

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO



El Diseño de Moda como forma de resistencia a la
masculinidad hegemónica

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Arte, Moda y
Diseño Textil que presenta:

Dorita Lizbeth Riega Diestra

Asesor:

Juliano Guimaraes Felizardo

Lima, 2022

RESUMEN

La presente investigación se desarrolla a partir del estudio de masculinidades, y toma como eje central el suceso de la Gran Renuncia del siglo XIX y la influencia de dicho evento en el diseño de moda masculino contemporáneo. Este valida una versión de masculinidad hegemónica que se erige en norma, y que se ubica como modelo en determinado espacio y contexto, de ahí que se margine a lo que no se le asemeje. En ese sentido, se presenta la problemática sobre la existencia de masculinidades marginales en un contexto de crisis de masculinidad ubicada dentro de sociedades latinoamericanas que responden a estéticas burguesas decimonónicas. Para ello, se plantea la creación de una propuesta de colección de moda direccionada a rechazar los lineamientos en la moda masculina que propone la Gran Renuncia. Se busca la expresión de resistencia contra la norma representada a través de los recursos de diseño aplicados en la propuesta para, de esta manera, criticar los modelos impuestos de masculinidad hegemónicos patriarcales presentes en la sociedad.

Palabras clave: Masculinidades, Hegemonía de género, Gran Renuncia, Norma, Resistencia, Diseño, Moda.

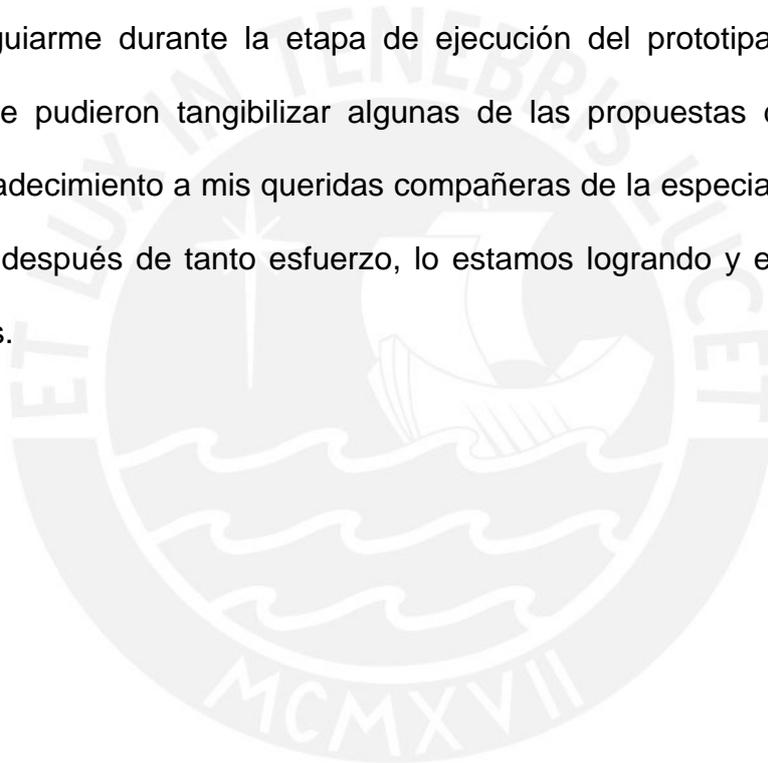
ABSTRACT

This research project is developed from the study of masculinities with a focus on the design of male clothing. Taking as a central topic, the study of the event of the Great Renunciation of the 19th century and the influence of said event in the contemporary male clothing design. Which validates the existence of a hegemonic masculinity version that stands as a norm and imposes itself as a model to follow, invalidating anyone who does not resemble it. In this sense, the problem arises about the existence of non-hegemonic masculinities in a context of masculinity crisis, located within Latin American societies that respond to nineteenth-century bourgeois aesthetics. For which, the creation of a fashion collection is proposed in order to reject the guidelines proposed by the Great Renunciation from the expression of resistance to the norm through the design resources applied in the proposal and so, to question the imposed models of patriarchal hegemonic masculinity present in society.

Keywords: Masculinities, Gender hegemony, Great Renunciation, Norm, Resistance, Design, Fashion.

AGRADECIMIENTOS

Un sincero agradecimiento a mi querida familia por el apoyo incondicional que me brindaron desde que decidí postular a la Facultad de Arte y Diseño, PUCP; el resultado no habría sido el mismo sin su apoyo. A mi asesor, Juliano Guimarães Felizardo, por acompañarme durante todo el proceso de investigación y por apostar por mi tema para aplicar al Fondo Extraordinario de Apoyo a la Investigación para Estudiantes 2021. Me siento realmente agradecida por su paciencia y constante seguimiento. Una mención y agradecimiento muy especial a mi tía Cecilia López por apoyarme y guiarme durante la etapa de ejecución del prototipado; gracias a su experiencia, se pudieron tangibilizar algunas de las propuestas del proyecto. Por último, un agradecimiento a mis queridas compañeras de la especialidad Arte Moda y Diseño Textil; después de tanto esfuerzo, lo estamos logrando y estoy orgullosa de todas nosotras.



INDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción	9
1.1.Diseño metodológico	11
1.1.1.Problema de investigación	12
1.1.2.Objetivos	12
1.1.3.Objeto de investigación	13
1.1.4.Método de investigación	14
1.1.5.Técnicas de recolección y análisis de datos	15
2. Marco teórico	18
2.1.Masculinidad y poder	18
2.2.Roles sexuales	23
2.3.Crisis en la masculinidad	27
2.4.Masculinidades, concepto plural	28
2.5.Masculinidades en Latinoamérica	31
3. Indumentaria, poder y género	40
3.1.Hombre, moda y poder	40
3.2.La Gran Renuncia	42
3.3.Hombre y moda, hoy	45
4. Análisis formal	48
4.1.Perfil de usuario	48
4.2.Conceptualización	50
4.3.Recursos de diseño	52
4.3.1.Color	53
4.3.2.Siluetas	53
4.3.3.Fantasía	58
4.3.4.Desnudez	63

4.3.5. Recursos gráficos	66
4.3.6. Recursos textiles	68
4.4. Line up	72
4.5. Prototipado	74
5. Conclusiones	78
6. Referencias Bibliográficas	82
7. Apéndice	85



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Perfil de usuario	49
Figura 2. Moodboard general	51
Figura 3. Paleta de colores	53
Figura 4. Ángulos masculinos	54
Figura 5. El poder en el traje	55
Figura 6. Look 01	57
Figura 7. Look 04	57
Figura 8. Look 06	58
Figura 9. Collage de referencias	59
Figura 10. Look 15	60
Figura 11. Look 12	61
Figura 12. Look 05	62
Figura 13. Look 08	63
Figura 14. Look 09	64
Figura 15. Organza	64
Figura 16. Look 11	65
Figura 17. Hopkins, J. (2011), Telas para hombre. [Figura]. Recuperado de: https://ereader.perlego.com/1/book/2564425/61	66
Figura 18. Tartán	68
Figura 19. Tattershall	68
Figura 20. Distorsión 01	68
Figura 21. Distorsión 02	68
Figura 22. Distorsión 03	68
Figura 23. Distorsión 04	68
Figura 24. Paleta de color	68

Figura 25. Organza.....	69
Figura 26. Experimentación con organza.....	69
Figura 27. Brillo tafeta roja.....	69
Figura 28. Brillo tafeta morada.....	69
Figura 29. Lycra	70
Figura 30. Confección con lycra	70
Figura 31. Sublimado en popelina.....	70
Figura 32. Prototipo en popelina	70
Figura 33. Muestra y referente de plumas de avestruz	71
Figura 34. Desarrollo de la colección: materiales y colores	72
Figura 35. Desarrollo de la colección: materiales y colores	73
Figura 36. Look 04	74
Figura 37. Prototipo: Look 04.....	74
Figura 38. Prototipo: Look 04	75
Figura 39. Look 12	76
Figura 40. Prototipo de camisa.....	76
Figura 41. Prototipo: Look 12	77

1. Introducción

En una sociedad patriarcal, es posible identificar un modelo de hombre y uno de mujer que se erigen en normas e ideales, y que, así, se convierten en hegemónicos. Los modelos comprenden tanto apariencias, actitudes y comportamientos que validan o invalidan la pertenencia de los sujetos a sus determinados grupos con el objetivo de definir jerarquías. Esto se debe a que “la sociedad patriarcal no logra la reducción de las personas a dos únicos modelos: varón y mujer, pero las trata como si lo hubiera conseguido” (Marqués, 1997, p. 19).

A partir de estos lineamientos, se presenta el recurso de la moda como participante activo que se desarrolla bajo dichos parámetros para identificar y diferenciar a los determinados géneros según el orden binario masculino-femenino. Dichos parámetros comprenden siluetas, colores, cortes, materialidades y recursos gráficos que, según la norma, estarán alineados a las apariencias masculinas y femeninas según la convención social; así, mantendrán diferencias y se mostrarán siempre opuestas entre sí.

Un evento importante en la historia de la moda que se presenta como eje central de la presente investigación es el suceso conocido como la Gran Renuncia del siglo XIX. Dicho evento marcó un cambio radical dentro de la indumentaria masculina, que permite comprender las características que se conservan hasta el día de hoy y que responden al modelo de masculinidad hegemónico patriarcal.

La Gran Renuncia del siglo XIX fue el suceso a partir del cual los hombres decidieron renunciar a la fantasía y los artificios de la moda. Una de sus motivaciones fue la búsqueda de sencillez y sobriedad en el vestido con el fin de participar de los nuevos ideales de trabajo que promovía el contexto de la Revolución francesa y de la Revolución industrial. Por ejemplo, las actividades del hombre burgués comenzaron a desarrollarse en nuevos espacios como oficinas y diversos centros de trabajo que

demandaban un tipo de indumentaria mucho más simple y austera. En ese entonces, surgió el nuevo ideal masculino que buscaba alcanzar el éxito a través del trabajo y, con ello, responder a su rol masculino.

La presente investigación surge con un ánimo de crítica a las limitaciones que nacieron a partir de la Gran Renuncia respecto a las representaciones masculinas. Estas se vieron reducidas a un nuevo discurso de masculinidad hegemónico que restringió y condicionó el amplio abanico de posibilidades con el que se contaba antes del suceso mencionado.

Para el desarrollo de la investigación, se han revisado y analizado el rol del hombre dentro de sociedades patriarcales contemporáneas y las relaciones de poder que lo posicionan como sujeto dominante. De ello, se han identificado una serie de comportamientos, actitudes y apariencias que responden a una versión de masculinidad que se erige en norma y que se convierte en hegemónica. Dicha versión es analizada y contextualizada en territorios latinoamericanos, donde se identifica al patriarcado como el modelo de sociedad.

Una vez planteada la relación entre poder, hombre y sociedad, se ha procedido a ubicar el origen de los cuestionamientos sobre masculinidad y las limitaciones que la conducen a la crisis. En este sentido, se cuestionan los modelos y roles previamente planteados, y se identifican las contradicciones que amenazan la vigencia de una única versión de masculinidad, ya que se introduce el término de 'masculinidades' como concepto plural. Este invalida la existencia de una única versión normativa y le abre paso a la existencia de múltiples masculinidades no normativas.

Una vez analizados los conceptos mencionados, se ha procedido a relacionar el aspecto de la moda con la versión normativa de la masculinidad, y lo que se espera de ella. Para esto, se revisaron los aportes de Jhon Carl Flugel (2020) y Gilles Lipovetsky (1990) sobre la Gran Renuncia del siglo XIX, lo cual permite entender el

origen del cambio radical que sufrió la indumentaria masculina frente a la femenina, y su influencia vigente.

Finalmente, se ha identificado la versión hegemónica de la apariencia masculina con la finalidad de, posteriormente, negarla a través del uso de recursos de diseño en el desarrollo de la colección. El objetivo del presente trabajo es expresar resistencia a lo hegemónico de la masculinidad desde el diseño de modas.

Esta investigación resulta importante, porque invita a tomar perspectiva sobre la realidad social con respecto al género; así mismo, revela las diversas limitaciones existentes para los sujetos que no se alinean a las normas que sostienen las sociedades patriarcales. Para ello, se invita al cuestionamiento con el objetivo de discutir el tema y continuar el paso a la progresiva deconstrucción del modelo de masculinidad normativo.

Por otro lado, la motivación personal que, como diseñadora, moviliza a llevar a cabo este proyecto es demostrar, una vez más, la capacidad del diseño para expresar mensajes que impacten en la sociedad, y que aporten a la evolución y ampliación de lo considerado como moda masculina. Solo así se dejará de lado lo tradicional. A continuación, se presenta el diseño metodológico como representación del plan que permitirá el alcance de los objetivos del proyecto.

1.1. Diseño metodológico

Una vez planteados los lineamientos base de la investigación, se procede, a continuación, a presentar el diseño metodológico que servirá de guía para cumplir los objetivos del proyecto. El proceso creativo se ha fusionado con la investigación académica para crear una propuesta de colección alineada al tema de investigación. En esta sección, se exponen el problema de investigación, objetivos, metodología, y técnicas de recolección y análisis de datos que permitirán el desarrollo del proyecto.

1.1.1. Problema de investigación

En sociedades patriarcales, como lo son las latinoamericanas, lo relacionado con la masculinidad se posiciona como superior. La misma sociedad reconoce al hombre como sujeto importante, y crea una serie de expectativas relacionadas a comportamientos, actitudes y apariencias que se espera que se cumplan. El grado de respuesta efectiva a dichas expectativas validarán o invalidarán la masculinidad del sujeto frente a la sociedad.

El problema surge cuando la sociedad perpetúa los modelos de masculinidad hegemónicos, y los reproduce y valida al rechazar las representaciones marginales de masculinidad. Ello da paso al desencadenamiento de métodos de disciplinamiento caracterizados por la violencia física y/o psicológica, que limitan y dificultan la experiencia del ser hombre.

Considerando lo desarrollado, el problema de investigación se plantea a partir del reconocimiento de la representación de la masculinidad hegemónica como modelo que limita, rechaza y complejiza la existencia de masculinidades que se alejan del patrón normativo. Así, esta hegemonía se comprende como el modelo que responde a patrones implementados por los ideales burgueses decimonónicos patriarcales. Para abordar el tema, se recurrió a la herramienta del diseño plasmado en un proyecto creativo mediante el cual se busca acercar al espectador al cuestionamiento sobre lo hegemónico de la masculinidad y, así, abrir paso a su deconstrucción.

1.1.2. Objetivos

Una vez revisado el problema de investigación, se procede a presentar el objetivo general del mismo: crear una propuesta de colección de moda masculina que

critique lo hegemónico de la masculinidad desde los recursos de diseño empleados en el proceso.

Para ello, se proponen los siguientes objetivos específicos:

- Analizar las relaciones de poder que se desarrollan con respecto al género dentro de sociedades patriarcales como las latinoamericanas.
- Relacionar la versión de masculinidad que se erige en norma y se convierte en hegemónica con los parámetros de apariencia que surgen a partir de la Gran Renuncia del siglo XIX.
- Cuestionar los parámetros de indumentaria masculina desarrollados a partir de la Gran Renuncia del siglo XIX a través de la aplicación de recursos de diseño en el proceso creativo.
- Crear la colección a partir de la conceptualización del tema con un sentido de crítica y resistencia a la norma de indumentaria masculina hegemónica que surge como consecuencia de la Gran Renuncia del siglo XIX.

1.1.3. Objeto de investigación

Respondiendo al método de investigación-creación aplicado en el presente estudio y considerando los objetivos planteados, se identifica como objeto de investigación el estudio de la colección de moda masculina propuesta como proyecto creativo. Para ello, se hace uso de una bitácora digital y un portafolio, en los que se aterrizan los conceptos alineados al tema investigado y con los que se procede a la toma de decisiones sobre las herramientas de diseño a aplicar alineadas a los objetivos del proyecto creativo.

Una vez identificado el estudio del proyecto creativo como el objeto de investigación, se reconoce el análisis sobre la toma de decisiones de las herramientas de diseño aplicadas en el desarrollo de la colección como aspecto

crucial en la investigación. En efecto, son dichas herramientas las que construyen la propuesta creativa y permiten su sustentación. Para ello, y siguiendo la metodología de investigación-creación, se toma como punto de partida el estudio académico del tema en cuestión, el cual se presenta como la fase inicial del desarrollo de la propuesta creativa. Así, se investiga académicamente lo hegemónico de la masculinidad para identificar los lineamientos base que permitan aterrizar los recursos de diseño que construyen la colección de moda. Dichos recursos de diseño refieren a colores, gráfica, composición de siluetas, cortes y morfologías que componen las tenidas de colección.

En síntesis, el objeto de estudio abarca el análisis de todo aquello que compone el proyecto creativo. Se parte de la investigación académica de lo hegemónico de la masculinidad con un enfoque en la moda; luego, se continúa con el estudio de la conceptualización de la colección, y con el aterrizaje del perfil de usuario, la paleta de colores, gráfica y la composición de siluetas, cortes y morfologías. Todo ello da como resultado la propuesta de colección de moda final.

1.1.4. Método de investigación

Como se mencionó anteriormente, se ha optado por el desarrollo de la investigación bajo la metodología de investigación-creación. Este modelo propone fusionar la realización de una investigación académica con el desarrollo de un proyecto creativo. Dicha fusión representa exactamente lo que el presente estudio pretende lograr.

La metodología de investigación-creación, según Daza (2009), es propia de la comunidad artística que rescata métodos de las ciencias sociales. Su objetivo es alinear la investigación desde el campo de las artes con la comunidad académica científica y, así, empezar la construcción de una comunidad académica artística. En

este sentido, se resalta la importancia de la investigación desde el arte debido a la necesidad de la comunidad creativa de generar conocimiento desde su propia disciplina.

La investigación-creación, siguiendo el aporte de Daza (2009), pretende posicionar la creación de proyectos en el arte como formas de investigación y medios que permitan generar conocimientos a partir del accionar del ser humano. Desde esta metodología, la investigación académica se desarrolla de la mano de un proyecto creativo que se alinea al tema investigado con el objetivo de generar conocimiento. Dicho conocimiento no se desprende solo del análisis del producto final, sino también del registro de la experiencia del creador durante el proceso creativo y el mismo registro de dicho proceso. Esto se presenta a través de la investigación formal con el fin de ser publicada y, así, compartir el conocimiento generado con la comunidad.

La decisión de desarrollar la presente investigación bajo la metodología de investigación-creación se fundamenta en el objetivo principal, que es crear un proyecto creativo. Este propone una colección de moda que se construye a partir de la investigación académica sobre lo hegemónico de la masculinidad desde la indumentaria, y busca la aplicación de recursos de diseño que expresen el ánimo de resistencia a la norma. Para ello, este estudio se inicia con el desarrollo de la investigación académica sobre el tema mencionado, la cual se presenta como base teórica que permitirá el posterior aterrizaje del concepto de la colección, el perfil de usuario, y la toma de decisiones sobre las herramientas de diseño que dan como resultado la propuesta de colección final.

