

La moda como empoderamiento femenino.

Un análisis de su manifestación en los cambios de vestuario del siglo XXI

Trabajo de grado
Diseño de vestuario

Por: Andrea Ospina

Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de arquitectura y diseño
Facultad de diseño de vestuario
Medellín
2017





Imagen: Christian Dior.

HOJA DE ACEPTACIÓN

El presente trabajo que tiene como título **La moda como empoderamiento femenino. Un análisis de su manifestación en los cambios de vestuario del siglo XXI**, fue presentado el día 30 del mes de mayo del 2017, como requisito para optar por el título de Diseñador de Vestuario, dado por la Universidad Pontificia Bolivariana y fue aceptado por el director y cuerpo docente de la Facultad de Diseño de Vestuario.

La moda como empoderamiento femenino. Un análisis de su manifestación en los cambios de vestuario del siglo XXI.

Andrea Ospina Toro

Trabajo de grado para optar por el título de diseñadora de vestuario

Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de arquitectura y diseño
Facultad de diseño de vestuario
2017



Nombre de los docentes

Mauricio Velásquez Posada
Director Diseño de Vestuario

Claudia Fernández
Asesor de trabajo de grado
Docente Diseño de Vestuario UPB

AGRADECIMIENTO

Claudia Fernández



DEDICATORIA

A mis padres Silvia Helena Toro y
Edgar Ospina

**“Success isn’t about
how much money you
make, it’s about the
difference you make in
people’s lives”**

TABLA DE CONTENIDO

08. Resumen

09. Abstract

10. Introducción

Capítulo I

14. La moda vestimentaria como representación del Zeitgeist

Capítulo II

26. Empoderamiento Femenino

Capítulo III

30. Las manifestaciones del empoderamiento femenino en el vestuario bajo el contexto social

A. Emma Watson.

B. M.I.A

C. La construcción de un personaje ante la sociedad

D. La importancia de lo público

Capítulo IV

46. Masculinización del vestir y el empoderamiento femenino.

A. Masculinización del vestuario femenino como vía de empoderamiento

B. La identidad de género en el siglo XXI

63. Conclusiones

66. Bibliografía



Imagen: Vogue.

RESUMEN

Este trabajo persigue abordar la relación entre empoderamiento femenino y moda vestimentaria, por medio de la identificación de argumentos y teorías que apoyan o que niegan una posible relación entre ambos fenómenos, frente al análisis de sus manifestaciones en el siglo XXI. Este empoderamiento femenino se convierte en un discurso visual, mediante la historia de la evolución del vestuario femenino, sus siluetas, diseños, colores y la relación con el contexto social de cada época. Estos componentes se integran dentro de un lenguaje no verbal para representar o manifestar empoderamiento.

A través de una investigación monográfica, se analizó la relación entre los componentes mencionados y su manifestación gracias al Zeitgeist de cada época. Esto se consiguió por medio del estudio de caso de mujeres representativas para el discurso femenino en la actualidad, y una línea de tiempo que evidenció estos fenómenos a través del siglo XX y el XXI, donde “los perpetuos escarceos de la moda son, ante todo, efecto de nuevas valoraciones sociales vinculadas a una posición e imagen del individuo respecto al conjunto colectivo” (Lipovetsky, 1990, p. 64). Estas manifestaciones de carácter simbólico, tienen el objetivo de representar una mujer ante una sociedad, situación o contexto determinado, y muestran las barreras entre la igualdad de género y su evolución a través de la moda vestimentaria en la sociedad occidental.

Palabras clave: *empoderamiento femenino, moda vestimentaria, representación, zeitgeist.*

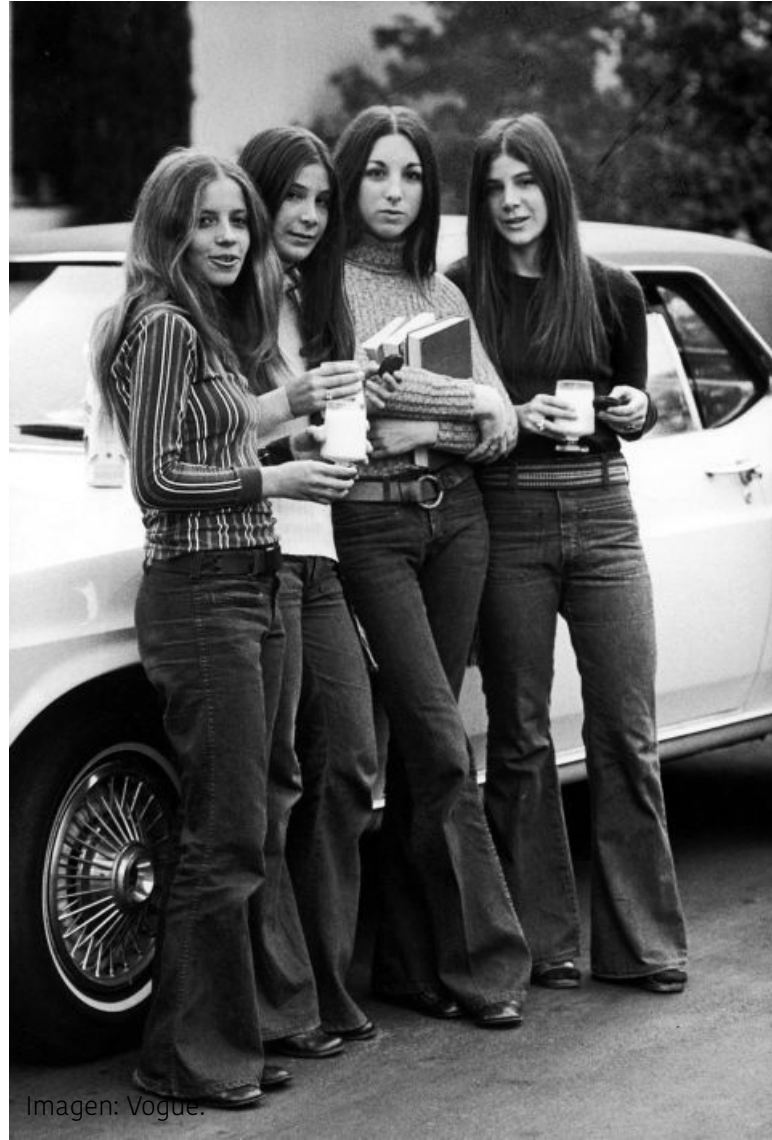
ABSTRACT

This work aims to address the relationship between female empowerment and covering fashion, through the identification of arguments and theories that support or who deny a possible relationship between both phenomena, with analysis of its manifestations in the 21st century. This female empowerment becomes a visual discourse through the history of the evolution of the female costumes, their silhouettes, designs, colors and the relationship with the social context of each era. These components are integrated into a non-verbal language to represent or express empowerment.

Through monographic research, analyzed the relationship between the mentioned components and its manifestation through the Zeitgeist of each era. This was achieved through the case study of representative women for female speech today, and a timeline that showed these phenomena through the century XX and XXI, where “the perpetual skirmishes of fashion are, first and foremost, effect of new social evaluations linked to a position and image of the individual against the collective set” (Lipovetsky, 1990, p. 64). These manifestations of a symbolic nature are intended to represent a woman before a society, situation or a particular context, and show the barriers between gender equality and its evolution through the covering fashion in Western society.

Key words: *female empowerment, representation, covering fashion and zeitgeist.*

INTRODUCCIÓN



A través de la moda vestimentaria se han representado muchos de los momentos históricos que han liderado el discurso sobre género femenino y su lucha por la igualdad, siendo éste un siglo diferente y representativo para la mujer en su evolución y transformación, es decir, tanto en sus logros desde lo cultural, social, hasta en lo económico y personal, que dan a conocer las constantes para la relación de moda, empoderamiento y su manifestación a través del vestuario.

Se podría decir que en la actualidad el género femenino goza de muchos derechos que se han obtenido a través de los años. Es evidente que esta lucha por la igualdad ha recorrido un largo camino, y que las mujeres han tenido que destacarse ante la sociedad para lograr ser escuchadas, en la historia se conocen muchas maneras de manifestaciones y logros obtenidos en los ámbitos sociales y culturales, sin embargo la moda en particular ha tenido una gran influencia en esta lucha, así algunos lo nieguen, es posible notar una demostración de esto en el siglo XX y XXI en donde parece existir una estrecha relación entre el empoderamiento de la mujer con el uso del traje masculino, el cual aparece en repetidas ocasiones donde las mujeres han tenido como objetivo ser representativas.

A continuación, se mostrará como hace ya varios años se presentó una manifestación de este tipo, en donde para la época usar un traje como estos se tomaba como una forma de rebelión, hoy en día es más común ver como estos símbolos se han adentrado en la cotidianidad del vestir mandando un mensaje claro sobre la delgada línea que ya se evidencia entre la diferencia de géneros.



Imagen 1. Bianca Jagger, Londres, Mayo 4 de 1979



Imagen 2. Emma Watson, Marzo 25 de 2014.

En este caso el traje masculino se hace evidente, sin importar el contexto en el que se encuentran los personajes, se puede notar como la influencia llega a ser la misma, y como sólo con vestirlo se nota un aire de poder. Se puede ver que en los dos casos, tanto en el pasado como en el presente, el traje masculino ha llegado a ser una herramienta para resaltar a la mujer en la sociedad, sin embargo, es esta la única vía de empoderamiento o existen diferentes manifestaciones de acuerdo con la época y los acontecimientos de la misma. Es por esto que la problemática alrededor de ésta investigación gira entorno a la evolución de papel de la mujer en la actualidad y las maneras en las que se representa el empoderamiento femenino al interior de la vida social. Un discurso de género que en este caso será revisado a través del vestuario femenino del siglo XXI.

En concordancia con lo mencionado, la pregunta que propone este trabajo es: ¿Cómo ha sido la evolución de esa relación entre empoderamiento femenino y vestuario y cuáles son sus representaciones en el presente? Esta cuestión lleva a formular una hipótesis que plantea, que tras una revisión histórica de los cambios en la vestimenta del siglo XX, la relación entre vestuario y empoderamiento femenino es evidente. No obstante, existen teorías que niegan esta estrecha conexión de la sociedad con respecto a la indumentaria, la cual le ha dado en repetidas ocasiones la importancia a la mujer para ser escuchada, y brindarle no solo igualdad cultural sino también de género.

La problemática mencionada se pretende resolver mediante el objetivo general que pretende examinar la moda como representación de empoderamiento femenino y determinar su manifestación en los cambios de vestuario del siglo XXI, éste se desea alcanzar a través de la realización de los objetivos específicos que se enuncian de la siguiente manera:

- 1.** Distinguir desde la literatura las teorías que relacionan y las que niegan una relación entre empoderamiento femenino y vestuario. Cuáles son sus argumentos y cómo establecen esa relación.
- 2.** Identificar en los argumentos encontrados herramientas para abordar un estudio sobre la relación entre ambos fenómenos en el presente.
- 3.** Rastrear los acontecimientos más relevantes que condujeron a un empoderamiento de la mujer en la sociedad en el siglo XXI y sus manifestaciones.
- 4.** Analizar si estas manifestaciones se representan en el vestuario y de qué manera.

Para responder a estos interrogantes, se llevó a cabo una búsqueda de referentes teóricos que hubieran estudiado el presente tema en las instituciones que ofrecen el pregrado o técnica de diseño de modas o diseño de vestuario en la ciudad de Medellín. Durante el rastreo de estas teorías fue posible encontrar cuatro trabajos de grado que tienen

como objetivo el discurso de género femenino o sus representaciones en la sociedad y la moda como contexto o influencia. Tras revisar estos trabajos, el estado del arte arrojó entonces resultados en donde el tema de empoderamiento es trabajado desde la moda, pero no ha sido abordado como la transformación del vestuario a partir de hechos culturales y más evidente aún, no hay conexión entre empoderamiento femenino y la indumentaria en el presente, es por esto que la respuesta a esa pregunta de investigación planteada, abordará un tema que no ha sido trabajado y que aportará a un nuevo campo en el contexto local con respecto al diseño de vestuario.

A nivel profesional, como diseñadora de vestuario, me parece interesante el hecho de que un asunto tan cercano al ser, como lo es la vestimenta pueda llegar a ser influenciado a través de la evolución de una sociedad desde todos sus aspectos, políticos, sociales y culturales. Además de replantear la idea en la que el vestido como forma de expresión no tiene relación con temas socialmente relevantes. El tema de la influencia social y el empoderamiento femenino me cuestiona personalmente y es la razón por la cual pretendo resolver esta problemática específica, entendiendo mi deseo por la manifestación de poder femenino y cómo la moda es una herramienta para conseguirlo. Agregando esto, desde la academia esta investigación se realiza en la Universidad Pontificia Bolivariana para la asignatura de trabajo de grado como requisito para terminar mis estudios y optar por el título de diseñadora de vestuario.

CAPITULO I

LA MODA VESTIMENTARIA COMO REPRESENTACIÓN DEL ZEITGEIST



Imagen: Pinterest.

Es importante comprender cuales son las premisas que aborda la teoría de Zeitgeist, una de las palabras claves más importantes de esta propuesta de investigación. En primer lugar, es necesario definirla desde su esencia. En el *New Dictionary Of Cultural Literacy* (2005), la palabra Zeitgeist denota 'de nuestro tiempo' o 'espíritu del tiempo' y se refiere al entorno virtual, intelectual y cultural común de una época. Al ser traducida desde el alemán, el significado no puede darse con precisión, sin embargo, han sido varios autores los que han trabajado el término y se le atribuye el significado de esta a Georg Hegel, quien la trabaja en sus obras de la filosofía de la historia. Su principal contribución a la formulación del concepto data del término "*Volksgeist*" (espíritu del pueblo).

Un desarrollo mas elaborado de los conceptos que componen la palabra nos indica que Zeitgeist es:

originalmente una expresión del idioma alemán que traduce a *Geist* como espíritu y *Zeit* a tiempo, "espíritu del tiempo". Se refiere al clima intelectual y cultura de una era. Es un término que se refiere a los caracteres distintivos de las personas que se extienden en una o más generaciones posteriores y cuya visión global, a pesar de las diferencias de edad y el entorno socio-económico, prevalece para ese particular periodo de la progresión socio-cultural. *Zeitgeist* es la experiencia de un clima cultural dominante que define, particularmente en el pensamiento hegeliano, una era en la progresión dialéctica de una persona o el mundo entero. (Referencia no disponible)

Esta definición entonces nos lleva a entender que mas que una palabra es un concepto que tiene una estrecha conexión con la sociología.

En el *Diccionario de Sociología*, (1998), Salvador Giner la describe como:

Espíritu de la época, este término filosófico ha adquirido entidad propia como topos o lugar común dentro de

las ciencias humanas y sociales, e incluso dentro del lenguaje coloquial cultivado. Unido a *Volksgeist* (espíritu del pueblo), informa acerca de su origen: el romanticismo alemán. [...] El Zeitgeist expresa un momento fundamental en el proceso histórico de un determinado pueblo que toma conciencia de sí mismo y de su evolución como tal. Encarnado en metáfora (al carecer de enraizamientos sobre bases reales objetivales), reflejaría cierto modo característico de ser o de actuar- como unicidad de naturaleza compleja y carácter múltiple: fórmula de la unidad en la diversidad- que condensase la quintaesencia de un período histórico, al que y del que informa en sentido filosófico. Esta singular emanación sería perceptible de un modo particular en aquellas manifestaciones ligadas a la cultura en su sentido mas extenso. En cada uno de los estadios sucesivos su Zeitgeist correspondiente; la transición necesario de un estilo artístico a su sucesor formaría parte de una transformación histórica de carácter general en la que participaría la completa civilización humana: espíritu de la época es así espíritu de una época. (Giner, 1998, p.839)

Para completar esta definición es necesario entender el concepto desde otros teóricos y disciplinas, iniciando con la psicología.

