

**COLECCIÓN CÁPSULA GEN DE EVA. REIVINDICACIÓN DE LA IMAGEN DE
LA MUJER NEGRA EN LA MODA.**

KENIA VANESSA MENA MEZA.

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO.
FACULTAD DE DISEÑO DE VESTUARIO.
MEDELLÍN.

2022

**COLECCIÓN CÁPSULA GEN DE EVA. REIVINDICACIÓN DE LA IMAGEN DE
LA MUJER NEGRA EN LA MODA**

KENIA VANESSA MENA MEZA

Trabajo de grado para optar por el título de Diseñadora de Vestuario

Asesores

ANA MARÍA SOSSA LONDOÑO

Diseñadora de Vestuario, Magíster en Desarrollo UPB

JUAN LUIS BALVÍN TABARES

Comunicador social y periodista UPB

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO.

FACULTAD DE DISEÑO DE VESTUARIO.

MEDELLÍN.

2022

Tabla de contenido

Resumen.....	44
Palabras clave:.....	5
Planteamiento del problema.....	8
Pregunta de investigación.....	8
Objetivos:.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Justificación.....	9
Marco metodológico.....	11
Proyecto Gen de Eva.....	19
Marco conceptual.....	37
Hallazgos : Revista VOGUE USA.....	44
Conclusiones.....	46
Anexos.....	47
Anexo 1: Fichas de análisis de imagen.....	48
Anexo 2: Evidencias Focus group.....	74
Anexo 3: Video Gen de Eva.....	19
Referencias.....	80

Resumen

Recientemente el mundo de la moda se ha visto obligado a ser cauteloso en cuanto a lo que representación femenina se refiere; se evidencia en el periodismo de moda el esfuerzo de este sistema en ser incluyente, pero, en este caso de estudio se curten de imaginarios al generalizar la imagen de la mujer negra cuando realmente es diversa.

En primera instancia mi investigación documental pone en tela de juicio la imagen que se ha mostrado de la mujer negra en las revistas de moda VOGUE USA en la última década, debido a que es una gran fuente de influencias en la moda, por consiguiente para refutarlo analizo qué es ser una mujer negra y su femineidad, en qué fenómenos se sumerge su cuerpo vestido como cuerpo político; exhibo que la mujer negra no ha sido representada en sus propios términos, identifiqué las múltiples representaciones que tienen las mujeres negras aparte del corpus estético marginalizado y africano convencionalmente utilizado, demuestro la escasez de profesionales negros en el gremio de la moda y la importancia de ellos en la representación de una femineidad históricamente doliente, la femineidad negra.

Desafortunadamente el cuerpo de la mujer negra y su estética ha sido dispensadora de tendencias a las que no se les da el crédito y reconocimiento con respecto a su origen, en cuanto se habla de *mujer negra* en la industria de la moda todo se remite a elementos estéticos propios de su idiosincrasia pero la mujer negra es mucho más que turbantes, y colores vibrantes, la *mujer negra contemporánea* la representan muchas cosas más, y es por eso que como diseñadora de vestuario identifiqué necesidades no solo vestimentarias sino identitarias que en la fase proyectual de esta investigación a través de mi marca KENIA y la imagen quiero representar.

De hecho, mediante el estudio identificamos qué tanto protagonismo tiene la mujer negra en el periodismo de moda, cuáles son sus papeles, cuantas veces al año aparece, a qué tipo de mujer negra recurren, qué se habla de ella, quien habla de ella, cómo la miran a ella, esto con la intención de conocer bajo qué ojos es capturada su imagen.

Palabras clave: Imagen, mujer negra, Afrofeminismo, Representación, Periodismo de moda.

Planteamiento del problema.

Las mujeres negras por mucho tiempo a través de la imagen y la moda han sido cosificadas, y estigmatizadas en cierto modo, son personas víctimas de una violencia estética interminable, y al momento de mostrar un corpus estético de la mujer negra se recurre a la marginalización, escasez y ruralidad, pero este trabajo tiene la intención de reivindicar esa imagen precaria de nosotras como mujeres negras por una imagen y un discurso que exalte su belleza, su voz, su poder, muestre su presencia en múltiples escenarios, de cuenta de su abundancia, de su lujo, de sus talentos, de sus éxitos, de sus feminidades diversas en el sistema moda.

La representación de la mujer negra en el periodismo de moda no corresponde a la mujer de hoy en día, se mantienen en un imaginario estético generalizado que no resalta la diversidad étnica en las mujeres negras y mucho menos reivindican por lo que ellas aún luchan. En la vitrina de las revistas de moda se recurren a mujeres negras ocasionalmente ante la *ola inclusiva* que muchas marcas y editoriales se esfuerzan en mostrar, pero se perciben ciertos fenómenos que algunas corrientes del *Afrofeminismo* sacan a relucir.

Las mujeres negras, son mujeres con corpus estéticos establecidos (estética africana) y la mayoría de sus apariciones en la moda giran en torno a eso, y está de maravilla pero, se debe mencionar que eso se ha convertido en un imaginario que muchas veces ha marginalizado la imagen de la mujer negra, no es un secreto el difícil acceso que tienen estas féminas en el mundo de la moda y la industria del lujo, por ello, no se les ve con frecuencia en espacios que no sean rurales, planteo que no se hace el bosquejo idóneo para saber ¿cómo es la mujer negra de ahora?, ¿en qué nuevos espacios se mueve?, ¿sobre qué lucha?, ¿con qué se siente representada?.

La mujer negra aún es vista como lo menciona la autora Lozano (2010) en el título de su tesis, *Mujeres negras (sirvientas, putas, matronas): una aproximación a la mujer negra de Colombia*. ¿Así nos ven?; ¿así nos muestran?; una tesis que respalda la hipótesis que se plantea en esta investigación al igual que los otros trabajos de grado que evidencia este

fenómeno representacional en la moda; por ello esta investigación se cuestiona ¿cómo está siendo representada la mujer negra? y se hizo necesario recurrir a las herramientas que documentan el paso del sistema moda, es decir las revistas de moda, un medio de comunicación impreso que registra los cambios de tendencias no solo de vestimenta sino de pensamiento, porque aunque muchos creen que la moda es frívola, innecesaria e insípida, las revistas de moda son el documento tangible que registra la abundancia y la escasez, la guerra y la paz, lo libre y lo cautivo, lo bello y lo grotesco a través del tiempo.

Pero en el periodismo de moda sí hay una gran brecha de exclusión, es una industria selectiva, estereotipada y avara, sin embargo en cierta parte este medio se ha dedicado a declarar lo que está bien y lo que no, lo que es bello y lo que es feo, lo que es real y lo que es equívoco, y al momento de hablar de reivindicación se quedan muy cortos.

El sistema moda ha usado a la mujer negra como fuente de tendencias en la apariencia y hasta en la corporalidad de los amantes o esclavos de la moda, pero no se le ha representado de formas diversas, refiriéndome puntualmente a cuerpos, pensamientos, luchas, vestimentas, etc.

Cuando se menciona la palabra *negra* en el territorio colombiano se remiten a una mujer con turbante, colores vibrantes, de piel brillante con 10 hijos a su alrededor; pero si se preguntasen ¿cómo es la mujer negra ahora?, ¿cómo es ser mujer negra?, ¿qué es ser una mujer negra amante de la moda?, ¿qué le representa?, aunque, esta estética con gran africanía representa nuestros orígenes, eso no representa a la mujer negra de hoy en día en su totalidad, hay mujeres negras con voz, hay mujeres negras en posiciones de poder, hay mujeres negras atletas, hay mujeres negras extremadamente inteligentes y bellas. Se les debe representar en el ahora, pero lo que la moda ha hecho es decirnos como debemos vernos aparentemente negras, nos han propuesto un cuerpo, una vestimenta y un destino, han marginalizado nuestros corpus, minimizado nuestro intelecto; Esto se evidencia en la falta de etnoeducación, colorismo, tokenismo y exotificación ejercida por personas no dolientes, de hecho, se ha establecido lo que es ser una “mujer negra bella” y lo que es ser una “mujer negra exótica”, somos fotografiadas por personas blancas que tal vez no saben que con el simple hecho de ser mujer negra con piel oscura o no ya es un acto político, en la industria del periodismo de

moda no se tiene la presencia necesaria de profesionales negros que puedan representarnos como queremos, se deben mostrar mujeres negras albinas, pelirrojas de piel oscura, de piel clara, biraciales, Queer, espontáneas, corpulentas, delgadas, etc, libres en sí; que se nos muestre con curvas, sin curvas, con grandes traseros, sin ellos, con axilas oscuras, labios gruesos y sin ellos, con cabello afro, con chaquiras y sin ellas. Que nos muestren en escenarios de lujo, de poder, académicos, de convocatoria, de manifestación, de filantropía, no solo en la tribu.

Por eso quiero saber cómo es representada la mujer negra en un país multirracial y multicultural como Estados Unidos que hoy en día es potencia mundial y en cuanto a las revistas de moda cuenta con las editoras más legendarias de la historia *Anna Wintour* en la revista VOGUE, centrando mi estudio en la última década en la que se supone que hemos evolucionado en el tema de la diversa representación femenina.

Pregunta de investigación.

¿Cómo ha sido representada la mujer negra en la moda y cómo reivindicar su imagen?

Objetivos:

Objetivo general

Analizar la representación de la mujer negra en la moda y reivindicar su imagen.

Objetivos específicos

- Identificar las múltiples formas de representación de la mujer negra en las revistas de moda DE VOGUE USA desde el año 2012 hasta el 2022.
- Validar si las mujeres negras se sienten representadas en el periodismo de moda.
- Demostrar que las mujeres negras hoy en día no son hegemónicas sino diversas.
- Exaltar la belleza de las poderosas mujeres negras con presencia en distintos escenarios en una editorial de moda.

Justificación.

Me autodenomino una mujer negra biracial, lo que me sensibiliza al ver la representación tan generalizada, africana, colorista y racializada que se muestra de la mujer negra en especial en las revistas de moda, soy consciente que se me ha impuesto un cuerpo como mujer, y una estética como diseñadora, se me ha querido imponer cómo es ser negra.

Desarrollo esta investigación debido a un cuestionamiento que me acompaña durante toda mi carrera de Diseño de Vestuario y como mujer negra en este medio, ya que, la *mujer negra* siempre ha sido objeto de estudio estético en la moda, pero siento que se nos representa igual y sus narrativas no concuerdan con mi vida, creo que se me sigue representando como si viviese en el siglo pasado, pero ¿cómo es ser una mujer negra en el siglo XXI?, creo que una persona no negra no lo sabe.

Ante mi sed de conocimiento respecto a mis raíces, la carrera de Diseño de Vestuario hizo darme cuenta que las mujeres negras y mucho más las del medio son invisibilizadas y su estética es utilizada por personas no dolientes que la usan solo para vender o intentar ser incluyentes, miro una revista en donde se exhibe a una mujer negra racializada y construida, no se habla de lo diversas que somos las mujeres negras, no se habla de la ambigua vida de una mujer biracial, solo se habla de la mujer negra africana marginalizada y no de las mujeres que hoy tienen derechos en vez de privilegios, que lideran, que se encuentran en posiciones de poder, con sexualidad y belleza diversa, no se habla de mí, no me representan.

Por eso como diseñadora y directora creativa de mi marca *KENIA* la cual es una marca afro feminista del universo Travel-leisure wear, que incentiva el afropoder y les permite a sus usuarias llevar consigo los ideales en cada milla recorrida; por ello me enfoco en exaltar la belleza de la mujer afro, demostrando que hay lujo en nosotras, que tenemos el derecho a muchas cosas, por eso a través del vestuario discursivo logro enseñarles a las otras personas, que el racismo persiste, que el antirracismo debe ser nuestro sello y que debemos conocer y apreciar nuestra historia, nuestra diversidad étnica y feminidad.

Aborrezco la idea de que el periodismo de moda solo de cuenta sobre tendencias, estilos de vida millonarios y frivolidad del lujo, considero que el periodismo de moda debe visibilizar, exaltar, reivindicar todas aquellas comunidades y cuerpos de los cuales nos referenciamos para expresarnos estéticamente, ¿acaso este tipo de periodismo olvida que el cuerpo de la mujer negra es político, que es históricamente oprimido?, es hora de que se nos represente como se debe, como mujeres luchadoras, inteligentes y bellas.

Marco metodológico.

Esta investigación se basa en las ciencias sociales y humanas, toma como sujeto de estudio a la mujer negra, sustenta etnográfica y documentalmente un fenómeno representacional y racial exhibido por el feminismo negro plasmándose en el periodismo de moda.

Con el conjunto de fuentes bibliográficas, artículos académicos y de revista; se expone el papel del periodismo de moda y sus aristas como lo son la fotografía, el estilismo, las editoriales y las revistas, y cómo han promovido una imagen estereotipada o no de la mujer negra.

El estudio cuenta con tres categorías denominadas Mujer negra, Representación y Periodismo de moda.

En la categoría de **Mujer negra** se desprende la variable independiente del feminismo negro que se encarga de contextualizar el fenómeno representacional planteado en esta investigación y de la cual las otras categorías toman como base.

En la categoría de **Representación** se desprenden las variables de **la imagen** que abarca los conceptos de la fotografía, el estilismo y el vestuario, en función de la relación que tiene esta con los imaginarios estéticos y precedentes de fenómenos raciales al representar a una mujer negra; con relación a la variable de **Periodismo de Moda**, en donde se resalta la poca participación de nosotras como mujeres negras en la industria, en cuanto a las subvariables de las **revistas** y **editoriales de moda** en la que se analizan los artículos y las narrativas que aluden al fenómeno estudiado.

La investigación se desarrolla de la siguiente manera: 1) planteamiento del fenómeno, 2) recolección de información, 3) análisis de contenido, 4) Focus Group, 5) Editorial de Moda 6) Reflexiones.

En la primera fase del **planteamiento del fenómeno**, se establecen los objetivos de la investigación, se menciona el problema y se determinan los conceptos y factores que tienen

cabida en el tema; Luego, en la fase de **recolección de información** se realiza un bosquejo de fuentes bibliográficas, académicas, digitales y experienciales correspondientes a los conceptos previamente establecidos con la intención de sistematizar en una *matriz documental* (ver figura 1). los datos relevantes con relación al tema de investigación.