1.1.5. Técnicas de recolección y análisis de datos

Para responder a los objetivos de la investigación, se precisan, a continuación, las técnicas de recolección y análisis de datos que se utilizaron para llevar a cabo

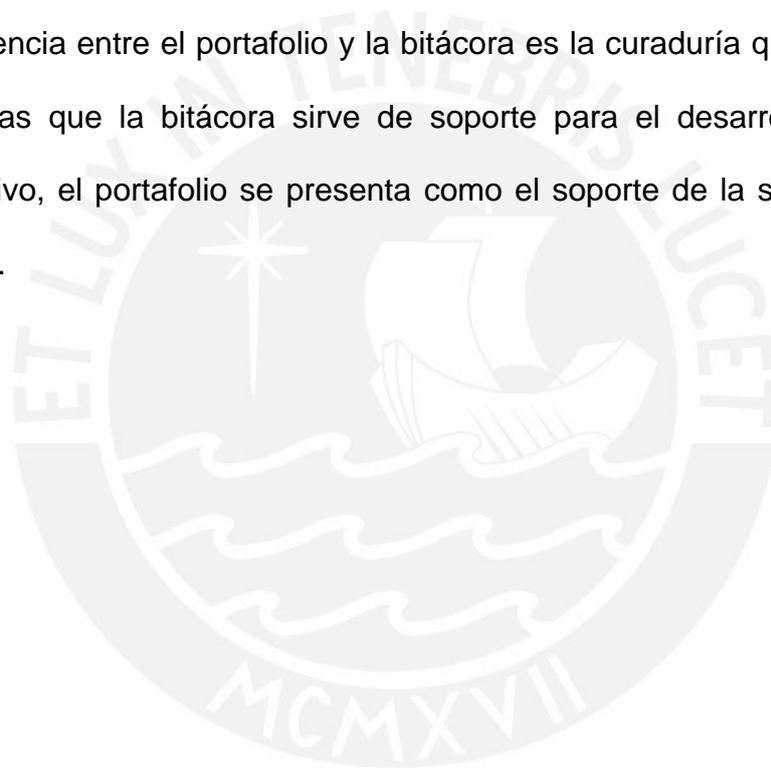
tanto el desarrollo de investigación académica como el proceso creativo para la creación de la colección de moda. Respecto a la investigación académica, la principal técnica de recolección de datos fue la búsqueda bibliográfica. Se realizó la investigación desde los estudios de masculinidades sobre el tema del ser hombre en una sociedad patriarcal y la representación de lo hegemónico de la masculinidad desde un enfoque en la moda.

El resultado fue posteriormente analizado a través de organizadores visuales que ayudaron a ordenar y relacionar la información recolectada. Estos fueron registrados en una bitácora digital, la cual se presenta como otra de las técnicas utilizadas para la recolección y análisis de datos. Este recurso es una herramienta clave dentro del proceso de investigación, debido a que permite tanto el registro y seguimiento de la investigación académica, como también las primeras experimentaciones visuales que se desprenden de los conceptos académicos revisados. De hecho, en la bitácora, se inicia el proceso de traducción visual de los conceptos académicos a través de *moodboards* y *collages*, los cuales permitieron tangibilizar la investigación realizada. La traducción visual de la investigación teórica fue un proceso clave, debido a que permitió el aterrizaje de la paleta de colores, además de los recursos gráficos que finalmente formaron parte de la propuesta artística.

La herramienta de la bitácora digital también representa un elemento muy importante en el desarrollo de la investigación, ya que ha sido el soporte donde la investigación teórica y el proceso creativo se desplegaron y se vincularon con el fin de construir la propuesta de colección final. Además, la herramienta ha logrado ofrecer una visión general y constante del desarrollo del proyecto, lo cual permitió mantenerlo alineado al tema de investigación e ir desarrollándolo.

Por último, se presenta el recurso del portafolio como otra de las herramientas utilizadas para la recolección y el análisis de datos que se suman al desarrollo de la

investigación. El portafolio es el instrumento que permite el despliegue total de la investigación expuesta de manera ordenada y lineal. Además, ofrece una visión general, detallada y curada de la evolución del proyecto, lo cual facilita su exposición y publicación. El uso del portafolio se consolidó durante la etapa final del desarrollo del proyecto creativo; en este caso, sirvió como soporte de la propuesta una vez curada. En suma, el portafolio se propone como el instrumento mediante el cual se hace posible la presentación final del proyecto de manera eficaz, debido a que contiene la investigación completa desplegada de manera creativa y ordenada. La principal diferencia entre el portafolio y la bitácora es la curaduría que se aplica en la última. Mientras que la bitácora sirve de soporte para el desarrollo completo del proceso creativo, el portafolio se presenta como el soporte de la síntesis curada de dicho proceso.



2. Marco teórico

2.1. Masculinidad y poder

Para abordar la relación entre sociedad, poder y hombre, es importante entender el significado de dichos conceptos. El poder, según Foucault (1991), es aquel que se ejerce sobre las cosas y permite la posibilidad de modificarlas; sin embargo, lo que lo caracteriza es que “pone en juego las relaciones entre los individuos” (p. 12). Según el autor, el poder existe solo cuando se ejecuta. En este sentido, se aclara que el ejercicio del poder no se manifiesta con el simple hecho de relacionarse entre sujetos, sino en la manera en que ciertas acciones influyen y afectan a otras. De ello, se extrae que “las relaciones de poder están profundamente enraizadas en el nexo social” (Foucault, 1991, p. 17), ya que el vivir en sociedad genera que ciertas acciones tengan la capacidad de estructurar otras.

De lo previamente expuesto, se precisa que todos los individuos son sujetos de poder. Esto se justifica en que todos tienen la capacidad de ejercer acción sobre algo y afectarlo. Sin embargo, se reconoce que, en el ejercicio del poder, existen capas o niveles que permiten reconocer sujetos que ejercen más o menos poder que otros. De esta manera, es posible identificar al hombre como sujeto que ejerce mayor poder en sociedades patriarcales debido a la instauración del género masculino como dominante dentro de ellas.

Desde Beauvoir (2015), se reconoce el patriarcado como el modelo de la sociedad: “Desde el origen de la Humanidad, su privilegio biológico ha permitido a los varones afirmarse exclusivamente como sujetos soberanos” (p. 141). De hecho, la sociedad actualmente está constituida bajo parámetros falocentros que toman al género masculino como superior y que consideran a las mujeres como sujetos subalternos. Por eso, si se dice que una sociedad es patriarcal, dentro de ella, predominan valores masculinos.

Siguiendo esta línea, Fuller (2012) hizo referencia a lo masculino como el modelo de la humanidad. Precisó que lo masculino no solo se ve limitado a los rasgos anatómicos característicos del varón, sino que se mezclan las cualidades humanas de la actividad, la razón, el poder y la fuerza y, así, sucesivamente. También, resaltó el término de *Hombre* como sinónimo de humanidad y de varón.

El ser hombre dentro de una sociedad patriarcal representa una labor compleja. Esto se debe a la constante expectativa de ciertas cualidades, actitudes, apariencias y comportamientos que demuestran y validan la pertenencia a su determinado género:

La sociedad patriarcal construye a varones y mujeres a partir de la identificación de su sexo. No logra la reducción de las personas a dos únicos modelos: varón y mujer, pero las trata como si lo hubiera conseguido y evita que unos y otras sean conscientes de sus similitudes. (Marqués, 1997, p. 19)

Dicha premisa fue abordada por Butler (2007), quien sostuvo, con la intención de responder a la afirmación de que la “biología es destino” (p. 54), que, a diferencia de la rigidez biológica que aparentemente tiene el sexo, el género es una construcción cultural: “Por esa razón, el género no es el resultado causal del sexo ni tampoco es tan aparentemente rígido como el sexo” (p. 54). Esto implica que el nacer con sistema reproductor masculino o femenino no tendría por qué someter al sujeto a comportarse o desarrollar determinadas cualidades.

Sin embargo, las sociedades patriarcales responden al sistema de género binario, desde el que se extrae que “la hipótesis de un sistema binario de género sostiene de manera implícita la idea de una relación mimética entre género y sexo, en la cual el género refleja al sexo o, de lo contrario, está limitado por él” (Butler, 2007, p. 54). En esta línea, Connell (1997) sugirió que ninguna masculinidad surge si no es en un sistema de relaciones de género. Así, la autora planteó que los términos

'masculino' y 'femenino' solo existen por el contraste entre sí, lo que valida los términos por la relación polarizada entre ambos. Esto da a entender e identificar todo lo "femenino" como diferente de lo masculino, y viceversa. En este sentido, la presencia de aspectos relacionados con lo femenino dentro de las conductas de un hombre significarán la disminución de su masculinidad según el sistema de género binario.

De esta manera, se reconoce que los hombres cisgénero disfrutan de un privilegio basado en su propio género cuando esté en conformidad con su sexo, incluso desde su nacimiento: "Apenas identificado por sus genitales como varón el recién nacido, la sociedad trata de hacer de él lo que ésta entiende por varón" (Marqués, 1997, pp. 17-18). Desde su nacimiento, el hombre es direccionado a construir una identidad que se ubique dentro de los parámetros de lo que significa ser hombre, y es impulsado a adquirir ciertas conductas y a rechazar otras que no aporten a la construcción de esta. Marqués (1997) afirmó que la sociedad construye a varones y mujeres a partir de la identificación de su sexo, ignorando y negando cualquier especie de similitud entre ambos géneros, y reduciendo a las personas a los dos únicos modelos que responden al binarismo de género: hombre y mujer, masculino y femenino.

Asimismo, Connell (1997) sostuvo que, dado que el género es una manera de estructurar la práctica social en general —y no un tipo especial de práctica—, está inevitablemente involucrado con otras estructuras sociales. Esto conduce a que el género interactúe con la raza, la clase social, la nacionalidad y la posición mundial con el fin de determinar los grupos, y las relaciones de poder entre hombres y mujeres, así como de los hombres entre sí. A dicha interacción se la conoce como *interseccionalidad* desde los aportes de Crenshaw (1991).

Siguiendo el desarrollo del tema, Fuller (2012) señaló que es posible identificar cierta versión de masculinidad que se erige en norma y se convierte en hegemónica, y que dicho modelo se impone como lo que se espera de la figura masculina; ello se distingue de las versiones no dominantes y las identifica como los modelos precarios del *ser varón*. Esto comprende, también, las apariencias y los parámetros dentro de la vestimenta, ya que, al estar marcados los polos femenino y masculino, la indumentaria juega un rol importante que permite la identificación y diferenciación de cada uno de los géneros que responden al orden binario. En este sentido, el modelo hegemónico de ser varón va de la mano de una serie de normas y parámetros relacionados con la vestimenta y apariencia masculina.

Por su parte, Kimmel (1997) planteó que “la definición hegemónica de la virilidad es un hombre en el poder, un hombre con poder, y un hombre de poder. Igualamos la masculinidad con el ser fuerte, exitoso, capaz, confiable y ostentando control” (p. 51). Estas definiciones de virilidad, según el autor, se han desarrollado en la cultura, y perpetúan el poder de ciertos hombres sobre otros y de los hombres sobre las mujeres. Sobre ello, Menjívar (2001) señaló que el concepto de hegemonía está relacionado con la legitimidad validada por el patriarcado para garantizar la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres. Así, se plantea la existencia de un prototipo representado como aquel hombre blanco, cisgénero, heterosexual, de buen aspecto y altura, de complexión fuerte, que posee (en todo sentido) mujeres, dinero, propiedades, un buen carro y demás símbolos de estatus.

Para un análisis sobre la apariencia que representa al hombre hegemónico, se recoge el aporte de Lipovetsky (1990) sobre la Gran Renuncia del siglo XIX. Si bien estas ideas se desarrollarán de manera más extensa posteriormente en la investigación, introducirlas, a continuación, permite una visión sobre lo que

caracteriza el modelo hegemónico masculino desde la moda. En efecto, Lipovetsky (1990) planteó, a partir de la Gran Renuncia, lo siguiente:

La moda masculina se eclipsa ante la de la mujer. Los nuevos cánones de elegancia masculina caracterizados por la discreción, la sobriedad, el rechazo a los colores y ornamentación harán, a partir de entonces, de la moda y sus artificios una prerrogativa femenina. (p. 39)

Así, con esta separación y contraste de la moda femenina con la masculina, se instauran ciertos parámetros que hasta el día de hoy son identificables dentro del sistema de indumentaria alineado a la imagen de hombre y mujer hegemónica. También, se conoce, gracias a los aportes de Flugel (2020), que una de las causas de este quiebre en la historia de la indumentaria fueron los nuevos ideales surgidos con la Revolución francesa, entre los cuales destacó el ideal de trabajo. En ese sentido, para alcanzar el éxito, los hombres burgueses empezaron a demandar indumentaria mucho más simple y funcional que les permitiera desarrollarse en espacios laborales, y cumplir con su rol de proveedores tal como la sociedad patriarcal y los roles de género decimonónicos demandaban.

Una vez desarrollado el contenido sobre el modelo de hombre hegemónico, se revisará, a continuación, de qué manera dicho modelo se perpetúa en la sociedad. Sobre ello, Menjívar (2001) planteó lo siguiente:

(...) la hegemonía o dirección de un proyecto de sociedad no sólo alude a la interiorización y aceptación de esta serie de formas de dominación en el marco de las relaciones de género. Es decir, no solo implica consenso. La conducción se complementa con el uso de la intimidación y la violencia hacia aquellas personas sobre las que se domina; de manera que, a quien la ejerce, le permite “corregir”, “encarrilar” o aniquilar a quien busca salir de su control. (pp. 4-5)

De esta manera, la hegemonía de género se impone y se perpetúa a partir de la imposición del modelo hegemónico y del sometimiento de los hombres con el objetivo de validar y demostrar la plena pertenencia a su determinado género. A partir de lo planteado, es posible identificar las dificultades que surgen para las masculinidades no hegemónicas, ya que, al no ceñirse al modelo normativo de masculinidad, se arriesgan a ser corregidos por la poca tolerancia que ejerce la sociedad patriarcal.

2.2. Roles sexuales

Con el objetivo de comprender de manera más extensa la expresión de la masculinidad hegemónica, se abordan los conceptos de roles y modelos de género desde los aportes de diferentes autores.

En un principio, Connell (2003) introdujo los términos de *rol* y *modelo* al siglo XIX a partir de los debates sobre las diferencias sexuales. En ese contexto, la comunidad científica aún mantenía la exclusión de las mujeres en las universidades por la supuesta incapacidad mental femenina, y el aparente impedimento de desempeñar sus roles asignados en el hogar como buenas esposas y madres de familia.

Sin embargo, cuando las primeras mujeres lograron el acceso a las universidades, se cuestionaron dichos supuestos y se inició una serie de investigaciones con el objetivo principal de estudiar las diferencias entre las capacidades mentales de hombres y mujeres. Los resultados comprobaron que las diferencias eran mínimas y casi inexistentes.

Las investigaciones continuaron y ya no solo se analizaban aptitudes mentales, sino también emociones, actitudes, rasgos de personalidad, intereses, etc. Los resultados en todos los estudios continuaban demostrando que las diferencias entre hombres y mujeres en los aspectos mencionados eran casi nulas. A partir de ello, Connell (2003) afirmó que dichas diferencias serían mucho menos significativas que

las diferencias sociales que resultan ser justificadas por las supuestas diferencias psicológicas sociales. Por ejemplo, hizo referencia a los salarios desiguales, responsabilidades domésticas diferentes y desigualdades drásticas en el acceso al poder social.

En este punto, es claro reconocer que las facultades direccionadas a caracterizar uno u otro género, respondiendo al binarismo, se tratan de atribuciones que no cuentan con un fundamento que va más allá de la convención social. Ello está evidenciado en los intentos mencionados de probar las supuestas diferencias de capacidades mentales desde la ciencia sin éxito.

Sin embargo, “un concepto familiar en la ideología patriarcal es que los hombres son racionales mientras que las mujeres son emocionales” (Connell, 2003, p. 225). Si bien no se lograron evidenciar las diferencias sobre capacidades mentales atribuidas a hombres y mujeres desde la ciencia, la sociedad patriarcal continuó relacionando la facultad de la razón al género masculino, y la emoción, al género femenino.

Esto evidencia por qué se les impedía a las mujeres el acercamiento a la razón. En efecto, al ser este un aspecto reconocido únicamente como masculino, las mujeres no podían involucrarse con él, ya que significaría una similitud entre géneros, lo cual no estaba permitido. Por otro lado, reconocer la expresión de las emociones como un aspecto únicamente femenino generaba un problema, debido a que el varón se veía limitado a reprimir sus características humanas y emociones para mantener su masculinidad alineada a los parámetros de masculinidad hegemónica.

Para llegar a plantear la relación de razón/emoción atribuida a cada género, Connell (2003) presentó como antecedente lo propuesto por Parsons y Bales (1998) en su libro *Familia, socialización y el proceso de interacción*¹. En este texto, se plantea la diferencia de los roles sexuales femeninos y masculinos, y se les atribuye

¹ *Family Socialization and Interaction Process* [Título original]

la distinción de roles “instrumentales” y “expresivos”. La instrumentalidad hace referencia al reconocimiento del varón como sujeto funcional, que *produce*, mientras que la expresión reconoce a la mujer como sujeto que *siente* y lo expresa. Posteriormente, esta teoría de roles muta, lo que permite que el hombre *sienta*, aunque cuidando la manera de expresarlo y haciéndolo con firmeza. Según lo expuesto, los roles sexuales no logran reconocer la posibilidad de fusionar las características de razón/emoción en una persona, ya sea hombre o mujer.

Este mismo sistema de diferenciación de roles sexuales se vincula al sistema de indumentaria que surgió a partir de la Gran Renuncia del siglo XIX. En efecto, como se mencionó anteriormente, los hombres decidieron renunciar a la moda con la finalidad de ser funcionales, y responder a su rol de sujetos racionales e instrumentales. Sin embargo, la mujer se permitía el disfrute pleno de la moda por ser considerada expresiva y ornamental, de manera que respondía al rol que le atribuía la sociedad patriarcal de ser sujetos básicamente bellos y expresivos. Esto marcó características fácilmente identificables en el desarrollo de la indumentaria masculina y femenina al contrastar lo sencillo y sobrio, frente a la ornamentación y ostentación que representa lo femenino.

Volviendo a Connell (2003), este sostuvo que el uso del término *papel* o *rol* dentro de las ciencias sociales hace referencia al comportamiento social generalizado. Así, hombres y mujeres direccionan su comportamiento a responder expectativas sociales asignadas a cada sexo. Esto permite afirmar que “la masculinidad y la feminidad se entienden como roles sexuales internalizados productos del aprendizaje social o “socialización” (Connell, 2003, p. 41).

Según Gasteiz (2008), la socialización es definida como un proceso en el que se interioriza, se comprende, y se aceptan las normas y valores colectivos que rigen la convivencia dentro de una sociedad. La autora planteó que los niños y niñas son

transformados en hombres y mujeres a través del proceso de socialización que se encarga de fomentar las actitudes que se consideran adecuadas para cada sexo, o de reprimir aquellas que no se ajustan a los roles y estereotipos establecidos si es necesario. Así mismo, Marqués (1997) señaló que el proceso de socialización es “el acto de fomentar ciertas posibilidades del individuo varón y amputar o reprimir otras” (p. 20). Por lo general, se reconoce que se los reprime de los aspectos que no aportan a la búsqueda del objetivo de lograr ser sujetos importantes, plenos y exitosos frente a la sociedad.

