, 12 noviembre). *Historia de la moda: El Dandi (1800 – 1890)*. La Elegancia tiene un precio.

<https://laeleganciatieneunprecioblog.wordpress.com/2013/12/01/historia-de-la-moda-el-dandi-1800-1890/>

- Vicepresidencia tercera del gobierno Español. (2014, septiembre). *Consejos para no caer en la «moda rápida»*. Ministerio para la transición ecológica. Recuperado 24 de julio de 2023, de <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/consejos-nocaer-moda-rapida.aspx#:~:text=El%20concepto%20de%20%E2%80%9Cfast%20fashion,prenda%20fabricada%20es%20realmente%20corto.>
- Muguirra, A. (2023). ¿Qué es la investigación descriptiva? *QuestionPro*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Velázquez, A. (2023). ¿Qué es la investigación exploratoria? *QuestionPro*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>