En *Zeitgeist el espíritu de la época* (2013), Mario Pujó hace una fuerte relación del concepto con el individuo:

Un vasto tejido de representaciones que moldean íntimamente la relación que cada cual establece consigo mismo y con los otros, con los objetos de su mundo, con los principios y valores de una sociedad temporalmente situada, y que atañen incluso, más ampliamente, al sentido o sin sentido que puede adquirir la vida misma, las maneras con las que se asume individual y colectivamente la nunca completamente admitida inevitabilidad de la muerte. Una suerte de táctica cosmovisión que se traduce, por cierto, en el 'estilo de

vida' que prevalece en una cultura dada. Y a la que podríamos aproximar como la conciencia histórica que cada época tiene de sí, con la explícita restricción de que esa conciencia no es nunca plenamente histórica ni eternamente consiente. [...] En términos actuales, la idea de concepción del mundo es estructural y la de espíritu de la época es histórica, y a veces inclusive historicista. (Pujó, 2013, p.4)

Una visión desde la filosofía, sobre el concepto, nos la ofrece José Ferrater Mora en el *Diccionario de Filosofía* (1979):

Se ha hablado asimismo de «espíritu de la época» de un modo más general para expresar lo que podría llamarse «el perfil» de una época. Tanto 'espíritu de la época' como 'perfil de una época' son expresiones metafóricas, y suelen valer como tales. En efecto, tan pronto como se intenta precisar el «espíritu de la época» en cuanto «espíritu de una época», especificándolo en determinadas manifestaciones culturales, políticas, artísticas, religiosas, o en determinadas estructuras sociales y económicas, la unidad del supuesto «espíritu» corre el peligro de disolverse. Si se afirma que el espíritu de la época es el modo de ser o de actuar (o conjunto de modos de ser o de actuar) que [1014] expresa lo más esencial de un período histórico, no se hace sino repetir lo ya enunciado, pues 'espíritu de' y 'lo más esencial de' son expresiones intercambiables. (Ferrater, 1979, p.1013)

Después de haber definido el concepto desde las diferentes disciplinas hay que trasladar lo que aquí se ha encontrado a los términos de diseño. En el texto *Interior Design Styles and Socio-demographic Characteristics in Egypt: From the concept of Zeitgeist* (2015), el autor hace referencia a varios textos en donde se ha estudiado el término desde el diseño:

En el texto de Hübsch que data de 1847 (Zeitgeist Hübsch, 1992) se revelan importantes pistas sobre teorías modernas

que prevén un lenguaje basado en la noción del siglo XIX de 'el espíritu de la época', llamado Zeitgeist por los alemanes en referencia a la creencia de que el espíritu de la época solo se podría ver expresado a través del arte y la arquitectura. Eero Saarinen define el Zeitgeist, como la moda intelectual o escuela de pensamiento dominante que tipifica e influye en la cultura de un periodo determinado. Por ejemplo, el Zeitgeist de la modernidad caracteriza e influye la arquitectura, arte y moda durante gran parte del siglo XX (Eero Saarinen, 2006). Según Fiona McLachla el Zeitgeist define como ideas, conceptos, hechos, eventos son absorbidos por la mente de la gente y traducidos en una cultura. La gente solo puede ver e interpretar información nueva basada en lo que ya saben y entienden. (Mahmoud, 2015, p.282)

Aquí podemos comenzar a ver como el contexto influye no solo en lo socio-cultural sino también en aspectos como el arte y la arquitectura, que llegan a expresar el estilo de una era o época. Ahora nos adentraremos en el contexto del vestuario y la moda indumentaria, donde este término ha sido utilizado para darle un sentido al sistema de la moda.

Joanne Entwistle, es la primera en relacionar el término con la moda. En el libro *El cuerpo y la moda: una visión sociológica* (2002), donde expone la manera en que algunos autores analizan los cambios en la moda desde el Zeitgeist, considera que la moda responde a los cambios sociales y políticos.

Aquí podemos ver como ya este concepto se transforma y pasa a ser una teoría que explica el sistema de la moda, en la cual se profundiza más adelante:

Algunos autores responden a la pregunta de por qué la moda cambia tanto haciendo referencia al Zeitgeist (por ej.: Ditcher, 1985). Esta aproximación defiende que la moda responde a cambios sociopolíticos y que refleja y reproduce tales cambios. Sin embargo, esta visión plantea muchos problemas. Uno de ellos es que tales

explicaciones tienden a simplificar la moda en exceso, enfocándose en aquellos estilos que parecen corresponder al cambio social, mientras olvidan los que no coinciden con el mismo. (Entwistle, 2002, p. 95)

Otra visión de este fenómeno en relación con la moda la menciona Nicola Squicciarino, en su libro *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas de la indumentaria* (1990), donde define que:

La moda expresa el espíritu del tiempo (Zeitgeist) y es uno de los indicios mas inmediatos de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales. No es solamente la moda la que cambia, afirma Halbwachs, 'la moda es solamente la expresión exagerada y superficial de una transformación profunda de la vida social.' (Squicciarino, 1990, p.171)

Gracias a la definición de esta palabra es claro como es necesario incluir este concepto, pues se ha asociado con la moda y su relación en el contexto socio-cultural, que después ayudará a reconocer las manifestaciones de empoderamiento femenino en la moda indumentaria.

Aunque se pudo observar que no es la única teoría que se refiere a los cambios en la moda y que hay autores que niegan la existencia de un vínculo del Zeitgeist con los cambios en la indumentaria, sigue siendo el punto de partida para darle un significado a las manifestaciones encontradas en el vestuario del siglo XXI en relación con el empoderamiento femenino.

Ya que hemos establecido que los cambios en la moda pueden ser definidos desde el Zeitgeist y sabemos que esto representa una fuerte relación con los cambios socio-culturales de una época determinada, es necesario definir la palabra representación, ya que esta palabra es clave dentro de este trabajo para comprender por qué hechos en particular llegan a ser transformados por los mismos individuos, para comunicar un punto de vista o posición frente a temas de importancia social. Por lo tanto se expondrán ciertas definiciones

desde algunas disciplinas ajenas al diseño.

En primer lugar la definición que propone la *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana* (1923) la palabra representación es definida como, "(Del lat. *Repraesentatio, onis*) Acción de representar o representarse. Figura, imagen o idea que substituye a la realidad" (Espasa Calpe S.A, 1923, p. 997)

Mas adelante es definida desde el derecho público y la representación política como:

Representación es la acción de representar ó personificar, y si lo que se representa es un ente público, la representación será publica. Y como la cristalización de lo público es lo político, sacaremos en consecuencia que la esencia de aquella representación pública es precisamente la representación política. Además, la representación política ó del Estado, que es el ente político por antonomasia, se genera por el propio concepto de la persona social. [...] La idea de la representación, como observa Santamaría de Paredes, surge desde el momento en que se considera la necesidad que tienen las personas sociales de ejercer funciones más o menos relacionadas con la vida material, y la imposibilidad de que las verifiquen por si mismas por carecer de un organismo corpóreo. (Espasa Calpe S.A, 1923, p.1000)

Dado que la representación es la acción de representar, esta también es definida como "Hacer presente una cosa con palabras o figuras que se fijan en la imaginación. [...] Informar, declarar o referir. || Ser imagen ó símbolo de una cosa, ó imitarla perfectamente." (Espasa Calpe S.A, 1923, p. 1018).

Por otro lado, se aborda el término representación desde la sociología.

Entendamos cómo define Salvador Giner en el *Diccionario de sociología* (1998) este término:

Etimológicamente representar quiere

decir hacer presente algo o a alguien que no está presente. De esta forma, implica la necesaria existencia de dos elementos entre los que se establece una relación: el representante y el representado. Las dimensiones de la relación representativa son, por un lado la representatividad y por otro, la responsabilidad. La representatividad o semejanza, es la dimensión de reproducción. Hace referencia a la concurrencia en el representante de una serie de características existenciales comunes, y hace despertar en los representados la idea de sentirse como tales. Es lo que en otros términos se conoce como representación sociológica. [...] El concepto de representación se configura así como una continua tensión entre el ideal y el logro. (Giner, 1998, p. 647)

Ahora es necesario comprender este concepto desde la comunicación, en el *Diccionario de Comunicaciones: semiótica, lingüística, periodismo, publicidad, medios de comunicación* (1997), Juan Manuel Pérez Suárez, entendida como:

Grado mayor de la mimesis (literatura para Aristóteles), que se caracteriza principalmente por la ausencia de una gestión centralizada de las acciones y de los discursos. Los personajes hablan y actúan directamente sin la mediación del discurso como en la vida real (Aristóteles, Poética). Elementos funcionales de la representación: fabula, caracteres, pensamiento, lenguaje, música y escena. (Pérez, 1997, p. 120)

Desde la psicología nos dan otra visión de este concepto, Warren Howard C. En el *Diccionario de Psicología* (1948) define el término de representación:

Cualquier experiencia que es consecuencia inmediata de la estimulación sensorial (gen. Extroceptiva), es decir, una percepción sensible. Experiencia cuyo contenido es una reproducción de alguna experiencia previa que ocurre en ausencia del estímulo original (por ej.

Una imagen de memoria o imaginación). Operación psíquica por la cual se realizan esas experiencias. (Howard, 1948, p.315)

Después de tener una completa definición desde las diferentes ciencias, podemos abordar el término desde ciencias más cercanas al diseño. Étienne Souriau nos da un acercamiento desde la estética, en el *Diccionario Akal de Estética* (1998), lo entiende como:

Presentación que repite otra; mas particularmente, percepción o imagen que ofrece la apariencia perceptible de un ser del cual la representación es equivalente. El término tiene varios empleos en estética. [...] En obras representativas no figurativas: la obra representa aquí una idea, un ser espiritual. [...] Como hecho psicológico, representarse alguna cosa es tener una imagen mental de ella. La representación, en este sentido, es un elemento de trabajo del artista al representar lo que inventa, lo que tiene intención de realizar. Una representación es una clase de borrador mental que interviene en la elaboración de la obra. (Souriau, 1998, p. 947)

La representación como término en general, es entonces entendido como acción de personificar algo que puede llegar a estar en el contexto político y ser una representación de un grupo social pues llega a ser pública. Además, como se explicó anteriormente, surge de la necesidad de ejercer funciones relacionadas con la sociedad. Si entendemos estas palabras desde el contexto de la moda, podríamos decir que la representación es como nos mostramos en público a través de la indumentaria. Además, también cabe resaltar que puede ser entendida como la forma de hacer presente algo o alguien que no lo está, en este caso se podría hablar de cómo la indumentaria femenina se hace presente en fenómenos sociales intangibles, como lo es su posición en la sociedad.

Esto logrado desde los usos del vestuario en las mujeres que se pueden entender como una representación de su papel en la sociedad.

Entendiendo la representación aquí desde la sociología como dos elementos en relación, podemos notar que uno de ellos, el representado, se siente como tal, de acuerdo al representante, esta definición da una visión de cómo los diferentes grupos e masas pueden llegar a ser identificados por medio de un fenómeno cultural o social, en este caso, ese grupo sería las mujeres que se identifican con el fenómeno de la moda.

Ya que estamos abordando el concepto desde la moda e indumentaria es necesario ver la definición de la relación representación-moda, en diferentes autores.

En el libro *El cuerpo y la moda: una visión sociológica* (2002), se explica una fuerte relación entre el cuerpo desnudo y sus representaciones:

Tal es la fuerza del cuerpo desnudo que, cuando se permite aparecer así, como en el caso del arte, se rige por convenciones sociales. Berguer (1972) argumenta que dentro del arte y de las representaciones de los medios de difusión hay una diferencia entre ir sin ropa y el desnudo; este último se refiere al modo en que los cuerpos, incluso sin adornos, están «vestidos» por las convenciones sociales y sistemas de representación. [...] Hollander señala las formas en las que las representaciones de desnudos en el arte y en la escultura corresponden a las modas dominantes del momento, de modo que el desnudo nunca está desnudo, sino «vestido» con las convenciones contemporáneas del vestir. (Entwistle, 2002, p. 13)

Pero además, más adelante se encontró que esta misma autora también describe a las representaciones desde los cuerpos como:

Los cuerpos no son simples representaciones; tienen una realidad concreta y material, una biología que, en parte, viene determinada por la naturaleza. Los cuerpos son producto de una dialéctica entre la naturaleza y la cultura. Este reconocimiento del cuerpo

como un objeto natural no desemboca forzosamente en un biologismo y, de hecho, una serie de explicaciones constructivistas sociales reconoce el cuerpo como una entidad biológica, pero consideran el modo en que está sujeto a la construcción social. (Entwistle, 2002, p. 36)

Otra manera de ver la representación no solo en relación con la indumentaria sino también con el ámbito social que después se transforma en indumentaria, lo da el punto de vista de Ana Barreiro a través de una revisión de Bourdieu en su artículo, *Elementos para una teoría social de la moda* (1996).

En lugar de un espacio social subjetivista, Bourdieu llega a construir el espacio social en un sentido objetivo, es decir, con una estructura de relaciones objetivas que determina la forma que pueden tomar las interacciones y la representación que de ellas pueden tener aquellos que se encuentran en dicho espacio. (Barreiro, 1996, p. 105)

Una mirada más contundente de cómo, los miembros de un grupo social asimilan ciertas costumbres que los identifican nos la dan en el artículo *Cuando el pasado reciente se hace historia: Notas sobre teorías de la historia* (2003), Carlos Pescader en donde menciona que,

La función identificadora se cumplirá en la medida en que nuevos miembros del grupo asimilen ciertas tradiciones comunes. En este sentido es necesario pensar en un movimiento doble de transmisión y de recepción de valores y recuerdos. Pero en tanto construcción social, la memoria colectiva elabora representaciones del pasado adaptando la imagen de los hechos a las necesidades del presente. (Pescader, 2003, p. 125)

Es aquí donde podemos ver cómo, el contexto que rodea a ciertos individuos en épocas diferentes llega a tener un impacto en cuanto a las representaciones de cada uno, donde el pasado es adaptado para las necesidades del presente, como una forma de representación.

De estas premisas expuestas en el texto se puede ver como la representación juega un papel fundamental en la moda y en el contexto socio-cultural. Relacionándolo con el Zeitgeist podemos notar, que pueden llegar a tener una estrecha relación ya que las representaciones que se desean manifestar en esta investigación provienen de las características de una época o era en específico, que después darán pie a otras representaciones en el siglo XXI.

La representación vista desde todas las ciencias tiene en común que, la relación entre unas vivencias previas con el individuo, son herramientas para manifestarse de manera libre, hacia un contexto determinado.

El siguiente concepto a definir es moda vestimentaria. Hemos venido hablando de Zeitgeist y representación los cuales llevan una relación desde la moda o el diseño. Sin embargo es de suma importancia definir con rigurosidad lo que entendemos como moda vestimentaria, ya que esta dará el inicio al análisis de su relación con el término empoderamiento femenino, y como se relaciona con los dos términos antes mencionados, entendido como un fenómeno que puede o no tener conexión con el ámbito social, para darle fin a este capítulo.

Ya que el término moda vestimentaria no es posible encontrarlo de forma literal dentro de los diccionarios se dará una definición de cada una de las palabras para luego unir las y darle un significado unificado. Comenzando con moda.

Desde la *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana* (1932), la palabra moda es definida como:

Modo ó costumbre que está en boga durante cierto tiempo, ó en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos. Entiéndase principalmente de los nuevamente introducidos. || Dominio é influjo que en la sociedad ejerce permanentemente la afición á estas mudanzas. [...] La moda, ó sea el arte que periódicamente dicta el modo

de vestir y las telas, adornos, colores y formas que deben usarse en determinada temporada. (Espasa Calpe S.A, 1932, p. 1191)

Más adelante se concluye que “de esta influencia universal de la moda se sigue que mayormente es ella y no la esencia verdadera de las cosas lo que siente el vulgo” (Espasa Calpe S.A, 1921, p.1198).

Si bien aquí el termino es entendido desde lo histórico en relación al sistema de la moda en las épocas, pero es importante conocer sus significados pasados para ver su transformación en el presente.

Desde la sociología en el *Diccionario de sociología* (1998), se encuentra de esta manera:

Derivado del francés mode y del italiano moda que a su vez proviene del latín modus, o modo en castellano, término utilizado desde 1940 y que significa ‘manera, genero, medida’ y también ‘moderación o limite’. [...] La expresión moda designa aquel uso o costumbre preferentemente en la indumentaria pero también en otros ámbitos de la apariencia, que esta en vigor y se convierte en modelo social y norma convencional durante un tiempo determinado, sin más justificación inicial que el placer del cambio. (Giner, 1998, p. 496)

Más adelante se encuentra el término relacionado con la libertad vestimentaria que “establece que cualquiera es libre de llevar tal vestido o adorno de su sexo que le convenga” (Giner, 1998, p. 496) y que después lo complementa con:

La apariencia de libertad e igualdad total alcanzada por la industria de la moda masiva en las sociedades occidentales actuales ha dado lugar a nuevos códigos y formas de conformismo y diferenciación, en la competición social a través de la indumentaria y la apariencia. [...] Así mismo, la expresión moda que está en evolución, se ha generalizado ya a todos los ámbitos de la cultura y empieza a ser entendida como un know how comunicativo que designa a todo aquello que está de actualidad. (Giner, 1998, p. 496)

En este mismo se define el término moda, sociología de la. como:

El fenómeno de la moda a medida que ésta adquiriría un mayor protagonismo como instrumento de relación y mediación social tanto tanto individual como colectiva. [...] La paradoja de la moda y su doble movimiento según el cual los inferiores tratan de parecerse a los superiores al tiempo que éstos abandonan su posición precedente. (Giner, 1998, p. 197)

Otra visión sociológica de la moda nos la da Luciano Gallino, en el *Diccionario de sociología* (1995), donde explica el término de la siguiente manera:

Cambio periódico de estilo de la vestimenta, la ornamentación, la arquitectura, el diseño de objetos de uso común, los espectáculos, la decoración de interiores y exteriores, es decir, en general, de los elementos estéticos de la vida observable con rasgos y ritmos diferentes en todas las sociedades y en todas las épocas, que se difunde con rapidez variable de grupos y estratos restringidos a la masa de la población, adquiriendo un carácter cada vez mas obligatorio para el individuo. [...] La sociología estudia la moda como tipo de comportamiento colectivo; como rasgo sobresaliente de la cultura de masas y de la sociedad de masas; como expresión peculiar de la estratificación social; como fenómeno que anticipa y refleja formas mas o menos importantes de cambio social y cultural, [...] la moda es uno de los mecanismo mas comunes de aculturación. (Gallino, 1995, p.581)

Desde la comunicación la palabra es abordada en el *Diccionario de comunicaciones: semiótica, lingüística, periodismo, publicidad y medios de comunicación* (1997).