Marqués (1997) también propuso la teoría de modelo-imagen desde el reconocimiento del género masculino como superior en sociedades patriarcales. El autor identificó que la mayoría de los sujetos reconocidos en la historia de la humanidad son efectivamente varones. Si bien, según el autor, esto responde a que la historia está escrita por hombres que omiten la participación de las mujeres en dichos procesos, se genera la construcción del modelo-imagen que identifica como figuras a seguir a otros hombres importantes dentro de la historia. Ellos son identificados como *varones exitosos* al ser reconocidos como sobresalientes en diferentes actividades.

Sin embargo, dicha relación modelo-imagen presenta cierta contradicción a partir del reconocimiento de dos de sus funciones. Si bien por un lado el varón se siente orgulloso del simple hecho de ser varón porque se da cuenta de que pertenece a un grupo importante de sujetos, al mismo tiempo, se presenta cierta angustia por la presión de llegar a ser como ellos. En otras palabras, al estar expuestos a tantos ejemplos de *varones exitosos*, surge, entonces, la presión de pensar que deben llegar a verse y actuar como ellos para alcanzar un nivel de masculinidad plena. Sin embargo, sería imposible pretender alcanzar todas las cualidades necesarias para llegar a ser considerado el hombre perfecto, por lo que se identifica una situación de

angustia plena a partir del no ser suficiente frente a los modelos de hombres reconocidos y destacados. Es claro que dicha angustia es variable en cada sujeto, y esto dependerá del contexto en el que cada varón se desenvuelva, y los modelos de masculinidad a los que haya sido expuesto a lo largo del desarrollo de su masculinidad.

2.3.Crisis en la masculinidad

No fue hasta la década de 1970 cuando, a partir de los movimientos feministas, se cuestionó y se quebró lo que hasta el momento era conocido y aceptado como los roles sexuales. Con la aparición de investigaciones y el crecimiento académico feminista, se abrieron la conversación y los cuestionamientos al modelo de masculinidad hegemónica que evidenciaban múltiples contradicciones y conflictos, y que, a su vez, perpetuaban el ejercicio de dominación y subordinación con las mujeres y otros grupos no dominantes.

A partir de los cuestionamientos e investigaciones sobre los roles de género, se pudo identificar el posible cambio en la norma, que estuvo a cargo de la misma sociedad. Sobre ello, Connell (2003) planteó lo siguiente:

La idea de que la masculinidad es la internalización del rol sexual masculino permite el cambio social, esto se refiere a que como las normas del rol son hechos sociales, pueden transformarse también a través de procesos sociales. Esto ocurriría siempre que los agentes (los medios) de la socialización, la familia, la escuela, los medios de comunicación masiva, transmitan nuevas expectativas. (p. 42)

Pizarro (2006) consideró que las atribuciones, ideas y prescripciones de género transmitidas por la sociedad orientan las emociones, sentimientos, pensamientos, percepciones, inteligencia y expresiones de las personas, y así van construyendo su identidad y personalidad. El autor también sostuvo que la imagen de masculinidad ha

sido transmitida y enseñada de generación en generación; sin embargo, con el pasar del tiempo, han surgido críticas hacia los modelos y roles masculinos tradicionales que han permitido abrir una conversación acerca de la experiencia del ser hombre en sociedades patriarcales tradicionales. A partir de ello, se identificaron que existen limitaciones en dicha experiencia.

Como mencionó Pizarro (2006), las desventajas de mantenerse en el medio tradicional masculino, y las presiones y frustraciones por no poder cumplir plenamente con las expectativas sociales de la expresión de la masculinidad han llevado a una gran cantidad de hombres a repensar la masculinidad y poderla resignificar. La masculinidad debería ser aun más diversa de lo que se viene planteando; sin embargo, resulta difícil deshacerse por completo del modelo de masculinidad hegemónica, especialmente, en sociedades patriarcales. Por esa razón, su modificación es un proceso largo pero, a la vez, claramente impulsado y promovido por la constante crítica y deconstrucción del modelo.

2.4. Masculinidades, concepto plural

Como mencionó Fuller (1998), la identidad de género se construye dentro de una multiplicidad de diferencias de edad, clase, etnicidad, etc. De este modo, la experiencia de género de un varón no se determina únicamente por su sexo, sino por el lugar que ocupa dentro de las categorías raciales, étnicas, de clase, regionales, institucionales, etc., y de la sociedad y tiempo en el que vive.

Respecto a ello, Connell (1998) sostuvo que “los estudios históricos recientes y la investigación transcultural han mostrado que las formas de masculinidad efectivamente cambian, que lo que constituye un comportamiento masculino difiere de una cultura a otra” (p. 79). Este planteamiento se refuerza con Pizarro (2006), quien destacó la importancia de tomar en cuenta las normas que cada sociedad

asigna a lo masculino en determinados contextos. Además, subrayó la idea de que las condiciones diferentes en las que cada hombre vive le van dando matices diferentes a las características de masculinidad.

Por otro lado, la autora Gasteiz (2008) resaltó la existencia de la definición cultural de masculinidad, la cual atraviesa y condiciona las diversas identidades masculinas regidas por los diferentes parámetros sobre el comportamiento, y las actitudes y expectativas de los hombres que cada sociedad maneja respectivamente. Así, afirmó que los atributos que representan de alguna manera la masculinidad y lo que se le relaciona a ella responden a construcciones sociales aprendidas y no innatas.

A partir de esto, se sostiene que no es posible la existencia de una única identidad o modelo de masculinidad invariable, ya que, al reconocer la masculinidad como construcción social y resultado de una socialización, se presentan diversos factores que afectan el proceso de construcción de la identidad masculina del individuo. El resultado es una diversidad de identidades masculinas y maneras de ser hombre que varían según la sociedad y el contexto, lo cual valida la existencia del término 'masculinidades' como concepto plural.

A partir del análisis de variada bibliografía sobre la construcción de la masculinidad en espacios y contextos variados, Connell (1998) llegó a plantear seis hipótesis que consideró importantes y que ayudaron a entender la variabilidad del término de masculinidad:

1. Múltiples manifestaciones de la masculinidad. Es posible que, en sociedades multiculturales, existan múltiples definiciones de lo que es masculinidad y de lo que representa. De la misma forma, se puede encontrar más de un tipo de masculinidad en un mismo contexto cultural. Esto se debe a que, en diferentes culturas y contextos, el género se constituye de diversas maneras.

2. Jerarquía y hegemonía. Generalmente, existe una versión dominante o hegemónica de masculinidad, que es la expresión del poder en el género. Estas diversas manifestaciones de la masculinidad se desenvuelven en relaciones sociales definidas, usualmente jerárquicas y excluyentes. Sin embargo, es probable que no sean las formas más comunes de masculinidad.

3. Masculinidades colectivas. Las diversas formas de experiencia en la masculinidad, como modelos de las prácticas de género, no son propuestas y sustentadas por individuos singulares; más bien, son apoyadas por grupos e instituciones que pueden producir o sustentar diferentes manifestaciones de masculinidad.

4. Construcción activa. La existencia de expresión de la masculinidad es nula sin contar previamente con la interacción social. Esto se debe a que la masculinidad es el resultado de la interacción de las personas, y se desarrolla a partir de los recursos y estrategias disponibles en un contexto determinado.

5. Contradicciones. La variedad de tipos de masculinidad no responde a estados estáticos u homogéneos, sino que es probable que contengan diferencias internas que se manifiestan en un estado de tensión entre prácticas y deseos contradictorios.

6. Dinámicas. Las diversas masculinidades se generan en contextos históricos específicos, lo que permite que puedan ser afectados. El poder que permite los cambios incluye las discordancias y los aspectos políticos adjuntos a las relaciones de género, sin dejar de mencionar la interacción del género con las demás fuerzas sociales.

Connell (1998) resaltó, finalmente, la importancia de considerar las conclusiones previamente planteadas, pues representan un avance en torno a la teoría de las masculinidades que intentan abordar los problemas de género a nivel mundial. Con

todo ello, queda clara la existencia de masculinidades como concepto plural y se critica la existencia del modelo único impuesto por la sociedad patriarcal tradicional.

2.5.Masculinidades en Latinoamérica

El tema de masculinidad dentro de las sociedades latinoamericanas se ha visto usualmente vinculado con el concepto de *machismo* y la identidad del *macho*. La revisión de dicho término permite comprender características sobre el ejercicio de las masculinidades en Latinoamérica. Los estudios de Gutmann (1999) plantearon el cuestionamiento sobre el origen del término. Se ubica como un vocablo dentro del folclore mexicano que hace referencia, de manera vulgar, a la virilidad u hombría grotesca.

Gutmann (1999) estudió la evolución del término y, como punto de partida, hizo referencia al proceso de construcción de la identidad nacional de México por parte del Estado durante la década de 1940. En este proceso, se presentó la imagen del guerrero revolucionario convertido en el icono de la identidad mexicana, lo que sería ampliamente difundido por el arte y los medios. Se caracterizaba por vivir en un mundo homosocial, donde las relaciones sociales solían tener una preferencia por desarrollarse entre personas del mismo sexo. Así mismo, estaba apartado del ámbito doméstico y representaba de manera extrema ciertos aspectos de masculinidad asociados a la fuerza y competencia; se validaba la idea de macho como viril, violento y arbitrario.

Por otro lado, Gutmann también hizo referencia a la rivalidad entre EE. UU. y México, cuando se usaba el término con una connotación mucho más literal por parte de los norteamericanos. El macho, en este sentido, simbolizaba al “otro”: la imagen de un guerrero de la revolución, un individuo de menor civilización a quien se le acusaba de violencia y sexualidad menos humana. Difundida esa imagen de manera

masiva, se establecieron estereotipos que no fueron cuestionados y se legitimaron; así, hasta la actualidad, se utiliza el término “macho” en diferentes idiomas para hacer referencia al varón hiperviril.

Teniendo en cuenta lo planteado, Mirandé (1997) sostuvo que tanto la experiencia histórica como la información transcultural sugieren que el machismo, y el así llamado ‘culto de la masculinidad’, podría no ser exclusivo de los hombres latinos o mexicanos. El autor presentó a algunos autores que sugieren que el machismo, y las demostraciones excesivas de masculinidad y sexualidad masculina se encuentran en todas las culturas mediterráneas.

Sobre ello, Gilmore (1994) afirmó que, en el área mediterránea, la mayor parte de los hombres se identifica por completo con una imagen de masculinidad que forma parte de su honor y reputación personales. Por otro lado, planteó que, en algunos países latinoamericanos, se ha percibido la imaginería masculina mediterránea como egoísta, perturbadora y aisladora, como una cuestión de vicio personal y un mal social dadas sus combinaciones agresivas, competitivas y sexuales.

Por su parte, Fuller (2012) propuso una crítica hacia la identificación del llamado *macho* con la masculinidad típica de América Latina, y señaló que dicho estereotipo se acepta como un hecho, lo que implica dificultades para el entendimiento pleno de las masculinidades latinoamericanas. En este sentido, con el objetivo de obtener una visión más extensa sobre el tema de masculinidades en Latinoamérica, se revisarán los aportes de los autores Valdés, Olovarría, Viveros, Fuller y Marqués plasmados en el libro *Masculinidades y equidad de género en America Latina*. Estos aportes permiten identificar ciertos patrones y características que encaminan la comprensión de los aspectos importantes sobre las masculinidades latinoamericanas.

En primer lugar, Valdés y Olovarría (1998) presentaron algunos de los resultados obtenidos de la investigación que realizaron en torno a la construcción social de la

masculinidad en Chile, en la que enfatizaron la crisis del modelo tradicional. Entre sus aportes, abordaron el desarrollo de la construcción social del “ser hombre”, y su relación con su versión hegemónica y estereotipada, además de plantear las diferencias y similitudes entre los testimonios de los entrevistados² respecto a dicho modelo.

En este punto, caben resaltar ciertos aspectos del contexto de la población chilena que los autores consideraron importantes para el estudio. Primero, destacaron su relativa homogeneidad cultural en comparación con territorios como Perú y Colombia, y la vigencia de ciertos modelos hegemónicos que se ven reproducidos de manera cotidiana desde las instituciones sociales y de herencia cultural. Por otro lado, resaltaron la repercusión de los 17 años de dictadura militar que reforzaron el sentido conservador, y los modelos de identidad basados en el honor y la patria, aspectos que se veían, de alguna manera, reflejados en las declaraciones de los entrevistados del estudio.

De los aportes conseguidos a partir de la aproximación de Valdés y Olovarría (1998), se rescata que los sujetos entrevistados lograron identificarse como hombres, en un primer momento, a partir de su sexo. Todos asumieron que eran hombres porque, efectivamente, habían nacido con el sistema reproductor masculino, lo cual permitía que se reconocan como varones y que pudieran ser diferenciados de las mujeres. Sin embargo, a partir de las relaciones sociales ejercidas con el paso del tiempo, se daban cuenta de la existencia de ciertas exigencias y *pruebas* que ponían en constante tela de juicio su masculinidad. Por otro lado, se encontró que los entrevistados concordaban con la idea de que se llegaba a la plenitud de la

² Las entrevistas fueron realizadas a la ciudad de Santiago de Chile y estuvieron dirigidas a hombres en diferentes etapas de vida de dos sectores sociales: medio alto y bajo, todos ellos con hijos y emparejados.

masculinidad durante la adultez, es decir, después de haber superado los diversos desafíos que demuestran la pertenencia a su determinado género.

En esta misma línea, se subrayaron una serie de atributos sobre el modelo de ser hombre a partir de los testimonios registrados, lo que permitió una vista general del pensamiento sobre la masculinidad de la sociedad chilena reflejada en la muestra entrevistada: “Ser hombre es ser activo y da derechos. El hombre es la ley en su casa: su mujer e hijos le deben obediencia, es el jefe del hogar, el proveedor, el responsable de su familia y de quienes están a su cargo” (Valdés y Olovarría, 1998, p. 14). Esta premisa evidencia claramente el pensamiento patriarcal machista bastante presente en las sociedades latinoamericanas. Así, se ubica al hombre como sujeto superior dentro del hogar, y se le atribuye la responsabilidad de protector y proveedor.

“El hombre es una persona autónoma, libre, que trata de igual a igual a los otros hombres, que no debe disminuirse. Debe dar siempre la sensación de estar seguro, de saber lo que hace” (Valdés y Olovarría, 1998, p. 14). De lo propuesto, se entiende que los entrevistados reconocían el ser hombre como sinónimo de libertad; de ello, se infiere que se consideraban lo suficientemente capaces para cuidar de sí mismos y no depender de nadie, además de igual importantes que otros hombres, por lo que la interacción con otros sería horizontal.

Por otro lado, se hace referencia al rechazo emocional que propone la masculinidad hegemónica tradicional: “El varón debe ser fuerte, no tener miedo, no expresar sus emociones ni llorar, salvo en situaciones en que el hecho de hacerlo reafirme su hombría” (Valdés y Olovarría, 1998, p. 14). Este aporte evidencia la represión emocional que sufren los hombres en orden de responder a su rol de sujetos firmes, fuertes y valientes que no se amilanan fácilmente.

Del mismo modo, se continúa evidenciando el pensamiento machista patriarcal que responde a los roles sexuales: “El hombre es de la calle, del trabajo; ese es su lugar, le aburre la casa; la mujer es de la casa, no hace lo que es de responsabilidad de la mujer. La mujer complementa al hombre” (Valdés y Olovarría, 1998, p. 15). Dichos roles sexuales alinean a hombres y mujeres a tareas específicas a partir del simple reconocimiento de su sexo y niegan la posibilidad de compartir los mencionados sin feminizar al hombre o masculinizar a la mujer.

Por último, se plantea que "los hombres son heterosexuales, les gustan las mujeres, las desean; deben conquistarlas para poseerlas y penetrarlas (...). El hombre se empareja con la mujer, es padre y tiene familia” (Valdés y Olovarría, 1998, p.15). Este último atributo continúa evidenciando el pensamiento machista heteropatriarcal que ubica las relaciones heterosexuales como únicas válidas dentro del ejercicio de la masculinidad. Los entrevistados consideraron el estar emparejados con una mujer como una evidencia y reafirmación de su condición de hombres.

Es interesante cómo el testimonio de una muestra de la población puede reflejar el pensamiento convencional de una sociedad, lo que permite una visión del ejercicio de la masculinidad en sociedades latinoamericanas con respecto a la construcción social del “ser hombre”, y su relación con la versión hegemónica y estereotipada de ella.

Cabe recalcar que los autores clasificaron a los entrevistados a partir de su edad y sector social. Si bien los testimonios del conjunto de entrevistados plantearon un discurso alineado a la imagen de masculinidad hegemónica, se identificaron ciertos lineamientos particulares de cada grupo. El conjunto que pertenecía al sector social medio alto presentaba una fijación mayor con respecto al éxito y al hecho de ser un varón activo, mientras que los que pertenecían a sectores populares hacían un mayor énfasis en su posición como autoridades dentro del hogar y su rol de proveedores.

En segundo lugar, Viveros (1998) se planteó como objetivo el estudio de las identidades masculinas en el contexto colombiano. La autora investigó las identidades masculinas de los varones de dos sectores y contextos diferentes en dos ciudades intermedias colombianas, Quibdó y Armenia. Los aportes de la investigación partieron de la siguiente premisa:

La masculinidad no es un atributo innato, ni esencial, ni responde a un significado único. Por el contrario, se busca mostrar que la masculinidad es una categoría relacional, describe un proceso histórico tanto colectivo como individual, y cuenta con un significado maleable y cambiante. (Viveros, 1998, p. 38).

Con ello, la autora sugirió una relación entre la interacción social con la construcción y el desarrollo de la masculinidad. Al mismo tiempo, rescató la idea de que “la adquisición de la identidad masculina en las sociedades modernas supone una serie de dificultades que ha sido denominada crisis de masculinidad” (Viveros, 1998 p. 39). Un interesante resultado del estudio fue la afirmación de que “el hombre debe ser capaz de conquistar sexualmente las mujeres” (Viveros, 1998 p. 39). Este aspecto pone en evidencia el poder y reconocimiento de la sexualidad activa como ejercicio de masculinidad, presentes en el imaginario de la población estudiada.

Otro resultado del estudio mencionado plantea la relación entre masculinidad y responsabilidad. En efecto, Viveros (1998) encontró que el hombre debe desempeñarse responsablemente tanto en el trabajo como en el hogar, y demostrar su posición de proveedor ante la sociedad, su mujer y sus hijos. Adicionalmente, se planteó la presencia de atributos como el sacrificio, la lealtad y solidaridad con y para sus pares; se proyecta, así, el logro de una masculinidad sólida a partir de la fusión de estos aspectos.