Categoría	Editorial de moda	País	Autor	Título	Fecha	Similitudes	Diferencias	Citas	Link
Estilismo	España	Editorial de moda	Pedro González	El manual del estilista - capítulo 1,3 y 7	2015	Reconoce la influencia de la imagen en la construcción de lo que se considera bello o no, y la importancia de la imagen en el reconocimiento para transmitir el concepto con la intención requerida.	No habla mucho sobre la representación cultural. No habla sobre cómo han sido vista las históricamente oprimidas en la moda representadas estilísticamente.	Una editorial de moda es un medio de comunicación visual editado en soporte que tiene como objetivo reflejar la moda y las tendencias tanto en indumentaria como en accesorios que impuran cada temporada. Una editorial puede ser conceptual o de carácter disciplinario cultural o artístico. González P (2015, p. 186)	Fotico.
	Colombia	Libro	Claudia Fernández Silva	De vestidas y cuerpos.	2013	En un libro que habla de la belleza del cuerpo con la identidad y la representación, con cuerpos propuestos por el sistema moda ganado por imaginarios sociales.	No enfatiza en las comunidades o sectores étnicos sino en las subculturas: juveniles californias por la cultura negra.	El vestuario por su parte, significa un acto que exhibe el proceso de cubrirse. O de transformar la materia para que interactúe con el cuerpo. Pero no solo es un cubrirse como quien se protege del clima o del contacto con otros "cuerpos", sino un trascender de los límites a lo social, dando forma a lo blanco como hacemos presencia en el mundo. (Fernández, 2013, pág. 10)	Fotico.
Esterotipos	Estados Unidos	Artículo	Rosael Nvo	A forma de que nuestros ideales de belleza socialmente aceptados son racistas	2011	Este artículo menciona a las mujeres afroamericanas como diletantes de fenómenos sociales y racistas que se pueden presentar en el periodismo de moda tal como la exotificación, el racismo y la explotación sexual del cuerpo e imagen de la mujer negra.	Menciona y señala a los medios como promotores de estos ideales, sin embargo no enfatiza en el periodismo de moda ni se habla sobre los cursos de la promoción de estereotipos y estigmatización de las mujeres de moda.	Las celebridades y modelos que aparecen en revistas de moda y anuncios de belleza son en su mayoría mujeres blancas de una estatura promedio para representar la "belleza" idealizada a ser el mejor de color en los medios a menudo son "blancas". https://www.fox.com/health/celebrity-beauty-ideals-are-racist/	
	Estados Unidos	Libro	Bull hood	BLACK LOOKS: raza y representación.	1932			Espectro de moda que muestra la incomodidad en torno a mi cuerpo y cómo se relaciona con el poder y el estatus. Como mujer de color, debería poder sentir nuestra propia belleza sin necesidad de ser idealizada. https://www.fox.com/health/celebrity-beauty-ideals-are-racist/	
Representación	Colombia	Trabajo de grado	Lvaro Cudavid Vallejo y David Ortiz	Expresiones culturales Afro resaltado de la diáspora y la reafirmación de sus símbolos aculturados en el sistema moda.	2020	Este trabajo de grado resalta la importancia de la cultura afro en los vestuarios y sus representaciones.	No abarca la representación de la mujer negra en los medios masivos de moda, ni el simbolismo que las representaciones de moda que se ven en las redes sociales y sus problemáticas de exotificación o sus luchas feministas.	La cultura aculturada puede considerarse como un conjunto de rasgos diferenciadores de ámbitos intelectuales, materiales o espirituales que caracterizan un grupo social, abarca artes, costumbres, tradiciones. A través de esto, el hombre puede tomar conciencia de sí mismo y se reconoce como parte de una sociedad en la que se relaciona con otros individuos. (López, 2019, p. 10)	PDF
	Estados Unidos	Libro	Bull hood	BLACK LOOKS: raza y representación.	1932			Espectro de moda que muestra la incomodidad en torno a mi cuerpo y cómo se relaciona con el poder y el estatus. Como mujer de color, debería poder sentir nuestra propia belleza sin necesidad de ser idealizada. https://www.fox.com/health/celebrity-beauty-ideals-are-racist/	

Figura 1. Matriz documental.

Posterior a eso, a través de una *ficha de análisis de imágenes y narrativas* (ver figura 2) en la que se establecen las categorías estéticas que permiten analizar la imagen de la mujer negra en la revista *VOGUE USA*, para identificar el corpus estético de la mujer negra en la moda.

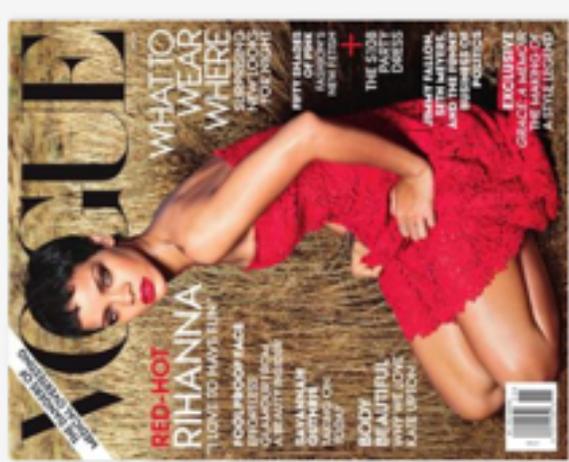
PORTADA DE REVISTA: ROHANNA		OBSERVACIONES	
Nº de noviembre de Vogue US. (2012)		ESTILISMO	
		VESTUARIO	Minivestido rojo de ojalillo
		PEINADO	cortevogue .
		MAQUILLAJE	Smoky eyes para resaltar su felina mirada, contorno para definir su pómulos y labios intensamente rojos
		PALETA DE COLOR	Color base rojo escarlata con acentos en negro y café.
		FOTOGRAFÍA	
		ILUMINACION	Iluminación cálida semi lateral.
		AMBIENTACIÓN	campo de pasto seco.
		PLANOS	plano frontal en ángulo de picada, que la hace ver mas pequeña.
		POSE	De rodillas , con su cuerpo perfilado a 3/4 y manos sobre su ingle.
		NARRATIVA Y OBSERVACIONES	
		<p>En esta revista, se muestra a la cantante , bailarina y actriz Rihanna para que hablase sobre su mala experiencia en la relación amorosa que mantuvo con el cantante Bailarín "Chris Brown", aunque para muchos el rojo evoca la pasión. Considero que en esta portada con relación al contenido, su paleta de color se recurre al rojo como signo de feminidad y fragilesa, "algo cliché" ante los acentos en negro se puede entender su deterioro y agotamiento pero en combinación emiten signos de resistencia y fortaleza. la modelo de origen Barbadense es situada en un espacio rural en pasto seco natural, espacios en los que muchas revistas frecuentan usar al representar a una mujer</p>	

Figura 2. Ficha de análisis de imagen y narrativas.

Para evidenciar o comprobar un sentimiento de representación positiva o negativa de las mujeres negras, aplicamos la técnica del *focus group* (ver figura 3), para conocer la perspectiva de las mujeres negras pertenecientes al gremio de la moda como promotoras de narrativas, imagen y estilo; por eso, recurrimos a esta técnica de recolección de información que permitió llevar a cabo un conversatorio y *taller de collage* para saber qué las representa; para ello se planeó con antelación en un cronograma de actividades (ver figura 4) el encuentro para garantizar que los temas idóneos, el espacio, el tiempo, y otros factores más fueran idóneos para garantizar un ambiente ameno que permitiera a las asistentes hablar de manera orgánica en un espacio seguro.



Figura 3. Evidencias Focus group.

PLANEACIÓN DEL FOCUS GROUP.			
Actividad	Tiempo	Encargado	Estrategia
Dar la bienvenida	15 min	Kenia	Saludo cordial a los miembros Y presentación de los asistentes
socializar las actividades a realizar	20 min	Kenia	A través de dispositivos , explicaremos las actividades que realizaremos.
Iniciar el conversatorio	1h	Miembros	Iniciar de manera fluida con las preguntas plasmadas en el derrotero que se ligan a los cuestionamientos del proyecto,luego mostrar las imágenes de las portadas de VOGUE USA para validar si se sienten representadas o no, que identifican , que les parece positivo o no, etc.
REFRIGERIO	15 min		PAUSA ACTIVA
Taller de collages.	1h y 30 min	Miembros	A través del banco de imágenes impreso las asistentes realizarán un collage.
Socialización de resultados.	30 min	Miembros	cada asistente durante 3 min va a exponer su collage.
Reflexión.	10 min	Miembros	cada asistente en 5 min escribirá anonimamente en un papel una reflexión, apreciación o queja del encuentro.
Despedida	5 min.	Kenia	Hablar ante los asistentes y dar las gracias.

PREGUNTAS ANECDÓTICAS	De ante mano la presentación de sus miembros.
Qué te hace una mujer negra?	
Qué te representa? Musicalmente, manera de vestir, en cuanto a carácter o pensamiento?	
Cómo te autodenominas? Como una mujer negra? Negra biracial? Antiracista? Afrofeminista?	
Cuando fueron concientes o el punto de quiebre de lo que conlleva ser una mujer negra, ya sea en tu vida cotidiana, laboral etc.?	
Qué significa o cómo ha sido ser una mujer negra? Qué ha sido lo más difícil de ser una mujer negra en lo laboral?	
Cómo mujer negra te has visto representada en las revistas de moda?- Por ejemplo, en estas portadas de Vogue Usa en donde aparecen mujeres negras, te sientes representada con alguna de ellas?	
Qué opinas sobre las representaciones de mujeres negras en las portadas de la revista Vogue USA?	
En caso de ser seleccionada cómo portada en una revista de moda cómo te gustaría ser representada? O Qué te gustaría representar? Sentimiento, pensamiento, sensación, experiencia etc.	
Al momento de ser representadas cómo mujeres negras que no puede faltar? Que no es negociable?	

Figura 4. Planeación de Focus group.

Después de la etapa de planeación procedimos a la etapa de selección de mujeres negras activas en el gremio de la moda en Medellín hasta llegar a un grupo selecto de 4 mujeres negras, entre ellas modelos, artistas y estilistas de la ciudad; finalmente el 2 de septiembre del año 2022 en las instalaciones de la Universidad Pontificia Bolivariana se lleva a cabo el encuentro, que comenzó con una cálida bienvenida, conocimiento sobre los asistentes, y conversaciones sobre algunos cuestionamientos de sus experiencias como mujeres negras en la industria hasta llegar al punto de saber cómo las ven, cómo las muestran y cómo son en verdad, luego de ese momento catártico y una pausa activa le dimos paso al **ejercicio de collage** (ver figura 5) en el que las asistentes debían plasmar en forma de collage ¿qué representarían en la portada de una revista de moda si tienen la posibilidad de mostrar a su manera lo que es ser una mujer negra en el ahora?; con el objetivo de tomar elementos gráficos, conceptuales, representacionales y estéticos que dieran cuenta de la diversidad de la mujer negra ya que cada asistente era distinta y lograra expresarle a las demás su perspectiva porque hoy sí tenemos voz.



Figura 5. Ejercicio de collage.

Después de una amena despedida para documentar las respuestas a los cuestionamientos del evento se realiza un análisis de toda la información cuantitativa, cualitativa y experiencial en una tabla de anotaciones (ver figura 6,7,8) que me permitió dar con hallazgos sólidos, concluir y reflexionar sobre cómo se ha representado a la mujer negra y cómo las mujeres negras colombianas en el gremio de la moda se sienten y piensan al respecto, con el fin de defender mi tesis y sugerir posibles estrategias para erradicar el fenómeno que planteo.

EJERCICIO DE COLLAGE		
		
Nombre	collage	ANOTACIONES
<p>MERY VANESSA PALMEZZANO. Ingenira ambiental / artista/ modelo / interviene prendas.</p>		<p>Incluyó en su collage elementos que representarn a los ancestros, como los rostros y manos, el tercer ojo abierto para evocar espiritualidad,la conciencia; unos labios exhuberantes , varias tonalidades de piel, un bebé porque considera que tenemos la responsabilidad de crear otra realidad, y por ultimo contempla que el mar es la inmensidad del cuerpo de la mujer.</p>
<p>ISABEL . Modelo/ peinadora/maquilladora.</p>		<p>Quiso representar rasgos y estéticas que la identifican a ella o a las mujeres negras como las trenzas, los labios carnudos rojos con dientes separados,representó el afro con piernas algo muy interesante, porque "es un afro pero no es común" y señaló con palabras que ama su cultura y el color negro, piel negra.</p>
<p>SILVIA FRANCHÉ. Psicóloga/ modelo.</p>		<p>Representó el cuerpo de la mujer a blanco y negro porque "puede ser de cualquier color su tono de piel" señaló, usa elementos gráficos como coronas y colores que reflejan luminosidad,recurrió a las conchas de mar para reflejar la serenidad y su amor a lo natural. Palabras clave: Queen-afrocultura-serenidad.</p>
<p>KAROLIN MENA. Psicóloga/ maquilladora.</p>		<p>le gustaría representar las bellezas diversas, ama apreciar rasgos distintivos en las mujeres que maquilla y sobre todo la representa incentivar el amor propio y exaltar las diferentes melaninas.</p>

Figura 6. Ficha de anotaciones del Ejercicio de collage.