Fenómeno colectivo que aporta con gran inmediatez la revelación de lo que hay de social en los comportamientos humanos. Signo del sentido: el estudio de la moda es el

estudio del sentido, y la ciencia del sentido se confunde con la ciencia de la compra y de la aprobación. (Pérez, 1997, p. 142)

En las ciencias políticas se puede encontrar, en el *Diccionario de ciencia política* (1999), done Frank Bealey lo describe desde el termino modelo, “En las ciencias sociales un modelo es un esbozo general que contiene las características principales de cierto fenómeno social; trata de explicar tales características y la forma en que se relacionan entre sí” (Bealey, 1999, p. 275).

Aunque el término no es literalmente encontrado como moda, podríamos decir que la descripción de modelo es semejante a lo que se puede entender como moda.

En el *Diccionario de Psicología* (1948), la moda es entendida como la “Fase de la costumbre o de la convención que se desarrolla con bastante rapidez y desaparece tras un lapso. El termino se aplica a la exhibición y uso de objetos materiales ‘lo que se lleva’, y no propiamente a los actos” (Warren, 1948, p. 229)

Al comienzo de esta definición veíamos como el termino moda era definido desde lo que se tenía planteado en el pasado, como un fenómeno que trae tendencias en cuanto a indumentaria y que debe seguirse por todas las clases. Al ir desarrollándolo desde las diferentes ciencias vemos que sigue siendo un fenómeno que lo caracteriza el cambio constantemente y que es de carácter colectivo, a estos significados se han ido agregando las palabras vestimentaria, ornamentaría o diseño.

En el *Diccionario Akal de Estética* (1998), se entiende que el concepto de moda es una manera de ser:

Pasajera y adoptada por un grupo que le da un gran valor. Las modas existen en el campo del arte desde el momento en que un determinado número de artistas se ponen a trabajar en un género, en un estilo o en un determinado campo, en gran parte porque se lleva, o cuando el público pide y le gusta aquello que está en la ola.

Los factores determinantes de una moda u otra son a menudo de índole estética. [...] El término moda se usa para designar la ropa y los accesorios de mujer y a veces también de niño. [...] En este sentido la moda forma parte de las artes aplicadas; el arte de vestirse o de vestir es una inserción de las preocupaciones estéticas en la vida cotidiana. (Souriau, 1998, p. 790)

Desde diferentes autores la moda siempre ha estado relacionada a través del cuerpo que a su vez está en contacto directo con la vestimenta.

La moda está pensada para el cuerpo: es creada, promocionada y llevada por el cuerpo. La moda va dirigida al cuerpo y este último es el que ha de ir vestido en casi todos los encuentros sociales. [...] Así, cuando hablamos de moda, nos estamos refiriendo simultáneamente a una serie de organizaciones interconectadas y con puntos de coincidencia implicadas en la producción y promoción del vestido, así como en las acciones de las personas al actuar sobre sus cuerpos cuando se visten. (Entwistle, 2002, p. 6)

Otro aporte para la construcción de este concepto es la moda en el ámbito social, es decir, de qué manera se desenvuelve la moda dentro del contexto social, como influye dentro de las diferentes situaciones a las que esta expuesto el individuo en una sociedad,

Herbert Spencer demuestra que la moda se diferencia de forma sustancial de los comportamientos ceremoniales en que éstos tienden a resaltar las diferencias sociales, entre los actos del superior con el inferior, mientras que aquella pretende producir la semejanza, la igualdad de las clases más humildes con las superiores a través de una imitación competitiva, como si para demostrar el respeto a los superiores hubiera que seguir su ejemplo. (Barreiro, 1996, p. 99)

En esta revisión por diferentes autores y áreas del conocimiento, se evidencia la moda como

un fenómeno y una representación del vestir del cuerpo, en cuanto se usa como un medio ya sea para la diferenciación, igualdad o para mostrar lo que hay socialmente en los comportamientos humanos. Su asociación con la vestimenta, vestido, o vestir es evidente en casi todos los discursos.

Para terminar de completar el concepto veremos la definición de la palabra vestimentaria o sus sinónimos en las diferentes áreas de conocimiento.

En la *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana*(1925), la palabra vestido es definida como:

Cubierta que se pone en el cuerpo por honestidad y decencia ó para abrigo o adorno. [...] Cubierta de alguna cosa, en sentido general. [...] El vestido guarda relación con la categoría social de la persona y demás circunstancias de la misma. [...] El vestido es un elemento externo y auxiliar del organismo que modifica su regulación térmica. De este modo le protege contra las influencias exteriores. (Espasa Calpe S.A, 1925, p.192)

Más adelante se encuentra la palabra vestir y es entendida como la manera de “cubrir o adornar el cuerpo con el vestido. || Guarnecer o cubrir una cosa con otra para defensa o adorno. [...] Disfrazar o disimular artificiosamente la realidad de una cosa añadiéndole un adorno” (Espasa Calpe S.A, 1921, p. 198).

Desde la estética y el arte el concepto se encontró como vestuario en el *Diccionario Akal de Estética* (1998) que se desarrolla como:

La palabra vestuario, en su uso actual, significa una manera de vestirse, especialmente cuando es una manera característica de una época, de un país, de un medio social determinado, etc. Pero es importante, en la historia de la estética, y para la buena interpretación de los textos antiguos, señalar que en el siglo XVII, época en que esta palabra ‘costume’, fue tomada del italiano, y todavía en el siglo XVIII, costume significaba no solamente

ropaje, sino también todo el decorado de la vida, los objetos usuales, los edificios, los usos y costumbres, en tanto que todo esto es característico de un medio histórico, geográfico o social. (Souriau, 1998, p. 1060)

En este mismo sentido la estética hace alusión a la palabra desde cuatro formas.

1. La intervención de la apariencia estética en la composición del vestuario.

El sentido estético interviene más o menos en la manera en que hombres y mujeres se visten según las épocas y los medios. A pesar de que la ropa femenina está estrechamente condicionada, a grandes líneas, por la moda, siempre deja una cierta posibilidad de adaptación individual, en donde el sentido estético interviene en la elección que hace cada mujer sobre lo que mejor le sienta. (Souriau, 1998, p. 1060)

2. Los efectos estéticos que puede producir la ropa, ya sea en quien la lleva o en otros.

La cual explica que “los efectos de la ropa son numerosos y diversos. Lo han remarcado sobre todo los moralistas, generalmente para sorprenderse y para reprobar que se trate de un testimonio patente de la debilidad humana; se trata de efectos de prestigio” (Souriau, 1998, p.1061)

3. Utilización del fundamento del vestuario en las artes.

En todas las artes figurativas la ropa desempeña un papel de cierta importancia. [...] El vestuario de teatro hay que considerarlo bajo sus aspectos de instrumento de representación y de elemento plástico. La ropa ayuda al actor en la composición del papel. No da solamente al intérprete la apariencia deseada y le hace encontrar la actitud y el gesto precisos, sino que también aporta su esfuerzo íntimo para la comprensión del personaje. No se trata únicamente de una sugestión de maneras

y tics, sino de una verdadera impregnación psicológica. (Souriau, 1998, p.1062)

4. El arte de vestirse.

La ropa finalmente, puede ser considerada como un fin en sí misma, por ejemplo, en determinadas fiestas, en donde se rivaliza en invención y fantasía. En las fiestas populares, el gusto por el adorno está muy desarrollado. Este gusto por la ropa tiene un gran número de aplicaciones estéticas, incluso filosóficas. (Souriau, 1998, p.1063)

Con estas claras definiciones de los conceptos de vestimentaria podemos comenzar a relacionar los dos términos.

Si bien la moda es un fenómeno cambiante que presenta una época o era, casi siempre en términos de indumentaria, es la manifestación de lo que está ocurriendo socialmente dentro de ese contexto y la vestimenta o vestuario es lo que cubre a los individuos que habitan la época y que tienen una estrecha relación con la categoría social de estos mismos.

Es así como la moda vestimentaria puede ser definida como, la representación social de los individuos a través del vestido que los cubre y representa en las ceremonias o actos sociales y que llega a tener un gran significado dentro de los rasgos personales de los individuos.

En el texto escrito por Lourdes Méndez, *Cuerpo e identidad: modelos sexuales, modelos estéticos, modelos identitarios*. (2002) menciona el concepto como:

En paralelo a estos mensajes circulan otros que van acompañados por prácticas, supuestamente al alcance de todo el mundo, que conciernen a lo que cada individuo debe hacer con y por su cuerpo. Los cuidados corporales, la salud, la vida sana -sin tabaco, naturalmente-, la alimentación equilibrada, el aeróbico, la musculación, la moda vestimentaria, la belleza, la cirugía estética y un largo

etcétera de prácticas - y de inversiones económicas- referidas al cuerpo, se nos proponen como las técnicas más adecuadas para lograr que éste exprese nuestra auténtica identidad como seres únicos, irrepetibles. (Méndez, 2002, p. 124)

Es interesante que en la mayoría de los casos expuestos la indumentaria y la moda, la representación y el Zeitgeist estén relacionados con los aspectos que definen socioculturalmente una época.

Todos logran ser manifestaciones del contexto en el que se habita y por el cual el individuo tiene una identidad colectiva que lo determina.

CAPITULO II

EMPODERAMIENTO FEMENINO



Imagen: Reg. Innell. 1970

La expresión empoderamiento femenino se ha ido desarrollando más que todo a mediados del siglo XX y lo que lleva del XXI, es por esto que partiremos por definir la palabra poder, derivada de empoderamiento y luego femenino para así llegar a un significado más exacto.

En el *Diccionario de la Real Academia Española* (2001), se define el poder como:

Dominio, imperio, facultad y jurisdicción que alguien tiene para mandar o ejecutar algo; Gobierno de un país; Acto o instrumento en que consta la facultad que alguien da a otra persona para que en lugar suyo y representándole pueda ejecutar algo; Posesión actual o tenencia de algo; Fuerza, vigor, capacidad, posibilidad, poderío; Suprema potestad rectora y coactiva del Estado.

En el *Diccionario de sociología* (1998), la palabra poder es definida como:

La voz poder viene del latín *potere*. La definición sociológica clásica es la de Max Weber: poder es la 'probabilidad de que un actor dentro de una relación social este en condiciones de hacer prevalecer su voluntad incluso contra su resistencia, al margen de la base sobre la que descansa dicha probabilidad'. [...] El poder es una dimensión universal en toda situación social, aunque en cada caso revista aspectos distintos. [...] Es pues, una de las dimensiones básicas de la sociedad. [...] El poder como influencia, que incluye la capacidad de manipulación de las condiciones que rodean a unas gentes determinadas para que se conduzcan como apetece a quien lo ejerce. (Giner, 1998, p.578)

Es claro que todas estas definiciones vienen del término poder sobre algo o alguien, sin embargo son cruciales para ayudar a construir el concepto de empoderamiento.

En el texto *El concepto de Empoderamiento en los estudios de Género y en la prensa Femenina* (2012), Marta Orsini, cita a Rowlands (1997) para dar

ejemplo de las cuatro formas de ejercicio de poder:

1. El poder sobre: se trata de un poder controlador, en el que el aumento de poder de una persona implica la pérdida de poder de otra. Cuando se habla de relaciones de poder, se piensa más frecuentemente en este tipo, donde, como he mencionado, se observa la capacidad de un individuo o grupo de hacer que otros actúen en contra de sus deseos.

2. El poder para: se trata de un poder generativo, que crea múltiples posibilidades y potencialidades humanas. En este contexto, una persona o grupo estimula la actividad en otros/as, lo que permite que se comparta el poder y se favorezca el apoyo mutuo.

3. El poder con: Utilizado para multiplicar los poderes individuales. En este modelo, el todo supera a la sumatoria de las partes individuales, es decir, el poder colectivo resulta ser mayor a la suma de los poderes individuales de quienes conforman un grupo.

4. El poder desde adentro: se refiere al poder interior, que surge desde uno/a mismo/a. Se trata de la habilidad que uno/a tiene para rechazar las demandas ajenas. Para lograrlo, es necesario saber reconocer y analizar de que manera se mantiene y se reproduce la subordinación de las personas. (Orsini, 2012, p. 955)

Más adelante la autora concluye diciendo que es necesario saber estos ejercicios de poder ya que ayudan a comprender el empoderamiento:

El poder pasa a ser entendido como algo que va más allá de las ideas de fuerza y dominación y, de ese modo, abarcaría relaciones de suma positiva. De esta manera, el ejercicio de poder deja de ser algo restringido solamente a las autoridades o grupos con más recursos materiales y pasa a ser compartido con sectores de siempre han sido marginados del proceso de toma de decisiones. (Orsini, 2012, p. 956)

Podemos entender pues que el término empoderamiento proviene de la palabra poder, que ha sido entendida de diversas formas o de manera controvertida, pero puede pasar a tener una acción positiva como en su influencia al concepto empoderamiento.

A partir de los setenta, este concepto empezó a ganar fuerza en las organizaciones populares, entre las más importantes, las feministas que la han empleado para dar teorías sobre la importancia de empoderar a las mujeres con el fin de una sociedad más igualitaria. Se le da crédito al nacimiento del término que proviene de la palabra inglesa empowerment, que luego fue traducida al español. El término solo se consagró por completo en 1995 durante la Conferencia Mundial de las Mujeres en Pekín convocada por las Naciones Unidas. Su uso oficial por primera vez fue durante debates políticos, “como estrategia fundamental para que las mujeres asumieran un papel de liderazgo, con el fin de producir cambios que les permitieran participar en las mismas condiciones que los hombres en todas las esferas sociales y, particularmente, en la toma de decisiones.” (Orsini, 2012, p. 952)

Rowlands (1995) citado por Orsini señala que:

Hay una gran similitud entre la noción de empoderamiento y las ideas defendidas por Freire, puesto que los individuos empoderados se convierten en ‘sujetos’ de sus propias vidas y desarrollan una ‘conciencia crítica’, es decir, comprenden su entorno social, lo que les conduce a la acción. (Orsini, 2012, p. 952)

De esta manera nos vamos acercando a una definición más clara de lo que puede ser el empoderamiento femenino. Se pudo notar que el concepto como tal está asociado al género femenino, sin embargo realizaremos la definición aparte de la palabra femenino, o sus sinónimos.

En la *Enciclopedia Universal Ilustrada Espasa-Calpe* (1921), el término es encontrado y definido como, “Del latín *femenius*. Propio o peculiar de

la mujer. || Dícese del ser dotado de órganos para ser fecundado. [...] Pertenece al género femenino.” (Espasa Calpe S.A, 1921, p. 639)

De igual manera se buscó el término feminismo y fue definido de la siguiente manera:

Doctrina social que concede a la mujer capacidad y derechos reservados hasta ahora a los hombres. [...] Este movimiento que tiende a reivindicar los derechos de la mujer en la sociedad actual, equiparándola al hombre, y que modernamente ha tenido sus épocas de mayor intensificación. (Espasa Calpe S.A, 1921, p.640)

En el *Diccionario de Sociología*, (1998) el término se encontró como feminismo:

Proviene de la palabra latina *femenina* (hembra), que se ha usado en castellano desde los orígenes de la lengua. La aceptación actual de corriente política o social a favor de la igualdad entre mujeres y varones es relativamente reciente. [...] Desde del punto de vista ideológico es frecuente la distinción entre dos corrientes del feminismo, muy extendidas en los países occidentales desarrollados: el feminismo de la igualdad, vinculado a los movimientos políticos de izquierda y a la lucha contra el sistema capitalista, y el feminismo de la diferencia, que señala a la organización familiar como un núcleo básico de desigualdad. En la práctica, y cada vez más, resulta excesivamente esquemática esta clasificación. (Giner, 1998, p.300)

Feminización también fue encontrado y fue interesante ver su definición:

Comparte con otros vocablos la raíz latina *fem*, de *femenina*, mujer. En su acepción más general equivale a la ‘adopción de rasgos que corresponden a las mujeres’, y su interés social y sociológico deriva de la definición y valoración social de estas rasgos. [...] En la literatura de ciencias sociales se usa, además, el vocablo *feminización* para referirse a la progresiva

ocupación o preponderancia de mujeres en diversos grupos sociales. (Giner, 1998, p. 301)

Otra definición desde el punto sociológico, se encontró en el *Diccionario de Sociología*, (1995), el feminismo es definido como un movimiento social dirigido a:

Superar las condiciones de inferioridad de que es objeto la mujer en el sistema político y económico, en la educación, en la familia, en todas las formas de relación entre ambos sexos. Ya es habitual distinguir entre el ‘viejo’ feminismo, nacido en el siglo XIX, que apuntaba sobre todo a obtener para la mujer la igualdad de derechos civiles, y para el cual se podría hablar de movimiento de emancipación de la mujer, en el ‘nuevo’ feminismo que se difundió en la década de 1960, alimentado por concepciones ideológicas y por comportamientos colectivos mucho más radicales, que apunta a una transformación fundamental de la condición femenina en todos sus aspectos, a partir de la propia definición cultural de mujer y de los procesos de formación de su personalidad. A este último se adapta mejor el nombre de movimiento de ‘liberación’ de la mujer. (Gallino, 1995, p.437)

Desde la psicología también es importante abordar este concepto. En el *Diccionario de Psicología*, (1948), el término fue encontrado como feminismo, “movimiento social a favor del progreso de la mujer, en las esferas políticas y económicas” (Warren, 1948, p.138).