Otro aspecto interesante por resaltar es lo que mencionó la autora sobre la crisis de masculinidad en América Latina. En este sentido, el sistema de género muta y se va construyendo alineado a los cambios en la sociedad. Esto evidencia su relación directa con ella:

Esta crisis (...) puede relacionarse con importantes transformaciones sociales, económicas e ideológicas, entre las cuales vale la pena destacar el acceso de las mujeres a niveles de educación cada vez mayores y los nuevos patrones de inserción laboral de las mujeres y sus múltiples efectos sobre la reorganización de la vida cotidiana los roles sexuales y dinámicas tradicionales de la familia. (Viveros, 1998, p. 39)

Asimismo, teniendo en cuenta lo propuesto acerca de la crisis de masculinidad en América latina, Fuller (1998), desde su análisis de las representaciones de masculinidad características de la cultura urbana de los sectores medios y populares del Perú, planteó sus aportes a partir de la siguiente problemática:

(...) cómo esta población reafirma o reproduce su identidad de género en un contexto en el que a pesar de que los varones mantienen el monopolio de la vida política y económica del país y autoridad dentro de la familia algunas cualidades y roles tradicionalmente adscritos a ellos han perdido legitimidad debido a la democratización de los valores a cambios en la estructura familiar y en el estatus de la mujer y la emergencia de nuevos discursos acerca de la masculinidad y de las relaciones de género. (Fuller, 1998, p. 56)

Fuller (1998) dirigió la investigación a un grupo de varones, jóvenes y adultos de distintos sectores, todos ellos de origen urbano, y ubicados en las regiones del país de Lima, Cusco e Iquitos. Los primeros aportes identificados a partir del estudio sugirieron que las poblaciones estudiadas compartían una definición general del

término 'masculino' contenida en tres diferentes configuraciones: la natural, la exterior y la doméstica.

Se describió el aspecto natural haciendo referencia a los órganos sexuales y a la fuerza física como núcleo de lo masculino debido a su "naturalidad" y carácter innato. Este aspecto resalta los rasgos físicos y biológicos que identifican al sujeto como varón, y propone el inicio de la construcción de la identidad masculina. Respecto a la configuración exterior, se identificó una relación directa a la virilidad, la cual representa la dimensión no domesticable de la masculinidad, donde el posible control sobre ello puede significar el riesgo de ser emasculado o convertido en femenino. Por último, el aspecto doméstico hace referencia a un proceso de posible madurez, en el que se presenta la idea de alejar gradualmente los ideales viriles, no domesticables, e ingresar al periodo adulto en el que "dejan de ser *machos* para convertirse en hombres" (Fuller, 1998, p. 60). En este aspecto, es importante enfatizar la relación de la masculinidad con el rol de sujeto responsable que tiene la tarea de proveer a su familia y producir un ambiente seguro para ella.

Una vez identificadas las configuraciones como espacios de desarrollo de la masculinidad, el estudio de Fuller (1998) planteó y resaltó la oposición existente entre el espacio exterior y el espacio doméstico mediante la exposición de las diferencias entre los comportamientos y discursos presentes en cada uno. Por un lado, el espacio doméstico permite y promueve la relación conyugal y la complementariedad que esta demanda, mientras que el espacio exterior identifica y promueve la autonomía masculina, el monopolio del mundo externo, la solidaridad entre varones y la hostilidad intergénero.

Otro aporte interesante por señalar de la investigación mencionada es la diferencia de discursos a partir del nivel de madurez del varón. En este sentido, los jóvenes manifiestan una mayor fijación sobre la competencia entre varones, por lo

que es más importante ubicarse en el espacio masculino y reafirmar su virilidad. Por otro lado, los adultos presentan una fijación mayor sobre sus roles dentro del plano doméstico como padres, y sobre el trabajo que les permita proveer y proteger a su familia.

Finalmente, Mirandé (1997) ofreció la conclusión de que los hombres latinos no construyen una masa homogénea, monolítica e invariable, como se había descrito en el modelo tradicional. Esto sugiere que no hay un modo masculino, sino una variedad de modalidades y masculinidades que no solo son diferentes, sino con frecuencia contradictorias entre ellas.



3. Indumentaria, poder y género

3.1. Hombre, moda y poder

La indumentaria cumple un rol importante en la sociedad porque permite distinguir al sujeto y vincularlo con sus determinados grupos, ya sea de género, cultura o clase social: “Uno de los principios subyacentes que han definido la ropa de hombre a través de las épocas es la capacidad del traje para comunicar quién se es en términos de género, estatus social y cultura” (Hopkins, 2011, p. 17).

El rol de la indumentaria, como distintivo, tiene origen en el desarrollo de las civilizaciones de la Antigüedad. Desde Roma y Grecia, ya era posible identificar ciertas variaciones en la indumentaria que cumplían el objetivo de distinguir a los sujetos. Como sostuvo Hopkins (2011), si bien los primeros trajes de los hombres de estas civilizaciones presentaban características poco distinguibles, existieron pequeñas diferencias que desarrollaron el principio de distinción:

Los drapeados, los dobleces y las formas plisadas del traje griego masculino son, generalmente, más artísticas y estéticas que los del traje romano. Los griegos tenían un enfoque relajado hacia la desnudez y hacia el cuerpo masculino. (...) La disposición del pelo, incluyendo el pelo facial, era otro importante indicador del estatus y la posición de un hombre en la sociedad. (Hopkins, 2011, p.17)

Posteriormente, otro aspecto importante de la historia de la indumentaria relacionada con el poder reflejado en el estatus social de los hombres fue la imposición y el impacto de las llamadas *Leyes Suntuarias* en la sociedad. Se conoce que la introducción de dichas leyes tuvo origen en la Edad Media y su vigencia se extendió hasta el S. XVII; su objetivo era mantener y reforzar las distinciones de clase y de riqueza. “Estas leyes prescribían y reforzaban las jerarquías sociales, y daban cuenta de la moralidad a través de restricciones en la indumentaria, la decoración y los gastos lujosos” (Hopkins, 2011, p. 17).

De la misma forma, el autor planteó el desarrollo de dichas leyes con un impacto importante en el Imperio Bizantino, cuando el Estado se encargaba de controlar las importaciones y regulaba la producción doméstica a través de los gremios. Las Leyes tuvieron fuerte influencia en Inglaterra durante el reinado de Enrique VIII, quien propuso un estándar de indumentaria para su corte real. Se considera que obtuvo tal presencia, pues buscaba compararse y competir con Francia y el Sacro Imperio Romano, los dos principales poderes europeos del momento. La competencia tuvo como efecto el famoso encuentro llamado *Campo de la tela de oro*³, donde Enrique VIII y Francisco I de Francia llevaron a cabo una de las más ostentosas exhibiciones de riqueza.

Posteriormente, la reina Isabel I de Inglaterra se involucró al proponer una serie de leyes que incluían la prohibición para el hombre de la adquisición de “cualquier seda de color púrpura, vestuario tejido con oro o piel de marta cibelina a excepciones del rey” (Hopkins, 2011, p. 20) y su círculo familiar. Estas excepciones tan específicas representaron una prioridad para las cortes reales de Europa y mantuvieron su vigencia gracias a los gremios.

Sin embargo, como ha sostenido Flugel (2020), las clases sociales altas, por su parte, no deseaban naturalmente abandonar los signos de su superioridad. Por esa razón, se propuso que mantengan sus diferencias sartoriales de dos formas: la primera, nuevamente, mediante leyes suntuarias que prohibieran a otros el uso de sus propias prendas especiales; la segunda, dejando de lado las prendas que corrían el riesgo de perder su valor distintivo de superioridad debido a la constante copia y cambio en el vestido que buscara distinción. Sobre ello, Flugel comentó que “dado que el método de las leyes suntuarias, aunque se ha intentado a menudo, casi nunca

³ Encuentro diplomático celebrado en 1520 entre el rey Francisco I de Francia y el rey Enrique VIII de Inglaterra en los prados del territorio francés ubicados entre Guines y Ardres

o nunca resulta efectivo, tarde o temprano se recurre al segundo método. Y así nació la moda.” (p.124)

Como se mencionó en un inicio, y como también planteó Flugel (2020), una de las funciones principales del vestido ornamental era evidenciar las diferencias de rango y de riqueza que, en los siglos XV, XVI y XVII, la aristocracia había intentado preservar a través de las leyes suntuarias. Sin embargo, este fin ostentoso y las diferencias de clases que se generaban a partir de este, representaban los principales aspectos que los cambios de la Revolución francesa intentaban abolir con su mundialmente difundido lema de “Libertad, Igualdad y Fraternidad”,

La vigencia de este tipo de leyes tuvo lugar aproximadamente hasta el siglo XIX, cuando, a partir de la Gran Renuncia, los ideales sociales cambiaron como consecuencia de la Revolución francesa. Este periodo socavó las bases del sistema monárquico e impulsó un nuevo régimen en el que la burguesía, en ocasiones con apoyo de las masas populares, adquirió la fuerza política dominante. Con este gran cambio social, las demandas con respecto a indumentaria masculina se alejaron de la ornamentación ostentosa, y se inclinaron por la simpleza, austeridad y practicidad que respondieran a los nuevos ideales de la Revolución.

3.2. La Gran Renuncia

Una característica importante de la indumentaria es que ha permitido, históricamente, ubicar a los individuos dentro de contextos marcados por connotaciones específicas de género, etnia, clase y edad. De la misma manera, ha logrado su ubicación dentro de un marco de tiempo particular, que permite registrar e identificar sucesos dentro de la historia universal a partir de los cambios en la indumentaria, el surgimiento de la moda y los cambios aun más dinámicos que surgieron con ella.

Uno de estos tantos cambios y sucesos importantes para la historia del vestido es conocido como “La Gran Renuncia”, planteada por Lipovetsky (1990), o “La Gran Renuncia Masculina”, planteada por Flugel (2020). Este es el suceso durante el cual el hombre decidió renunciar a la moda con el fin de ser útil, alcanzar el éxito y, por ende, ubicarse sobre posiciones de poder que reafirmaran su condición de hombre dentro de la sociedad. El contexto de este evento estuvo marcado por un periodo postrevolución durante el siglo XIX. Sus causas principales fueron de naturaleza política y social, y estuvieron relacionadas con la gran conmoción de la Revolución francesa.

Hasta ese entonces, hombres y mujeres compartían las fantasías y frivolidades de la moda desde el siglo XIV al XVIII, como mencionó Lipovetsky (1990); el capricho y el artificio se impusieron de forma idéntica tanto para hombres como para mujeres. Si bien existían diferencias para distinguir la apariencia de los géneros, lo novedoso, la extravagancia, la teatralidad y lujo eran aspectos en los que ambos competían; en muchos casos, predominó la moda masculina en términos de novedad, ornamentación y dramatismo.

La indumentaria, durante el periodo mencionado, presentaba como objetivo enfatizar la distinción de jerarquías que, como mencionó Flugel (2020), la aristocracia había querido mantener durante los siglos XV, XVI y XVII a través de las leyes suntuarias. Sin embargo, para el siglo XIX, con un contexto marcado por el fin de la Revolución francesa, se rechazaron las tan marcadas distinciones entre pobres y ricos, debido a que contradecían los ideales propuestos por la Revolución, difundidos bajo el lema de “libertad, igualdad y fraternidad”.

Como sostuvo Lipovetsky (1990), “La gran renuncia masculina”, y su íntima relación con la aparición del mundo democrático y burgués es una representación de la instauración de la ideología burguesa como la ética del ahorro, del mérito y del

trabajo de dicha clase. Desde esa perspectiva, el frívolo atuendo de la aristocracia, símbolo de fiesta y pompa, fue sustituido por un tipo de indumentaria capaz de expresar los nuevos ideales de la sociedad: la igualdad, la economía y el esfuerzo.

Flugel (2020), asimismo, sostuvo que existieron dos razones principales por las cuales la indumentaria masculina tuvo que verse simplificada. La primera fue la fraternidad surgida como ideal de la Revolución; como ya se mencionó, la indumentaria ostentosa y ornamental propia de monarquía ya no podía cumplir un papel protagonista como distintivo de jerarquía, riqueza y rango entre los hombres. Por esa razón, se apuntó a una mayor uniformidad en términos de apariencias, con el objetivo de representar una sociedad mucho más humana, que no distinguiera a los ricos de los pobres, o a los poderosos de los humildes.

La segunda razón mencionada por el autor es el cambio de perspectiva de la sociedad respecto al trabajo. Otro efecto del cambio de ideales de la Revolución fue que el trabajo adquirió una denotación respetable; por ende, las actividades más importantes del hombre ya no se desarrollaban en el salón, donde la vestimenta ostentosa tenía protagonismo, sino en el taller, el despacho, la oficina, lugares que habían sido relacionados por una larga tradición con un tipo de vestimenta relativamente sencilla.

Sobre ello, Lipovetsky (1990) mencionó lo siguiente:

La moda masculina se eclipsa ante la de la mujer. Los nuevos cánones de elegancia masculina, la discreción, la sobriedad, el rechazo de los colores y de la ornamentación, hará a partir de entonces de la moda y sus artificios una prerrogativa femenina. (p.39)

Así, se despojó a los hombres del dramatismo, fantasía y del brillo de los artificios de la moda para dejarla completamente a disposición de las mujeres, las que

quedaron desde ese entonces a cargo total del privilegio de ser las únicas poseedoras de la belleza y de la fantasía de la moda.

3.3.Hombre y moda, hoy

La *moda*, según Lipovetsky (1990), existe como un efecto que no se puede separar del nacimiento del mundo moderno occidental. No se puede hablar de moda sin contemplar su esencia cambiante y efímera. Se trata de “una cadena ininterrumpida y homogénea de variaciones, marcada a intervalos más o menos regulares, por innovaciones de mayor o menor alcance” (p.25). La moda es un sistema que existe a partir de la valoración y el reconocimiento del cambio. A partir de ello, se reconoce así:

Una sociedad hiper-conservadora como lo fue la primitiva, prohíbe la aparición de la moda porque ésta es inseparable de una relativa descalificación del pasado: no hay moda sin prestigio y superioridad atribuidos a los nuevos modelos y, por tanto, sin cierto menosprecio por el orden antiguo. (Lipovetsky, 1990, p. 27)

En esta línea, el autor ubica el surgimiento de la moda, en sentido estricto, apenas a mediados del siglo XIV, a partir de la aparición de un tipo de vestido totalmente novedoso que se impuso diferenciado solo debido al sexo: “corto y ajustado para el hombre, largo y envolviendo el cuerpo para la mujer” (p. 30). Se enfatizó, de esta manera, la diferenciación de lo masculino con lo femenino.

En esta línea, Hopkins (2012) planteó lo siguiente:

Los modelos de la ropa para hombre y para mujer se han diferenciado históricamente a través de la continua revaluación de la línea, las proporciones y la silueta. Además de resaltar el papel de la moda en reforzar el rol de los géneros y de los estereotipos sociales que han sido bien documentado a lo largo de los siglos. (p. 34)

Por su parte, Flugel (2020) señaló:

La estética experimental no se ha tocado todavía en el campo de la vestimenta, excepto de un modo azaroso y asistemático. Hay aquí lugar para gran cantidad de interesantes investigaciones que apuntarían en última instancia a la formulación de leyes generales concernientes a las formas, colores y estilos más agradables que convengan a los complejos aspectos fisiológico, anatómico y psicológico de las personalidades individuales. (p. 19)

La causa de esta limitación en la experimentación, esencialmente en la indumentaria masculina, se ha identificado como una de las consecuencias de la Gran Renuncia. Los hombres burgueses decidieron renunciar a la fantasía y los artificios de la moda para no tener distracciones mayores a la de su rol de alcanzar el poder y el éxito. Esto respondía a las demandas del ser hombre dentro de sociedades patriarcales tradicionales.

Por otro lado, un aspecto bastante característico de la ropa de hombre es el uso de la sastrería tradicional. Se puede sostener que no necesariamente se considera como moda masculina, debido a que responde a una tradición y no son muchos los cambios que la han afectado; sin embargo, se trata de un tipo de indumentaria que se ha mantenido por muchos años y que, hasta el día de hoy, forma parte del armario masculino.

Los orígenes del traje de tres piezas, considerado como moderno según Hopkins (2012), remontan a mediados del siglo XVII con la introducción de la casaca masculina. Este nuevo modelo de ajuste largo se llevaba a juego con un chaleco, el cual el rey Carlos II de Inglaterra adoptó con entusiasmo. En un principio, la mencionada casaca sufrió múltiples variaciones. Sin embargo, Hopkins (2012) comentó que, hacia el siglo XIX, la aceptada combinación de chaqueta, chaleco y pantalones formó la base de una forma de traje para hombre. Si bien los tejidos

variaban en función a la ocasión o el momento del día, el hecho de combinar una chaqueta y unos pantalones del mismo tejido ya era considerado “traje”, como hoy en día.

Muchas de las prendas que se desprenden del origen del traje tradicional se mantienen hasta la actualidad como parte del guardarropa masculino. Si bien se identificaron ciertas diferencias de detalles entre la sastrería británica, italiana y estadounidense, todas ellas comparten la misma esencia caracterizada por la elegancia, sobriedad, funcionalidad y limpieza característica del trabajo de sastrería, a tal punto de ser considerado, hasta el día de hoy, como el tipo de indumentaria más elegante que un hombre puede vestir.

Continuando con la cronología, la indumentaria masculina moderna, como lo planteó Hopkins (2011), presenció, a lo largo del siglo XX, el aumento del consumismo y de la cultura popular.

Esta época vivió también una relajación gradual de algunos de los “antiguos” roles de la indumentaria que habían definido y contenido la ropa de hombre a largo de los siglos anteriores. El ímpetu por el cambio a menudo venía definido por las actividades deportivas y de ocio, así como por los gustos musicales que progresivamente se hacían llegar a un público cada vez más amplio. (p. 37)

De lo planteado por el autor, se extrae que la moda masculina se ha desarrollado usualmente a partir de necesidades prácticas, como el deporte y el ocio, y que ha mantenido su funcionalidad como característica principal de la ropa de hombre. La indumentaria y moda masculina contemporánea cargan ciertos principios de funcionalidad, simpleza, practicidad y sobriedad como consecuencia de la Gran Renuncia, la cual, hasta el día de hoy, rige el diseño de moda e indumentaria masculina, y responde a los lineamientos de la masculinidad hegemónica.

4. Análisis formal

Una vez desarrollada la base académica en el marco teórico, en este capítulo, se procede a precisar y analizar todo aquello que compone la creación de la colección de moda masculina planteada como el proyecto creativo de la investigación. Para ello, se inicia detallando el perfil de usuario con la finalidad de transmitir una idea de a quién va dirigida la propuesta; posteriormente, se procede con la descripción del concepto de colección, el cual servirá de fundamento para la elección y aplicación de los recursos de diseño que dan pie al diseño de las tenidas; finalmente, se desarrolla el análisis sobre la elección de dichos recursos, y se presenta la propuesta final de colección que responde al tema de investigación.

4.1. Perfil de usuario

Si bien el objetivo del proyecto no es netamente comercial, se aterrizan una serie de características que describen el perfil de los posibles sujetos que estarían interesados en la propuesta creativa.

El tentativo público objetivo de la colección está conformado por hombres rebeldes con un ánimo genuino por romper las reglas que impone la sociedad tradicional. Se trata de hombres movidos por los cuestionamientos sobre los roles de género que sientan una atracción por la labor de borrar las líneas que separan y oponen tanto lo femenino con lo masculino. Se trata de un sujeto de género masculino de entre 18 y 40 años, ciudadano, que se desenvuelve dentro del contexto de una sociedad patriarcal, capaz de identificar las limitaciones que conlleva vivir en ella, y así tener una motivación para criticarla y empezar a deconstruirla. Es un hombre con estudios superiores y un trabajo estable que le permita adquirir prendas de diseñador por temporada, que busque expresar su ánimo rebelde y obstinado al momento de vestir. Es alguien muy respetuoso con la sociedad, bien informado y con

juicio crítico, interesado en el arte y el diseño, y con ánimos de expresar sus intereses con la sociedad. E un hombre que no se deje llevar por *el qué dirán*, dispuesto a generar controversia con sus acciones sin miedo a ser considerado extraño por mostrarse diferente de los demás, y dispuesto a incentivar a que los demás también tengan la capacidad de mostrarse diferentes y orgullosos de sí mismos.