CONVERSATORIO			
Solicitamos el permiso de grabar sus voces y fotografíarlas con previo aviso a nuestras cuatro asistentes.			
iniciamos con una presentación individual en la que cada una comentaba su nombre, ocupación, gustos, qué las hace ser ellas, cosas peculiares de sí.		MERY PALMEZZANO	
SILVIA FRANCHÉ	KAROLIN MENA	ISABEL PEREA	MERY PALMEZZANO
Psicóloga y modelo independiente/ se percibe como perfeccionista e inflexible pero alegre cuando está en confianza- le gusta la introspección y reconocerlo bien o malo en ella	psicóloga y maquilladora. Ama e el maquillaje, las pieles negras, la identifica la autenticidad, receptiva, alegre, empática, siempre quiso ser bailarina como Beyoncé,	Maquilladora, modelo / es negra pero también patea/ ama ser negra.	Ingeniera ambiental/artista empírica/es una persona que crea con lo que sea que tenga a al vista/ es muy meticulosa.
Es modelo independiente pero ha sido testigo del colorismo presente en la industria, y la poca representación de las mujeres dark-skin en el modelaje.	Es maquilladora empírica e independiente, en su experiencia laboral no ha experimentado malos sucesos por ser una mujer negra, de hecho le ha encantado aprender a conocer la diversidad de los tonos de piel y personas.	En su experiencia laboral no ha tenido episodios negativos, de hecho la han hecho sentir única, por su altura, color de piel y su corte de cabello	Como artista y mujer negra, en cada uno de sus trazos, araves del arte lineal representa mujeres negras e historias y experiencias de gente negra, a bortece la idea de que a la mujer negra no se le vea delicado por eso sus líneas lo refutan.
Menciona que una se da cuenta que es negra cuando sale de su territorio, se percibe como distinta a pesar de ser elegida por su belleza, ha sido testigo de comparaciones, y comentarios racistas en su vida diaria y laboral. Sentirse overbada y sobre valorada por su cabello o transición, o anecdóticamente al ser la primera amiga negra de alguien.	Alcanza su conciencia negra cuando desde muy pequeña cuestionaban su color de piel- sus peinados y porqué una mujer blanca como su madre se casó con un hombre negro de piel oscura, en su adolescencia sus tias negras no reforzó el amor propio en sus hijas y alisaban el cabello de sus hijas a los 15 años, y ella hizo lo mismo.	Alcanzó su conciencia negra en su infancia al ser juzgada por ser mas negra y alta, sin embargo eso hizo que desarrollara una fortaleza y defensa hacia lo única que es.	Alcanza su conciencia negra cuando desde muy pequeña en su familia no le decían que era hermosa, cuando era compara con sus otras primas por tener hermoso cabello rizado, cuando sus tias la alisaron a los 13 años.
considera que mas allá de su piel lo que la hace negra son sus experiencias, porque aún esta decusruyendo cosas normalizadas por el racismo estructural .	Más allá de la piel la hace negra su fuerza, aunque sea estigmatizada como folclórica resalta que no se debe ser así por ser negros, tenemos la libertad de ser como queremos, su cabello alaciado no le quita ser negra.	Más allá de la piel la hace negra su gente, la cultura, la manera en como celebran, los peinados .	Más allá de su piel la hece negra sus experiencias, su arte, sus luchas.
menciona la nefasta idea del hombre negro sobre la belleza y la mejora de la raza si se junta con mujeres negras de piel clara, cabello rizado, etc.			

Figura 7. Ficha de anotaciones del Conversatorio

Proyecto Gen de Eva.

Gracias al análisis de hallazgos y conclusiones que proporcionó el **ejercicio de collage** y el **Focus group** se llevó a cabo la fase proyectual que consistía en la elaboración de una colección capsula y producto audiovisual (cortometraje) que permitiera reivindicar a través de la imagen la representación de la mujer negra en la moda a través del discurso que consolida mi marca KENIA, que tiene como fin exaltar las afro feminidades desde e l referente estilístico del lujo.

Para ilustrar un poco el proceso de la colección capsula y el producto audiovisual, se realizó un manifiesto denominado *Gen de Eva* (ver figura 9,10,11) que declara, exhibe, señala, y reivindica la imagen de nosotras como mujeres negras contemporáneas en nuestra infancia, cotidianidad y en la moda.

Fue este manifiesto que consolidó la colección capsula *Gen de Eva* en cuanto a conceptualización a través de un *Mood board* (ver figura 12), que nos proporcionó referentes estilísticos, paleta de color, siluetas y estilismo; una vez plasmado el concepto procedimos a diseñar los looks (ver figura 13).

Después de tener la colección planeada recurrimos a la ideación de la dirección de arte para el cortometraje y luego procedimos a la realización del guion técnico (ver figura 14) como guía para las tomas.

Teniendo todo claro, el 6 de noviembre se realizó la toma de fotografía y grabamos el video del manifiesto y obtuvimos hermosos resultados. (ver figura de la 15-25) y el video.

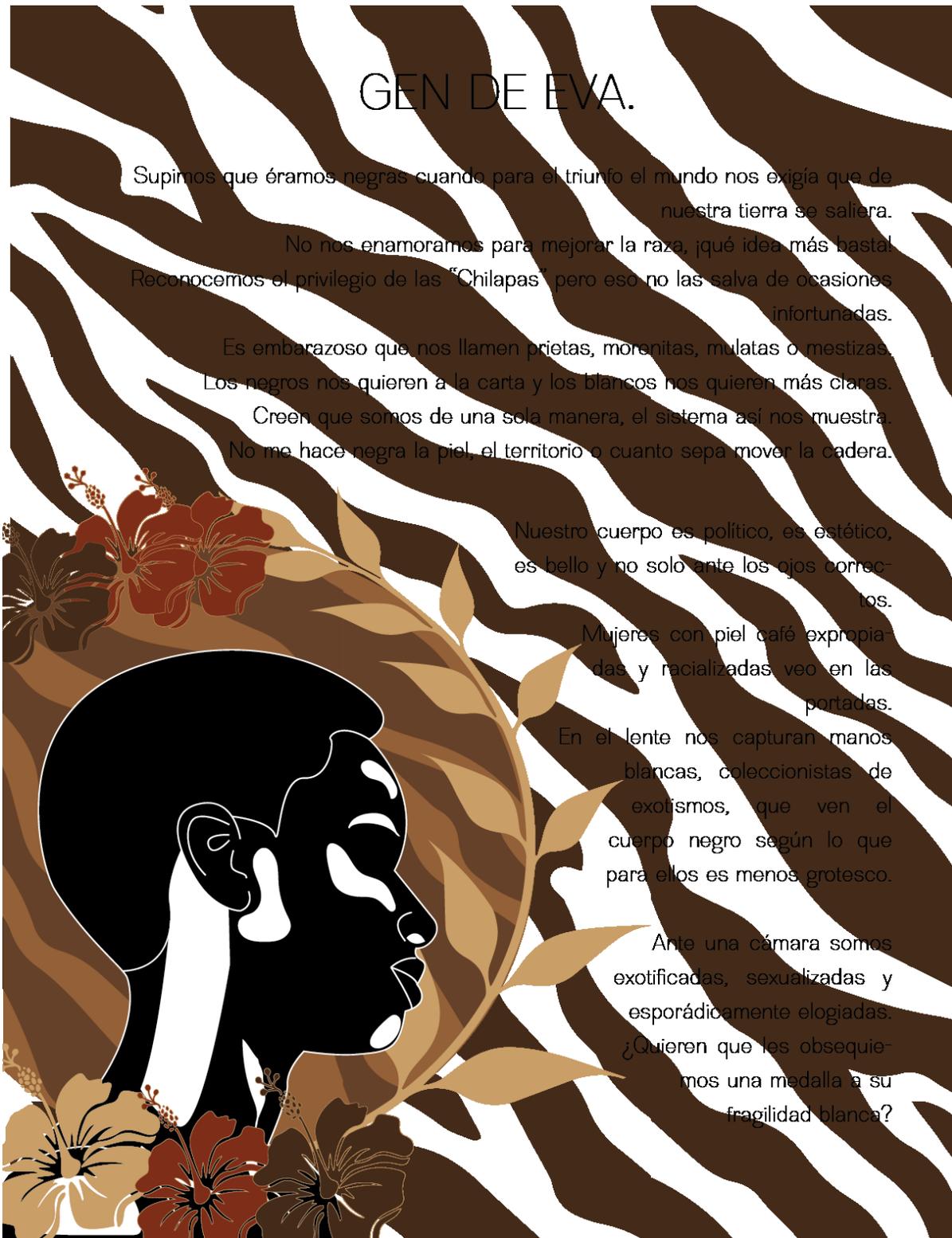
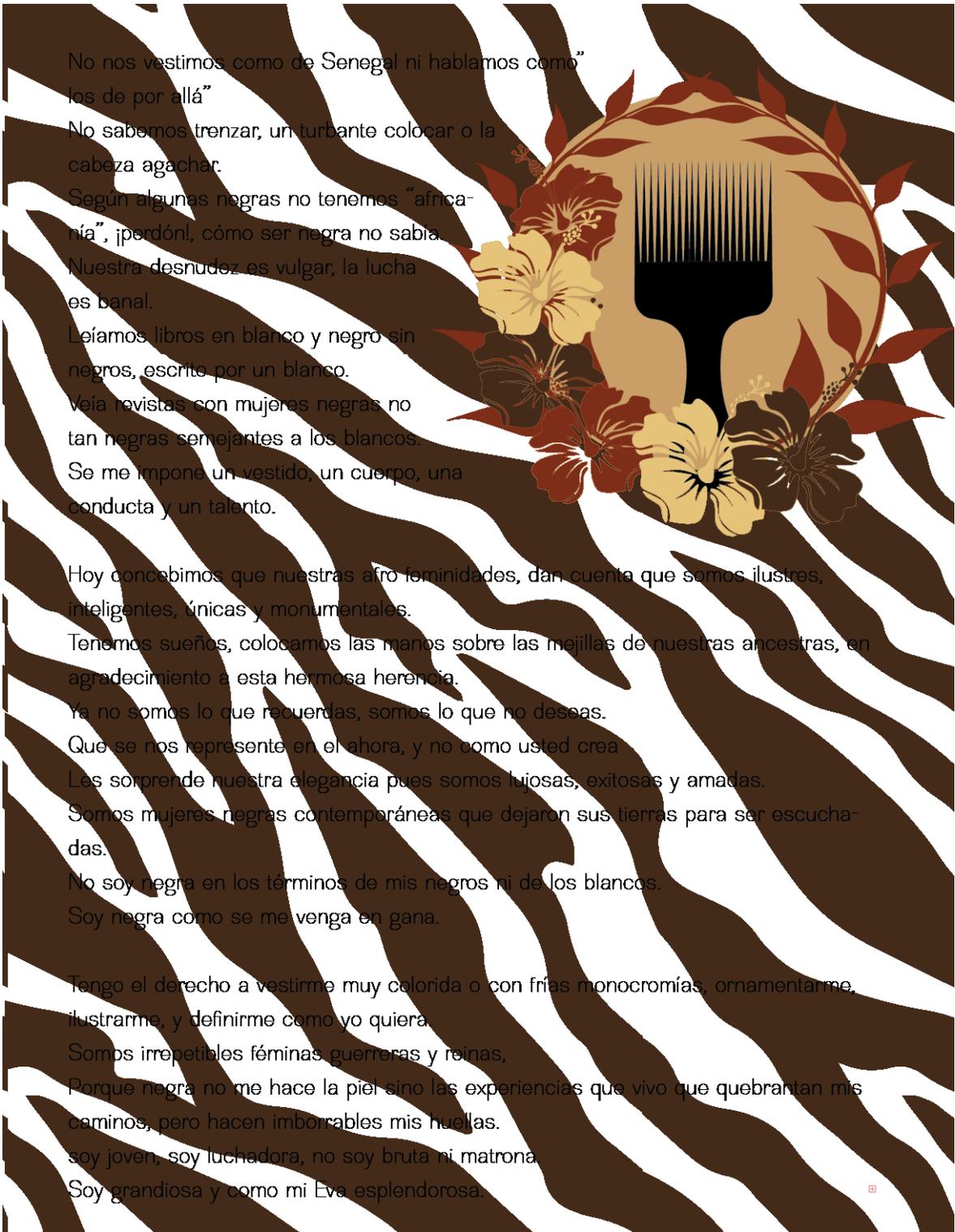


Figura 9. *Manifiesto Gen de Eva.*



Figura 10 *Manifiesto Gen de Eva.*



No nos vestimos como de Senegal ni hablamos como”
los de por allá”

No sabemos trenzar, un turbante colocar o la
cabeza agachar.

Según algunas negras no tenemos “afric-
nía”, ¡perdón!, cómo ser negra no sabía.

Nuestra desnudez es vulgar, la lucha
es banal.

Leíamos libros en blanco y negro sin
negros, escrito por un blanco.

Veía revistas con mujeres negras no
tan negras semejantes a los blancos.

Se me impone un vestido, un cuerpo, una
conducta y un talento.

Hoy concebimos que nuestras afro feminidades, dan cuenta que somos ilustres,
inteligentes, únicas y monumentales.

Tenemos sueños, colocamos las manos sobre las mejillas de nuestras ancestras, en
agradecimiento a esta hermosa herencia.

Ya no somos lo que recuerdas, somos lo que no deseas.

Que se nos represente en el ahora, y no como usted crea

Les sorprende nuestra elegancia pues somos lujosas, exitosas y amadas.

Somos mujeres negras contemporáneas que dejaron sus tierras para ser escucha-
das.

No soy negra en los términos de mis negros ni de los blancos.

Soy negra como se me venga en gana.

Tengo el derecho a vestirme muy colorida o con frías monocromías, ornamentarme,
ilustrarme, y definirme como yo quiera.

Somos irrepetibles féminas guerreras y reinas,

Porque negra no me hace la piel sino las experiencias que vivo que quebrantan mis
caminos, pero hacen imborrables mis huellas.

soy joven, soy luchadora, no soy bruta ni matrona.

Soy grandiosa y como mi Eva esplendorosa.

Figura 11. *Manifiesto Gen de Eva.*



Figura 12. Mood board de concepto Gen de Eva

GEN DE EVA

COLECCIÓN RESORT-WEAR.