Se quiso definir el término feminismo porque desde el punto de vista de empoderamiento este movimiento resalta algunas de las características que se quieren abordar en esta investigación, por eso parece pertinente definirla.

Podemos llegar a la conclusión pues de que empoderamiento femenino, se define como la acción de empoderar a el género femenino, a lo que refiere a mujer en nuestra sociedad.

CAPITULO III

LAS MANIFESTACIONES DEL EMPODERAMIENTO FEMENINO EN EL VESTUARIO BALO EL CONTEXTO SOCIAL



Imagen: Getty Images.

La teoría estudiada denominada como Zeitgeist, sirvió para evidenciar en tres mujeres influenciadoras para el género femenino del siglo XXI, en este caso, Michelle Obama, Emma Watson y M.I.A, si en realidad el contexto social influye en las manifestaciones propias del vestuario. De aquí fue que surgió la recopilación de 3 imágenes por personaje. Todo esto logrado a través del método de estudio de caso, para luego implementar otra herramienta de investigación, análisis de imagen, en el que se observaron los aspectos que componen cada imagen, según el contexto social y las actitudes de los personajes.

Durante este capítulo se pretendía, analizar el contexto social de cada personaje y su indumentaria para presentaciones significativas donde debían mostrarse de una manera en particular, la elección de estas tres mujeres partió de la decisión de los diferentes prototipos de mujeres, los cuales eran relacionados a lo político, la moda y la industria de la música. Al mismo tiempo, era relevante analizar por qué estos personajes se convirtieron en iconos influenciadores, en relación con su vida y contexto social, para así llegar a entender su representación propia en el presente. A continuación solo se mostrara el caso de dos de las mujeres.

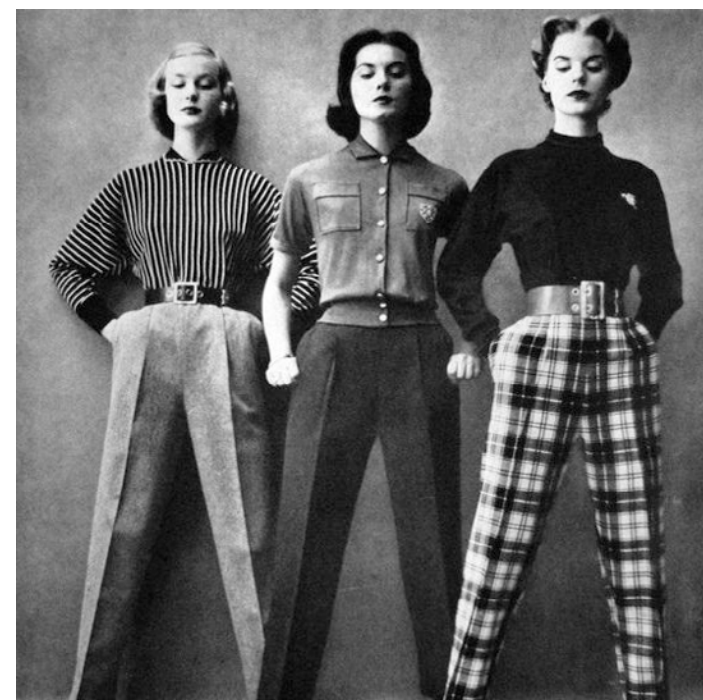


Imagen: Vogue.

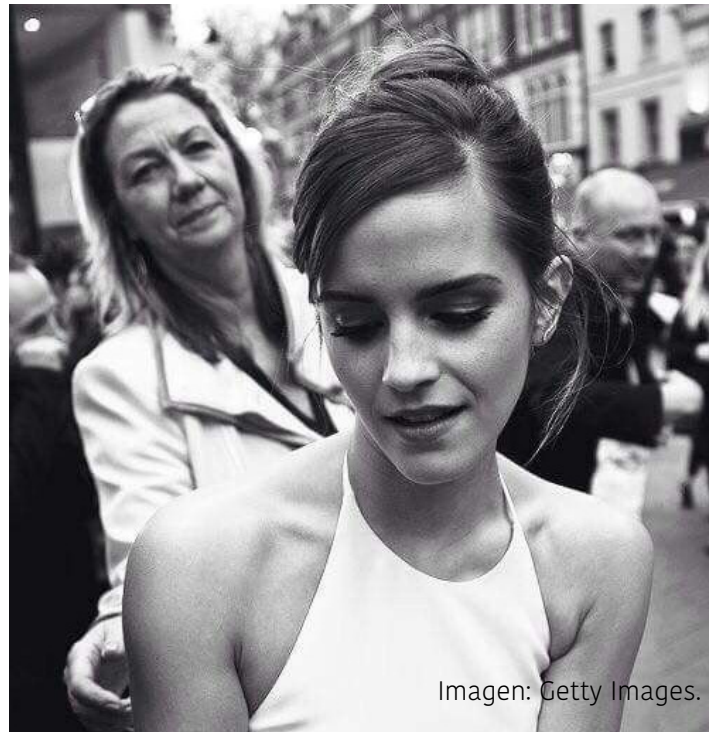


Imagen: Getty Images.

A. EMMA WATSON.

1. Bibliografía.

Nació en París el 15 de abril de 1990, con el nombre de Emma Charlottte Duerre Watson. Hija de los abogados británicos Jacqueline Luesby y Chris Watson, vivieron en París hasta que cumplió cinco años y sus padres se divorciaron. Tiene un hermano menor Alex y un hermano y 2 hermanas medias por parte del segundo matrimonio de su padre.

Sus estudios primarios los realizó en la escuela privada Dragon School de Oxford y fue a las 6 años que comenzó a sentir interés por la actuación, desde ahí empezó estudios paralelos de canto, danza y teatro en Stagecoach Theatre Arts. A los 9 años hizo su debut como Hermione en Harry Potter en el 2001, el cual siguió interpretando en todas las películas de la serie.

Decidió asistir a la Universidad de Brown en Rhode Island en donde comenzó a estudiar literatura inglesa, más adelante se matriculó en la Universidad de Oxford para estudiar inglés como un complemento del curso de Brown y aunque paró sus estudios por un tiempo, dejó claro que regresaría a estos para formarse,

para luego graduarse en mayo del 2014.

2. Estilo de Mujer.

Actriz, joven, filántropa y totalmente relacionada con la moda.

Ha trabajado con marcas como Burberry, en dos campañas y estuvo en la producción de una línea de ropa ecológica en colaboración con la marca People Tree.

En 2011 recibió el premio de icono de la moda de la revista Elle británica y ese mismo año anunció que junto con la diseñadora italiana Albera Ferreti lanzaría otra colección de ropa ecológica y también sería la nueva cara de la marca de cosméticos Francesa Lancôme. Para ella, la moda le dio la oportunidad de tener una identidad fuera de la serie de Harry Potter, creando su propio estilo y reinventándose a sí misma a través de su forma de vestir y sus cortes de cabello.

Ser joven no la ha detenido para fijar su atención en temas de importancia como lo son los derechos de la mujer. En junio de 2014 le ofrecieron ser la nueva embajadora de la buena voluntad de ONU mujeres, y sin pensarlo aceptó.

A sus 26 años ya se ha implicado en la promoción de la educación de las niñas durante varios años, previamente ha visitado Bangladesh y Zambia como parte de sus esfuerzos humanitarios. Es importante destacar que es joven pero que ha estado involucrada con el tema del feminismo desde ya hace varios años, además de ser un gran icono de la moda a nivel mundial.

3. Datos personales relacionados al empoderamiento femenino.

En este personaje en particular no se encontró información necesaria o pertinente que arrojará algunas influencias de la vida para que esta tomara acciones frente al discurso de género o la lucha por la igualdad de género, sin embargo, Emma Watson ha expresado en varias ocasiones que es un tema personal y que le llega mucho, debido a la cultura en la que creció, siendo británica.

4. Participación en el discurso de género. Organizaciones, grupos, etc.

En junio de 2011 aceptó posar para el artista británico Mark Demstader, con la idea de producir una colección de 30 cuadros de pintura realizados con diferentes técnicas, al aceptar pidió que el 10% de las ganancias fueran donadas a la CAMFED International, una organización no gubernamental (ONG) británica que trabaja en las zonas rurales africanas que busca introducir niñas en el ámbito escolar facilitándoles libros, uniformes y otros suministros necesarios. En septiembre, Watson terminó representando a CAMFED como su embajadora oficial, apoyando la causa de la importancia del estudio de la vida en una persona y la construcción de la sociedad.

Siendo la embajadora de la buena voluntad de ONU mujeres dedicó sus esfuerzos a favor del empoderamiento de las jóvenes y colaboró como defensora de la campaña HeForShe que fomenta la igualdad de género, durante una entrevista para ONU Mujeres, afirmó que:

No todo el mundo tiene la oportunidad de poder cambiar las cosas y no cabe duda de que asumo este cometido muy seriamente. Los derechos de las mujeres están muy vinculados a mí, son algo tan personal y están tan arraigados en mi vida que no puedo imaginar una oportunidad que me ilusione más. Aun me queda mucho por aprender (...), pero a medida que avance espero contribuir con mis conocimientos, experiencia y conciencia a esta tarea.

5. Presentaciones Públicas significativas.



Imagen 3. Emma Watson en el lanzamiento de la campaña HeForShe en las Naciones Unidas el 20 de septiembre del 2014 en Nueva York.

ANÁLISIS DE IMAGEN.

Nivel Contextual.

Personaje, nacionalidad, año:

El personaje principal es Emma Watson nació en París el 15 de abril de 1990, 27 años de edad. Se encuentra llegando al evento de las naciones unidas en donde lanzara ante las diferentes entidades, su campaña HeForShe que defiende la igualdad de género. Para la ocasión Emma debía presentarse por primera vez como la embajadora de la buena voluntad en ONU mujeres, y más importante aún iba presentar la campaña por la que trabajaría los siguientes años en ese cargo. Debía mostrarse formal, elegante y seria.

Movimiento. Según la situación en la que se encuentra:

Durante el evento, Emma dio un emotivo discurso acerca del feminismo y de la igualdad de género, que no solo se ve en mujeres sino que también es un tema de importancia para el hombre. La ocasión era de carácter social, pues se enfrentaba hacia embajadores de distintos países, y su razón era para una campaña social.

Género/Subgéneros:

La fotografía es de categoría de prensa y foto reportaje, en donde se muestra al personaje dispuesto para una ocasión, llegando a un evento importante. Lo que sirve para mostrar su asistencia en la reunión.

Nivel Enunciativo.

Actitud de los personajes:

El personaje se muestra serio pero con simpatía hacia la cámara, su posición también es formal, no tiene una pose sino que se muestra con seguridad. Es evidente que el personaje es joven y que aunque está seguro, puede demostrar un poco de nervios ante la situación a la que se va a enfrentar.

Calificadores:

Debido a que no esta realizando ninguna acción, su integración con el entorno no es evidente,

pues solo esta posando hacia la cámara, además de encontrarse en un lugar donde no se ve mucha gente o un ambiente en específico.

Miradas de los personajes:

Su mirada es calmada, y hacia la cámara, sin embargo no es una fotografía simulada sino tomada en el instante, su mirada refleja la atención hacia los fotógrafos que querían capturar su presencia y atuendo en la ocasión.

Nivel Indumentario.

Datos pertinentes del vestuario. Diseñador, ocasión:

El vestido es del reconocido diseñador Dior, el diseño a modo de abrigo le dio la seriedad que la ocasión requerirá, además de mostrarla totalmente femenina pero con aire muy formal. El vestido no es provocador en ningún sentido y aunque es joven, el diseño en picos de la caída le da ese aire juvenil sin dejar de ser formal.

Silueta, color, categoría vestimentaria:

La silueta del vestido es tipo sastre, con caída asimétrica en picos, y la falda tiene forma en A con la cintura ajustada, mangas largas y corte hasta la rodilla. De color gris plateado. Una sola pieza, vestido formal.

Composición del atuendo:

El atuendo consta de un solo vestido, con el diseño de una chaqueta sastre de hombre pero unido a una falda tipo A con volumen y caída asimétrica, un cinturón plateado que le ajusta la cintura, una cartera negra que hace juego con el cinturón, tacones negros de punta y altos y el símbolo de la campaña a la que esta representando pegado en su cuello.



Imagen 4. Emma Watson en la fiesta VIP de la campaña HeForShe en el Hotel Peninsula en septiembre 20 del 2014 en Nueva York.

Nivel Contextual.

Personaje, nacionalidad, año:

El personaje principal es Emma Watson nació en París el 15 de abril de 1990, 27 años de edad. Se encuentra llegando a la fiesta VIP del lanzamiento de su campaña HeForShe. Aunque esta fotografía fue tomada el mismo día que lanza su discurso hacia las naciones unidas, se ve vistiendo un traje diferente, esto debido a que la situación a que la ya se dirige es un poco más informal, no necesita verse tan seria o elegante, sin embargo sigue manteniendo ese aire de seguridad.

Movimiento. Según la situación en la que se encuentra:

El carácter de la fotografía o del movimiento es social, pero dirigiéndose ya hacia un evento social de carácter festivo, más que de carácter formal, pues es una reunión mas no de prensa ni de negocios.

Género/Subgénero:

La categoría de la fotografía sigue siendo social ya que gira alrededor del mismo evento social también cabe en la categoría de fotografía de prensa ya que muestran un personaje de gran importancia para el evento, al que se registra que esta atendiendo.

Nivel Enunciativo.

Actitud de los personajes:

La actitud del personaje es seria y formal, no se encuentra tan carismática como en la foto anterior, su actitud corporal es de timidez ya que sus manos se encuentra cogidas y no tiene una pose de mucha seguridad, alcanza a notarse una sonrisa pequeña pero sin expresar mucho.

Calificadores:

Al igual que la fotografía anterior, el personaje se encuentra dispuesto para la cámara sin embargo es solo por el hecho de mostrarse hacia los reportes mas no tiene una actitud de integración con el entorno, además de ser una entrada hacia el evento no hay una gran comunidad a la que se tenga que expresar de alguna manera o tenga que tener cierta conexión.

Mirada de los personajes:

Su mirada es apuntando hacia la cámara lo que quiere decir que sabe lo que esta pasando a su alrededor sin tener mucho conexión pero con la intención de mostrarse hacia los reporteros que esperan una actitud de ella. Su mirada es simple y muestra una tranquilidad.

Nivel Indumentario.

Datos pertinentes del vestuario. Diseñador, ocasión:

El vestido continuo con el estilo sofisticado que había llevado para su discurso, negro y sencillo pero combinado con los accesorios

correctos, fue un look que le dio el protagonismo que necesitaba de una manera prudente.

Silueta, color, categoría vestimentaria:

La silueta del diseño es recta, con cuello redondo y sin ningún escote pero dejando los brazos al descubierto y con un corte casi hasta el tobillo, sin ningún aplique pero con unos acentos en café oscuro a los costados de la cintura que le ayudaban a entallarla.

Composición del look:

El atuendo esta compuesto por una sola pieza, un vestido formal, acompañado de tacones negros altos, un collar al ancho del cuello con anillos que hacían juego y una cartera pequeña también en color negro.



Imagen 5. Emma Watson en fotografía de presentación para el Fórum Mundial de Economía como la Embajadora de la Buena Voluntad de ONU mujeres en el 2015.

Nivel Contextual.

Personaje, nacionalidad, año:

El personaje principal es Emma Watson nació en Paris el 15 de abril de 1990, 27 años de edad. El motivo de esta fotografía es la presentación del personaje como la Embajadora de la buena voluntad en ONU mujeres, ante una importante reunión en el fórum mundial de economía, donde motivaría a varias entidades a apoyar su campaña por la igualdad de género. Debía mostrarse a la altura de los personajes a los que iba a dirigirse.

Movimiento. Según la situación en la que se encuentra:

El movimiento de esta fotografía es carácter

social y empresarial, pues se rige bajo algunas condiciones de protocolo el cual maneja el evento, en las que se debía mostrar como el personaje y representar la organización en la que se encontraba.