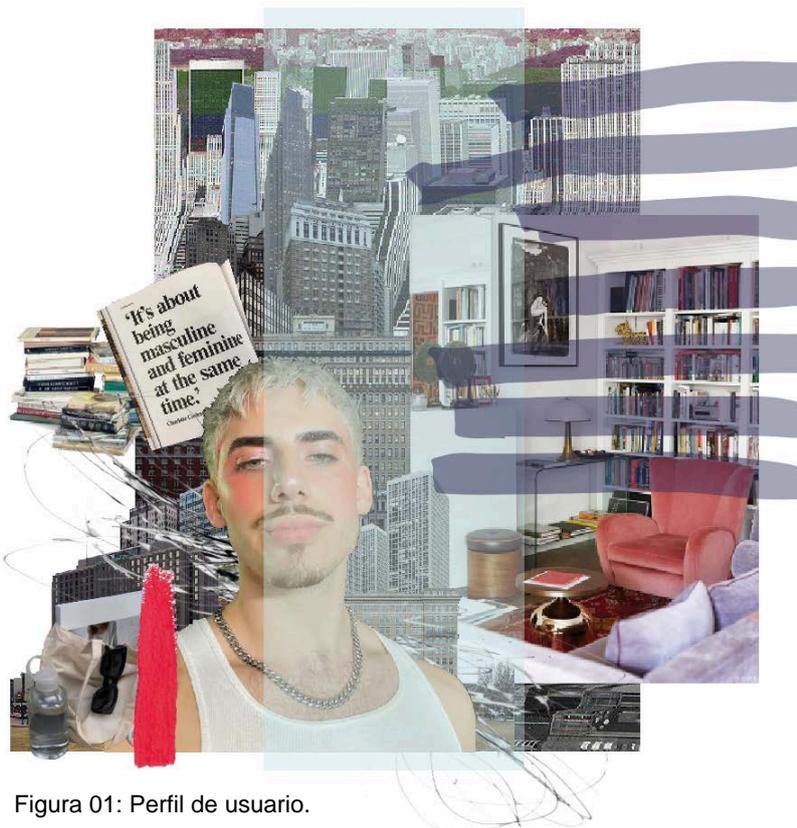


Figura 01: Perfil de usuario.

Las características mencionadas enmarcan el posible perfil de usuario (Figura 01) que estaría interesado en la colección trabajada. Sin embargo, al tratarse de sujetos que se desenvuelven dentro de sociedades tradicionales, se corre el riesgo de que el número de hombres que respondan a las características descritas sea limitado. Por ello, se ha tomado la decisión de no apuntar a un objetivo comercial, sino a la difusión del proyecto con el objetivo de invitar a la crítica sobre la masculinidad hegemónica y, así, contribuir a su progresiva deconstrucción. La mencionada difusión podría tomar lugar en galerías a través de muestras temporales, donde las tenidas puedan ser exhibidas con el objetivo de llevar el mensaje a la

sociedad. De esta manera, se podría abrir la discusión sobre lo que representa lo hegemónico de la masculinidad, y las limitaciones que se desprenden del modelo normativo.

4.2. Conceptualización

La conceptualización de la propuesta de colección toma como base la investigación académica que se desarrolla en el marco teórico. Esto permite la precisión de la premisa bajo la cual se alinearán las decisiones tomadas con respecto al diseño de la colección de moda.

El concepto de la colección se plantea como *representaciones marginales de masculinidad, como resistencia al modelo normativo*, y hace referencia a la intención de la investigación, que es el criticar la masculinidad hegemónica a través del diseño. El concepto se ubica dentro de un contexto de sociedad patriarcal donde la moda responde a estéticas burguesas-decimonónicas que imponen una representación masculina que se erige en norma y se convierte en hegemónica. Son dichas representaciones sobre lo hegemónico de la masculinidad las que se buscan contradecir desde el diseño. Por ello, se aborda el concepto de la colección desde lo marginal para responder a dicha contradicción.

Una vez planteado el concepto, se procede a la traducción visual del mismo a través del *moodboard* general de la colección (Figura 02). Para ello, se toman en cuenta los aportes desarrollados en el marco teórico sobre la Gran Renuncia del siglo XIX, lo cual permite identificar las características de las representaciones hegemónicas de masculinidad respecto a la moda. Dichas características permiten que se aterrice la representación del modelo de hombre normativo, el cual se caracteriza por el uso de prendas discretas, relativamente sencillas, con un rechazo a los colores brillantes y a la ornamentación. En este sentido, se hace referencia a la



Figura 02: Moodboard general

masculinidad hegemónica en el *moodboard* (Figura 02) mediante los personajes vestidos de traje en colores sobrios. Estos se ubican sobre composiciones lineales y recortadas que pretenden hacer referencia al molde impuesto por la sociedad patriarcal sobre el desarrollo de la masculinidad, aspecto sumamente parametrado que *recorta* a los hombres para hacerlos encajar.

Continuando con el análisis de la exploración visual del concepto, se aterriza la paleta de colores de la colección (Figura 03). Se trata de una serie de colores saturados que se eligen principalmente con el objetivo de contradecir la sobriedad y el rechazo a los colores que representan lo hegemónico de la masculinidad. Se hace la selección de una serie 6 colores que comprenden las tonalidades de rojo/fucsia, naranja, celeste, turquesa, morado y negro.

Por último, el personaje de mayor tamaño, que se encuentra ubicado a la derecha de la composición (figura 02), pretende personificar la fusión entre lo masculino y lo femenino. Dicha fusión se expresa a través de la indumentaria que viste el personaje, donde se observa el uso de una prenda femenina, *el corset*, y una

masculina, el traje. Sin embargo, el último diseño es propuesto en un color vibrante y saturado que contradice la austeridad que caracteriza a la moda masculina tradicional.

Se hace referencia, del mismo modo, a los espacios violentos a los que son expuestos los hombres con cierta afinidad por lo femenino y que la expresan. Dichos espacios violentos se representan mediante la actitud retadora y las marcas de golpes que se pueden observar sobre el rostro del personaje.

4.3. Recursos de diseño

Para la toma de decisiones sobre los recursos de diseño empleados en el desarrollo de la propuesta creativa, se revisó nuevamente la intención del proyecto, la cual busca expresar resistencia a la masculinidad hegemónica desde el diseño de modas. Para ello, se aterrizaron tres recursos de diseño principales a explorar: el color, la materialidad y las siluetas desde la sastrería, la fantasía y la desnudez. Estos recursos tienen como objetivo fusionar elementos relacionados con lo femenino y masculino con el fin de crear *looks* que no respondan a las representaciones hegemónicas de la masculinidad.

Con esto en mente, se hace la exploración de dichos recursos y se propone un método de relación entre cada uno de ellos que se ejecutó de la siguiente manera. Si se exploró el color alineado a la expresión femenina, se trataron de mantener algunas siluetas y materialidades masculinas para sostener un nexo que permitiera leer la colección aún como masculina. Del mismo modo, si se exploraron siluetas identificadas como femeninas, se trata de mantener cierta materialidad y elección de colores aún relacionados a lo masculino. Por último, si se exploró la materialidad, proponiendo telas relacionadas a la feminidad, se mantuvieron siluetas y colores identificados como masculinos. Mezclar y combinar se presenta como un método que

permite que el proceso de diseño siga un rumbo determinado y que responda al concepto de la colección.

4.3.1. Color

Para el aterrizaje de la paleta de colores, se tomó como premisa base el contradecir la sobriedad característica de la moda masculina convencional. En ese sentido, se decidieron aterrizar una serie de seis colores (Figura 03) saturados y contrastantes entre sí.

La elección de las tonalidades del rojo/fucsia y el turquesa se fundamentan a partir de la relación convencional que hace la sociedad tradicional de los rojos-rosados con lo femenino, y de los azules turquesa con lo masculino. Se utiliza esta premisa de manera irónica para representar el binarismo de género que rige la sociedad tradicional; al mismo tiempo, se propone el color morado como tonalidad que fusiona los rojos y azules, que representa la fusión entre lo masculino y femenino. Esto se expone como el quiebre de la norma, que sostiene que lo femenino y masculino no se puede mezclar.

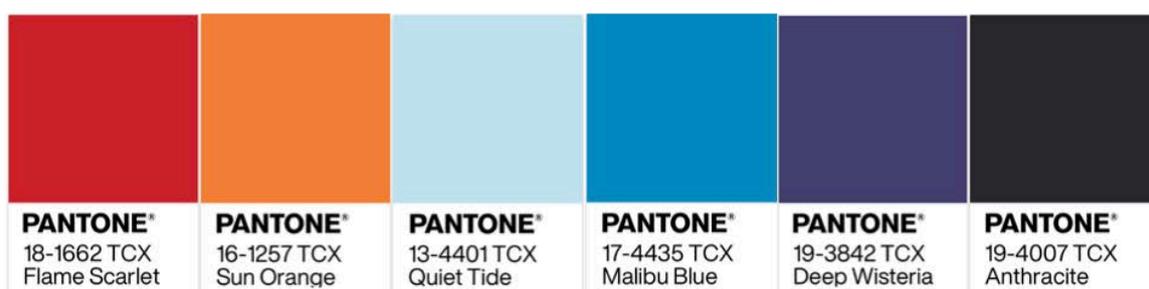


Figura 03: Paleta de colores.

4.3.2. Siluetas

Para el aterrizaje de las siluetas que componen las tenidas de la colección, se hace un repaso del concepto. Para lograr la representación de masculinidades

marginales como resistencia a la norma, se decide abordar la resistencia mencionada a través de la incorporación de siluetas y formas identificadas como femeninas sobre piezas que puedan ser identificadas fácilmente como masculinas.

Para ello, se toma de base la *linealidad* como elemento que representa lo masculino, ya que, como plantea Hopkins (2012), mientras las líneas curvas se consideran femeninas y están usualmente asociadas a la ropa de mujer, las líneas angulares, por contraste, son las más usadas en la indumentaria masculina. Así, se busca realzar la apariencia varonil del sujeto, mucho más cuadrada y recta. El mismo autor sostuvo que las proporciones masculinas suelen hacer énfasis en el pecho y los hombros (*Figura 04*), aspecto que representa una característica bastante repetitiva en el desarrollo del diseño de indumentaria masculino.

Para abordar la intención de proponer la linealidad como elemento base que representa lo masculino, se propone el uso de las siluetas propias de la sastrería. Esta decisión es tomada tanto por el proceso de construcción sumamente parametrado que responde a la característica de linealidad, como también por el acabado limpio y angular que se logra. Este recurso se propone con el objetivo de

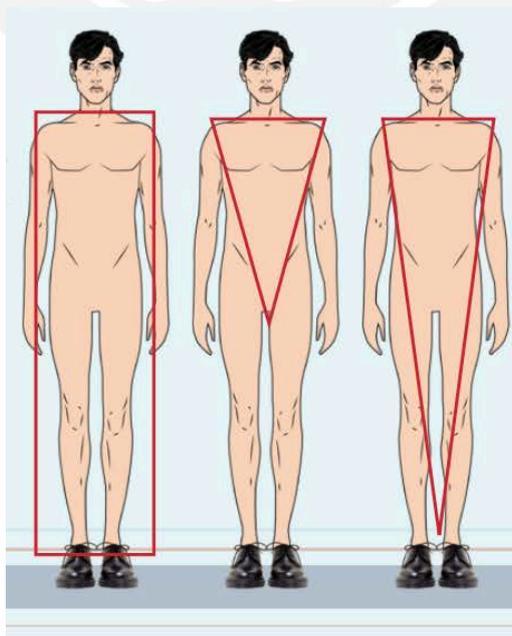


Figura 04: Ángulos masculinos.

lograr ubicar como base elementos fácilmente identificables como masculinos, los cuales se verán afectados a través de la incorporación del color, gráfica, materialidad y fantasía femenina para representar lo NO-hegemónico de la masculinidad.

El recurso de la sastrería, como se mencionó previamente, se presenta como elemento que mantiene la conexión directa a la masculinidad hegemónica. Las siluetas propias de la sastrería representan la norma, la tradición tan parametrada y estructurada. Se representa al hombre hegemónico como el sujeto que viste de traje, pieza que expresa poder, ya que las personas que usualmente lo visten son hombres con cargos importantes que demandan cierta distinción en sus lugares de trabajo.

Para la traducción visual de las características que representan lo hegemónico de la masculinidad, se realiza una exploración visual a través de la herramienta del collage (figura 05), donde se recopilan imágenes de hombres en trajes de sastrería. Esto permite aterrizar una visión general de la representación convencional y



Figura 05: El poder en el traje.

hegemónica del hombre, con el fin de contradecirla y alejarla de dicho modelo al desarrollar los diseños de la colección.

Las características que se desprenden del análisis visual que describen la representación hegemónica del hombre son la uniformidad que se genera al vestir todos una misma silueta, el rechazo a los colores saturados y el contraste de los mismos; el uso de camisas claras y corbatas oscuras como complementos clave; y el entalle correcto y la elección de materialidad que presenta una limitada exploración de patrones.

Al mismo tiempo, se identifica una vez más la linealidad (Figura 05) como elemento clave en la composición de la indumentaria masculina. Se reconoce tanto en la gráfica de los patrones de las telas, como en los cortes rectos de las piezas que conforman el traje y en el ángulo de los hombros provocado por el empleo de hombreras. El reconocimiento de este recurso de diseño es clave, debido a que una vez identificado es posible alterarlo o contradecirlo.

Ya planteado el fundamento sobre la elección de las siluetas propias de la sastrería como uno de los recursos de diseño que compone la propuesta creativa, se procede al análisis de tres *looks* de la colección con el objetivo de comprender de qué manera se aborda el acto de resistencia a través de la fusión de los diferentes recursos de diseño empleados.

Para el *look* 01 (figura 06), se propone un conjunto sastre compuesto por un saco sin mangas de espalda descubierta y unos pantalones cortos. En este caso, se representa el quiebre en la *norma* a través de la serie de decisiones que hacen que la propuesta de traje no sea convencional. Esta serie de decisiones hacen referencia a la elección del largo del short, la espalda descubierta y el evitar el uso de mangas. Esto, sumado al contraste de color, el contraste de gráficas y la aplicación de



Figura 06: Look 01

hombros en la camisa, hace que la propuesta logre alejarse de la convencionalidad masculina desde la base de la sastrería.

La propuesta de traje en el *look 04* (figura 07) se aborda de una manera distinta. Se puede observar que se trabaja sobre un tipo de silueta sastrera, quizá un poco más tradicional, que comprende el conjunto de pantalón y saco con mangas. Sin embargo, el detalle que lo hace alejarse de la normativa masculina se representa con la ornamentación exagerada que se propone a través de la aplicación de fruncidos, el



Figura 07: Look 04

contraste de colores presentes en la composición de la gráfica aplicada a la tela y la decisión de ejecutar las piezas en materialidades transparentes.

Por último, el *look* 06 (figura 08) aborda nuevamente la resistencia a la norma, y toma como base la silueta del traje sastre con una aproximación distinta a las anteriores. Para el diseño de este *look*, se observa nuevamente la silueta tradicional del conjunto de traje conformado por un saco con mangas y un pantalón. Sin embargo, la tenida es propuesta con una serie de calados que ponen al desnudo el cuerpo masculino. La decisión de utilizar la desnudez como recurso de diseño es desarrollado a mayor profundidad posteriormente. Sin embargo, se puede adelantar que su objetivo es la sexualización del cuerpo masculino y la representación de la vulnerabilidad que contradice el modelo hegemónico de la masculinidad.



Figura 08: Look 06

4.3.3.Fantasia

El concepto de fantasía se introduce en el marco teórico a partir de la revisión de los aportes desarrollados sobre la Gran Renuncia del siglo XIX planteados por Lipovetsky (1990) y Flugel (2020). En dicha revisión, se precisa, según Lipovetsky (1990), que, hasta antes del siglo XIX, hombres y mujeres compartían del disfrute de

las fantasías y frivolidades de la moda. Si bien existían diferencias para los géneros, la moda estaba caracterizada por lo novedoso, la extravagancia, la teatralidad y el lujo. Hombres y mujeres competían y, en muchas ocasiones, era el hombre el que resaltaba en términos de dramatismo, ornamentación y novedad.

Sin embargo, se sabe, también por Lipovetsky (1990), que, a partir del siglo XIX, esto cambia y la moda masculina adquiere nuevas características que despojan al hombre justamente de los artificios, dramatismo, y la fantasía de la moda para dejarla completamente a las mujeres.

En esta investigación, se hace referencia al concepto de la fantasía desde su entendimiento como la posibilidad de explorar la teatralidad, dramatismo, ornamentación y extravagancia en la moda, sin la necesidad de responder a un fin funcional. Ello permite la libre experimentación sobre composición de siluetas, materialidades y colores sin restricciones.

Básicamente, todas las tenidas que componen la colección poseen elementos que representan la fantasía de la moda. Esto se debe a que se identifica la



Figura 09: Collage de referencias.

característica del concepto de fantasía en la moda como una de las expresiones que genera mayor contradicción a la moda masculina desde el aporte de la Gran Renuncia del siglo XIX.

El recurso de la fantasía se aborda a lo largo de la colección de distintas formas. Para ello, se ha creado un *collage* (figura 09) que rescata una serie de referentes cuyas estéticas responden a la expresión de la fantasía de la moda. Este *collage* permite materializar el concepto de fantasía a través de la revisión de materialidades, siluetas y ornamentos que se proponen como referentes para la posterior construcción de los diseños.

Para un mejor entendimiento de la aproximación a la expresión de la fantasía en la colección, se procede a la exposición de tres *looks* con el fin de explicar la materialización del concepto de fantasía en la propuesta creativa. Básicamente, en las tenidas propuestas se incorpora el concepto de fantasía a través del contraste de color, los volúmenes dramáticos y la ornamentación.

En el *look* 15 (Figura 10), se puede visualizar una tenida que consta, principalmente, de camisa; pantalones cortos; y los complementos de corsé, corbata,



Figura 10: Look 15

ropa interior y medias. A primera vista, se evidencia el contraste y la saturación de colores como primer recurso que responde a la exploración de la aplicación de flecos de imitación de plumas de avestruz, como elementos ornamentales que también pretenden la exploración del dramatismo y la frivolidad de la moda. Por último, aparecen los complementos del corsé y la corbata, que hacen referencia a la convivencia de lo femenino y masculino en la propuesta, y responden a la intención de representar la masculinidad de manera no hegemónica. Todo ello está acompañado de ciertas transparencias que pretenden representar cierta fragilidad y vulnerabilidad sobre los cuerpos masculinos.