Figura 13. *Figurines Colección Capsula Gen de Eva*

PRODUCTO		MANIFIESTO GEN DE EVA		GRABACIÓN		CAMILO OLIVERA		KENDRA REINA		KENDRA REINA	
CLIENTE		KENDRA TRAVEL		PRODUCCIÓN		LOCUTORIA		KENDRA REINA		KENDRA REINA	
FECHA		30/09/2022		ESPECIFICACIONES TÉCNICAS		IMAGEN EN ACCIÓN		UTILERÍA		LOCUCIÓN	
ESCENA		ARRIMACIÓN GENE		LUGAR		ENCUADRE		ÁNGULO		MOMENTO	
ESCENA 1/INTRO	Interior estudio Día		P.P.P	Frontal	Inicia con un plano de la cara de la mujer mirándose al espejo y hace zoom out hasta el torso.		NINGUNA	Música del canto que sigue en segundo plano cuando inicia la locución	Título "GEN DE EVA" cuando el plano alba, negro de 0.01 seg y empieza locución		
ESCENA 2/ESPEJO	Interior estudio Día		P.A	CONTRAPICADA	Modelo se mira, llega otra modelo, la cámara se queda luego se agarran de las manos (en el momento de la acción)		ESPEJO Y CONCHAD	14.67 seg Suplico que éramos o negro cuando para el momento de nuestra tierra se saliera. No nos enamoramos para mejorar la raza, lo que idea más basal "Chiquito" pero esto no las salva de ocasiones infornunadas.			
ESCENA 3/	Interior estudio Día		P.M	Frontal	Modelos, Mery y Silvia mira hacia arriba está hablando con cámara uno por una		CABALETE/1 TABURETE/LIBRO PENESEPEJO.	Es embrazo que nos llamen pletas, morenas, mulatas o mestizas. Los blancos nos quieren más chicas. Creen que somos de una sola manera, el sistema ad nos nuestra. No me hace negra la piel, el territorio o cuanto sepa mover la cabeza.	se va alejando la cámara hasta llegar a plano general y van apareciendo las 3 modelos restantes		
ESCENA 4/	Interior estudio Día		PPP	Frontal	ZOOMIT hasta llegar al torso y la cámara se queda en las modelas las modelas se acercan		CABALETE/1 TABURETE/LIBRO PENESEPEJO.	Nuestro cuerpo es político, es estético es bello y no solo ante los ojos correctos. Nos idealizadas veo en las ponadas y En el lente nos capturan manos blancas, coleccionistas de exóticos, que ven el cuerpo negro según lo que para ellos es menos grotesco.	SE hace zoom a cada una de las modelos en su actividad, y miran llamante a la cámara.		
ESCENA 5/	Interior estudio Día		P.G	Frontal	INDICANDO ZOOMOUT DE las modelas ANTI hacen comando las dos modelo y		SIN UTILERIA	Ave una cámara somos exoticizadas sexualizadas y esporadicamente elogiadas. ¿Quieren que les observemos una vez más? Siempre hay que acomodarse. Somos de diversos tonos y distintas			
ESCENA 6/	Interior estudio Día		P.G	Frontal	Se realiza un ZOOMIT de las modelas y se les quedan y se les hacen com una modelo en su labios.		LIPSTICKS	Puntillamos rojos en el rostro, blancos líneas quebradas en el corpus. No todos tenemos cuerpos atléticos, enalados y estéticos. Fotografien este pueblo y en estrechas como el Tenemos caídas amplias como los ríos del pueblo y en estrechas como el presupuesto. Les escatulan los labios gruesos con el diámetro. Muestras princesas nunca pudieron ser más que claras y alaciadas. Así que esas niñas crecieron sin ser representadas, y se marginalizadas.	En el zoom de los labios la modelo debe Fotografien este embelleco y luego se rie.		
ESCENA 7/	Interior estudio Día		P.P.P	SEMILATERAL	la cámara se aleja y al fondo están las tres modelas. Y se acercan a las unas a otras.		LIP STICK	para los ciegos nuestra piel es de color, tiene habos y lleva una estampa de marginalización, como la primera amiga de alguien, la de alguien, debemos dar las gracias por no alejarse? Tachan nuestro temperamento de obscuro. Les hacen ideas porque lastiman a sus escuderos.	ZOOM EN LOS LABIOS		

Figura 14. Guion técnico Gen de Eva.

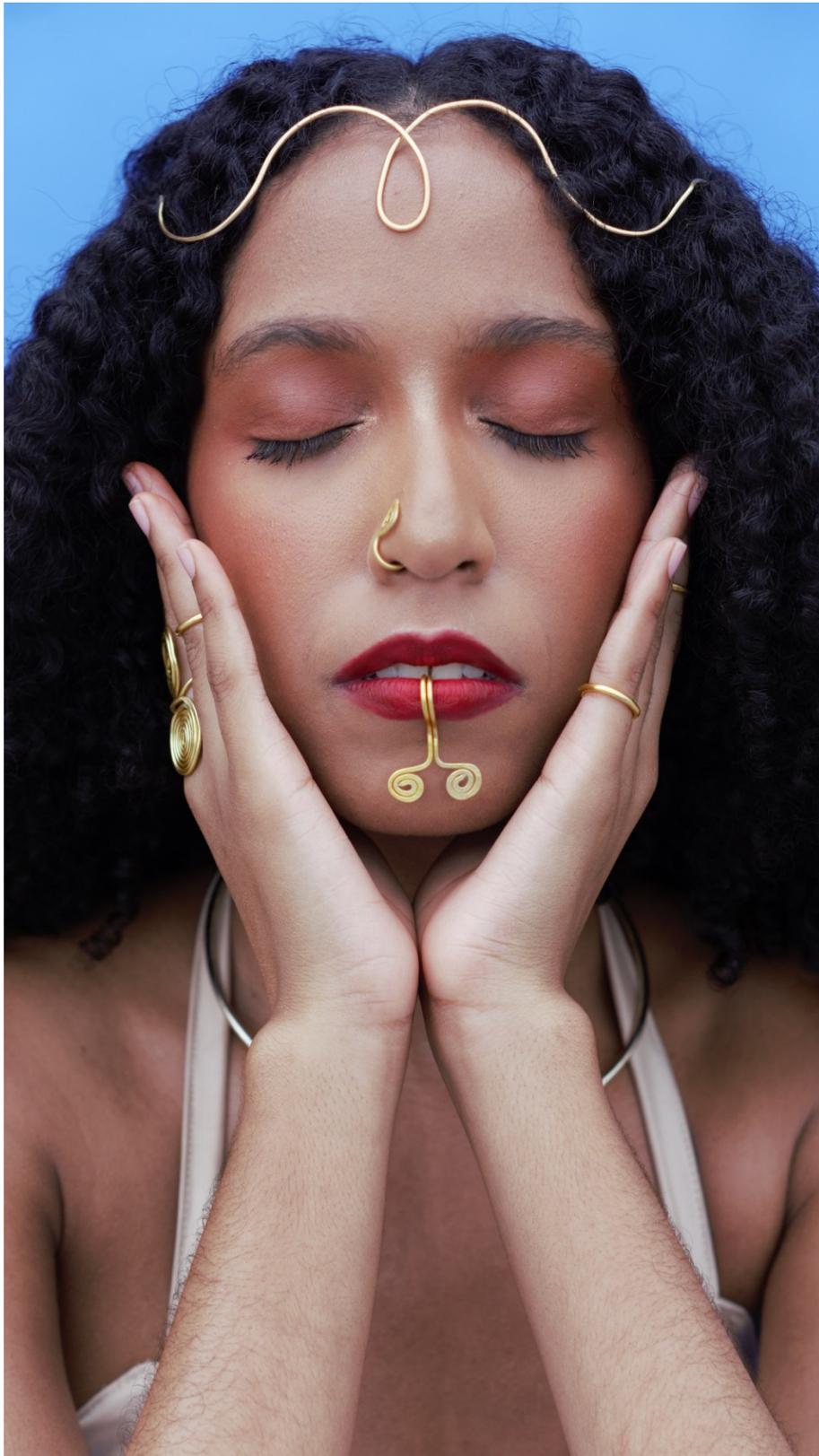


Figura 15. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 16. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 17. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 18. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 19. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 20. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 21. Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022)..



Figura 22. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 23. Foto de Gen de Eva. Fotografía de Camilo Olier. (2022).



Figura 24. *Foto de Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier. (2022).*



Figura 25. *Foto Gen de Eva. Fotografia de Camilo Olier.*

Marco conceptual

Para abordar los conceptos pertinentes que conlleva la pregunta y el fenómeno de la investigación fue necesario realizar un sistema categorial (*ver figura 26*) que permitiera jerarquizar los temas a tratar de manera holística y a la vez precisa, con el fin de resaltar los factores que influyen en la representación y el sistema moda.

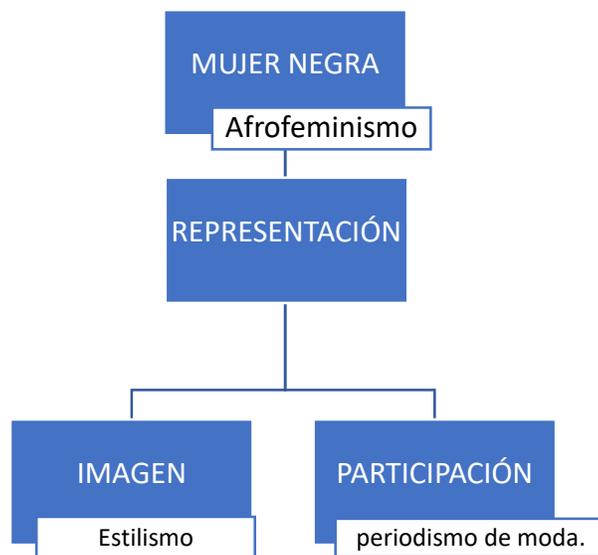


Figura 26. *Sistema categorial.*

Para la estructuración del contenido se recurrió a varias fuentes y factores que aluden o componen el fenómeno de la representación de la mujer negra en la industria de la moda, específicamente en la burbuja del periodismo de moda, por ello nos conceptualizaremos desde el sujeto de estudio “**mujer negra**” conducido hacia la **representación** hasta llegar a la relación que tiene este con el **periodismo de moda**.

Al hablar de lo que es ser una **mujer negra** no hay que dejar de lado sus luchas, pues esto es lo que hoy la define y la consolida; por consiguiente, se puede decir que:

Declararse mujer negra es redimensionar un término que permite enfrentar el racismo, lo que no hace el término afro, que se ha convertido en un eufemismo que hace creer a muchos que hemos avanzado grandes pasos porque ya no se nos llama negros, sino afros, pero se nos sigue discriminando igual. (Lozano B. R., 2010, pág. 4).

Ante esta declaración cabe mencionar que hay cierta diferencia sobre la auto denominación como mujer negra y la denominación ejercida por los otros, ligado a un imaginario estereotipado, en el que “las mujeres negras son pobres, jefes de hogar, sometidas, atrasadas, analfabetas, portadoras de una sexualidad incontrolable que se expresa en numerosas preñeces” (Lozano B. R., 2010, pág. 6). De hecho, la autora Pratibha Parmar en el libro “Feminismos negros” cataloga la raza como una construcción social y política, mientras que las identidades raciales son creadas en y a través de momentos históricos particulares.

La imagen de la mujer negra ha sido manipulada y salpicada de falsa apreciación, a la mujer negra de hoy en día no se le permite ser mujer o ser negra en sus propios términos, sino que debe adherirse a ideales o imaginarios establecidos, desafortunadamente se cree que las mujeres negras son homogéneas, pero realmente no se ha contemplado que las mujeres negras tienen especificidades, le hemos tenido miedo a la diversidad y a la auto denominación.

La auto denominación, es un momento crucial en las mujeres negras, así como en las mujeres *métis(se)*, como la autora Jayne Ifekwunigwe (2012, pg. 271) en el libro de *Feminismos negros* se refiere a las mujeres cuyos padres son de diferentes grupos étnicos y por lo tanto tienen percepciones duales del mundo, por consiguiente, sobrepasan por lo que se conoce como *additive blackness* [negritud agregada], que consiste en:

El despertar de la conciencia negra, es también un hito que cada una de las mujeres alcanza en momentos diferentes y de formas notablemente distintas. Es muy significativo cómo articulan y contextualizan sus primeros encuentros con la conciencia negra. (Truth, y otros, 2012, pág. 281)

Ante estos fenómenos de representación y racialización entendida como el trato discriminatorio que reciben las personas por la categoría racial propuesta por los otros, las mujeres negras se sienten solas ante la poca valoración de su resistencia, asentado en el desconocimiento de muchos sobre los movimientos antirracistas y las luchas que a diario enfrentan como dolientes, pero gracias a la conciencia negra nacen movimientos que buscan reivindicación, apreciación e igualdad de derechos, el *Feminismo negro*.

El *feminismo negro* señala que.

las mujeres negras en particular hemos luchado para reivindicar privada y públicamente nuestro sentido del yo: un yo enraizado en historias, culturas y lenguas particulares. El feminismo negro nos ha dotado de un espacio y un marco para la articulación de nuestras diversas identidades, como mujeres negras de diferentes orígenes étnicos, clases y sexualidades, aunque a veces hayamos tenido que luchar por ese espacio y negociar (Truth, y otros, 2012, pág. 252).

El *feminismo negro* hace alusión a aquellos movimientos liderados por mujeres **negras** desencadenados en la década del 70 ante el exilio y desprecio de las luchas de las mujeres negras por el feminismo hegemónico del momento, el patriarcado blanco y la alianza de los hombres negros con el patriarcado blanco en la carrera por el voto; cuya carrera posicionaba al hombre blanco en el primer puesto, la mujer blanca en el segundo, el hombre negro en el tercero y la mujer negra fuera de ella; después que este movimiento antirracista el feminismo negro se desliga del feminismo hegemónico e incursiona en una lucha política indefinida, defiende y exalta los derechos de las mujeres negras, su diversidad y su representación en sus propios términos.

Representación de la mujer negra en el periodismo de moda.

Para conocer cómo ha sido mostrada la mujer negra en el periodismo de moda, analicé el libro *Feminismos negros* (Truth, y otros, 2012), el artículo académico *Mujeres negras (sirvientas, putas, matronas): una aproximación a la mujer negra de Colombia* (Lozano B. R., 2010), la introducción de *¿Acaso no soy una mujer?* (Hooks, 2020), junto con su libro *Black looks: race and representación*. (Hooks, 1992) y los libros *Moda y distinción social* (González & Garcia Rodriguez, 2007) y *De vestidos y cuerpos* (Fernández, 2013).

Cómo ya se ha mencionado anteriormente, la mujer negra ha sido representada de una forma plural y exclusiva, a la mujer negra le han propuesto un cuerpo y un destino, por eso es que Bell Hooks en su libro *Raza y representación* define que la representación no es solo una cuestión de criticar el *status quo*, se trata también de transformar la imagen, crear alternativas, preguntarnos qué tipos de imágenes subvierten, plantear alternativas críticas y transformar nuestras cosmovisiones.

Si realmente esto se busca con la representación en el caso de las mujeres negras este concepto se liga al dominio, liderado por otras personas (no dolientes) que sellan la imagen de estereotipos y marginalidad.

Para ser más exactos las mujeres negras son mostradas en su mayoría en contextos de opresión, olvido y abandono, si bien sigue siendo una realidad esto ha hecho que no se tengan en cuenta a las mujeres negras en contextos diferentes como posiciones de poder, comunicación de la belleza, etc. Esto se debe a que la cultura dominante ha definido a la gente negra como la *otredad*, como algo patológico. Su color de piel se ha convertido en símbolo de seres humanos limitados, con inferioridad intelectual y cultural, las negras son representadas como seres salvajes y por lo tanto primitivas como se menciona en (Truth, y otros, 2012, pág. 260).

De hecho, las mujeres negras que logran aparecer en los medios tienen ciertos requisitos, sin embargo, siguen siendo invisibilizadas porque son muy pocas las oportunidades en las que son tenidas en cuenta, su cuerpo está propuesto solo para el mes de las negritudes, campañas sociales y de desarrollo o campañas políticas.

Esto se evidencia en que ser mujer negra desde determinadas organizaciones del movimiento, significa asumir una estética africana fuera de la cual se cuestiona el nivel de conciencia étnica. Pero ¿será esto lo que significa ser mujer negra hoy en Colombia? (Lozano B. R., 2010, pág. 3).