Género/Subgéneros:

La categoría en la que entra la fotografía es retrato, pues aunque es de un carácter más formal, sigue siendo un retrato solo que el personaje tomo la actitud del personaje que estaba representando dentro del evento. También se podría decir que es una fotografía de prensa, pues quedara registrada para hablar del evento y de quien era cada uno de los participantes.

Nivel Enunciativo.

Actitud de los personajes:

La actitud por la que opta el personaje en esta fotografía es totalmente de empoderamiento, ella sabe lo que representa y desea manifestarlo a través de su actitud, en esta fotografía ya ha estado varios años en el cargo lo que le brinda más seguridad al hablar de ello.

Calificadores:

Se evidencia que la fotografía, fue pensada con anterioridad, aunque es sencilla y no requiere de muchos artificios, el personaje sabe lo que esta haciendo y para que lo esta haciendo es decir hubo una preparación previa para esta fotografía, ella se encuentra totalmente involucrada con la cámara.

Miradas de los personajes:

Su mirada es de fuerza y seguridad, ya que esta totalmente dirigida a la cámara se sabe que el entorno fue preparado previamente, y que el personaje sabía que debía optar por ese tipo de actitud, además demandar un mensaje de seguridad.

Nivel Indumentario.

Datos pertinentes del vestuario. Diseñador, ocasión:

Aunque durante eventos como este no se tenga un código vestimentario obligatorio, es evidente que se requiere de una formalidad por

la cual optan todos los participantes. Siendo un evento en el cual se reúnen líderes tanto de la política, como de la sociedad a nivel global, es necesario mostrarse a la altura del evento, más aun cuando el personaje de la fotografía debía dar un importante discurso para promover una de sus iniciativas, y en la cual tenía como objetivo lograr el apoyo de las entidades presentes.

Silueta, color, categoría vestimentaria:

El diseño es sin duda un traje sastre, compuesto por chaqueta y pantalón, negro para ser más imponente con toques de gris en la parte posterior del cuello y con cintura ajustada, de corte hasta la cadera, mangas largas y un pequeño escote en V.

Composición del atuendo:

El atuendo consta de un traje sastre, chaqueta con cuello masculino, pantalón sastre, un collar sencillo dorado en juego con un anillo, y el símbolo de su campaña HeForShe, el cual lleva siempre al presentarse en representación de esta.



Imagen: Borders.

Durante su adolescencia asistió a la secundaria Ricards Lodge High School en Wimbledon. Fue a la escuela Central Saint Martins de la Universidad de Artes de Londres, en donde recibió su licenciatura en bellas artes, cine, y video en junio de 2001. Mientras asistió a la universidad, quería hacer películas y representar el realismo del arte para que fuera accesible a todo el mundo, pero al encontrarse con cursos de moda “desechables” y corrientes, declaró a la revista Arthur que “se perdió todo el sentido en el que el arte representa la sociedad. La realidad social no existía realmente allí; solo se detuvo en teoría”.

Después de graduarse, en 2001 su primera exhibición de pinturas pública abordó el arte grafiti y pintura en aerosol, mezclando el arte urbano con temas políticos tamiles con imágenes de la vida en Londres y de la cultura consumista.

Su nombre artístico M.I.A es el acrónimo de Missing in Action, en referencia a la zona carenciada de Londres donde ella vivía.

2. Estilo de Mujer.

Cantante, artista y refugiada. Con su edad, Maya ha logrado acercarse a un público de edades variadas. No solo es apasionada por las artes, tanto la pintura como el canto, sino que su mayor interés es relatar lo que en realidad pasa en la sociedad a través de sus obras, esto la hace una mujer completamente consiente de lo que está pasando a su alrededor y trata de manifestarlo y contarlo con sus mayores habilidades.

Habiendo vivido por sí misma los conflictos en Sri Lanka, tiene toda la libertad para apropiarse de los temas que afectan a estas personas y de hablar del tema sin ningún temor de ser juzgada, y aunque repetidas veces la han clausurado, se muestra totalmente segura de sus obras.

Además de escribir y cantar, también es productora y directora de arte, es decir que ha tenido la oportunidad de dirigir sus propios videos, lo que la lleva a ser el complemento perfecto a la hora de mostrar el contenido de sus canciones.

Podríamos hablar de ella también como una especie de activista, aunque no se ha proclamado como una embajadora o líder en una organización que defienda lo que ella relata, sus propia personalidad y sus fuertes mensajes a través de sus canciones y videos la hacen un fuerte ejemplo de lucha contra lo que esta pasando o pasaba en el contexto social.

3. Datos personales relacionados al empoderamiento femenino.

Durante la guerra civil, describió como “acoso explotador” la manera en que los soldados ponían armas a través de agujeros en las ventanas y disparaban en la escuela. Después de sufrir violencia a manos de los soldados, su madre decidió trasladarlos de vuelta a Londres en 1986, donde se alojaban los refugiados. Maya paso el resto de su infancia y adolescencia en la residencia Phipps Bridge Estate en el distrito de Mitchman, al suroeste de Londres, donde aprendió a hablar inglés.

Su carrera musical comenzó con una participación en el segundo álbum de la banda Elastica, realizando el videoclip de su single “Mad Dog”, esto le sirvió para abrirse caminos en la industria y los medios. Su primer álbum se presentó en febrero del 2005 en Toronto, llamado Arular como su padre, quien como se mencionó anteriormente era un ex líder de la guerrilla tamil en Sri Lanka, en este álbum se habla de la pobreza, la revolución, la guerra y ciertas percepciones sobre los inmigrantes.

Su segundo álbum publicado en 2007 y llamado Kala, como su madre. Con su single Paper Planes, se lanzó al estrellato en Estado Unidos.

Al parecer tiene una gran afición por los Tigres Tamiles, una organización tamil que luchó contra el gobierno en una guerra civil que duro 26 años, y por expresarlo de manera abierta ha sido acusada varias veces de terrorismo. Gracias a sus controversias y videos liberales que plasmaban la situación violenta por la cual pasaba el mundo sin censura, le negaron la visa en los Estados Unidos, cuando realizaba la producción de su álbum Kala. Hay canales que prefieren no pasar algunas

de sus canciones como “Sunshowers” hasta que no se quiten las alusiones a la organización de liberación palestina.

4. Participación en el discurso de Género. Organizaciones, grupos etc.

Como se mencionó anteriormente, Maya no se ha unido a ningún grupo u organización para demostrar su inconformismo sobre lo que pasa en la guerra civil, sin embargo podemos destacar que todo su lenguaje tanto corporal. Aquí podríamos hablar no solo de su manera de moverse o expresarse en sus videos sino también en cuanto a su vestuario llamativo y siempre refiriéndose a alguna cultura o algún hecho o grupo social, como el contenido de sus videos y canciones, son su forma de manifestar este inconformismo, además de mandar un mensaje completamente directo sobre lo que quiere decir, y sobre la realidad por la que pasa el contexto social en algunas partes del mundo, el cual ella vivió algún tiempo de su vida.

B. M.I.A

1. Bibliografía.

Su verdadero nombre es Mathangi “Maya” Arulpragasam, nació el 18 de julio de 1975, en el municipio de Hounslow, Londres. Es hija de Arul Pragasam, un ingeniero, escritor y activista, y su madre Kala, una costurera. Cuando tenía seis meses de edad, se trasladaron a Jaffna, un pueblo tamil ubicado al norte de Sri Lanka. Allí su padre adoptó el nombre de Arular y se convirtió en un activista político y miembro fundador de la *Eelam Revolutionary Organisation of Students* (EROS), un grupo político tamil afiliado a la *Liberation Tigers of Tamil Eelam* (LTTE).

Los primeros 11 años de la vida de Maya estuvieron marcados por el desplazamiento constante de su familia, causado por la guerra civil en Sri Lanka. Maya asistió al colegio de monjas Holy Family Convent, Jaffna, donde desarrolló sus habilidades artísticas.

5. Presentaciones públicas significativas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

Información del video:

Nombre del video: "Bad Girls"

Álbum: Matangi.

Publicación: 31 de enero del 2012.

Géneros musicales: Dancehall, Worldbeat, Hip hop, R&B.

Duración: 3:48 minutos.



Imagen 6. Video clip para la canción "Bad Girls" de M.I.A, donde aparece la cantante acompañada de más mujeres detrás de ella.

Vestuario respecto al contexto:

Para este primer atuendo la artista decide usar un pantalón a la cintura, una camiseta manga larga con un corsé que hace punto de atención en sus pechos. Un sombrero y al parecer una Kufiyya, es decir una pañoleta palestina.

Contexto del video:

El video esta centrado en la polémica por la que pasaban las mujeres de oriente con las restricciones sociales a las que se someten, en especial se refiere a la norma de no poder conducir. La imagen muestra a un grupo de mujeres que rodean un carro todas armadas y detrás de la cantante.

Actitud del personaje:

Para esta primera imagen la artista se muestra con una actitud dominante, su vestuario resalta con el resto de las mujeres que se encuentran en el encuadre. Su mirada es fuerte al mismo tiempo que su pose. Se da a entender que puede ser la representante del grupo de mujeres que se encuentran.



Imagen 7. Video clip para la canción "Bad Girls" de M.I.A, donde aparece la cantante sobre un carro.

Vestuario respecto al contexto:

En un segundo vestuario la artista sale con unos pantalones ajustados en print de leopardo blanco, una camisa verde menta con grabados geométricos y una chaqueta amarilla, de cuero con un interior afelpado.

Contexto del video:

En esta segunda imagen se muestra un carro en lo que parece estar de lado, con las dos llantas laterales alzadas, la cantante se encuentra encima del carro y se muestra con una actitud relajada, sin temor a pesar de donde se encuentra.

Actitud del personaje:

Aquí se puede ver como el personaje se dirige hacia la cámara, mientras canta al mismo tiempo que manda un mensaje no solo con su actitud sino también con sus letras. Detrás de ella se encuentran dos personajes más con una actitud imponente en la misma posición de ella.

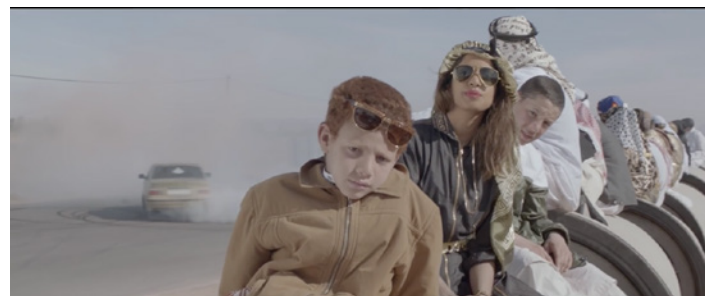


Imagen 8. Video clip para la canción "Bad Girls" de M.I.A, donde aparece la cantante acompañada de personajes secundarios.

Vestuario respecto al contexto:

Por último la artista vuelve a salir con un Kufiyya, unas gafas y lo que parece ser un enterizo negro con

toques geométricos que hacen juego con la pañoleta.

Contexto del video:

Para esta última escena, ella se encuentra con más personajes en, personas que visten como ella pero sin dejar de ser ella el personaje principal, todos representan la cultura del oriente, y en particular un niño que no parece tener que ver nada con el contexto.

Actitud del personaje:

La actitud en esta toma es de seguridad y de integración con las demás personas que se encuentra, todas parecen de un mismo grupo, ella muestra una tranquilidad que viene de haber terminado de mandar su mensaje.

Información del video:

Nombre del video: "Borders"

Álbum: AIM

Publicación: 20 de noviembre de 2015.

Géneros Musicales: Hip Hop, Electrónica

Duración: 4:11 minutos.



Imagen 9. Video clip para la canción "Borders" de M.I.A, donde aparece la cantante acompañada con una línea de refugiados detrás de ella.

Vestuario respecto al contexto:

El primer atuendo utilizado por la cantante consta de una camisa color rosa metalizado y un sombrero de una tonalidad semejante

Contexto del video:

El video trata del conflicto que hubo en el 2015 sobre la crisis migratoria en Europa, como los refugiados tienen que sufrir y atravesar todas estas barreras.

En esta primera imagen el personaje se muestran en lo que parece un plano más alto que el de los demás, detrás de ella se ven los refugiados caminando en desierto, hace la frontera.

Actitud del personaje:

La cantante se muestra seria, no tiene ningún aire de fuerza, pero sí de mucha seguridad, su mirada refleja un poco de decepción frente a lo que está ocurriendo detrás de ella.



Imagen 10. Video clip para la canción "Borders" de M.I.A, donde aparece la cantante acompañada de personas escalando un muro.

Vestuario respecto al contexto:

En esta segunda toma, continúa con la misma paleta de color, el rosa sigue estando en sus prendas, un overall y una camiseta junto con unas gafas que tienen el reflejo del mismo color.

Contexto del video:

Aquí el personaje se encuentra en la frontera, con los demás personajes que la escalan lograr atravesarla, su vestuario aunque es distintivo, logra entrar entre el mismo estilo de los personajes secundarios.

Actitud del personaje:

Su actitud aquí cambia, es más imponente, sabe lo que sucede detrás de ella por lo expresa de con una actitud arrogante y de fuerza hacia la cámara.



Imagen 11. Video clip para la canción "Borders" de M.I.A, donde aparece la cantante en una pirámide humana.

Vestuario respecto al contexto:

Para esta última toma, todos los personajes usan una capucha hasta las rodillas, los personajes secundarios la llevan de color crema y el principal en un tono naranja metalizado. Todos portan la capucha puesta como acto de imposición.

Contexto del video:

Al parecer los personajes están dispuestos para formar una barrera que al mismo tiempo es una pirámide, su forma en pico manda un mensaje aun más fuerte y el hecho de que la cantante este sobre esa imagen habla de una toma de posición.

Actitud del personaje:

Su actitud es totalmente de fuerza, además la altura en la que encuentra con respecto a los demás personajes le da un aire de importancia que la alienta con su color de traje distintivo. Las actitudes de los demás personajes son imposición pero al mismo tiempo de inconformidad.

C. La construcción de un personaje ante la sociedad.

Durante el estudio de caso y el análisis de imagen de las dos mujeres, es posible evidenciar como su vida personal es una de las principales fuentes para la formación de su perfil profesional en la actualidad, los dos casos tienen en todas las circunstancias unos antecedentes de la vida personal relacionados con el contexto social, que las llevaron a estar involucradas en el discurso de género o simplemente en luchar por lo que creen. Para demostrar o dejar en claro su punto de opinión frente a su lucha, su posición ante la sociedad es representada por las apariciones que tienen en público, su fuerza o poder es transferido a su imagen personal, es decir, a su vestimenta, y su lugar como personas dentro del contexto en el que se mueven.

Esto es evidenciado en las imágenes extraídas de las apariciones en las que, debían dar un discurso o mandar un mensaje contundente frente a su tema de discusión.

En casi todas las imágenes extraídas de los personajes, el vestuario es pensado rigurosamente desde el carácter social de la situación, en ninguno de los dos se ve una ruptura en cuanto al ambiente que las rodea.

Durante el marco teórico fue de gran importancia resaltar la teoría del *Zeitgeist*, la cual nos habla de la relación del espíritu de la época con los individuos.

En *Zeitgeist, el espíritu de la época*, (2013), Maria Pujó nos dio una gran explicación de cómo el individuo absorbe su propio contexto, es decir:

Un vasto tejido de representaciones que moldean íntimamente la relación que cada cual establece consigo mismo y con los otros, con los objetos de su mundo, con los principios y valores de una sociedad temporalmente situada, y que atañen incluso, más ampliamente, al sentido o sin sentido que puede adquirir

la vida misma, las maneras con las que se asume individual y colectivamente la nunca completamente admitida inevitabilidad de la muerte. Una suerte de táctica cosmovisión que se traduce, por cierto, en el 'estilo de vida' que prevalece en una cultura dada. (Pujó, 2013, p.4)

Lo que se afirma en el fragmento anterior, es la evidente relación que hay entre el contexto donde se encuentran los individuos con su propia representación, tanto de su personalidad como de su manera de manifestarse ante la vida, el hecho de haber vivido o experimentado una época en particular influye en las representaciones de ellos mismos frente a la sociedad, la vida y los demás individuos.

Lo mencionado es entonces una manera de entender por qué los individuos se expresan y manifiestan de manera diferente según sus vivencias o épocas y se relaciona de manera estrecha con su representación en el presente y ante una sociedad o situación en particular.

Por otro lado en el libro *Social science aspects of dress: new directions* (1993), los autores mencionan que la identidad del individuo puede ser identificada a través del vestido pero percibida en relación al otro, en donde el vestido se comienza a ver como una forma de comunicación no verbal de la identidad en específico, durante una perspectiva social, es decir, donde se relaciona el vestido con el comportamiento humano.