En el *look* 12 (Figura 11), nuevamente, se observa una tenida conformada, principalmente, por camisa y pantalón. Como en el caso anterior, se observa el contraste de colores saturados como primer elemento que refleja el concepto de fantasía. Para el diseño de la camisa, se decidió hacer uso nuevamente del volumen como aproximamiento al dramatismo, relacionado con la fantasía. Para ello, se propuso la camisa con un diseño de mangas no convencionales que responden a una forma ondulada que rompe con la verticalidad del *look*. El largo de la camisa y la construcción del pantalón calado responden a la intención de seguir utilizando el

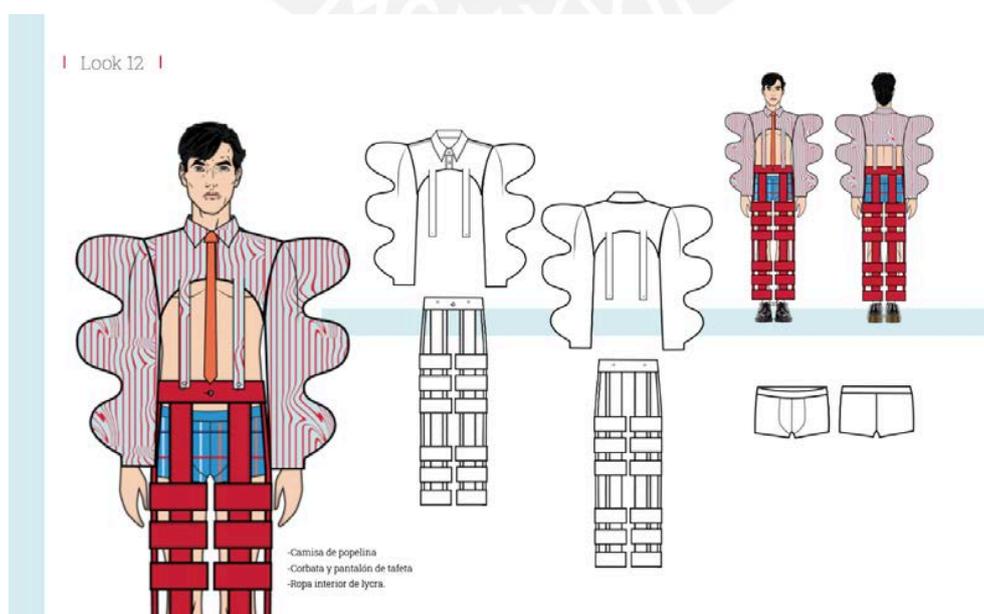


Figura 11: Look 12

elemento de la desnudez como representación de la vulnerabilidad de los cuerpos masculinos. Por último, el choque mencionado de la verticalidad con los elementos ondulantes que provocan su quiebre hacen referencia a la convivencia de lo masculino y lo femenino, desde la relación que propone la representación de lo lineal como masculino, y lo curvilíneo como femenino.

Finalmente, en el look 05 (Figura 12), se observa una tenida conformada por una camisa sin mangas, pantalones cortos y los complementos de ropa interior más corbata larga, corsé y guantes largos. El aproximamiento del diseño de este *look* a la fantasía de la moda se evidencia principalmente en los complementos mencionados. El emparejamiento por color del corsé, los guantes y los pantalones cortos hace que resalten las siluetas como si fueran una sola pieza y acapare la atención. Si bien el trabajo del color no se exploró de manera tan dramática, se sigue percibiendo un acento y contraste a través del color naranja de la corbata. En este *look*, la camisa no obtiene mucho protagonismo, debido a que se presenta como una prenda interior; sin embargo, cuenta con un diseño complejo en el que se propone nuevamente la referencia a los tirantes masculinos. Para este *look*, se propuso la incorporación de



Figura 12: Look 05

los guantes como elemento principal de fantasía. Esto se debe que representa una pieza sumamente ornamental que se alinea al dramatismo por los fruncidos que lo decoran. Por último, se reconoce nuevamente la desnudez y la convivencia de piezas masculinas y femeninas que caracterizan la colección.

4.3.4.Desnudez

El concepto de desnudez se incorpora en la colección con el objetivo de representar los cuerpos masculinos de manera vulnerable, frágil y sexualizada. Los fundamentos que se toman para vincular estos conceptos en el proyecto son la sexualidad activa como ejercicio y validación de la masculinidad, además de la firmeza y fuerza como características reclamadas por los hombres como naturaleza de su ser.

El acercamiento al concepto de desnudez en la colección fue abordado específicamente a través de materialidades transparentes, propuestas de piezas caladas y largos modulares reducidos que ponen al descubierto los cuerpos masculinos.



Figura 13: Look 08

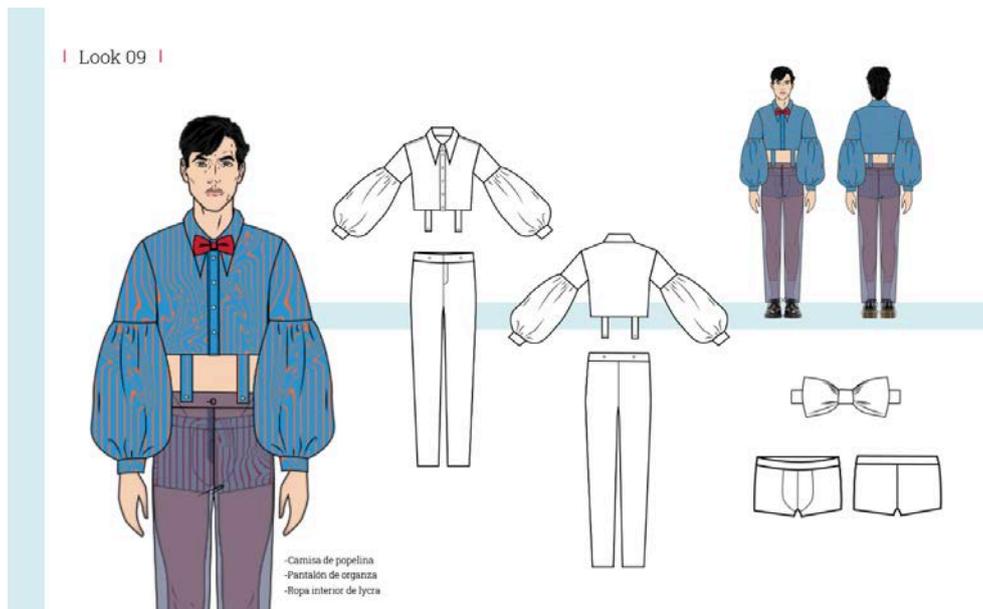


Figura 14: Look 09

Para evidenciar el aproximamiento que se tuvo al concepto desde el diseño, se expone el look 08 (figura 13) como ejemplo de la desnudez desde la exploración de largos modulares reducidos. Se puede observar una propuesta de camisa sumamente corta que pone al descubierto gran parte del abdomen masculino. El diseño de las mangas y la incorporación de la idea de tirantes son recursos que responden a la fantasía desarrollada previamente, y a la constante intención de plasmar la convivencia de lo masculino y lo femenino en la colección.

Por otro lado, el look 09 (figura 14) consta de una tenuta de camisa pantalón, en la que se evidencia el abordaje de la desnudez desde el uso de materialidades

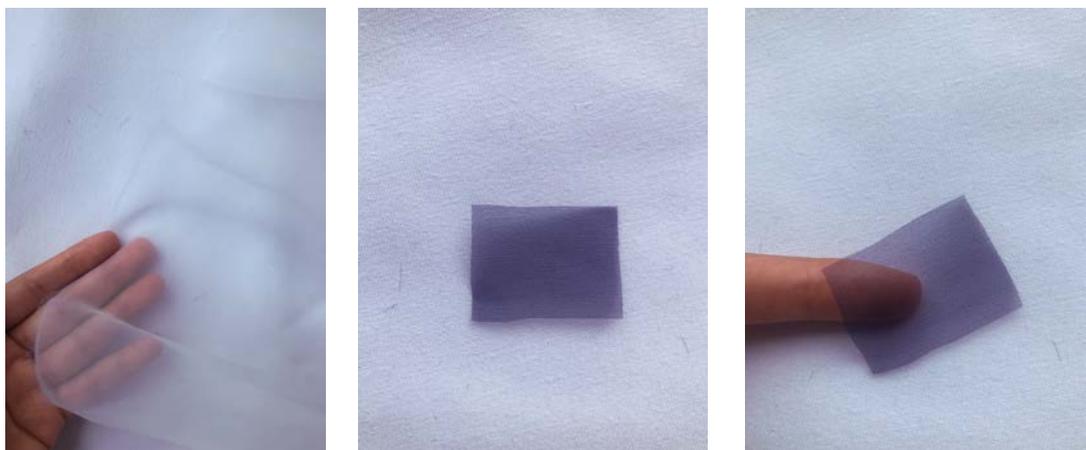


Figura 15: Organza

transparentes para el pantalón, y nuevamente la aplicación de largos modulares reducidos para la camisa. La materialidad que se consideró adecuada para la ejecución del pantalón fue la organza (Figura 15), la cual permitió el nivel exacto de transparencia que se buscaba. Por otro lado, para lograr conseguir el color exacto que se propone en el diseño, la organza fue sometida a un proceso de sublimado, donde el color fue impreso.

Por último, en la propuesta de look 11 (figura 16) se evidencia la desnudez desde la construcción de calados. Se puede observar que la pieza central de este look es el saco, el cual fue propuesto a partir de la intervención de franjas atravesadas que crean una especie de cuadrícula. La elección de dirigir la exploración del calado a partir de formas ortogonales fue el querer explorar la linealidad, previamente reconocida como característica masculina, de distintas formas. Por otro lado, la materialidad que se consideró adecuada para la ejecución de las franjas y el saco en general fue la tafeta debido a la rigidez y estructura que permite el acabado de rectángulos limpios, además del brillo propio de la tela que le añade un dramatismo extra a la pieza.



Figura 16: Look 11

4.3.5. Recursos gráficos

Como se ha podido observar a partir de la exposición previa de algunos atuendos, es amplia la propuesta gráfica de la colección. Se propone el contraste de motivos como recurso lúdico que resalta el ánimo fantasioso, dramático y ornamental que carga el proyecto.

Para el aterrizaje de dichas gráficas, se utilizaron referencias identificadas como masculinas con el fin de mantener una base que pueda ser contrastada. Para ello, se identificaron patrones relacionados con el diseño de moda masculino, y, a partir del uso de estos como referentes, se crearon nuevas propuestas que incorporan el color y la distorsión de formas como herramientas clave de diseño.

Los referentes de la gráfica aplicada al diseño de modas masculino fueron extraídos del libro “Ropa de hombre” de Hopkins (2012), quien despliega una serie de ejemplos de patrones textiles que permiten identificar las principales características que los ubican, justamente, como patrones masculinos.

Los modelos de patrones desplegados evidencian lo ortogonal como constante. Todas las propuestas están construidas por líneas rectas que, compuestas de diferentes formas, generan una visión bastante cuadriculada, angular y puntiaguda.



Figura 17: Hopkins, J. (2011), Telas para hombre. [Figura]. Recuperado de: <https://ereader.perlego.com/1/book/2564425/61>

Previamente, ya se había reconocido la relación de lo ortogonal como representación de lo masculino. En efecto, este despliegue de referentes reafirma dicha premisa.

Para la creación de la nueva gráfica, se tomaron como referentes específicos el tartán, los cuadros tattershall y las líneas diplomáticas. En un primer momento, se hizo uso del color como elemento de contraposición a los patrones tradicionales que se inclinan por sobrio (Figura 17) . Posteriormente, se incorporó la distorsión de formas como herramienta de intervención que busca desalinear lo tan cuadrículado y lineal que representa lo masculino. Del mismo modo, la distorsión se propone como referencia a la convivencia de lo femenino y masculino que busca la colección mediante la presentación de líneas rectas que se hacen curvas, y viceversa.

Las experimentaciones fueron ilustradas, principalmente, a través de la herramienta de Adobe Illustrator y, luego, retocadas con la herramienta de Adobe Photoshop. Para el tartán y el tattershall (Figura 18 y 19), se diagramaron esencialmente líneas rectas que fueron desplegadas siguiendo la referencia de los patrones ya existentes. En estas dos propuestas, la distribución del color fue esencial, ya que era el recurso por el cual se combatía la sobriedad masculina.

Por otro lado, para las experimentaciones de distorsión (Figuras 20, 21, 22 y 23), se inició el diagramado de una serie de líneas regulares en Illustrator que se usaron como imagen base para posteriormente ser distorsionadas en Photoshop a partir del uso de la herramienta de licuado.

La materialización de las propuestas gráficas fue finalmente realizada a partir de la técnica de estampado por sublimación textil. Según Davíla (2019), se define como “cambio de estado sólido al estado gaseoso, sin pasar por el estado líquido”. (p. 4) Este proceso, actualmente, se desarrolla a partir de la impresión del diseño sobre papel y la posterior acción de prensa a calor sobre la tela.

Las muestras se desarrollaron en las materialidades de popelina camisera, tafeta, lycra y organza. Se obtuvo un muy buen acabado en las telas con mayor composición de fibra sintética, como tafeta, lycra (Figura 19) y organza (Figura 18). Sin embargo, la popelina (Figura 21), que tenía un cierto porcentaje de algodón, tuvo un acabado más opaco de lo esperado.



Figura 18: Tartán

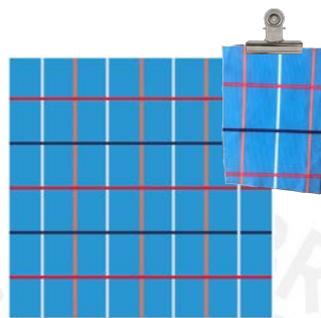


Figura 19: Tattershall



Figura 20: Distorsión 01



Figura 21: Distorsión 02



Figura 22: Distorsión 03



Figura 23: Distorsión 04



Figura 24: Paleta de color

4.3.6. Recursos textiles

Con respecto a los recursos textiles, se optó por trabajar con telas que respondan al dramatismo y ornamentación que busca expresar la colección; del mismo modo, telas que permitan llegar a un acabo lo más parecido posible a las ilustraciones propuestas. Las principales telas escogidas fueron organza, tafeta, lycra, popelina camisera y drill, además de flecos de imitación de plumas de avestruz.

Las materialidades propuestas fueron aterrizadas por diferentes motivos que serán expuestos a continuación:

Organza: La elección de esta tela fue principalmente por la transparencia que ofrece (Figura 25). Varias de las propuestas de colección desarrollan el concepto de desnudez previamente abordado, por lo que se demanda un nivel de translucidez bastante elevado.

Tafeta: La elección de la tafeta fue hecha a partir de la necesidad de una materialidad de tejido plano que provea de estructura y, al mismo tiempo, aporte al ánimo de dramatismo de la colección. La tafeta es una tela plana que ofrece la estructura buscada y, además, aporta un brillo (Figura 28) característico que se alinea al requerimiento de fantasía en cuestión. Esta tela se propone para la elaboración de algunas de las propuestas de conjuntos de sastrería, además de las corbatas tan características de la colección, y, por último, algunas de las piezas que proponen las franjas atravesadas como exploración de calado.

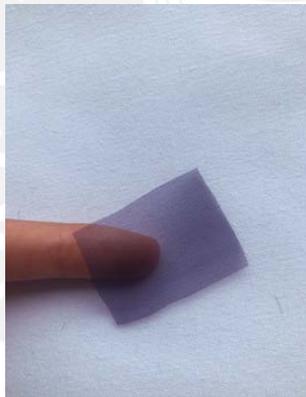


Figura 25: Organza



Figura 26: Experimentación con organza.



Figura 27: Brillo tafeta roja



Figura 28: Brillo tafeta morada



Figura 29: Lycra



Figura 30: Confección con lycra

Al igual que casi todas las materialidades que se proponen en esta colección, la tafeta también pasa por un proceso de estampación textil por sublimado para conseguir la gráfica y los colores exactos.

Lycra: Esta materialidad fue seleccionada a partir de la necesidad de una tela flexible, elástica y de resistencia que pueda ser utilizada para la confección de la ropa interior, que en varias de las tenidas adquieren cierto protagonismo al ser expuestas como parte de la composición del *look* total. La lycra propuesta para la confección de la ropa interior fue intervenida a partir de la gráfica de colección en con el fin de lograr la integración completa del *look*.

Popelina camisera: La elección de esta tela responde directamente a las propuestas de camisas que contiene la colección. La razón de mantener el uso convencional de popelina para la confección de camisas fue conservar ciertos



Figura 31: Sublimado en popelina



Figura 32: Prototipado en popelina

aspectos convencionales o considerados normales desde la perspectiva del diseño de moda masculino con el objetivo de intervenir o quebrar dicha norma con otros recursos de diseño, como la exploración de siluetas dramáticas, o el color y gráfica que la intervienen. Básicamente, se hace un acercamiento de resistencia a la norma desde la norma.

Drill: La incorporación del drill en la colección fue considerada por la búsqueda de una alternativa de tejido plano que brindara nuevamente estructura y firmeza, pero, esta vez, como recurso mate. Esta materialidad se propone para la confección de algunos conjuntos de *full print*; para ello, nuevamente se somete el textil al proceso de estampado por sublimado.

Imitación de plumas de avestruz: El recurso de flecos de plumas de avestruz se incorpora a la propuesta como aporte a la ornamentación y la fantasía que se busca explorar. Se propone la aplicación de este recurso como acabado decorativo con el fin de explotar el dramatismo que la colección busca expresar.



Figura 33: Muestra y referente de plumas de avestruz.

4.4.Line up

La colección final consta de un total de 18 *looks* que exploran el diseño de modas masculino desde lo alternativo.

Se procuró componer el orden de tenidas apuntando a evidenciar la exploración del color de manera ordenada y generar una transición que permita una lectura lineal de la propuesta. Se parte de un inicio quizá un poco sobrio que va evolucionando en fantasía mediante la exploración de contrastes, siluetas, volúmenes, cortes, etc.