Si analizamos las imágenes que se nos vienen a la cabeza al mencionar la palabra *negra*, podemos caer en lo siguiente.

La visibilidad de la mujer negra ha estado referida, o lo estuvo, en un primer momento, a su papel de matrona en la familia extensa. Esta posición de las mujeres en el hogar, ha dado origen a otra visión esencialista sobre las mujeres negras, la mujer negra como matrona. (Lozano B. R., 2010, pág. 6) .

El **periodismo de moda** se define como.

Un mecanismo de comunicación muy usado por el sistema moda, para dar a conocer y salpicar de tendencias a las personas, proponiendo nuevos cuerpos, nuevos rostros,

nuevas siluetas, nuevos colores, estereotipos y demás; de hecho, el periodista de moda ya no solo redacta sobre moda, sino que también se esfuerza por posicionarse en el mercado a las distintas marcas con las que pueda llegar a trabajar mediante una serie de estrategias y técnicas que ha tenido que ir adquiriendo poco a poco con el tiempo. Por ello, la manera, la calidad y el rigor con el que este profesional ejecute su trabajo será tan importante, pues de él depende en cierto modo tanto la reputación y conocimiento social de una marca, como su nivel de ventas. (Díaz, 2021, pág. 3).

En este medio se desglosan otras variables que se encargan de consolidar lo sugerido a través de la representación, las *revistas de moda* y las *editoriales de moda*, como promotores del estilo y la imagen, y narrativas sobre lo bello y lo grotesco, lo correcto y lo equívoco en los estilos de vida.

Una *revista de moda* se conforma de artículos redactados por periodistas de moda que declaran las tendencias, editoriales capaces de venderle aspiraciones a los consumidores afiliados a ciertas marcas de moda e imágenes sobre lo que se considera de valor, bello, femenino y de apreciación cultural. Los ideales de belleza y feminidad transmitidos por los medios y sobre todo por las revistas femeninas y de moda, son interiorizados hasta tal punto que a menudo son las propias mujeres las que estigmatizan a las otras mujeres que no corresponden a esta imagen estándar. (Ruggerone. L., 2007; p. 269).

Estos ideales se ven reflejados en las editoriales de moda que consolidan el estilo a través de las narrativas plasmadas en la fotografía de moda, de hecho, González P. (2015) en su libro *El manual del estilista* define que una *editorial de moda* es un medio de comunicación visual editado en soportes que tiene como objetivo reflejar la moda y las tendencias tanto en indumentaria como en accesorios que imperan cada temporada. González. P (2015; p. 186), también menciona que en una editorial de moda se debe reflejar el trabajo del equipo de profesionales que hay detrás, como los creadores del estilo, de la imagen, es decir; el estilista, cuyo rol es fundamental porque manifiestan un credo o corpus estético definido, porque el sistema moda sabe que nos obsesiona la imagen, sentirnos hermosos o lo que González P. (2015) resalta como la negación del sufrimiento, el dolor, es decir, la fealdad.

Si el estilista crea el credo y corpus estético, la **fotografía de moda** lo captura, pero en cuanto al corpus o la estética de la mujer negra en las revistas de moda u otros medios, es dirigido

por personas blancas que representan a la mujer en los términos de ellos y no en el de ellas, hecho que las activistas negras del libro *Feminismos negros* denuncian.

Históricamente y a lo largo del mundo, las fotografías de personas negras han sido tomadas por intrépidos fotógrafos blancos en busca de lo «exótico», lo «diferente», las «categorías antropológicas nativas» o el «colorido local» —creando mitos, ficciones y fantasías que quedaban reflejadas como elementos «naturales», propios de los encuentros entre negros contemporáneos o colonos migrantes y la predominante población blanca de las metrópolis. (Truth, y otros, 2012, pág. 260)

La imagen proyecta los signos de un cuerpo vestido, es decir, al vestirnos, preparamos nuestro cuerpo para el mundo social; por medio de la ropa que elegimos y su combinación creamos discursos sobre el cuerpo: aceptable, deseable, violento o abyecto. (Fernández, 2013, pág. 47).

Por eso en el periodismo de moda se escribe, se narra, se crea estilo, se captura el cuerpo de una mujer negra como un cuerpo político que debe ser representado de diversas maneras que reivindiquen, que exalten lo bello de ser negra.

Hallazgos del análisis de las portadas de la revista VOGUE USA.

- La revista VOGUE USA publica mensualmente, en 10 años han publicado 120 ediciones y solo 26 portadas han sido protagonizadas por mujeres negras.
- Reiterativamente en cuanto a la imagen, específicamente en el espacio se les sitúa a las mujeres negras en espacios rurales, naturales o triviales.
- Se identificó que las mujeres negras que aparecen en la portada de la revista se vuelven repetitivas, al igual que el patrón del colorismo.
- Se observó que las mujeres negras que salen en esta revista pertenecen al mundo de la música o de la moda, muy pocas a cargos públicos y académicos, sin embargo, las mujeres en posiciones de poder tienen el cabello modificado.
- En estas 26 portadas de mujeres negras solo se mostró un cuerpo corpulento que fue el de la cantante *Lizzo*.
- No se recurrió a una mujer con rasgos negros ambiguos que se pudiera representar.
- Con frecuencia las fotografías son tomadas por profesionales blancos.
- Solo se halló un fotógrafo negro Tyler Mitchell en la revista VOGUE USA que captura divinamente la imagen de la mujer negra.
- Los diseñadores a los que se recurren en la imagen para vestir el cuerpo de estas mujeres son blancos.
- En el proceso se seleccionaron 26 portadas en las que la mujer negra era protagonista, sin embargo, hay presencia poco notoria de mujeres negras en otras portadas.
- El año 2020 fue el año con la mayor cantidad de portadas con mujeres negras.
- En cuanto al corpus, la mayoría son mujeres negras de piel clara, sin embargo, hay poca presencia o en algunos casos ausencia representacional de mujeres negras con corpus diversos, como mujeres negras albinas, pelirrojas y *Dark skin*.
- 3 de las 4 mujeres negras del *Focus group* no se sienten representadas con expresiones de alta *Africanía* como vestuarios coloridos de estampados y demás. (información del *Focus group*)
- Se sienten identificadas con colores más sobrios cercanos a su piel o representativos de su negritud.
- Las mujeres negras en la industria de la moda son afectadas por el colorismo.
- Consideran que no son representadas en su cotidianidad sino en el pasado en donde eran estigmatizadas como matronas.
- Son mujeres que no solo se dedican a la industria de la moda, su sed de éxito las llevó a tener presencia en otros escenarios.
- Las mujeres negras alcanzan su conciencia negra a partir de situaciones traumáticas en su infancia; pero una vez logran auto reconocerse, se consideran féminas divinas, y únicas.
- Cabe resaltar que el fenómeno planteado ha sido fomentado por el racismo estructural ejercido por personas negras y no negras.

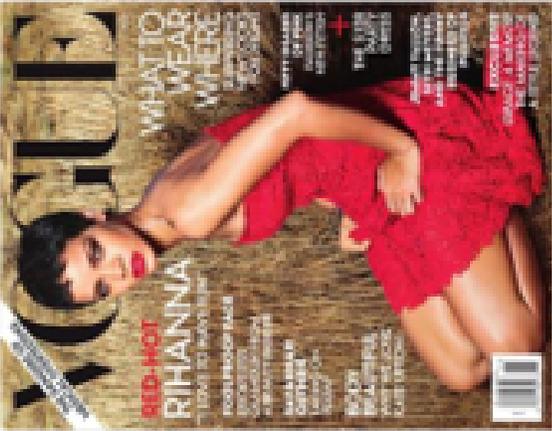
- Hay una notable presencia de cánones de belleza dentro de la comunidad negra sobre lo que es hermoso y lo que no.
- A través del ejercicio del *focus group*, pude reafirmar el fenómeno representacional que hay en la industria de la moda en cuanto a la imagen de la mujer negra.
- El hallazgo de documentación de Moda Afro en el ámbito de la academia es deficiente, Encontrar referentes y registros de la evolución de la moda Afro es casi nula.

Conclusiones

- Los discursos Afro en la moda son guiados por personas no negras.
- Se están apoderando del cuerpo de la mujer negra para llenar sus cuotas de inclusión y abastecerse de referentes estilísticos que antes consideraban vulgares.
- Hay poca presencia de profesionales negros en la moda que potencien la imagen de la mujer negra.
- Al representar a una mujer negra se recurre a la ornamentación excesiva y paletas coloridas.
- Hoy en día las mujeres negras tienen diversos gustos y libertades vestimentarias y contemplan su negritud y afro feminidad a través de la imagen, y el cuidado afro estético
- No hay una manera establecida de cómo se debe ver, vestir o estilizar a un corpus negro, porque somos diversas.
- Las mujeres negras son de distintos tonos, cuerpos, melenas, gustos y experiencias.
- La imagen no puede homogenizar a las mujeres negras
- Las mujeres negras en la moda siguen siendo estigmatizadas.
- Se le representa a la mujer negra con elementos del pasado y no del ahora.
- Faltan personas en la industria que lleven un mensaje de reivindicación y alto valor para la mujer negra del ahora.

Anexos.

Anexo 1. Fichas de análisis de imágenes y narrativas.

Ficha N° 1	
ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.	
OBSERVACIONES	
PORTADA DE REVISTA: Rihanna.	
N° de noviembre de Vogue US.(2012)	
	
ESTILISMO	
VESTUARIO	Minivestido rojo en Gipiour de Valentino
PEINADO	corte bob.
MAQUILLAJE	Smokey eyes para resaltar su felina mirada, contorno para definir su pómulos y labios intensamente rojos.
PALETA DE COLOR	Color base rojo escarlata con acentos en negro y café.
FOTOGRAFÍA	
ILUMINACION	Iluminación cálida semi lateral.
AMBIENTACION	campo de pasto seco.
PLANOS	plano frontal en ángulo de picada, que la hace ver más pequeña.
POSE	De rodillas , con su cuerpo perfilado a 3/4 y manos sobre su ingle.
NARRATIVA Y OBSERVACIONES	
<p>En esta revista, se muestra a la cantante , bailarina y actriz Rihanna para que hable sobre su mala experiencia en la relación amorosa que mantuvo con el cantante y Bailarín "Chris Brown", aunque para muchos el rojo evoca la pasión, Considero que en esta portada con relación al contenido, su paleta de color se recurre al rojo como signo de femineidad y fragilidad, "algo cliché" ante los acentos en negro se puede entender su deterioro y agotamiento pero en combinación emiten signos de resistencia y fortaleza, la modelo de origen Barbadeense es situada en un espacio rural en pasto seco natural, espacios en los que muchas revistas frecuentan usar al representar a una mujer negra.</p>	

Portada de Rihanna en VOGUE USA (2012)

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Beyoncé knowles
 N° de Marzo de Vogue US.(2013)



Editora : Anna Wintour ESTILISMO	
VESTUARIO	Blazer asimétrico con un solo hombro con cuello de bolero.
PEINADO	Moño alto con flequillo largo.
MAQUILLAJE	Maquillaje con contorno, cat line, labios nude, junto con su peinado le da una estética retro.
PALETA DE COLOR	color base blanco, acentos en negro, grises y marrones.
FOTOGRAFÍA by Tyler Mitchell	
ILUMINACION	Iluminación fría frontal
AMBIENTACI	fondo gris.
PLANOS	plano Medio , ángulo frontal.
POSE	Posicion de retrato con torso girado a 3/4 y rostro en angulo frontal.
Artículo	https://www.vogue.com/article/beyonce-knowles-the-queen-b- http://www.blackandpaper.com/beyonce-

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

Se da nota una barrera. En el mundo de la moda hay muy pocas fotógrafas de color a las que se les asignan encargos o contratos de prestigio. (Black and paper, 2018). Menciona la artista Beyoncé, esta portada tiene un gran impacto en la industria ya que fue Beyoncé quien se encargó de ser representada en sus propios términos al ser la encargada de la producción, selección de las imágenes y elegir al fotógrafo negro Tyler Mitchell de 23 años de edad.

Portada de Beyoncé en VOGUE USA (2013)

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.	
PORTADA DE REVISTA : Michelle Obama Editora : Anna Wintour	
ESTILISMO	
VESTUARIO	Vestida por Reed Krakoff con un vestido midi, manga sisa azul violeta.
PEINADO	cabello castaño corto con capas y flequillo.
MAQUILLAJE	Maquillaje con tonos brown y ruborización rosa, cejas delgadas y muy marcadas.
PALETA DE COLOR	Colores base como el azul violeta y el verde; acentos en vino, marrones y rosa.
FOTOGRAFÍA by Annie Leibovitz	
ILUMINACIÓN	iluminación fría frontal
AMBIENTACIÓN	la Casa Blanca con estética art déco con fondo verde
PLANDOS	plano americano, ángulo frontal.
POSE	posición sentada sobre una mesa, con torso girado a 3/4 y rostro en ángulo frontal.
Artículo	https://www.huffingtonpost.es/2013/03/14/michelle-obama-portada-de-voque-usa/
NARRATIVA Y OBSERVACIONES	
Michelle Obama es de las mujeres negras afroamericanas más representado en posiciones de "boder" al ser denominada la primera mujer negra en ser primera dama, sin embargo, la entrevista estuvo centrada principalmente en su matrimonio, su función como madre y su visión de la familia norteamericana no sobre sus propias logros, ideologías o sueños.	