Solo a través de la interacción social, como individuos únicos, aprenden a interpretar, utilizar y modificar los significados del vestido construidos socialmente dentro de sus contextos culturales, históricos y contemporáneos. (Eicher & Roach-Higgins, 1993, p. 32)

En relación con estos autores es posible decir, que según lo analizado en esta investigación y gracias al método aplicado, se puede observar que el vestido tiene relación directa con el contexto social, ya sea desde el pasado que influye en el presente

de manera diferente en cada individuo o de un ámbito en particular en el cual se quiere mostrar o representar de una manera exacta, y en donde se utiliza el vestido como medio de comunicación para mandar un mensaje con mas creencia.

D. La Importancia de lo público.

Este segundo hallazgo tiene que ver más con el concepto denominado poder o empoderamiento, y su representación frente a un público determinado.

Al estar hablando de mujeres que tienen en común una lucha frente al discurso de género o que ellas mismas se muestran como representación de una lucha, y que están dentro de un contexto social en donde la imagen es uno de los factores mas influyentes por no decir el mas, sus presentaciones en público requieren de una actitud e imagen que no solo pueda representarlas como el individuo y la mujer que son sino que también manden un mensaje de poder que se relaciona con el carácter social de la situación en la que se encuentran.

Podemos ver esto evidenciado en los contenidos de los videos de M.I.A, en donde su manera de representar poder no solo es simbolizada a través del vestuario sino que se conecta con sus letras, durante los dos videos analizados se pudo observar como la artista se mezcla con el ambiente social en el que se encuentra y del que habla y aunque se relaciona con los personajes secundarios siempre tiene algo distintivo dentro de su vestuario que la hace mas significativa que los demás y que la muestra totalmente empoderada y segura de lo que esta hablando.

Para entender de qué manera funciona el poder en este caso, Marta Orsini da una clara explicación de cómo este puede llegar a ser entendido más allá de lo que se conoce, es decir:

El poder pasa a ser entendido como algo que va mas allá de las ideas de fuerza y dominación y, de ese modo, abarcaría relaciones de suma positiva. De esta manera, el ejercicio de poder deja de ser algo

restringido solamente a las autoridades o grupos con mas recursos materiales y pasa a ser compartido con sectores de siempre han sido marginados del proceso de toma de decisiones. (Orsini, 2012, p. 956)

Se entiende entonces que el poder pasa a ser percibido desde un segundo plano en el que es introducido por otros sectores, en este caso la expresión de las mujeres y su toma de decisión, que se han considerado marginados durante un tiempo y que el poder pasa a ser una herramienta básica para ser notado.

En relación con el individuo Orsini vuelve a mencionar algo puntual:

Hay una gran similitud entre la noción de empoderamiento y las ideas defendidas por Freire, puesto que los individuos empoderados se convierten en 'sujetos' de sus propias vidas y desarrollan una 'conciencia crítica', es decir, comprenden su entorno social, lo que les conduce a la acción. (Orsini, 2012, p. 952)

Con la cita anterior podemos confirmar, que las mujeres empoderadas son individuos que comprenden su entorno social y que gracias a esto llegaron a realizar acciones para representarse o para manifestar su opinión frente a ese entorno, en estos casos en particular y como lo vimos con el hallazgo anterior, su vestuario pasa a ser una herramienta crucial para enviar esas representaciones, esta totalmente ligado con el entorno que las rodea y con la actitud optada por ellas mismas frente a la situación.

Es aquí donde el vestido ligado con el poder toma funciones, y que lo explican en el libro *Social science aspects of dress: new directions*, (1993) como, una serie de interfaces entre el cuerpo y el ambiente, en donde el vestido puede hacer declaraciones tanto de edad, genero, clase social como de religión. Estos significados son atribuidos por cada individuo y están basados en la socialización con un contexto en particular.

En ese sentido se entiende que el empoderamiento

puede llegar a regir las acciones de una persona, que toma su entorno social como una crítica y lo manifiesta a través de su imagen u opinión propia, en donde el vestido juega el papel importante de relacionar el cuerpo del individuo con el ambiente o contexto en particular, mandando mensajes claros o declaraciones de cualquier tipo de carácter social.

CAPITULO IV

MASCULINIZACIÓN DEL VESTIR Y EL EMPDERAMIENTO FEMENINO



Imagen: Vogue.

Para lograr entender a aún más a fondo la relación entre empoderamiento femenino y vestuario, se deseó realizar una variable en donde se investigaron los momentos dentro del siglo XX hasta el XXI, en que la masculinización ha sido utilizada para empoderar a la mujer, cómo se vuelve una vía para darle poder no solo al vestido sino al usuario, la manera en que se interpreta la relación entre el fenómeno social y esta variable.

El método de investigación empleado para esta variable, fue la línea de tiempo, en el que se sacaron datos pertinentes de cada año que revelaron esas manifestaciones del vestido, puntualizando en las que se relacionan con la indumentaria masculina. Después de recopilar la información y datos pertinentes, se hizo una recopilación de imágenes que dieron luz a lo hallado según cada época. De esta manera se pudo observar como esa vía de poder para el vestuario, fue importante durante el siglo XX pero se ha ido perdiendo para el presente, es decir, que para el siglo XXI, las maneras de manifestación han cambiado.

Durante el siglo XX se vivió la primera guerra mundial, que trae consigo nuevas ideas de pensamiento, se comienza a movilizar dentro de la ciudad el transporte es algo nuevo, se crea el sistema de producción en serie, se continua lo que fue la revolución industrial.

El papel de la mujer durante este siglo fue debido a la guerra, comienzan a ocupar el papel de los hombres que se une a la idea de la libertad del cuerpo. La mujer descubre una nueva actitud, entiende que no necesita de un hombre al lado, comienza a ganar dinero por ella misma, y descubre una autonomía que no tenía antes, lo cual marca el carácter de las mujeres en los años 20.

La evolución de las modas en una línea del tiempo ascendiente hasta los sesenta, se rige por las normas de la alta costura. Se replicaba las modas de la alta sociedad, no se tenían en cuenta todas las elites, a lo largo de este pequeño periodo de los comienzos la gente vestía de acuerdo al papel que desempeñaba en la sociedad, solo

hasta los años sesenta se comienzan a notar los fuertes cambios influenciados por la guerra. En la segunda mitad de este siglo para los países occidentales, la economía liberal y la evolución de las costumbres en Europa rechazan la visión sobre la alta costura y el mundo del trabajo.

A comienzos de este siglo se impuso la silueta en forma de S, que se lograba con un corsé entallado que empujaba el busto y hacia la cintura más estrecha. Las faldas eran ajustadas en las caderas y se iban ensanchando de forma de campana hasta llegar al suelo. Durante esta época nacen los trajes sastre y los vestidos de corte con cierta influencia masculina para las mujeres que empezaban a insertarse en el mundo laboral. Hasta la época los vestidos eran bastante largos, sin dejar ver los zapatos.

A partir de 1908, la moda indumentaria da un giro y deja de ser tan incómoda, la cintura dejó de marcarse tanto y se revela el talle imperio. También hay un cambio en la ropa interior, nace el sujetador y se deja el corsé. Las faldas dejan de tener vuelo y se empiezan a usar muy pegadas al cuerpo, el escote en V aparece pues entra en moda la silueta de triangulo invertido.

La Primera Guerra Mundial dura 4 años, durante este tiempo se acaba la estética aristocrática y a través de la clase trabajadora se estipula el estilo. Hay una separación de la blusa y la falda, no se utilizan mas vestidos y se pierde el entalle. La silueta de la mujer moderna es sin caderas, pecho ni muslo, ropa holgada y se comienza la revelación de las piernas. Es una silueta rectangular de talle a la cadera y de líneas rectas.

En el arte se pasa de la curva a la geometría, hay grandes avances médicos y comienzan las actividades al aire libre con nuevos iconos del estilo relacionados al deporte. También hay una gran influencia de la música en la moda, aparece el estilo jazz, charlestón y el tango como una revolución sexual.

De 1900 a 1910.

Durante esta época los cánones de belleza invitaban a las mujeres a parecer ideales. Se les pensaba únicamente como el seno de la pareja, donde se le atribuye el papel de aparentar y tener un conyugue, mas allá de los colores, los materiales o la ornamentación del vestido, se conserva la misma silueta desde el renacimiento.

Como algunas características se pensaba que lucir una piel morena no era bien visto, pues se le relacionaba con la clase trabajadora que pasaba horas bajo el sol laborando. La cintura durante esta época es cuando mas se tenía que mostrar estrecha, por eso es aquí donde se implementa el uso del corsé y la silueta del reloj de arena.

Las mujeres feministas fueron las primeras que consiguieron que se aceptara el maquillaje de color, con influencias de las actrices que se maquillaban cuando estaban en escena y que le dieron a las mujeres la posibilidad de atreverse a utilizar mascara de pestañas, a teñirse el cabello y mostrarse con colorete.



Imagen 12. Étretat, Francia, 1907. Fotografía de Jacques-Henri Lartigue.

De 1910 a 1920.

Para esta época el uso del maquillaje ya era habitual, pero se deseaba mostrar muy natural ya que durante la primera guerra mundial no estaba bien visto gastar dinero en maquillaje, solo se utilizaban pocos productos.

Hubo una influencia notoria del Ballet Ruso, dejando colores llamativos y un estilo oriental, que reemplazo los tonos pasteles y las faldas largas. Gracias a algunas bailarinas que se convirtieron en iconos, las mujeres decidieron dejar algunos principios morales y comenzaron a mostrar el cuerpo.

Durante la Primera Guerra Mundial, las considerables pérdidas de hombres en la batalla llevo a las mujeres a ocupar lugares en la sociedad, trabajando que en el papel de madres, esposas y hasta hijas, optan por prendas adaptadas a actividades totalmente nuevas. La urgencia por los cuidados a los heridos hace que nazca la bata de enfermera y el pantalón de las nuevas empleadas en las fábricas de armamento. Es aquí donde nace un nuevo estilo de vida o movimiento llamado *Working Girls*, sus prendas elaboradas son sustituidas por pantalones y chaquetas, prendas que eran propios del vestuario masculino. La funcionalidad y la comodidad comienza a ser vitales más aun que la estética y la seducción. Por primera vez se muestra un traje de chaqueta femenino, es la primera vez que se piensa en un atuendo masculino para las mujeres.

La gama de color durante la guerra es inspirada en tonos oscuros y monocromáticos. Con el fin de la guerra vinieron muchos cambios, las mujeres se habían vuelto activas mientras los hombres combatían, se vio una influencia hacia las mujeres por lucir mas poderosas, cortándose el pelo de manera muy masculina, destacando los ojos y pintándose los labios de color rojo. Llegaron los cortes rectos con la falda tipo tubo. El corsé comenzó a modificarse, ya no proponía levantar el pecho sino por el contrario disimularlo, los vestidos con talle en la cadera dieron el nuevo tipo de belleza y de mujer,

que buscaban parecerse mas a los hombres.

En 1915 las faldas dejan ver los tobillos y luego suben hasta la mitad de las pantorrillas. Para la época de postguerra representando la nueva generación de mujeres independientes y modernas aparece el estilo cómodo y practico que hablaba de la revolución femenina y la economía que debía surgir en época de recesión.



Imagen 13. Mujeres trabajando en el Ferrocarril, 1918.

De 1920 a 1940

El uso del corsé durante esta época, queda totalmente nulo. Las mujeres comienzan a apropiarse de prendas masculinas, a veces aparentando ser hombres. La alta costura queda para una nueva clientela, las actrices de cine, las herederas o las esposas e hijas de grandes industriales.

Durante esta época nace un nuevo movimiento llamado *Garçonne*, que representaba a un grupo nuevo de mujeres que luchaban por los derechos de la mujer y la igualdad de género, vistiéndose de una forma andrógina, queriendo tener una apariencia totalmente masculina, cortándose el pelo y perfilándose las cejas, acompañados de siluetas masculinas en el vestuario, esto con el fin de rebelarse contra los conceptos tradicionales y estrictos de la feminidad que había hasta entonces.

La silueta de la mujer se hace completamente lisa por la parte superior, de forma que el look andrógino se generaliza aún más. Se elimina la falda larga. Comienzan a aparecer vestidos enteros con flecos, las prendas se acortan por encima del tobillo.

La contribución a la emancipación de la mujer vino de la liberación de indumentarias totalmente incómodas, los aparatosos sombreros se eliminaron por completo, transformándose en minimalistas y elegantes como la silueta y los vestidos.

En los años treinta la elegancia femenina revaloriza el cuerpo, la moda pretende conservar los logros del feminismo pero al mismo tiempo recuperar una elegancia refinada y muy tranquilizadora. La cintura vuelve, el pelo tiene una longitud media y adornado con ondas. La naturalidad, la armonía y la sencillez se consolidan como valores.

La vida cotidiana al aire libre da paso a la creación del *sportswear*, que representa el ocio de una clase más alta, los años treinta muestran a una mujer completamente deportiva. La moda masculina comienza a tener más protagonismo, por fin comienza

a verse de una manera más informal bajo el ideal de juventud e informalidad.



Imagen 14. Charlotte Andler, Actriz 1929.

De 1940 a 1950

El ideal de mujer para esta época se basaba en una mujer adulta y sensual pero por ningún motivo provocativa y frívola.

Las prendas en juego, que tienen piezas intercambiables permiten a las mujeres activas adaptar su vestimenta a las distintas situaciones del día y les da la libertad de crear sus propios conjuntos. Durante la Segunda Guerra Mundial los diseños debían responder tanto a los tiempos de restricción como a las nuevas necesidades de las mujeres. Con el avance de la guerra se aumentaron las restricciones, menos materia prima para la industria textil.

La moda era un tema cultural para los franceses, durante el periodo de guerra se convierte en un medio de expresión de dignidad frente a los alemanes, apariencia perfectamente cuidada, estar a la moda, la extravagancia no tiene límites a pesar de la restricción. Las mujeres estaban dispuestas a mantener su reputación de mejor vestidas.

A diferencia de la primera guerra mundial no se pierde el sentido del color, la paleta de color sigue siendo colorida.

Entre 1941 y 1945 no hay un cambio muy significativo en la moda, los trajes rectos adquirieron un aire militar, se acortaron las faldas y se ancharon los hombros, se define la cintura. Las faldas debían ser cortas y amplias o con una abertura en uno de los costados para ser adecuadas para montar en bicicleta.

Al final de la guerra, la silueta era dominante proponía un torso cuadrado, falda corta y hombros anchos. Se empieza a ver la integración de las mujeres a la vida laboral, aires de independencia en el auge femenino, las que trabajaban tenían sus propios ingresos, descubren su carácter autónomo frente a lo masculino y ocupan cargos que no ocupaban antes. Trabajar tiene un aire diferente para la virtud de la mujer, se consideraba virtuosa la mujer trabajadora.

El *stiletto* nació en 1940, cuando se presentó la colección New Look, en donde la silueta de la mujer recuperaba y realzaba sus formas más femeninas y sofisticadas.



Imagen 15. Lana Turner, 1947.

De 1950 a 1960

Tras el final de la segunda guerra, los cambios comienzan a ser notorios, la expansión económica favoreció el aumento de la clase media, la industria del diseño se ve potencializada en los avances tecnológicos gracias a lo que dejó la guerra, materiales nuevos. La clase media trae consigo un estilo de vida que encaja en los años 50, la perfección o ideal de tener una familia, un hogar, hijos, carro, un suburbio a fuera de una gran ciudad, este ideal de perfección se ve afectado por los jóvenes que empiezan a demostrar una inconformidad frente a esto. Con esta clase también viene la necesidad de crear estilos vestimentarios que se ajusten al nuevo estilo de vida, donde el consumo de objetos y de moda se convierte en una manifestación del estatus social.

Para la mujer trae momentos de liberación se ve como accede al derecho al voto, al trabajo, a la conducción de carros. La mujer retorna al ambiente del hogar, se vuelve a apreciar a la mujer basándose en el estado financiero del esposo.

La aparición de Dior marca el cambio de una década, y se convierte en la imagen emblemática de este periodo. La idea del diseñador era devolver a la mujer la posibilidad de ser agradable a la vista, vuelve a retomar la idea de lujo a través de la extravagancia, flores, mariposas, perlas, diamantes etc. Gracias a los nuevos medios de comunicación la moda pretendía llegar no solo a los privilegiados sino a todo el mundo, sin embargo Dior no ofrecía un producto para ser consumido por las masas sino a toda una sociedad como espectáculo. Con su primera colección lanzó el *NewLook* un traje chaqueta Bar, que representó la silueta de esta época.

En 1949 los trajes sastre con faldón redondeado y abrigos muy anchos cobran sentido, luego vienen los vestidos globo y los abrigos sin cuello, en 1951 se transforma la silueta anulando la cintura, ensanchando los hombros, luego en 1955 aparece el vestido túnica que se convierte en camisa en 1957 para después pasar a la línea imperio en

1959, que consistía de una cintura alta para los vestidos y corte estilo kimono para los abrigos.



Imagen 16. "This is a new look" 1950, Traje chaqueta, modelo de la primera colección de alta costura por Christian Dior.

1960

Para la década de los sesenta se ven los primeros pasos de lo que sería el sistema moda en la actualidad, se comienza a implementar el *pret a porter*, con lo que da paso a la producción en masa.