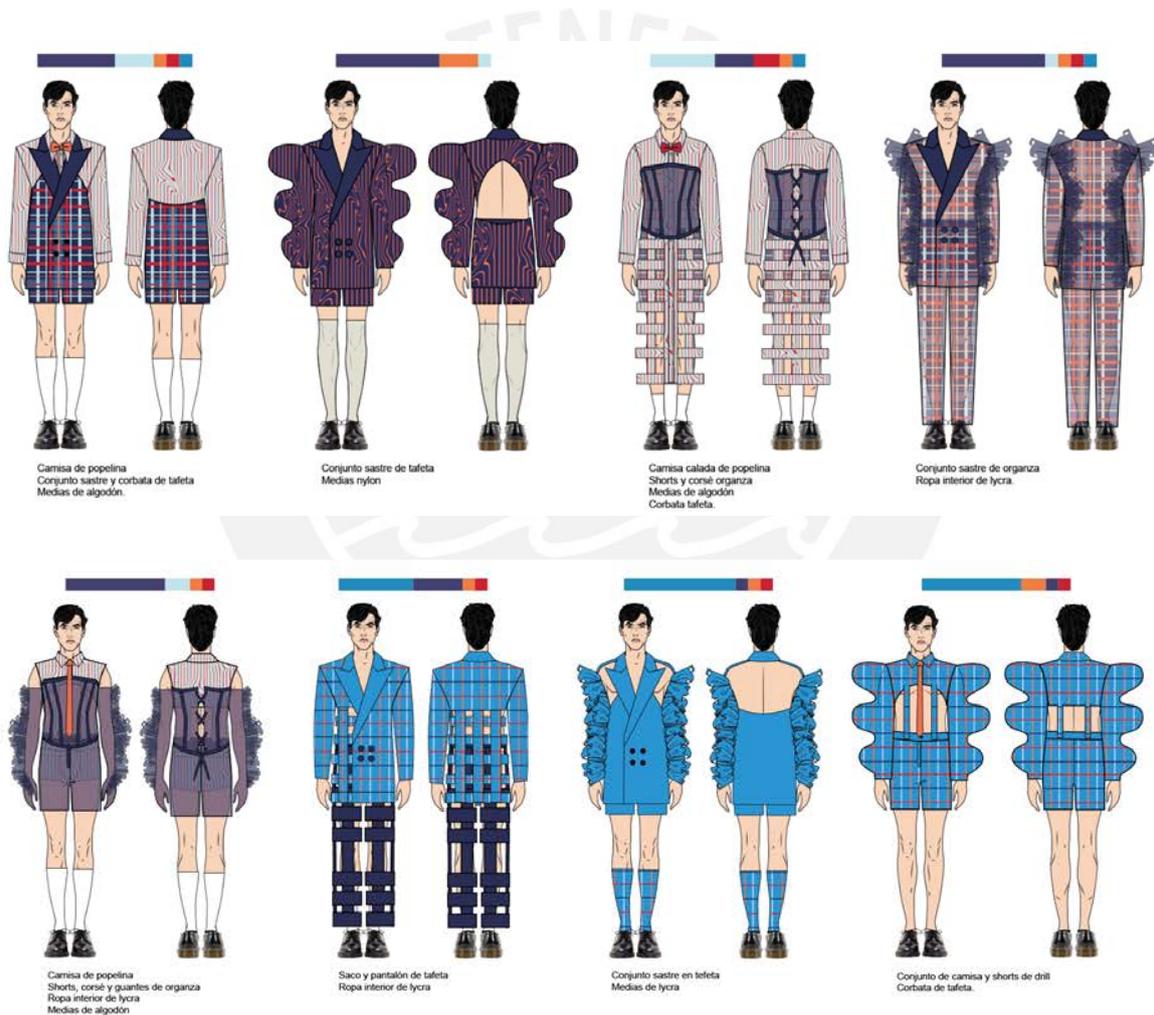


Figura 34: Desarrollo de colección: materiales y colores.

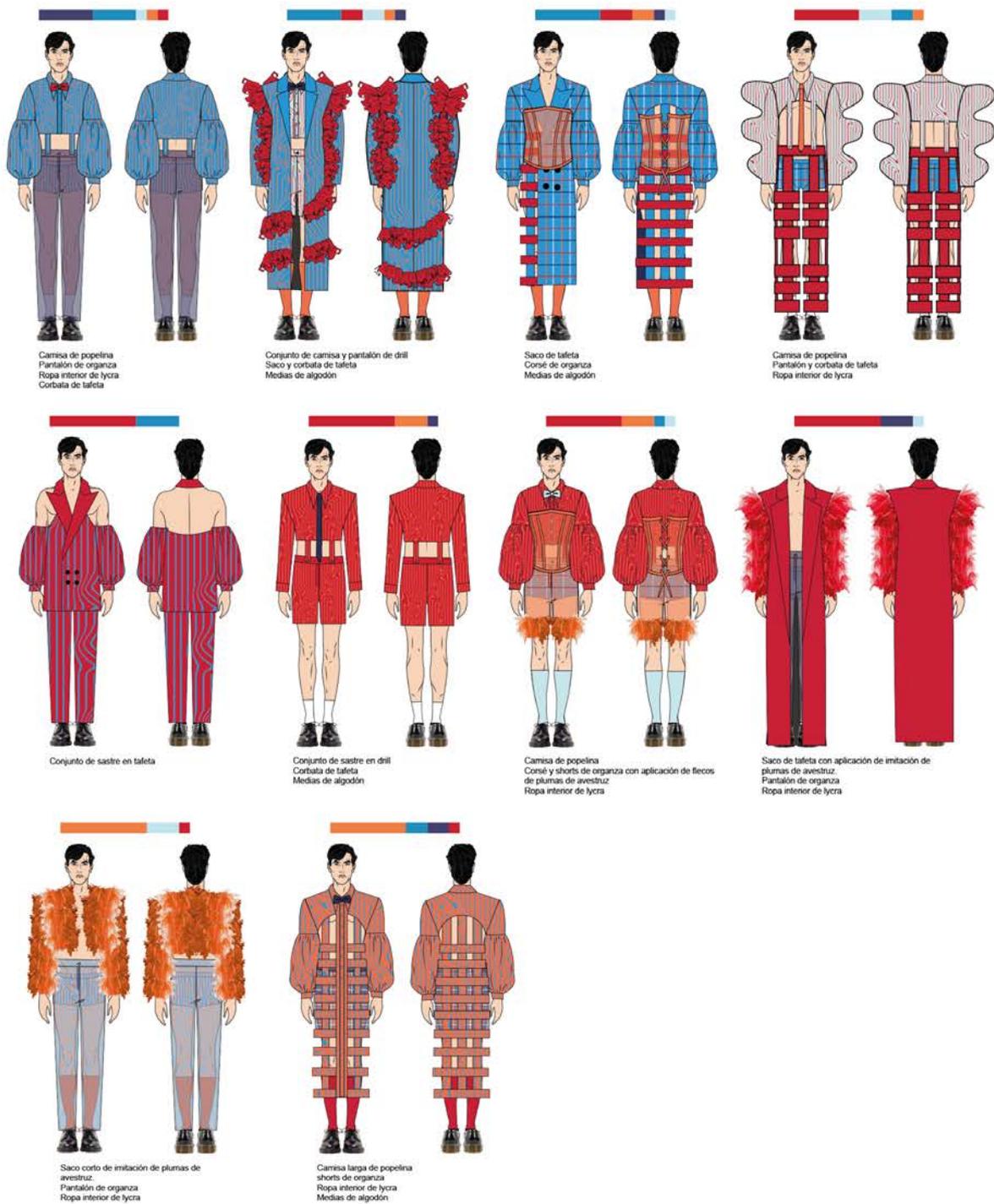


Figura 35: Desarrollo de colección: materiales y colores.

4.5. Prototipado

Con el objetivo de continuar el proceso de materialización de la propuesta, se decidieron confeccionar los prototipos de dos tenidas de la colección. El criterio para esta selección fue la identificación de los diseños con mayor complejidad y probar su posibilidad de confección.

La primera tenida elegida (Figura 36) es un conjunto sastre de organza que explora la volumetría a partir de la aplicación de fruncidos. Este *look* es propuesto en organza previamente sublimada con uno de los motivos gráficos de la colección.



Figura 36: Look 04



Figura 37: Prototipo: Look 04

La primera evidencia que se rescata de este proceso es el buen acabado de la tela posterior a su estampación por sublimado. En un principio, existieron dudas con respecto a si era posible someter la organza a dicho proceso debido a su tan delgada estructura; sin embargo, se verificó que la tela obtuviera un muy buen resultado.

La propuesta fue mandada a confeccionar a partir de las ilustraciones y los dibujos técnicos de las piezas; se pudo notar que fue posible la realización de la prenda con un resultado bastante parecido a la idea inicial plasmada en la ilustración (Figura 37).



Figura 38: Prototipo: Look 04

Como segunda propuesta de prototipo, se hizo la elección de la tenida número 12 (Figura 39) con el objetivo de probar la posibilidad de confección de las mangas ondulantes. Para ello, se volvió a mandar a confeccionar la pieza a partir de la ilustración y los flats (Figura 39).

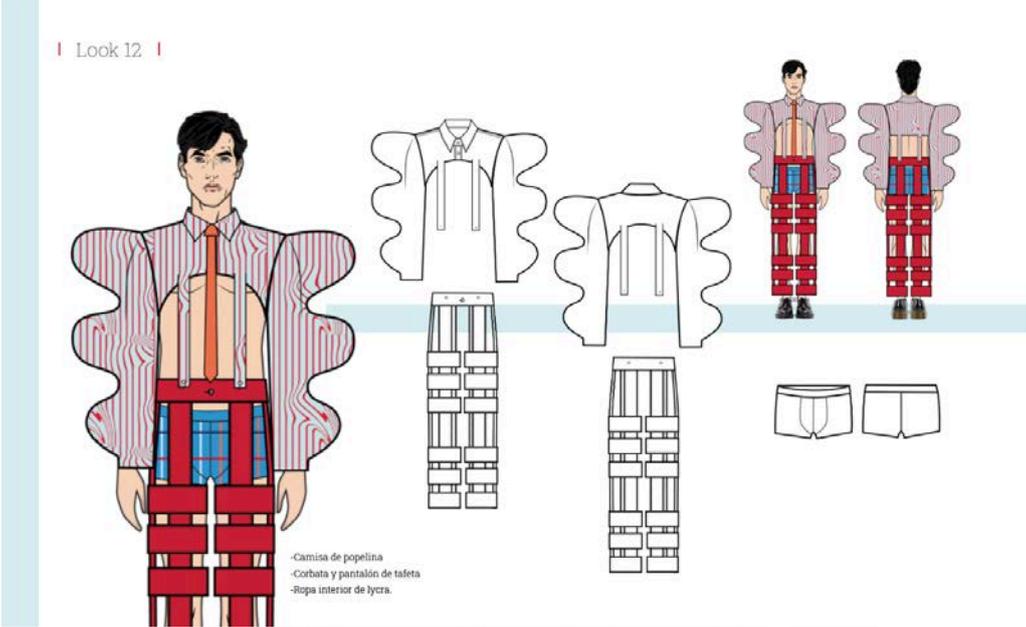


Figura 39: Look 12



Figura 40: Prototipo de camisa



Figura 41: Prototipo: Look 12

5. Conclusiones

El desarrollo del presente proyecto creativo parte de la intención de crear una propuesta de colección en la que se utilizan los recursos de diseño como herramientas para la expresión de resistencia a la masculinidad hegemónica desde la moda. Esto se logró a partir de lo que denominé como *traducción creativa*, un proceso de diseño en el que los conceptos y la teoría se materializan por medio de imágenes, colores, siluetas, formas, contrastes, etc., lo que permite el ejercicio de creación a partir de distintos recursos.

Desde el marco teórico, se revisaron los conceptos alineados al tema de investigación, donde se hizo énfasis en el suceso de la Gran Renuncia con el fin de comprender el origen de las características que rigen el diseño de modas masculino actual. Dichas características permitieron identificar la masculinidad hegemónica en términos de moda, a partir de lo cual se inició el planteamiento del proyecto direccionado a la contradicción de dicha hegemonía.

La propuesta carga con un ánimo de crítica que invita al cuestionamiento sobre la imagen de masculinidad hegemónica que se erige en norma y dificulta la existencia de versiones que no se le asemejen. El proyecto propone una ampliación de lo considerado como moda masculina que deje el patrón decimonónico y que evolucione, así como la moda femenina lo hizo a partir de los movimientos feministas.

Desde esta perspectiva, se abordan los objetivos específicos de la investigación partiendo del análisis de los conceptos de poder y género contextualizados en sociedades patriarcales (latinoamericanas). Para ello, se abordó el concepto de poder desde Foucault (1991), lo cual permitió comprender el término como aquello que se ejerce sobre algo y tiene la capacidad de modificarlo. Esta característica se vio fundamentalmente vinculada al ejercicio de las relaciones sociales, lo que evidenció que el hecho de vivir en sociedad permite que ciertas acciones tengan la capacidad

de afectar otras. A partir de ello, se logró reconocer que todos los individuos son sujetos de poder; sin embargo, existen niveles que permiten reconocer sujetos que ejercen mayor o menor poder que otros. Contextualizando este aporte en las sociedades patriarcales, se identificó al género masculino como superior debido a su constitución falocentrista que hace prevalecer los valores masculinos por sobre los femeninos.

Una vez desarrollado el concepto poder, se continuó la investigación con la revisión del concepto de género desde Butler (2007), con quien se comprendió, en primer lugar, que el género es una construcción cultural que no tiene la necesidad de responder al sexo biológico. Sin embargo, para las sociedades que responden a la binaridad de género, como lo son las patriarcales, existe una directa relación de sexo/género de donde surgen una serie de expectativas sobre comportamientos y actitudes específicas que responden a lo considerado masculino y femenino.

En la misma línea, el segundo objetivo específico propuesto fue plantear la relación de la versión de masculinidad que se erige en norma, con los parámetros de apariencia que surgen a partir de la Gran Renuncia del S. XIX. Para abordar este objetivo, se hizo una revisión sobre los roles y modelos masculinos que permitieron el aterrizaje de características que responden a la versión hegemónica de masculinidad. Los aportes revisados permitieron identificar ciertos atributos como la razón, la instrumentalidad y la no expresión como particularidades reclamadas por la masculinidad hegemónica. Del mismo modo, se hizo la revisión de los aportes sobre el suceso de la Gran Renuncia desde Lipovetsky (1990) y Flugel (2020), quienes ofrecen una serie de características que, en su medida, continúan influenciando la moda masculina contemporánea, como la sencillez, sobriedad, y el rechazo a los colores y a la ornamentación. La relación que se logró plantear a partir de lo revisado fue que los atributos de la razón, la instrumentalidad y la no expresión responden a

un objetivo de funcionalidad ligado al rol del hombre hegemónico, es decir, el hombre que posee, que provee, que trabaja y que es firme. Estos aspectos se vieron alineados a las razones por las que los hombres decidieron rechazar la moda en el siglo XIX para alcanzar nuevos fines funcionales que, justamente, les permitieran trabajar para ser capaces de proveer, poseer y responder a su rol como hombres en la sociedad.

El tercer objetivo fue cuestionar los parámetros de indumentaria masculina normativa que surgieron como consecuencia de la Gran Renuncia del S. XIX a través de la aplicación de recursos de diseño en el proceso creativo. El aproximamiento al desarrollo de este objetivo tuvo como punto de partida el reconocimiento de las características de la indumentaria masculina que se desarrollaron a partir de la Gran Renuncia: la sencillez, sobriedad, y el rechazo a los colores y a la ornamentación, etc. Luego, se hicieron otros análisis de formas y composición sobre el diseño de modas masculino que reconocieron las formas ortogonales como masculinas. Esto fue posteriormente usado para el aterrizaje de los recursos de diseño propuestos desde la contradicción de lo recopilado. Lo que se aterrizó fue, básicamente, una paleta de colores variada y saturada que no respondiera a la sobriedad, así como siluetas que exploraran el dramatismo y la complejidad para alejarse de lo considerado *sencillo*. También, se recurrió a la incorporación de formas ondulantes como respuesta a la linealidad considerada masculina.

Por último, como cuarto objetivo de investigación, se propuso crear la colección a partir de la conceptualización del tema con un sentido de crítica y resistencia a la norma de indumentaria masculina hegemónica. Para ello, se inició con la conceptualización de la colección, la cual estuvo encaminada a la intensión de crítica que carga el proyecto, y que permitió el planteamiento del concepto definido como *representaciones de lo NO hegemónico de la masculinidad, como resistencia al*

modelo normativo. Una vez conceptualizado el tema de la colección, se procedió a revisar las herramientas de diseño que se identificaron a partir del objetivo anterior; a partir de ello, se inició el proceso de diseño para el cual se aterrizaron una serie de *moodboards*, colores, siluetas, gráfica y composiciones que permitieron ir materializando las ideas abstractas en las propuestas de diseño de la colección.

Finalmente, el presente proyecto de investigación expresa un sentir de crítica hacia el modelo hegemónico de masculinidad, y propone la extensión y evolución de la moda masculina hacia propuestas libres de normativas. El proyecto se dirige a la sociedad a través del diseño con la finalidad de conseguir su atención e invitarlos a criticar la realidad de los roles de género y aportar a su constante deconstrucción. Se considera importante el abordaje de este tipo de temas debido a que estos pequeños aportes, trabajados desde el arte y el diseño, pueden llegar a tener gran impacto en el espectador. Esto permite la expansión del mensaje y el posible aporte positivo a la sociedad, aquella que muchas veces se muestra reacia a temas que abordan el género desde perspectivas no hegemónicas.

6. Referencias bibliográficas

Beauvoir, S. (2015). *El segundo sexo I*. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia.

Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.

Connell, R. (1997). *La organización social de la masculinidad*. En Valdés, T. y Olovarría, J. (Eds.), *Masculinidad/es* (pp. 31-48). Isis Internacional.

Connell, R. (1998). *El imperialismo y el cuerpo de los hombres*. En Valdés, T. y Olovarría, J. (Eds.), *Masculinidades y equidad de género en América Latina* (pp. 76-89). Flacso - Chile.

Connell, R. (2003). *Masculinidades*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Crenshaw, K. W. (1991). *Cartografiando los márgenes: Interseccionalidad, políticas identitarias, y violencia contra las mujeres de color*. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299.

Dávila, A. (2019). *Principios de Sublimación textil*. Seminario de Sublimación Granada - Nicaragua.

Daza, S. (2009) *Investigación - creación un acercamiento a la investigación en las artes 1*. (Tesis publicada por Institución Universitaria Iberoamericana). *Horiz Pedagógico*, 11. No 1. 2009. Pp. 87-92

Flugel, J. (2020). *Psicología del vestido*. Melusina.

Foucault, M. (1991). *El sujeto y el poder*. ARCIS.

Fuller, N. (1997). *Fronteras y retos: varones de clase media del Perú*. En Valdés, T. y Olovarría, J. (Eds.), *Masculinidad/es* (pp. 139-152). Isis Internacional.

Fuller, N. (1998). *La constitución social de la identidad de género entre varones urbanos del Perú*. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidades y equidad de género en América Latina* (pp. 56-68). Flacso-Chile.

- Fuller, N. (2012). *Repensando el Machismo Latinoamericano. Masculinities and Social Change*. Hipatia Press.
- Gasteiz, V. (2008). *Los hombres, la igualdad y las nuevas masculinidades*. EMAKUNDE.
- Gilmore, D. (1997). *Cuenca mediterránea: la excelencia en la actuación*. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidad/es* (pp. 82-101). Isis Internacional.
- Gutmann, M.C. (1998). *El Machismo*. En Valdés T., y Olovarría, J. (Eds.), *Masculinidades y equidad de género en América Latina* (pp. 238-257). Flacso-Chile.
- Hopkins, J. (2011). *Ropa de hombre*. Editorial Gustavo Gili.
- Kimmel, M. (1997). *Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina*. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidad/es* (pp. 49-62). Isis Internacional.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Editorial Anagrama.
- Marqués, J. (1997). Varón y patriarcado. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidad/es* (pp.17-30). Isis Internacional. Menjívar, M. (2001). *Masculinidad y poder*. Espiga
- Mirandé, A. (1997). *Los hombres latinos y la masculinidad: un panorama general*. En A. Mirandé, *Hombres y machos, Masculinity and latino culture* (pp. 9-28). La Ventana.
- Pizarro, H. (2006). *Porque soy hombre: una visión a la nueva masculinidad*. EDITORIAL.
- Ramirez, R. L. (1997). *Nosotros los boricuas*. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidad/es* (pp. 102-112). Isis Internacional.