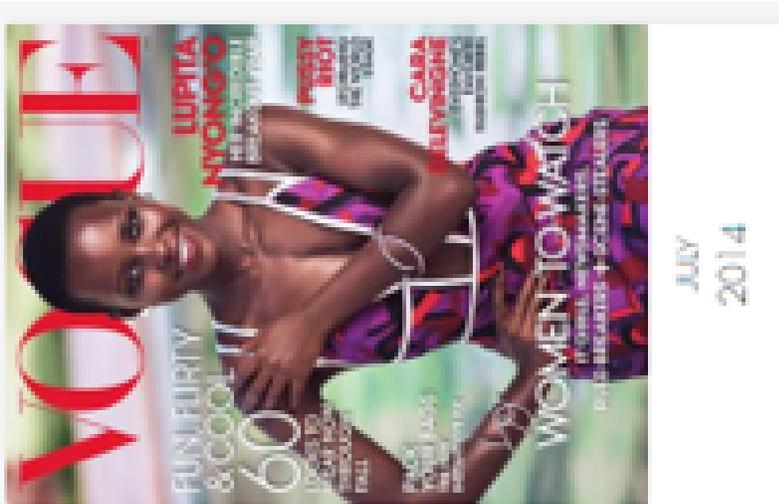


Portada de Michelle Obama en VOGUE USA (2013)

Ficha N° 4

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.		
PORTADA DE REVISTA : Rihanna.	Editors : Anna Wintour	
N° de Marzo de Vogue US.(2014)	ESTILISMO	
	VESTUARIO	Top y jeans con apliques negros de Louis Vuitton
	PEINADO	peinado Pixie
	MAQUILLAJE	Make -up no make-up, labios rosa y sombras brown
	PALETA DE COLOR	color base gris y acentos en negro.
	FOTOGRAFÍA by David Sims	
ILUMINACIÓN	Iluminación fría frontal	
AMBIENTACIÓN	fondo estudio gris.	
PLANOS	plano americano, ángulo semi contrapicado.	
POSE	posición encorvada y en movimiento, con torso girado a 3/4 y rostro en ángulo frontal.	
Artículo	https://www.online.com.mx/news/51188/rihanna-a-en-la-portada-de-vogue-si-tengo-un-top-no-uso-sosten	
NARRATIVA Y OBSERVACIONES		
<p><i>En esta portada Rihanna exhibe la liberación del cuerpo femenino y mucho más en lo que al vestuario respecta, por eso ella habla en esta edición que no le gusta usar sosten, pero: "Si uso un top, no uso sosten. Si uso sosten, uso solamente un sosten" (Rihanna, 2014)</i></p>		

Portada de Rihanna VOGUE USA (2014).

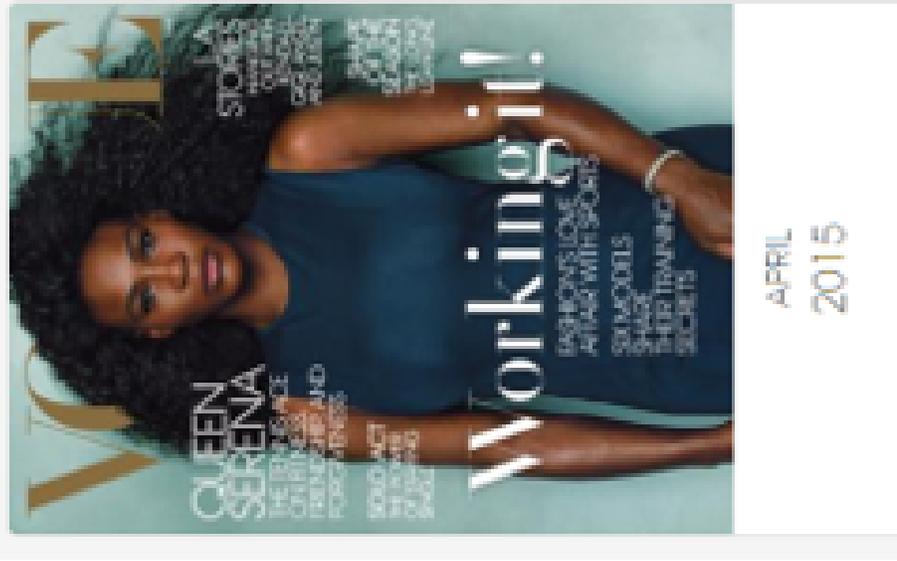
ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.	
PORTADA DE REVISTA: Lupita Nyong'o N° de Julio de Vogue US. (2014)	
Editora : Anna Wintour ESTILISMO	
VESTUARIO	un vestido ceñido estampado en tonos morados , negros y rojos de la firma Prada
PEINADO	cabello corto natural
MAQUILLAJE	maquillaje natural en tonos brown , ojos ahumados y labios cobre,
PALETA DE COLOR	Estampados morados y rojos, y acentos azules del fondo.
FOTOGRAFIA by Mikael Jansson	
ILUMINACIÓN	Iluminación natural
AMBIENTACIÓN	Fondo con un ambiente natural pixelado.
PLANOS	plano americano, ángulo frontal.
POSE	pose de pie, sofisticada y natural en ángulo frontal.
Artículo	https://www.fox.com/mx/news/5525387-lupita-nyong-o-llago-a-la-portada-de-vogue-fotos
NARRATIVA Y OBSERVACIONES	
<p><i>En esta edición a Lupita le preguntan con quien está saliendo, algo muy frecuente en el periodismo de moda y por último sobre sus proyectos cinematográficos.</i></p>	

Portada de Lupita Nyong'o VOGUE USA (2014).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

CUBIERTA DE REVISTA: Serena Williams
 N° de Abril de Vogue US.(2015)

Editora : Anna Wintour
 ESTILISMO

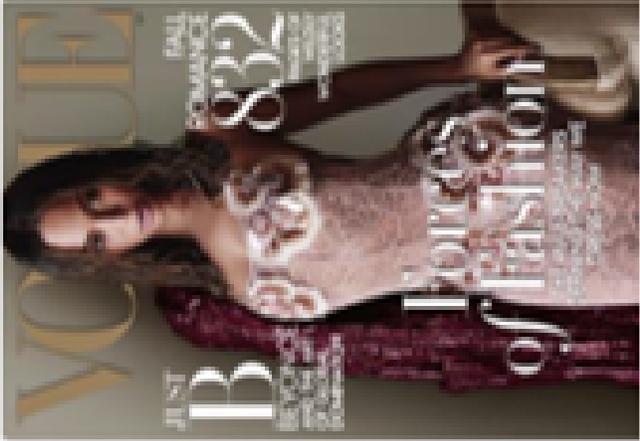


VESTUARIO	Un vestido ceñido verde azulado de Rag y Bone , y un brazalete sutil.
PEINADO	Melena húmeda
MAQUILLAJE	Make-up no Make - up, contorno, tonos brown y labios nude.
PALETA DE COLOR	color base azul petróleo, acentos en azul calor , marrones y negro
FOTOGRAFIA by Annie Leibovitz	
ILUMINACION	Iluminación fría frontal.
AMBIENTACION	Fondo de estudio azul claro
PLANOS	plano americano, ángulo frontal
POSE	pose de pie, semirígida.
Artículo	https://www.theguardian.com/fashion/2015/mar/23/serena-williams-and-us-vogues-cliche-free-cover

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

La edición de abril en su mayoría representa a deportistas sin embargo en esta portada serena fue retratada de una manera diferente se salió de lo deportivo y quiso mostrarse como lo que es una mujer.

Portada de Serena Williams VOGUE USA (2015).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.	
PORTADA DE REVISTA: Beyoncé Knowles N° de Septiembre de Vogue US. (2015)	
	
EDITORA: Anna Wintour	ESTILISMO
VESTUARIO	Un vestido ceñido color rosa en encaje y con apliques florales a mano, diseñado por Marc Jacobs junto con una chaqueta color cereza.
PEINADO	Melena húmeda
MAQUILLAJE	Make-up no Make - up, contorno, tonos brown y labios nude.
PALETA DE COLOR	colores base como el rosa grisáceo, acentos en color cereza y marrones.
FOTOGRAFÍA by Mario Testino.	
ILUMINACIÓN	Iluminación natural
AMBIENTACIÓN	Fondo de estudio gris
PLANOS	plano americano, ángulo semi-contrapicado
POSE	pose de pie, sofisticada y natural en ángulo frontal.
Artículo	https://www.abc.es/estilo/gente/20150813/lab-ci-beyonce-portada-voque-201508131744.html
NARRATIVA Y OBSERVACIONES	
<p><i>Las ediciones de Vogue USA de septiembre son las más deseadas e icónicas del año, en esta edición Beyoncé aparece como la tercera mujer negra en ser portada de la edición de septiembre es la edición de las Ginas.</i></p>	

Portada de Beyoncé Knowles VOGUE USA (2015).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Lupita Nyong' o
 N° de Octubre de Vogue US. (2015)

Editora : Anna Wintour

ESTILISMO

VESTUARIO	Un vestido dorado ceñido manga sisa, de estética africana con estampados en rojo y negro de Valentino Haute Couture.
PEINADO	Afro con recogido en los laterales.
MAQUILLAJE	Maquillaje en tonos brown con mucho contorno para resaltar sus pómulos, ojos ahumados, y labios color vino.
PALETA DE COLOR	colores base como el café, acentos en dorado y rojo.

FOTOGRAFÍA by Mart Ålas y Marcus Piggott

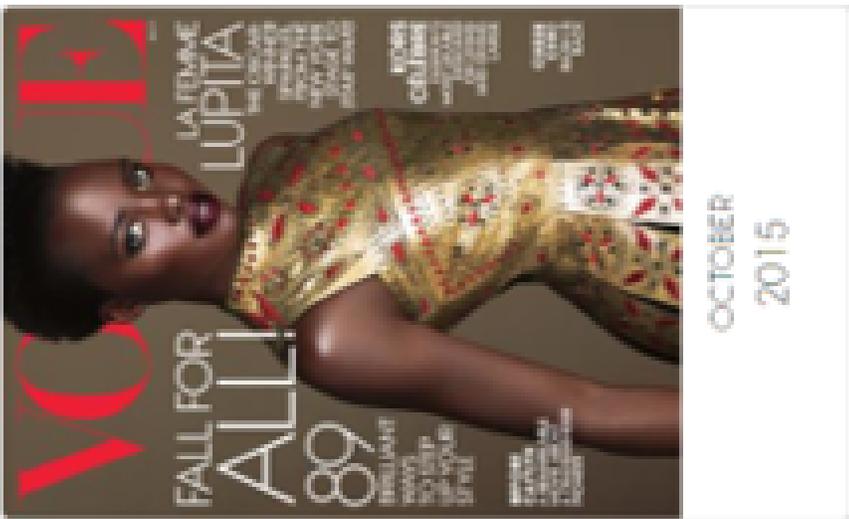
ILUMINACIÓN
 Iluminación fría frontal

AMBIENTACIÓN
 Fondo café

PLANOS
 plano americano, ángulo frontal

POSE
 cuerpo girado en 3/4 dejando apreciar el perfil de su silueta.

Artículo
<http://www.lavanguardia.com/de-modas/modas/20150917/54435331702/lupita-nyong-o-sofisticada-vogue.html>



NARRATIVA Y OBSERVACIONES

Es esta edición Lupita aparece luciendo un hermoso vestido con detalles referenciados en técnicas africanas, y habla sobre su aparición después de un descanso, es fotografiada junto a su abuela, y es hermoso que se nos retrate con las ancestras

Portada de Lupita Nyong' o VOGUE USA (2015).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Lupita Nyong'o (2016)		Editora : Tonne Goodman
N° de Octubre de Vogue US.(2016)		ESTILISMO
VESTUARIO	Un vestido cuello redondo y manga corta bombacha con estampados florales de Chanel ; un hermoso turbante aparentemente café oscuro; Aretes de Crominger .	
PEINADO	Cabello recogido para darle protagonismo al turbante.	
MAQUILLAJE	Maquillaje muy natural, en tonos brown, con una piel radiante.	
PALETA DE COLOR	priman la combinación de colores como el azul, el verde, los naranjas, los amarillos y los marrones.	
FOTOGRAFÍA by Mario Testino		
ILUMINACIÓN	Iluminación natural.	
AMBIENTACIÓN	paisaje natural pixelado, en su pueblo en Kenia	
PLANOS	plano medio, ángulo frontal	
POSE	En posición sedente, con el cuerpo girado en 3/4 .	
Artículo	https://www.fashiongonerogue.com/photo-shoot/lupita-nyong-o-vogue-2016/	

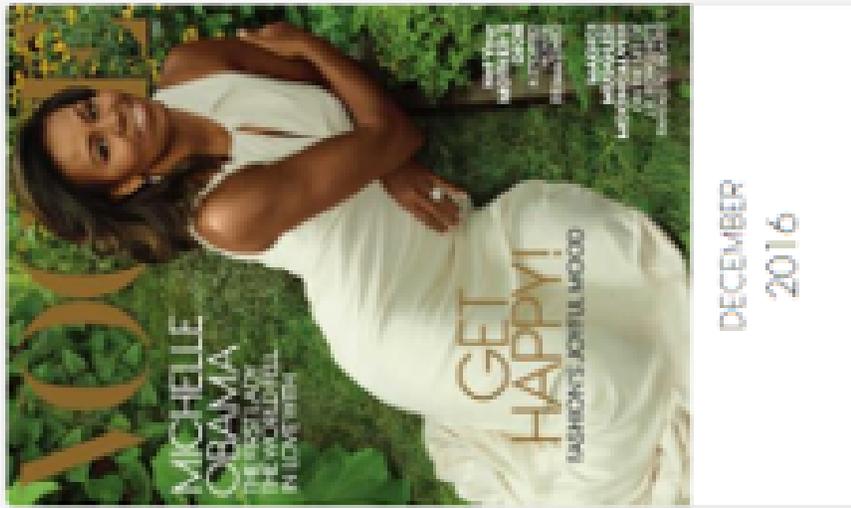
NARRATIVA Y OBSERVACIONES

*Esta portada fue tomada en el pueblo de su familia en Kenia de la actriz, y en su entrevista refuta los estereotipos de bellas europeas y cómo nos han afectado a todas, en las otras fotografías de la editorial usa prendas diseñadas por **Duro Olowu** , un diseñador británico nacido en Nigeria, y además posa con su abuelita; esto refleja una buena manera de contar y representar a la mujer negra y su éxito.*

Portada de Lupita Nyong 'o VOGUE USA (2016).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Michelle Obama
 N° de Diciembre de Vogue US. (2016)



Editora : Anna Wintour ESTILISMO	
VESTUARIO	Un maxivestido blanco manga sisa con un pequeño escote en su pecho de Carolina Herrera .
PEINADO	Cabello suelto ondulado con iluminaciones marrones.
MAQUILLAJE	Maquillaje en tonos brown con mucho contorno para resaltar sus pómulos.
PALETA DE COLOR	colores base como el verde priman en la imagen, seguido de acentos como el blanco, los marrones y los amarillos.
FOTOGRAFÍA by Annie Leibovitz	
ILUMINACIÓN	Iluminación natural
AMBIENTACIÓN	Jardines de la Casa Blanca.
PLANDS	plano semi general, ángulo en picada
POSE	cuerpo posicionado diagonalmente en posición sedente, con actitud relajada.
Artículo	https://fsmoda.elpais.com/moda/actualidad/michelle-obama-vogue-despedida/

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

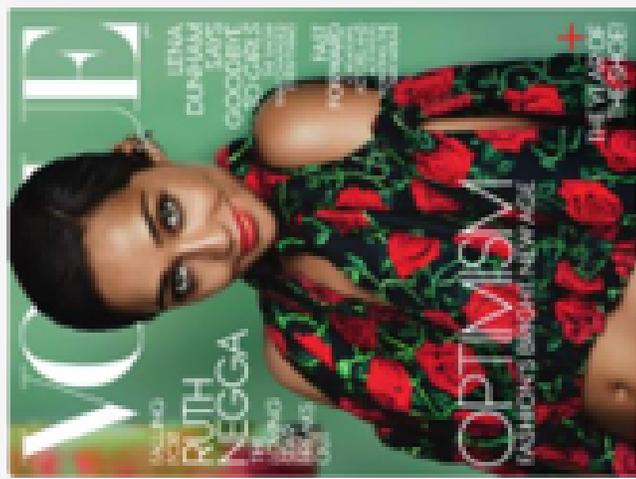
Esta portada fue realizada ante la despedida de la primera dama de su cargo previo a su sucesión en cuanto a la portada vemos a Michelle mostrándose "naturalmente " de manera serena reflejando el buen trabajo que realizó en su periodo, sin embargo considero que se pueden leer signos de resignación como lo alzado de su cabello y el uso predominantemente de vestidos de diseñadores no negros, tal vez porque el protocolo le exigió desprenderse de su vestimenta natural.