Durante esta época hay una transformación radical que se conecta con los cambios políticos y sociales, los jóvenes comienzan a expresar una actitud en contra de lo que se está impuesto por la sociedad. En estos años se expresa con claridad que se es libre. La revolución sexual, la liberación femenina y la lucha en contra de la discriminación racial, fueron los detonantes. Sin embargo la liberación femenina estaba dando sus primeros pasos. Después de la minifalda, vendrán los maxiabrigos, los shorts, las cazadoras, las botas hasta la rodilla o hasta el muslo; muchas revoluciones entorno a las apariencias, también trayendo la imposición de la pastilla anticonceptiva.

Durante este periodo hay una fuerte influencia sobre la juventud subversiva, que son los que marcaron el estilo de la indumentaria, siendo la primera vez en que las influencias de los estilos de la calle se vuelven determinantes para los diseños de los creadores. Los pensamientos que lideran tienen que ver con una declaración hacia la alta costura, llevándolos a representar la anti moda, el amor libre es uno de los pensamientos que rige la sociedad. La moda ya no se vive como un movimiento por el gusto sino que representa progresos, logros e incluso revoluciones.

Los medios de comunicación comienzan a dirigirse a una nueva mujer, que es ama de casa pero al mismo tiempo es trabajadora. Las mujeres ya no debían vestirse como adultas, el ideal femenino era una mujer pequeña y delgada que ponía a prueba su sexualidad de forma juguetona, y esto lleva a una nueva noción de dinamismo, en la que hay más libertad de movimiento por parte de las mujeres.

Es en esta época que el diseñador Yves Saint Laurent, tiene más éxito, a él se le atribuye el

primer paso de la indumentaria masculina pensada para la femenina, es un influyente fuerte para el uso elegante del pantalón en la mujer y creó el primer Smoking femenino. Sus explicaciones decían que deseaba representar a la mujer que se estaba naciendo en ese momento, que quería brindarle la misma seguridad que daba la ropa masculina a las mujeres de ese año.

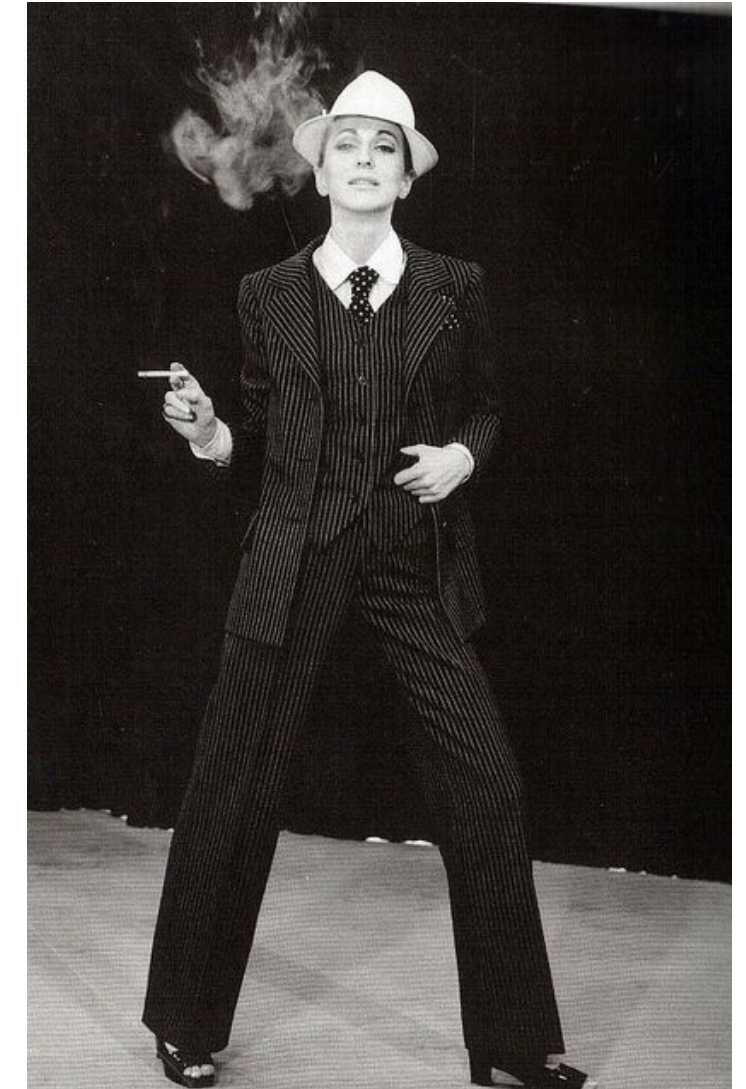


Imagen 17. The classic "Le Smoking" By Yves Saint Laurent, photo by Reg Lancaster. 1969.

1970

A partir de esta época, el ritmo de la moda experimenta una aceleración. La abundancia de invenciones y propuestas nuevas que dejó la época pasada, se racionaliza y transforma la calle, las mentalidades, la elegancia y las apariencias. Se trata de una relación con el vestido que cambia en general para la cultura occidental.

El traje sastre con ribete de cordoncillo, adoptado por una clientela de valor social alto triunfa durante estos años, entre las escasas mujeres ministro o directoras de empresa y las esposas de jefes de estado. Aunque todavía no se hablaba de la imagen de una mujer ejecutiva.

El entusiasmo por el uso del pantalón es evidente, en muchos diseñadores que lo adoptan en sus colecciones con gran facilidad, ya que algunas actrices desde los años treinta le habían abierto el camino a esta prenda. El vaquero se populariza más que todo en esta época a través de colecciones de sportswear.



Imagen 18. ABBA, grupo de música pop, 1974.

1980

Como se vio en los años setenta la ropa de trabajo había reaparecido pero para los ochenta el vestido de fiesta vuelve a cobrar vida. La influencia de la ropa usada tiene que ver con el resurgimiento del esmoquin y los vestidos largos.

Durante esta época Giorgio Armani es una de los fuertes influenciadores en el estilo masculino-femenino, en un universo en el que el trabajo, la vida de empresa, los viajes o las comidas de negocios ocupan una porción cada vez mayor, aparece el *Power Dressing*, un estilo que crece gracias a las mujeres que acceden a estudios superiores y que logran tener una carrera, que son formadas y ocupan puestos altos, antes solo pensados para hombres. Su estilo vestimentario se inspira en el vestuario laboral de los hombres, que genera y transmite confianza y éxito. Utilizaban trajes de chaqueta, hombreras y camisas abotonadas para construir una imagen de seriedad y autoridad.

Fue aquí donde Armani logró llevar un traje de chaqueta sencillo adaptado al cuerpo de la mujer, para esa época la idea de vestir masculino ayudó a que el movimiento feminista obtuviera logros en donde las mujeres accedían a puestos directivos y políticos de mucho poder.



Imagen 19. *Gia* para Giorgio Armani por Aldo Fallai, 1980.

De 1990 a 2000

Para el fin de este siglo la moda comienza a volverse mas simple, con las nuevas tecnologías la indumentaria propone prendas que se centran en el funcionalismo, pero sin llegar al extremo del futurismo, sin embargo hay una fuerte universalización por las apariencias. La moda de los años noventa gira en torno a un nuevo concepto, "minimalismo", para este año ha desaparecido la idea de la mujer adornada. Las mujeres ya no desean ser reinas pero si mucho mejor vestidas en términos de calidad, para la calle al contrario parece ir menos vestidas y mas sencillas.

En esta época nace un nuevo movimiento denominado *Riot Grrrl*, fue un movimiento punk feminista que nació en Estados Unidos, abordaba temas como la violación, el patriarcado o el empoderamiento de la mujer. Buscaban lanzar un mensaje de diversidad, de que no solo las mujeres lindas son mujeres. Su estilo consistía en una imagen punk hardcore, con prendas muy extremas y provocativas que renunciaban a la imagen de la mujer atractiva y arreglada o perfecta, junto con cortes de pelo mal hechos, labios rojos, colores como el negro y cadenas que rompían todas las normas sociales asociados al género femenino.



Imagen 20. Kathleen Hanna, Bikini Kill, Banda de Punk, 1991.

Siglo XXI

Como reacción al siglo anterior, este nuevo siglo que apenas esta en sus comienzos, tiene como predicción ser el momento de la antimoda o de otra forma de moda, pues se cree que ya todo esta inventado. Por eso es evidente como de un tiempo para acá se han venido modernizando las mismas modas de las décadas pasadas, todo vuelve, y así es como ha vuelto, los años 70 y los 90 entre otros, sin embargo siempre buscando tener una practicidad, se han conservado los vaqueros y minifaldas, vuelven las faldas largas y los pantalones anchos. También se puede ver como hay influencias de prendas de otras culturas, se han comenzado a utilizar pantalones baggi o camisas indias.

Se podría decir que en lo que lleva de este siglo y a diferencia del anterior, en donde el atuendo femenino estaba regido por un estilo y el masculino por otro, dentro de esos cánones de belleza todos vestían de manera similar. Sin embargo es ahora cuando vemos la diversidad de las personas.

Del 2000 al 2010

Se puede decir que durante estos años no hubo mayor cambio en cuanto a siluetas o estilos, lo que dejó el siglo pasado se estaba recreando de una manera mas modernizada. En cuanto a la mujer habiendo ganado algunos de los logros mas significativos para la liberación de la mujer, durante este siglo lo que comienza a aparecer son mas y mas mujeres empoderadas, seguras de sí mismas, y que rompen con todos los estereotipos de los años anteriores, no se puede cantar victoria en cuanto a los derechos y lo que se piensa que una mujer debe o no ser dentro de la sociedad, pues aunque se han superado obstáculos, todavía se ven actos machistas, mas de los que se podrían pensar. Hay movimientos y discursos que motivan a la igualdad de género, a los derechos y la libertad de las mujeres, sin embargo no hay un impacto que marque esta temporada.

Una de las tendencias que podríamos decir incentivó a la libertad de las mujeres fue en el 2006 cuando las prendas con transparencias se comenzaron a popularizar. El encaje, el tul y los materiales con látex han expuesto por completo el cuerpo de la mujer, que ya no esconde sus curvas sino que las muestra orgullosa y natural.

La autonomía, independencia y posición de la mujer vive su mayor momento hasta la época, esta en el máximo esplendor de la liberación del cuerpo.



Imagen 21. Valentino, Otoño- invierno 2014.

De 2010 a Actualidad.

Es evidente que la moda ha llegado a un punto en el cual, los estilos no están regidos por el género, se ha llegado al punto de la difuminación de géneros, aunque siguen habiendo prendas únicas para mujeres mas que para hombres, ya las diferentes prendas pueden ser usadas tanto en hombres como en mujeres, este tipo de tendencias unisex no solo se ve en la moda, en el medio de las comunicaciones vemos cada vez mas opciones sobre qué tipo de genero elegir o hasta los iconos para las entradas a los baños.

En cuanto a lucha de género, se ha visto como últimamente marcas reconocidas han puesto su interés en temas relacionados a este, ya no se expresa o manda mensajes de acuerdo a una silueta o a revelación de una prenda masculina para femenina, sino que dentro de los diseños se pueden leer mensajes literales sobre feminismo y la igualdad de género. Las marcas han optado por emplear la moda como una herramienta de comunicación literal, con frases, con desfiles en los que se convierten en marchas y con campañas que intentan mandar el mismo mensaje.

Hay que decir que no todos estos actos son tomados de manera positiva, en vez de llegar a las masas pueden llegar a terminar en polémica, hay muchos que siguen pensando que no es conveniente que algo tan superficial como la moda pueda tomarse causas de tanto peso como el feminismo. Otros creen que son acciones con un grado de apoyo por parte de la industria de la moda, y hay que decirlo que esta es una de las industrias mas poderosas dentro del mercado.



Imagen 22. Christian Dior Spring Summer 2017.

A. Masculinización del vestuario femenino como vía de empoderamiento.

Es evidente que durante el tiempo la herramienta de masculinización para el vestuario femenino es empleada para adquirir poder o empoderarse, desde principios del siglo XX se pudo notar como en los aspectos en los que las mujeres debían optar por una actitud arriesgada o de seguridad, recurrían a siluetas masculinas o prendas exclusivas de la indumentaria masculina.

Esto se evidencian en las imágenes que representan el principio del siglo XX, que aborda las décadas de 1910 hasta 1940, en donde la guerra fue uno de los principales factores para estos cambios no sólo en el la imagen e indumentaria sino en la actitud y manera de pensar de las mujeres. Lo que quiere decir que los aspectos culturales durante esas épocas fueron cruciales para las manifestaciones del vestido femenino, desde el punto de vista del autor Mahmoud (2015):

El Zeitgeist de la modernidad caracteriza e influye la arquitectura, arte y moda durante gran parte del siglo XX [...] el Zeitgeist define como ideas, conceptos, hechos, eventos son absorbidos por la mente de la gente y traducidos en una cultura. La gente sólo puede ver e interpretar información nueva basada en lo que ya saben y entienden. (Mahmoud, 2015, p.282)

Lo anterior afirma el hecho de que las mujeres durante esa época sólo respondían a los cambios relacionados con la misma y las influencias que ésta tenía sobre la necesidad laboral o un cambio de actitud, pues siendo ese su Zeitgeist, ésta era la información nueva que podían entender para luego manifestar.

Aunque durante el gran recorrido de las décadas se vio que la masculinización es una de las herramientas principales para alentar el discurso de género, no fue la única vía utilizada por las mujeres, el hecho de comenzar a descubrir su

cuerpo a través de la indumentaria fue uno de los actos que también les fue de gran ayuda para la liberación sexual. Podríamos decir que en los aspectos sociales en los que solamente se le era permitido actuar al hombre, las mujeres para ser integradas en éstos sí utilizaron como única vía la masculinización del vestuario. Esto es evidenciado en la imagen extraída para la década de 1970 de Giorgio Armani, en donde las mujeres comenzaban a entrar en la vida laboral pero ya dentro de las empresas asumiendo cargos importantes, para asumir este rol se creó un nuevo traje llamado el *Power Dressing* que consistía exactamente en masculinizar el vestuario femenino para llevarlo a ámbitos laborales, esto también se puede observar desde años atrás con el diseñador Yves Saint Laurent, quien se le atribuye la creación del primer smoking femenino y del que se evidencia que manifestó las mujeres de la época y sus nuevos perfiles a través del vestido. Así lo aclara Bruno Remaury (2004) en su libro *Marcas y relatos: La marca frente al imaginario cultural contemporáneo*, mencionando que:

Saint Laurent, contribuyo con el desarrollo de una nueva identidad femenina durante los años 60 y 70, para mujeres en camino de conquistar un acceso más directo a la sexualidad, en el contexto de una relativa inversión de los papeles sexuales tradicionales y de la proyección de una feminidad afirmada y dominante. (Remaury, 2004, p.64)

Lo anterior, afirma entonces que no sólo las mujeres eran influenciadas por lo social, sino también los diseñadores y el sistema moda, que era hasta el momento la única industria considerada únicamente de disfrute femenino. Desde todos los rasgos podemos ver como el contexto social es la fuente principal para el cambio, tanto de las personas como de las industrias.

B. La identidad de género en el siglo XXI.

La gran pregunta por la identidad de género a lo largo de los últimos años ha llevado al desdibujamiento de la misma, si bien durante la línea de tiempo se pudo notar como a lo largo del siglo XX, el vestido y la indumentaria fue una herramienta de comunicación crucial para los derechos y la liberación de las mujeres, hoy en día podemos ver como esa misma herramienta se ha ido desvaneciendo. No quiere decir que el vestido deje de ser un medio de comunicación no verbal y uno de los más significativos para los individuos, pero se ha llegado al punto en el que la identidad de género está pasando por una línea delgada, en donde se pretende no excluir a nadie, tanto así que la indumentaria femenina y masculina, podría estar llegando a una moda unisex o una nueva moda de la que se habla hoy llamada *genderless*.

Es difícil regirse ahora por unos cánones establecidos, en la actualidad los individuos absorben lo que desean del contexto social, para así representarse frente a la sociedad, pero a diferencia del pasado, ahora cada cual se reinterpreta de la manera que quiera.

En este orden de ideas es necesario ver la explicación del objeto como signo en una sociedad, entendiendo objeto como la indumentaria, Ana Barreiro (1998), en su artículo *La moda en las sociedades avanzadas*, afirma que:

La función social del objeto signo, es donde se comienza a manifestar un interés mas riguroso hacia los fenómenos colectivos como el de la moda. La función distintiva de los objetos y el de la función política de la ideología que con ella se relaciona, se basa en una condición previa: la superación de la visión espontánea de los objetos en términos de necesidad o de su valor de uso [...] Lo fundamental en las sociedades modernas es el valor de cambio signo. En efecto, una verdadera teoría de los objetos y del consumo

se fundara no sobre una teoría de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de su significación. (Barreiro, 1998, p.130)

Dicha función del signo en la sociedad se podría entender para la actualidad no sólo como una herramienta que expresa y genera el cambio sino también como la manera de mostrarse socialmente, tanto en estatus, en prestigio como en identidad propia, es esto lo que precisamente se evidencia durante el siglo XXI.