Portada de Michelle Obama VOGUE USA (2016).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Ruth Negga

Nº de Junio de Vogue US. (2017)



Editora :Anna Wintour

ESTILISMO

VESTUARIO	Una camiseta corta con un estampado atrevido floral de Alexander Wang y una ear cuff(accesorio en su oreja) de Rodarte
PEINADO	Cabello corto negro engominado.
MAQUILLAJE	Maquillaje con smokey ayes, labios un poco naranjas y piel radiante.
PALETA DE COLOR	Prima como base el color verde agua marina del fondo, y los acentos del negro, el verde y el rojo en la prenda.

FOTOGRAFÍA by Mario Testino

ILUMINACIÓN	Iluminación semilateral
AMBIENTACIÓN	Fondo verde aguamarina
PLANOS	plano medio, ángulo frontal
POSE	cuerpo inclinado hacia la pared, con rostro al frente y torso girado a 3/4, con una mirada seductora y provocativa.

<https://www.fashiongonerogue.com/photo-shoot/ruth-negga-vogue-2017/>

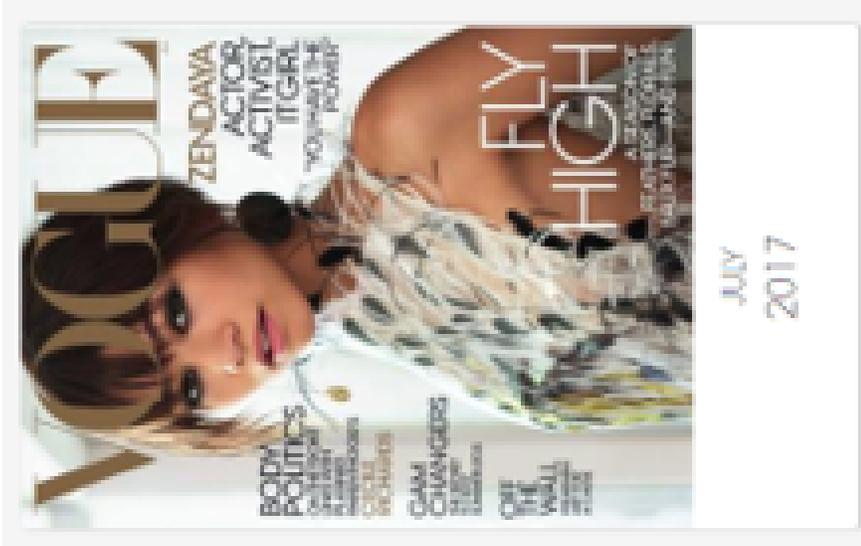
Artículo

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

En esta edición aparece Ruth Negga una actriz etíope-irlandesa en lo que habla sobre la falta de diversidad en Hollywood lo que lo hace una vergüenza.

Portada de Ruth Negga VOGUE USA (2017).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Zendaya N° de Julio de Vogue US.(2017)		Editora : Anna Wintour ESTILISMO	
	Vestido en transparencias con aplicaciones de plumas en blanco y en negro de Calvin Klein y aretes de Diane von Furstenberg .	PEINADO	cabello corto estilo Bob de color castaño recogido con flequillo...
		MAQUILLAJE	smokey eyes,labios de color rosa y cejas muy
		PALETA DE COLOR	Como color base prima el blanco , cuenta con acentos en negro y marrones.
FOTOGRAFÍA by Mario Testino			
		ILUMINACIÓN	Iluminación fría semi lateral
		AMBIENTACIÓ	Espacio doméstico con una estética d e los 20-
		PLANOS	Plano medio, semi contrapicada
		POSE	cuerpo girado a 3/ 4 y rostro mirando frontalmente.
		Artículo	https://bossa.mx/2017/06/zendaya-en-la-portada-de-vogue/

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

En esta portada Zendaya habla sobre como fue su exitosa carrera Disney y como eso la marcó en su actual carrera.

Portada de Zendaya VOGUE USA (2017).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

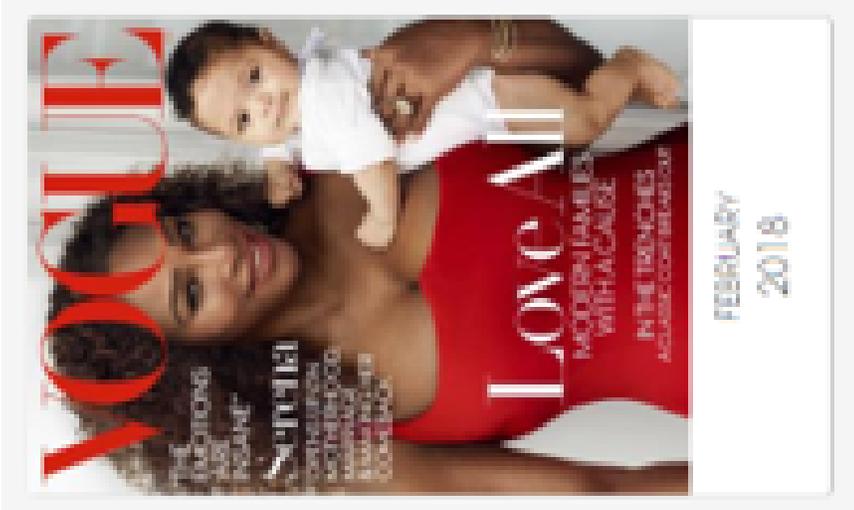
EDITORA DE REVISTA: Lupita Nyong'o N° de Enero de Vogue US. (2018)		Editora : Anna Wintour ESTILISMO Mono y raia con apiques de renpujes de Christian Dior, Pendientes Pomellato Anillos Tacori
VESTUARIO		
PEINADO		cabello corto natural trenzado
MAQUILLAJE		Maquillaje extremadamente natural en tonos café oscuro y una piel radiante e hidratada
PALETA DE COLOR		Como color base prima el azul , cuenta con acentos en escala de grises y plateado.
		FOTOGRAFÍA by Mario Testino
ILUMINACIÓN		Iluminación natural
AMBIENTACIÓN		Paisaje natural de una playa.
PLANOS		Plano general, ángulo frontal.
POSE		cuerpo de pie, manteniendose en la posición del árbol.
Artículo		https://jianafernandez.es/wellness-is-the-new-black-tendencias-para-2018/

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

En esta portada Lupita mantiene el equilibrio en una tabla de paddleboard. Lo que lo edición consiste en incentivar el autocuidado y bienestar, lo que hace decir a Lupita un cuerpo atlético y ligero.

Portada de Lupita Nyong'o VOGUE USA (2018).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Serena Williams		Editora : Anna Wintour	
N° de febrero de Vogue US.(2018)		ESTILISMO	
		VESTUARIO	Vestido rojo escote-carazón
		PEINADO	cabellavuelta crespa natural con iluminaciones marrones.
		MAQUILLAJE	Maquillaje natural en tonos café, labios rosa y ojos un poco arcuados.
		PALETA DE COLOR	Como color base prima el rojo, cuenta con acentos en verde de girasol y blanca.
			FOTOGRAFÍA by Mario Testino
ILUMINACIÓN	Iluminación remilateral fría.		
AMBIENTACIÓN	Fondo blanca.		
PLANOS	Plano medio, ángulo frontal.		
POSE	cuerpo de pie, agarrando a su bebé en un brazo y reflejando su felicidad al ser madre		
Artículo	https://es.moda.vogue.com/imperdibles/2018/01/15-serena-williams-la-portada-de-marcha-joven-la-historia-vogue/		
NARRATIVA Y OBSERVACIONES			
<p><i>En esta portada Serena pudo mostrar junto a su bebé lo que es la maternidad tanto como cuerpo político de la mujer negra además de recibir el apoyo en la portada de modelos de diversas</i></p>			

Portada de Lupita Nyong'o VOGUE USA (2018).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Rihanna N° de Junio de Vogue US. (2018)		Editora : Anna Wintour
ESTILISMO		
VESTUARIO	vertida de tul con aplicaciones de lentejuelas de Savage Fenty.	
PEINADO	Melena ruelta, larga y ondulada de color negro.	
MAQUILLAJE	Maquillaje natural en tonos café, labios marrones y ojos un poco oscurecidos para hacer su mirada más felina.	
PALETA DE COLOR	Como color base prima el negro, cuenta con acentos en plateado.	
FOTOGRAFÍA by Mert & Marcus		
ILUMINACIÓN	Iluminación natural	
AMBIENTACIÓN	Aire libre.	
PLANOS	Plano medio, ángulo semi picado.	
POSE	Cuerpo apoyada en una superficie rosada mientras sostiene su rostro con su mano y mira desafiadamente.	
Artículo	https://lamoda.elpais.com/imperdibles/2018/01/la-hiperestrella-williams-la-portada-de-maz-joven-la-historia-de-vogue/	

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

La portada de Rihanna en Vogue US de junio de 2018 es un ejemplo de la estética de la "dark girl" que se caracteriza por ser una mujer que se muestra en un estado de vulnerabilidad y que se enfrenta a la vida con una actitud desafiante.

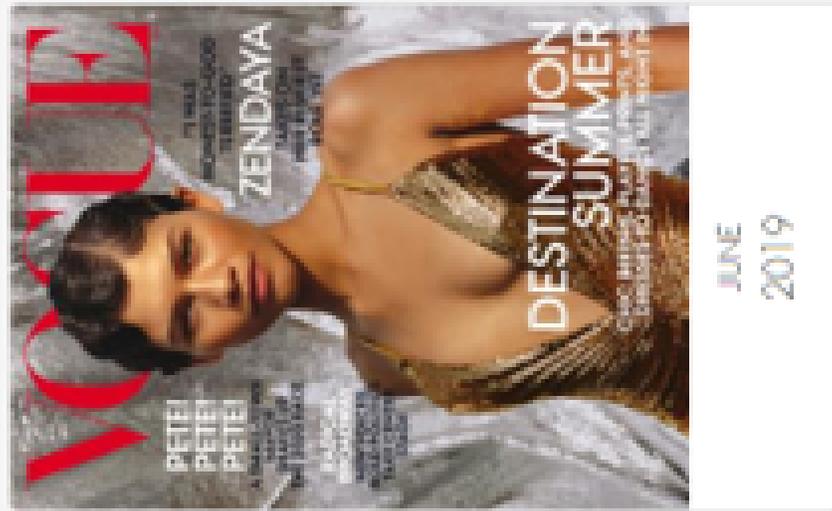
Figura 17. Portada de Rihanna VOGUE USA (2018).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Zendaya
N° de junio de Vogue US.(2019)

Editora : Anna Wintour

ESTILISMO



VESTUARIO
Un vestido de lentejuelas de tirantes con un profundo escote (V) en color dorado de **Really & Lauren.**

PEINADO
cabello corto color castaño con un peinado y enqaminado en andar.

MAQUILLAJE
Maquillaje natural (make-up na make-up), piel hidratada, y labiar color carne con cejar semibráñicar.

PALETA DE COLOR
Como color base prima el dorado.

FOTOGRAFÍA by Tyler Mitchell

ILUMINACIÓN
Iluminación natural

AMBIENTACIÓN
Fondo metalizada

PLANOS
Plano medio, ángulo frontal

POSE
Cuerpo de pie con su torso girado a 3/4 sin rostro mirando al frente.

Artículo
<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7010633/Zendaya-cover-June-2019-issue-Vogue-magazine.html>

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

La artista modelo Zendaya es mexicana y la revista el mundo de la moda se caracteriza por momentos raros que se apartan de una perspectiva por su parte al decir que ella es odivida por una modelo de colorado. Una mirada como artista y su trabajo con la fotografía.

Portada de Zendaya VOGUE USA (2019).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Rihanna

N.º de Noviembre de Vogue US. (2019)



Editora: Anna Wintour

ESTILISMO

VESTUARIO
chaqueta iverize color nude con capucha en Tul de la marca de lencería Savage X Fenty

PEINADO
cabello lacio recajido.

MAQUILLAJE
Maquillaje natural (make-up no make-up), piel bronceada y labiar color café con cejas semi-afinadas.

PALETA DE COLOR
Como color base prima el nude.

FOTOGRAFÍA by Annie Leibovitz.

ILUMINACIÓN
Iluminación artificial fría.

AMBIENTACIÓN
Fondo gris de estudio.

PLANOS
Plano medio, ángulo frontal

POSE
Cuerpo de perfil inclinado hacia adelante y la cabeza mirando al frente.

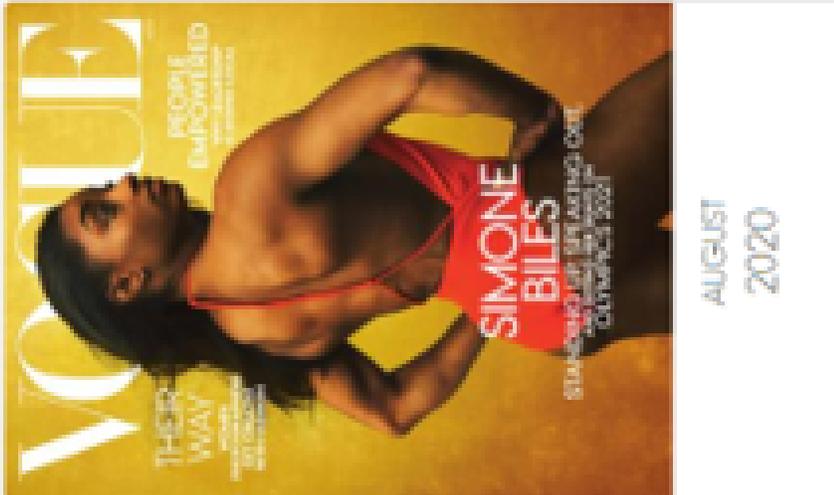
Artículo
<https://www.kicfm.com/2022/04/13/rihanna-cover-cabello-de-cuna-aural/>

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

La artista rindiendo Rihanna es representada en un momento de vulnerabilidad y transformación. El momento es un momento que se vive en un momento de vulnerabilidad y transformación.

. Portada de Rihanna VOGUE USA (2019).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Simone Biles N° de Agosto de Vogue US. (2020)		Editora : Anna Wintour ESTILISMO
		
VESTUARIO	Mano con espalda descubierta de color rojo de Batiste de Bama .	
PEINADO	cabello lacio de color negro ondulado.	
MAQUILLAJE	Maquillaje natural (make-up no make-up), piel bronceada y labiar color café con cejas rambrador en negro .	
PALETA DE COLOR	Como color base prima el rojo de su prenda	
FOTOGRAFÍA by Annie Leibovitz.		
ILUMINACIÓN	Iluminación artificial fría.	
AMBIENTACIÓN	Fondo amarillo mate de estudio.	
PLANOS	Plano medio, ángulo frontal	
POSE	Cuerpo dando la espalda al lente y perfilando su rastra .	
Artículo	https://www.thefashionpost.com/buzz-newafforum-buzz/856934-simone-biles-uc-yogue-august-2020/	

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

En esta edición de agosto de la revista de moda se muestra a la atleta olímpica Simone Biles en un momento de su vida deportiva, mostrando su fuerza y elegancia. La imagen es un retrato de ella en un momento de su vida deportiva, mostrando su fuerza y elegancia.

Portada de Simone Biles VOGUE USA (2020).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: personaje ficticio creado por James Marshall

N° de Septiembre de Vogue US. (2020)



ESTILISMO	
VESTUARIO	Vestido blanco de noche de OFF-WHITE
PEINADO	cabello recogido con un bolla.
MAQUILLAJE	Maquillaje natural (make-up no make-up).
PALETA DE COLOR	Como color base prima el blanco con algunos acentos en negro.
Ilustrada by James Marshall.	
ILUMINACIÓN	
AMBIENTACIÓN	Fondo amarillo mate y zona de estudio.
PLANOS	Plano americano, ángulo frontal
POSE	Cuerpo en posición de tórax girada diagonalmente, y mirada direccionada hacia abajo.
Artículo	https://www.dorianscene.net/2020/08/kerry-james-marshall-jardanes-estilos-que-2020.html

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

Existe una dicción que muestra la conexión a un cuerpo ficticio y a un cuerpo real, se ve cómo se crea un personaje que representa a un cuerpo de OFF-WHITE.

Portada de James Marshall VOGUE USA (2020).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

<p>PORTADA DE REVISTA: Lizzo N° de Octubre de Vogue US. (2020)</p>		<p>Editora: Anna Wintour</p>	
		<p>ESTILISMO</p>	
<p>VESTUARIO</p>	<p>Maxi vestido color rojo con escote en (V), con falda rotunda de valentina, accesorios de Tiffany & Co. y stiletto a juego de Manolo Blahnik; uñas largas rojas.</p>		
<p>PEINADO</p>	<p>cabellera recajida con un bolla.</p>		
<p>MAQUILLAJE</p>	<p>Maquillaje con mucho contorno, ojos ahumados y labiar carmesí.</p>		
<p>PALETA DE COLOR</p>	<p>Como color base prima el rojo, con algunos acentos en marrones</p>		
<p>Fotografía by Hype Williams</p>			
<p>ILUMINACIÓN</p>	<p>Artificial fría.</p>		
<p>AMBIENTACIÓN</p>	<p>Fondo gris de estudio.</p>		
<p>PLANOS</p>	<p>Plano general, ángulo semi picado.</p>		
<p>POSE</p>	<p>Cuerpo en posición de caminata con las manos cerca delar hombro, para reflejar podería.</p>		
<p>Artículo</p>	<p>https://lizzo.com/articulos/entendamosloqueeslizzo https://lizzo.com/entendamosloqueeslizzo</p>		
<p>NARRATIVA Y OBSERVACIONES</p>			
<p>Lizzo es una cantante reconocida por su estilo afrocentro, en esta edición habla de como puede ayudar a los cambios y su poder motivador de liberar a justar.</p>			

Portada de Lizzo VOGUE USA (2020).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

PORTADA DE REVISTA: Naomi Campbell.

N° de Noviembre de Vogue US. (2020)



Editora: Anna Wintour

ESTILISMO

VESTUARIO
Chaqueta corré con pirlina y maxi falda blanca de Valentino Haute Couture.

PEINADO
Cabello largo lacio de color negro, dividida por la mitad.

MAQUILLAJE
Maquillaje natural (make-up no make-up), piel bronceada y labiar color café con cejas cambradas en marrón.

PALETA DE COLOR
Como color bare prima el blanco.

Fotografía by Ethan James Green

Artificial fría.

Fondo gris de estudio.

Plano general, frontal

POSE
Cuerpo de pie, con mano cruzada a la altura de sur cador, con una pira que evoca deidad, retención, historia.

Artículo
<https://naomis.com/articulos/celebridades/2020/10/20/naomis-campbell-en-la-primera-cubierta-de-la-magazine-november>

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

En esta edición la editora Anna Wintour le rinde homenaje a Naomi por ser la pionera en romper las barreras en la industria de la moda que estaba cerrada para las afro-americanas.

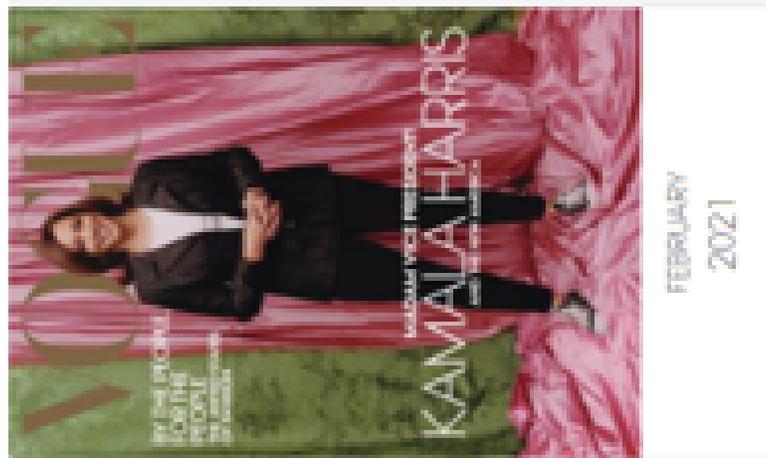
. Portada de Naomi Campbell VOGUE USA (2020).

ANÁLISIS DE IMÁGENES Y NARRATIVAS.

Editoras: Anna Wintour

PORTADA DE REVISTA: Kamala Harris.

N° de febrero de Vogue US. (2021)



ESTILISMO

VESTUARIO
Chaqueta blazer de Donald Dealy y zapatillas Converse

PEINADO
Cabello lacio, y corto color marrón.

MAQUILLAJE
Maquillaje natural (make-up no make-up), piel bronceada y labiar color café con cejas cambradas en marrón.

PALETA DE COLOR
Como color base prima el negro en cuanto al vertuario para el color verde y para tomar mucho protagonismo en su imagen.

ILUMINACIÓN
Fotografía by Tyler Mitchell

Artificial fría.

AMBIENTACIÓN
verde en representación de la fraternidad a la q

PLANOS
Plano general, frontal

POSE
Cuerpo de pie, con manos cruzadas a la altura de sus caderas, con una pata que evoca serenidad, y lideranza.

Artículo
<https://www.elfortifilicelebridad.com/2020/10/20/2020asmissamekellorlatrasseandlatrasseadecar-modacraun-cuauel>

NARRATIVA Y OBSERVACIONES

Kamala es la primera mujer afro americana y asiática en tener el cargo de vicepresidenta, y es una elección que no quiere decir que el mundo está cambiando, sino que quiere mostrar que cada día, más mujeres como ella están saliendo a la luz.

Portada de Kamala Harris VOGUE USA (2021).

Anexo 2.Evidencias Focus group.



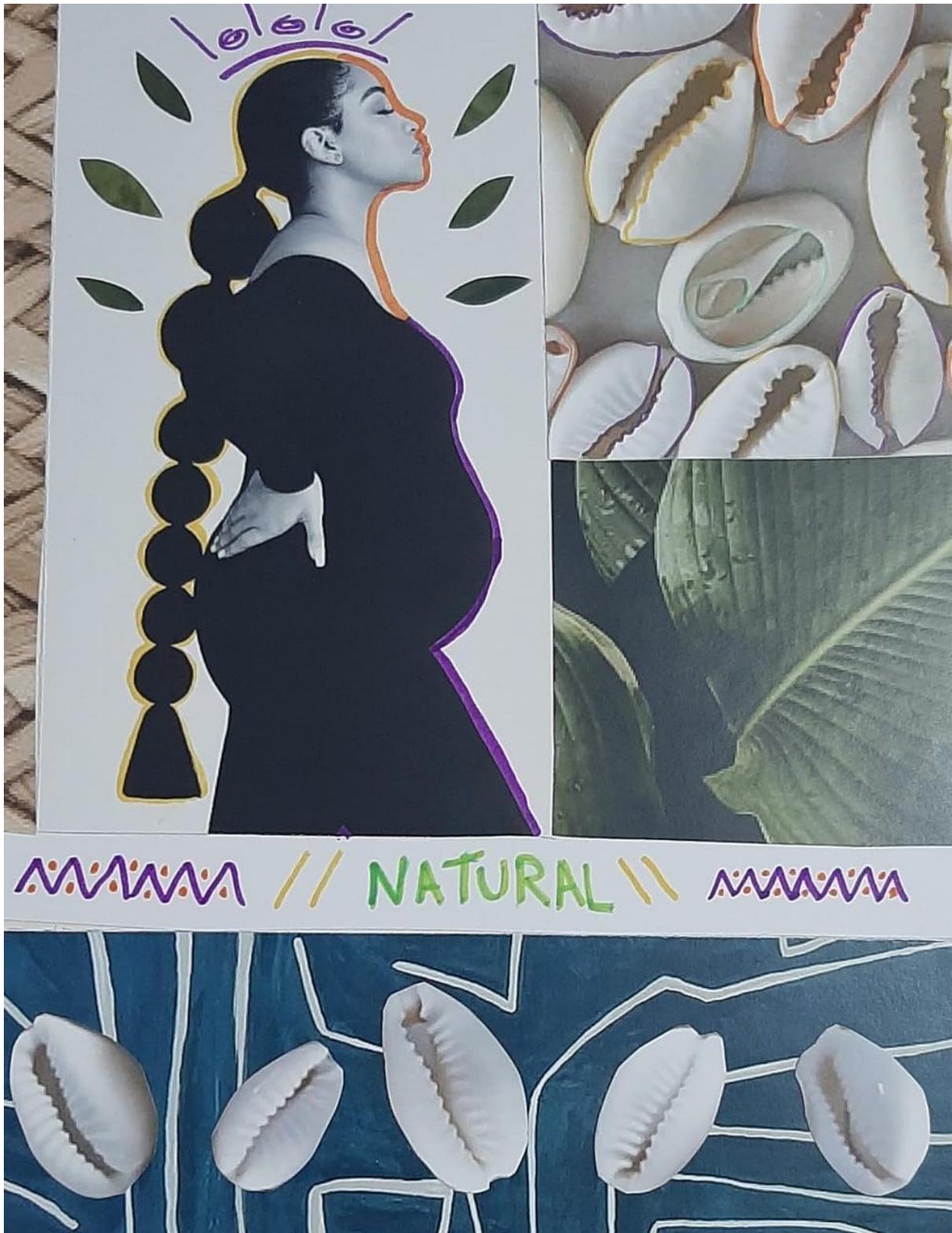
Registro fotográfico del Focus Group (2022).



Collage de Mery Palmezano (2022).



Collage de Isabel Mosquera (2022).



Collage de Silvia Franché (2022).



Collage de Karolin Mena (2022).

Anexo 3. Cortometraje Gen De Eva.



Cortometraje Gen De Eva. (2022). <https://www.youtube.com/watch?v=yJXT2I4YDXo>

Referencias

- Hooks, B. (1992). *Black looks: Race and representation*. New York: Routledge.
- González, A. M., & García Rodríguez, A. N. (2007). *Distinción y Moda*. España.
- Lozano, B. R. (2010). *Mujeres negras (sirvientas, putas, matronas): una aproximación a la mujer*. Colombia: Universidad del Valle.
- Truth, S., Wells, I., Collins, P. H., Davis, A., Stack, C., Carby, H., . . . AngLygate, M. (2012). *Feminismos negros: una antología*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Fernández, C. (2013). *De vestidos y cuerpos*. Medellín, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- González, P. (2015). *Manual del estilista*. Madrid: Almuzara.
- Hooks, B. (2020). *¿Acaso no soy una mujer?* Obtenido de https://www.consonni.org/sites/default/files/Acaso%20no%20soy%20yo%20una%20mujer_%20E2%80%93%20Rebellion.pdf
- Díaz, M. D. (2021). *periodismo de moda y brand journalism*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Kuo, R. (2017). *4 formas en que nuestros ideales de belleza socialmente aceptados son racistas*. Estados Unidos, Everyday Feminism. obtenido de: <https://everydayfeminism.com/2017/05/beauty-ideals-racist/>
- Schweizer, M. (2016) *La Influencia de los parámetros de la belleza promovidos por la publicidad, como arma de segregación social a la mujer afrodescendiente*. <https://afrofeminas.com/2016/09/22/la-influencia-de-los-parametros-de-la-belleza-promovidos-por-la-publicidad-como-arma-de-segregacion-social-a-la-mujer-afrodescendiente/>
- Okwodu, J. (2022). *Encajar: cómo la moda finalmente me hizo espacio*. Estados Unidos. *VOGUE runway*. https://www.vogue.com/article/how-fashion-finally-made-space-for-me?utm_source=nl&utm_brand=vogue&utm_mailing=VOG_Runway_021022&utm_campaign=aud-dev&utm_medium=email&bxid=5e92492040f866724937ab97&cndid=60602239&hasha=f152e0f4c574c67ca0ec03038f21b94c&hashb=46f2717fd88e0fe78026259ca5da5d77127d6ab9&hashc=25730b64c16ea8f485aa917b0131b05457897df9be9f6fb6099af8f59b8c767c&esrc=bounceX&utm_term=VOG_Runway