Es por esto que las grandes marcas de moda ya comienzan a adaptarse a esa actitud irreverente de los consumidores, como lo vemos en la última campaña de primavera verano 2017 de Dior, en la que la lucha de género se comienza a evidenciar de manera literal sobre los diseños, pero es tan básico, que podría utilizarse tanto para hombres como para mujeres, pues se está en un punto en el que se corre el peligro de estereotipar una prenda que habla precisamente de la igualdad y de la lucha femenina.

Otra mirada para entenderlo sigue siendo la de Barreiro (1998), que en el mismo artículo concluye que:

Ya no hay una correspondencia entre la innovación y la difusión, entre la vanguardia creativa y el público consumidor, pues 'la calle' se ha emancipado de la fascinación de los líderes de la moda y asimila las novedades a su ritmo y a su antojo. Esta idea supone que las mujeres continúan siguiendo la moda, pero de una manera mas libre, ya no regidas por una temporada sino que se llevan lo que les gusta, lo que les va. La moda clásica ha dado paso a un mimetismo de tipo optativo. Otro de los efectos importantes de esta nueva era de individualismo contemporáneo respecto a la moda, es que ha reducido la dimensión del símbolo jerárquico a favor del placer, la comodidad y la libertad, ya se representa un gusto y un estilo de vida. (Barreiro, 1998, p.134)

Este nuevo fenómeno como lo indica Barreiro, es el comienzo de una era que se rige bajo el mismo consumidor, que manifiesta sus propios discursos de una manera más individual, sin embargo, siempre teniendo como referencia el Zeitgeist que interioriza cada individuo como tal.

CONCLUSIONES

La temática previamente abordada en esta investigación que trata sobre la relación entre empoderamiento femenino y moda vestimentaria, dio paso al análisis de sus manifestaciones en el vestuario femenino durante el siglo XX hasta el XXI, tanto en mujeres influenciadoras como en los diferentes aspectos sociales de las épocas.

Tras haber finalizado la presente investigación sobre las manifestaciones del empoderamiento en el vestuario, se concluye que fue posible dar respuesta a la pregunta de investigación planteada en un principio: ¿Cómo ha sido la evolución de esa relación entre empoderamiento femenino y vestuario y cuáles son sus representaciones en el presente? Se puede afirmar que sí se respondió a esta pregunta, pues desde el comienzo del marco teórico se comenzaron a evidenciar algunas respuestas que luego explicarían lo encontrado en el marco metodológico.

El estudio de la relación entre empoderamiento femenino y vestuario es bastante evidente. Los hallazgos encontrados dieron a entender que la teoría sobre los cambios en el vestuario influenciados por el contexto social es válida, ya que se representan a través del individuo y su imagen ante la sociedad. Sus manifestaciones, varían dependiendo de la vía que se puede utilizar para empoderar a la persona a través del vestuario, pero el que se pretendía entender era el del siglo XXI, el cual dejó una mirada abierta en cuanto a que estas manifestaciones pueden llegar a ser desdibujadas por la identidad de género.

Para resolver la pregunta de investigación se partió de una hipótesis que planteaba la evolución del papel de la mujer en la actualidad y las maneras en las que se representa el empoderamiento femenino al interior de la vida social. Se entendía que la continua evolución del papel de la mujer en la sociedad la conducían a participar de una vida económica plenamente, de una independencia, seguridad y toma de decisiones propias, que la llevaban a sentirse expresarse y por ende vestirse de una manera diferente a como lo hacían las generaciones anteriores.

Tras la revisión de los cambios en la vestimenta del siglo XX, se afirmaba que la relación entre vestuario y empoderamiento femenino es bastante evidente, y en esta investigación se pudo justificar de que manera y por cuáles vías esta relación perduró durante un buen tiempo. Sin embargo, la hipótesis planteaba que existen algunas teorías que niegan la estrecha conexión de la sociedad con respecto a la indumentaria, la cual le ha dado en repetidas ocasiones esa importancia a la mujer para ser escuchada, no solo la distingue sino que le da igualdad cultural y de género.

Esta hipótesis fue confirmada por la investigación, debido a que las imágenes analizadas y la línea de tiempo, muestran como el entorno social y cultural de una época en específico, influye en la representación de cada individuo y en las acciones tomadas por una comunidad en particular, como lo fue la lucha de las mujeres por su liberación y derechos.

Es importante destacar que aunque en la hipótesis planteada se mencionaban aquellas teorías que niegan esta relación, se pudo confirmar que no pueden llegar a ser válidas, ya que durante todo el marco metodológico, esta relación se puso en evidencia en cada uno de los casos estudiados y por los diferentes métodos.

Las mujeres han optado por un camino de superación en el que su imagen ha aportado un gran porcentaje para los fines logrados, es decir, el vestuario ha sido una herramienta esencial para la comunicación no verbal del discurso de género.

A nivel general, el objetivo de este trabajo fue examinar la moda indumentaria como representación de empoderamiento femenino y determinar su manifestación en los cambios de vestuario del siglo XXI. Se puede decir que según lo encontrado en esta investigación, este objetivo si se cumplió, pero se considera pertinente haber estudiado más imágenes que evidenciaran las manifestaciones en específico del siglo XXI, para así tener una recopilación que evidenciaran si estas manifestaciones se han eliminado

por completo o si por el contrario todavía quedan algunas que no han sido tan notorias.

Sin embargo, se considera que el presente trabajo, alcanzó la sustentación suficiente y recopilación de información necesaria para cumplir con el objetivo de manera satisfactoria.

Los objetivos específicos al ser los pasos previos para alcanzar el objetivo general, dieron la base en la que se apoya la respuesta encontrada.

El primer objetivo de este trabajo pretendía distinguir desde la literatura las teorías que relacionan y las que niegan una relación entre empoderamiento femenino y vestuario. Cuáles eran sus argumentos y como establecían esa relación.

Se puede afirmar que este objetivo se alcanzó de manera correcta, pues se encontró varias teorías sobre la moda que afirman cómo los cambios en esta no son repentinos sino que vienen de una fuerte influencia por parte de la época en la que se está y por el contexto social y cultural que viven los individuos. Todas las teorías contribuyeron con argumentos que sirvieron para justificar el marco metodológico, y que dieron significado a las palabras clave abordadas en el marco conceptual, dando puntos de vista tanto desde lo social como desde lo psicológica y hasta desde la identidad y el sistema moda.

El segundo objetivo planteaba identificar en los argumentos encontrados herramientas para abordar un estudio sobre la relación entre ambos fenómenos en el presente. Este concepto pudo ser abordado ya que los argumentos anteriormente mencionados dieron paso a que el objeto de estudio tuviera una justificación y se evidenciara desde la teoría, mas aún, ayudó a que en el presente se entendiera cómo esa ruptura ha llegado a ser algo significativo desde el punto de vista de la identidad de género.

En el tercer objetivo se pretendía rastrear los acontecimientos mas relevantes que condujeron a un empoderamiento de la mujer en la

sociedad en el siglo XXI y sus manifestaciones. Este objetivo pudo ser alcanzado ya que con la segunda variable del marco metodológico se pudo hacer un rastreo mas extenso de esos acontecimientos relevantes que fueron los detonantes para las manifestaciones del presente y como la evolución de la mujer en la sociedad ha dado pie a otras visiones de empoderamiento.

Con el último objetivo se pretendía analizar si estas manifestaciones se representaban en el vestuario y de qué manera. Podría afirmarse que de los cuatro objetivos planteados éste en compañía del primero fueron los mejores logrados, pues la información recopilada fue suficiente para dar una justificación que evidenciara los dos objetivos tanto desde la teoría como desde la metodología. El método de análisis de imagen y línea de tiempo fue preciso para lograr este objetivo que muestra de manera gráfica esa manifestación tanto en situaciones específicas como en una década en general.

Este trabajo investigativo es un análisis concreto sobre el empoderamiento femenino en el vestuario, con el fin de evidenciar las manifestaciones a través del tiempo y del presente que han ayudado a las mujeres a luchar por sus derechos, y a comprender de una manera más profunda, como algo tan cotidiano como el vestido pasa a ser un signo y símbolo para una comunicación en relación a un individuo y su entorno social, en donde el vestido más allá de ser un objeto considerado por muchos banal le ha ayudado a la mujer a hacer sentir su voz y destacar su presencia frente a una sociedad que la consideraba un ser inferior, no solo destacando su personalidad y su fuerza interna sino también ayudándola a escalar unos cánones sociales previamente establecidos.

Bibliografía.

Imagen 1. Bianca Jagger, Londres, Mayo 4 de 1979. [Imagen en línea] Recuperada de: <https://co.pinterest.com/pin/188658671867182839/>

Imagen 2. Emma Watson, Marzo 25 de 2014. [Imagen en Línea] Recuperada de: <https://co.pinterest.com/pin/556687203912146122/>

Imagen 3. Emma Watson en el lanzamiento de la campaña HeForShe en las Naciones Unidas el 20 de septiembre del 2014 en Nueva York. [Imagen en Línea] Recuperada de: <http://www.gettyimages.es/fotos/emma-watson>

Imagen 4. Emma Watson en la fiesta VIP de la campaña HeForShe en el Hotel Peninsula en septiembre 20 del 2014 en Nueva York. [Imagen en Línea] Recuperada de: <http://www.gettyimages.es/fotos/emma-watson>

Imagen 5. Emma Watson en fotografía de presentación para el Fórum Mundial de Economía como la Embajadora de la Buena Voluntad de ONU mujeres en el 2015. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://www.gettyimages.es/fotos/emma-watson>

Imagen 6. Video clip para la canción “Bad Girls” de M.I.A (2012). [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=2uYs0gJD-LE>

Imagen 7. Video clip para la canción “Bad Girls” de M.I.A (2012). [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=2uYs0gJD-LE>

Imagen 8. Video clip para la canción “Bad Girls” de M.I.A (2012). [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=2uYs0gJD-LE>

Imagen 9. Video clip para la canción “Borders” de M.I.A (2015) [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=r-Nw7HbaeWY>

Imagen 10. Video clip para la canción “Borders”

de M.I.A (2015) [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=r-Nw7HbaeWY>

Imagen 11. Video clip para la canción “Borders” de M.I.A (2015) [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.youtube.com/watch?v=r-Nw7HbaeWY>

Imagen 12. Étretat, Francia, 1907. Fotografía de Jacques-Henri Lartigue. [Imagen en Línea] Recuperada de: <http://berinson.de/en/exhibitions/lartigue/>

Imagen 13. Mujeres trabajando en el Ferrocarril, 1918. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://gallery.pictopia.com/archives/gallery/95354/photo/8623247/?o=85>

Imagen 14. Charlotte Andler, Actriz 1929. [Imagen en línea] Recuperada de: <https://smokethorn.wordpress.com/2009/10/23/1920-le-style-garconne/>

Imagen 15. Lana Turner, 1947. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://vintagedancer.com/1940s/1940s-skirts/>

Imagen 16. “This is a new look” 1950, Traje chaqueta, modelo de la primera colección de alta costura por Christian Dior. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://www.vogue.co.uk/article/christian-dior>

Imagen 17. The classic “Le Smoking” By Yves Saint Laurent, photo by Reg Lancaster. 1969. [Imagen en línea] Recuperada de: <https://www.flickr.com/photos/52899036@N05/5833451360/in/photo-stream>

Imagen 18. ABBA, grupo de música pop, 1974. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://www.housebeautiful.com/lifestyle/g3509/denim-through-the-years/?slide=28>

Imagen 19. Gia para Giorgio Armani por Aldo Fallai, 1980. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://supermodelshrine.tumblr.com/post/25465878907/gia-for-giorgio-armani-by-aldo-fallai-1980>

Imagen 20. Kathleen Hanna, Bikini Kill, Banda

de Punk, 1991. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/8279/the-riot-grrrl-style-revolution>

Imagen 21. Valentino, Otoño- invierno 2014. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://www.vogue.es/desfiles/otono-invierno-2013-2014-paris-valentino/8381>

Imagen 22. Christian Dior Spring Summer 2017. [Imagen en línea] Recuperada de: <http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/22835/8/christian-dior-ss17>

Barreiro Martínez, A. (1996) “Elementos para una teoría social de la moda”. En: *Revista de pensamiento social*, p. 97 a 123.

Barreiro Martinez, A. (1998) “La moda en las sociedades avanzadas”. En: *Papers revista de sociologia*, La Coruña, Universidad de la Coruña, Vol. 54, p.129 a 137.

Baudot, F. (2006). *La moda del siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.

Bealey Frank (1999) *Diccionario de Ciencia Política*. Madrid: Ediciones Istmo.

Cheng, A. (2014). *Emma Watson delivers an impactful speech and two sophisticated outfits in one day*. Recuperado de: <http://www.instyle.com/news/emma-watson-delivers-impactful-speech-and-two-sophisticated-outfits-one-day> (24.03.17)

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Espasa Calpe S.A (1921) *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana*. Barcelona: Editorial Espasa.

Espasa Calpe S.A (1923) *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana*. Barcelona: Editorial Espasa.

Espasa Calpe S.A (1925) *Enciclopedia*

Universal Ilustrada Europeo-Americana. Barcelona: Editorial Espasa.

Espasa Calpe S.A (1932) *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana*. Barcelona: Editorial Espasa.

Gallino, L. (1995) *Diccionario de Sociología*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores.

Giner, S. (1998) *Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial

Gonzales Blanco, E. (2009). *Michelle Obama. Faceta humana de una mujer admirable. Primera dama de la casa blanca entre 2009 y 2017. Perfil social y humano de Michelle LaVaugh Robinson Obama*. Recuperado de: <http://www.proyectoabedul.es/MichelleObama.htm> (23.03.17)

Lennon, Sharron & Burns, Leslie & Hamilton, Jean & Buckley, Hilda (1993). *Social science aspects of dress: New directions*. Estados Unidos: International Textil and Apparel Association, Inc.

Let Girls Learn (2015). *About*. Recuperado de: <https://letgirlslearn.gov/about/> (23.03.17)

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

Mahmoud Ali, R. (2015) *Interior Design Styles and Socio-demographic Characteristics in Egypt: From the concept of Zeitgeist*. Barcelona.

Méndez, L. (2002) “Cuerpo e Identidad: Modelos sexuales, modelos estéticos, modelos identitarios”. En: *Pensando el cuerpo, pensando desde el cuerpo*, Universidad del País Vasco, p.123 a 138.

New Dictionary of cultural Literacy (2005). *New Dictionary of Cultural Literacy*.

ONU Mujeres (2015). *Informe Anual 2014-2015*. España: ONU Mujeres.

- Orsini, M. (2012). "El concepto de empoderamiento en los estudios de género y en la prensa femenina". En: *Congreso Internacional de Comunicación y Género*, Barcelona, Universidad autónoma de Barcelona.
- Pérez De las Heras, M. (2011). *Palabra de Primera Dama Michelle Obama*. Madrid: LID Editorial Empresarial, S.L.
- Pérez Suárez, J. M. (1997). *Diccionario de Comunicaciones: Semiótica, lingüística, periodismo, publicidad, medios de comunicación*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Pescader, C. (2003) "Cuando el pasado reciente se hace historia: Notas sobre teorías de la historia". En: *Revista de la facultad de derecho y ciencias sociales*, Universidad Nacional de Comahue, Vol. 8, N. 9, p. 115 a128.
- Pujó, M. (2013). Zeitgeist – El espíritu de la época. En: *Leitura Flutuante*, Centro de estudios en Semiótica y Psicoanálisis, Vol. 5 N.1 p. 3 a 29.
- Real Academia (2001) *Diccionario de la real academia*.
- Remaury, Bruno (2004). *Marcas y relatos: La marca frente al imaginario cultural contemporáneo*. España: Editorial Gustavo Gili.
- Semana (2013). *Prohibido manejar o salir sola: restricciones extremas para mujeres*. Recuperado de: <http://www.semana.com/mundo/articulo/prohibiciones-extremas-mujeres-en-el-mundo/364476-3> (25.03.17)
- Souriau, É. (1998) *Diccionario Akal de Estética*. Madrid: Ediciones Akal.
- Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. España: Ediciones Cátedra, S.A.
- Sulbarán Lovera, P. (2016). *5 cosas que quizás no sabías de Michelle Obama, ex primera dama de Estados Unidos*. Recuperado de: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-37991478> (23.03.17)
- Unwomen (2014). *Embajadora de buena voluntad de ONU Mujeres Emma Watson*. Recuperado de: <http://www.unwomen.org/es/partnerships/goodwill-ambassadors/emma-watson> (24.03.17)
- Warren, Howard C. (1948) *Diccionario de Psicología*. México: Fondo de Cultura.
- Wikipedia (2010). *Emma Watson*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Emma_Watson (24.03.17)
- Wikipedia (2010). *M.I.A.* Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/M.I.A._\(cantante\)](https://es.wikipedia.org/wiki/M.I.A._(cantante)) (25.03.17)