Valdés, T. & Olovarría, J. (1998). Ser hombre en Santiago de Chile: a pesar de todo, un mismo modelo. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidades y equidad de género en América Latina* (pp. 12-35). Flacso-Chile.

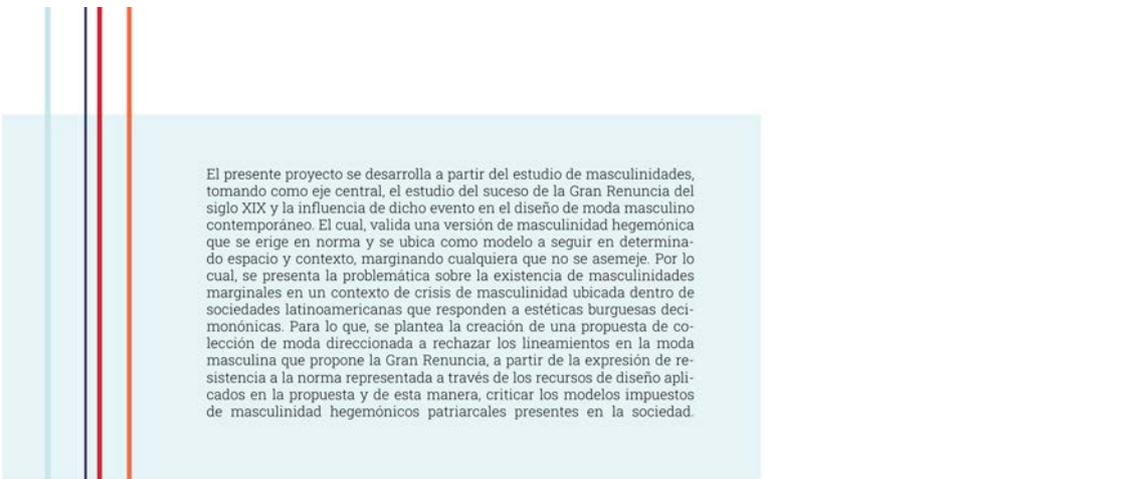
Viveros, M. (1998). Quebradores y cumplidores: biografías diversas de la masculinidad. En T. Valdés y J. Olovarría (Eds.), *Masculinidades y equidad de género en América Latina* (pp. 36-55). Flacso-Chile.



7. Apéndice



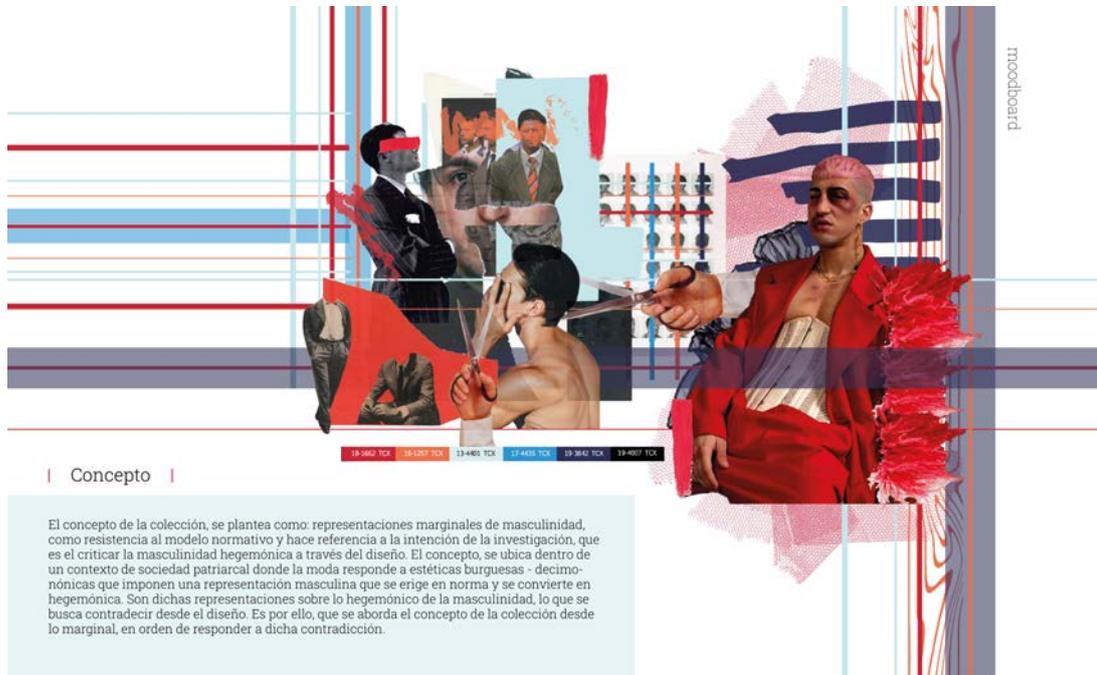
EL DISEÑO DE MODA COMO FORMA DE RESISTENCIA A LA MASCULINIDAD HEGEMÓNICA



El presente proyecto se desarrolla a partir del estudio de masculinidades, tomando como eje central, el estudio del suceso de la Gran Renuncia del siglo XIX y la influencia de dicho evento en el diseño de moda masculino contemporáneo. El cual, valida una versión de masculinidad hegemónica que se erige en norma y se ubica como modelo a seguir en determinado espacio y contexto, marginando cualquiera que no se asemeje. Por lo cual, se presenta la problemática sobre la existencia de masculinidades marginales en un contexto de crisis de masculinidad ubicada dentro de sociedades latinoamericanas que responden a estéticas burguesas decimonónicas. Para lo que, se plantea la creación de una propuesta de colección de moda direccionada a rechazar los lineamientos en la moda masculina que propone la Gran Renuncia, a partir de la expresión de resistencia a la norma representada a través de los recursos de diseño aplicados en la propuesta y de esta manera, criticar los modelos impuestos de masculinidad hegemónicos patriarcales presentes en la sociedad.



RESUMEN



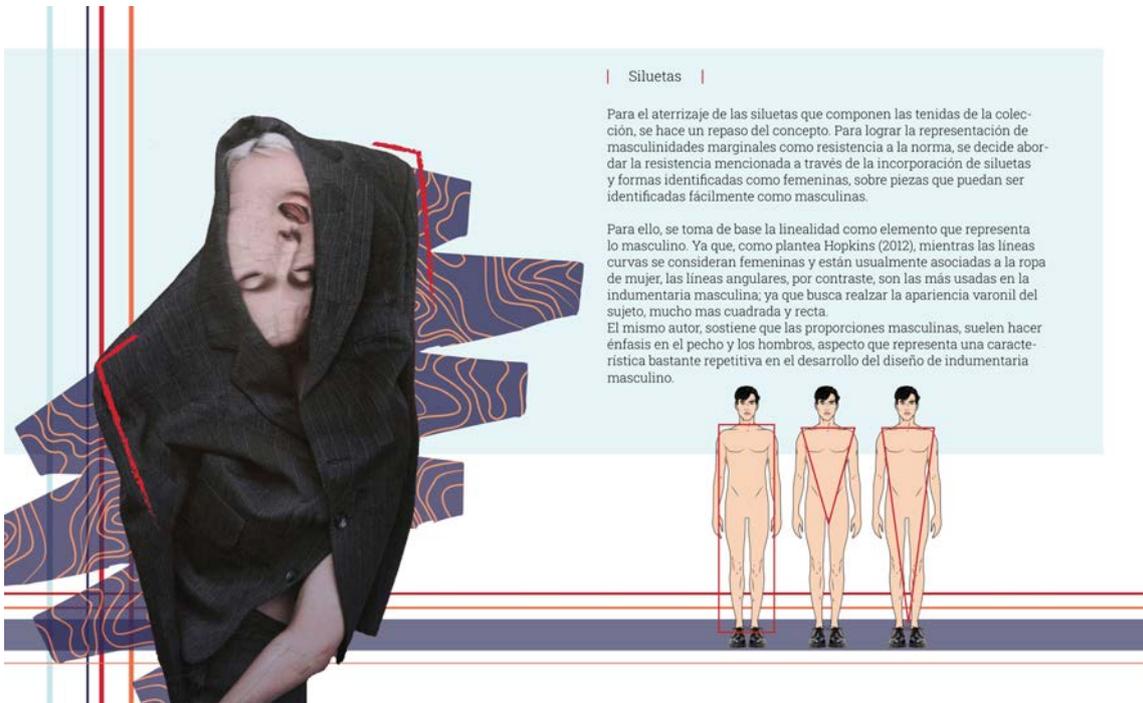
| Concepto |

El concepto de la colección, se plantea como: representaciones marginales de masculinidad, como resistencia al modelo normativo y hace referencia a la intención de la investigación, que es el criticar la masculinidad hegemónica a través del diseño. El concepto, se ubica dentro de un contexto de sociedad patriarcal donde la moda responde a estéticas burguesas - decimonónicas que imponen una representación masculina que se erige en norma y se convierte en hegemónica. Son dichas representaciones sobre lo hegemónico de la masculinidad, lo que se busca contradecir desde el diseño. Es por ello, que se aborda el concepto de la colección desde lo marginal, en orden de responder a dicha contradicción.



| Usuario |

Si bien el objetivo del proyecto no es netamente comercial, se aterrizan una serie de características que describen el perfil de los posibles sujetos que estarían interesados en la propuesta creativa. El tentativo público objetivo de la colección, está conformado por hombres rebeldes que tengan un ánimo genuino por romper las reglas de la sociedad tradicional. Se trata de hombres movidos por los cuestionamientos sobre los roles de género que sientan una atracción por la labor de borrar las líneas que separan y oponen tanto lo femenino con lo masculino. Se trata de un sujeto de género masculino de entre 18 y 40 años, ciudadano, que se desenvuelva dentro del contexto de una sociedad patriarcal y que sea capaz de identificar las limitaciones que conlleva el vivir en la mencionada, y así tener una motivación para criticarla y empezar a deconstruirla. Un hombre con estudios superiores y un trabajo estable que le permita adquirir prendas de diseñador por temporada, que busque expresar su ánimo rebelde y obstinado al momento de vestir. Alguien muy respetuoso con la sociedad, bien informado y con juicio crítico, interesado en el arte y el diseño, y con ánimos de expresar sus intereses con la sociedad. Un hombre que no se deje llevar por el qué dirán, dispuesto a generar controversia con sus acciones sin miedo a ser considerado extraño por mostrarse diferente a los demás y dispuesto a incentivar a que los demás también tengan la capacidad de mostrarse diferentes y orgullosos de sí mismos.

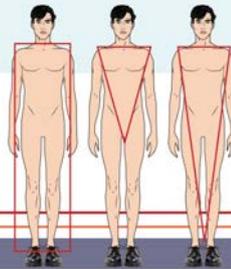


| Siluetas |

Para el aterrizaje de las siluetas que componen las tenidas de la colección, se hace un repaso del concepto. Para lograr la representación de masculinidades marginales como resistencia a la norma, se decide abordar la resistencia mencionada a través de la incorporación de siluetas y formas identificadas como femeninas, sobre piezas que puedan ser identificadas fácilmente como masculinas.

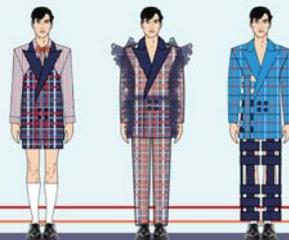
Para ello, se toma de base la linealidad como elemento que representa lo masculino. Ya que, como plantea Hopkins (2012), mientras las líneas curvas se consideran femeninas y están usualmente asociadas a la ropa de mujer, las líneas angulares, por contraste, son las más usadas en la indumentaria masculina, ya que busca realzar la apariencia varonil del sujeto, mucho más cuadrada y recta.

El mismo autor, sostiene que las proporciones masculinas, suelen hacer énfasis en el pecho y los hombros, aspecto que representa una característica bastante repetitiva en el desarrollo del diseño de indumentaria masculino.



| Sastrería |

Para abordar la intención de proponer la linealidad como elemento base que representa lo masculino, se propone el uso de las siluetas propias de la sastrería. Decisión tomada tanto por el proceso de construcción sumamente parametrado que responde a la característica de linealidad, como también por el acabado limpio y angular que se logra. Este recurso, se propone en orden de lograr ubicar como base, elementos fácilmente identificables como masculinos, los cuales se verán afectados a través de la incorporación del color, gráfica, materialidad y fantasía femenina, en orden de representar lo NO hegemónico de la masculinidad.



| Fantasía y desnudez |

En este proyecto, se hace referencia al concepto de la fantasía desde su entendimiento como la posibilidad de explorar la teatralidad, dramatismo, ornamentación y extravagancia en la moda, sin la necesidad de responder a un fin funcional. Ello, permite la libre experimentación sobre composición de siluetas, materialidades y colores sin restricciones.

Por otro lado, el concepto de desnudez se incorpora en la colección con el objetivo de representar los cuerpos masculinos de manera vulnerable, frágil y sexualizada. Los fundamentos que se toman para vincular estos conceptos en el proyecto son: la sexualidad activa como ejercicio y validación de la masculinidad, además de la firmeza y fuerza como características reclamadas por los hombres como naturaleza de su ser. El acercamiento que se tuvo al concepto de desnudez en la colección, fue abordado específicamente a través de materialidades transparentes, propuestas de piezas caladas y largos modulares reducidos que ponen al descubierto los cuerpos masculinos.



| Recursos gráficos |

Para la creación de la nueva gráfica, se tomaron como referentes específicos: el Tartán, los cuadros Tattershall, y las líneas diplomáticas. En un primer momento, se hizo uso del color como elemento de contraposición a los patrones tradicionales que se inclinan por sobrio (Figura 17). Posteriormente, se incorpora la distorsión de formas como herramienta de intervención que busca desalinearse lo tan cuadrado y lineal que representa lo masculino. Del mismo modo, la distorsión se propone como referencia a la convivencia de lo femenino y masculino que busca la colección, mediante la presentación de líneas rectas que se hacen curvas y viceversa.



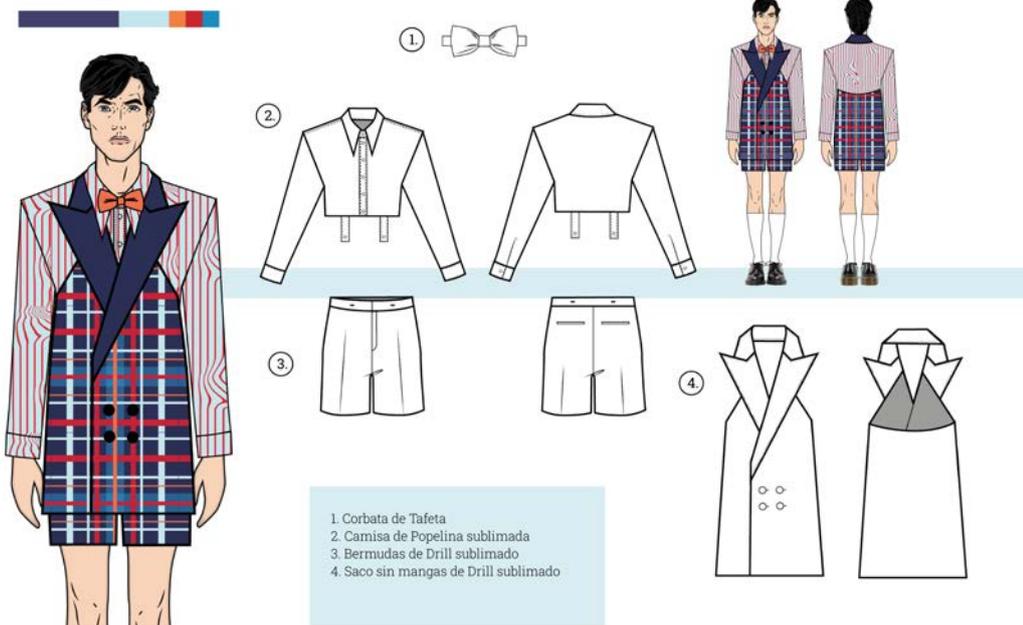
19-1662 TCK 16-1197 TCK 13-4401 TCK 17-4435 TCK 19-3842 TCK 19-4007 TCK



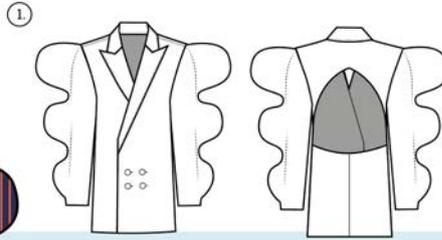
Line up



| Look 01 |

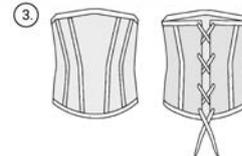
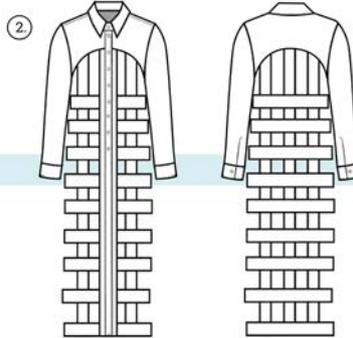


| Look 02 |



- 1. Saco de Tafeta sublimada
- 2. Bermudas de Tafeta sublimada
- 3. Medias de Organza.

| Look 03 |



- 1. Corbata de Tafeta sublimada
- 2. Camisa larga de Popelina sublimada
- 3. Corset de Organza
- 4. Bermudas de Organza sublimada.

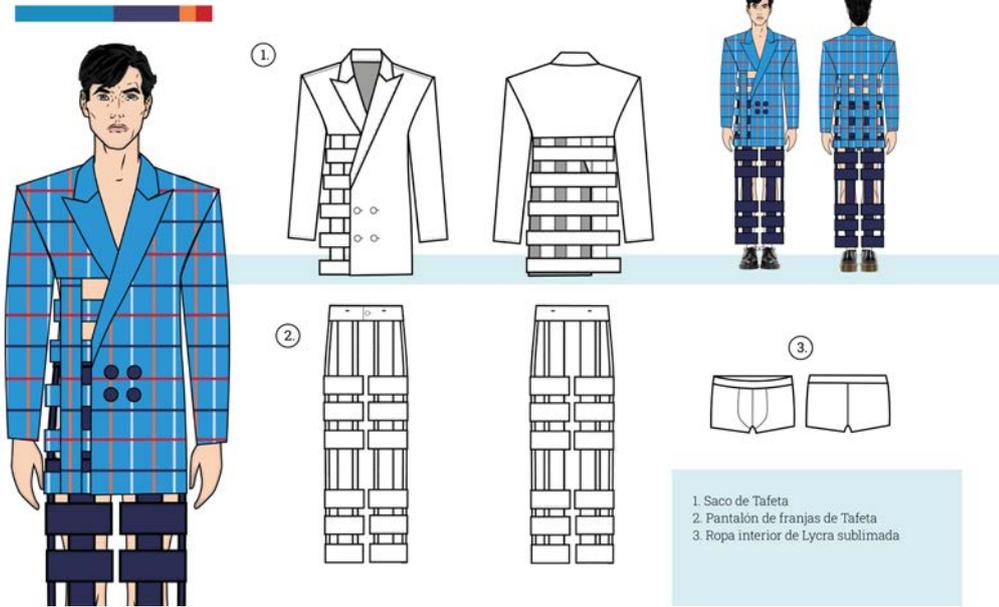
| Look 04 |



| Look 05 |



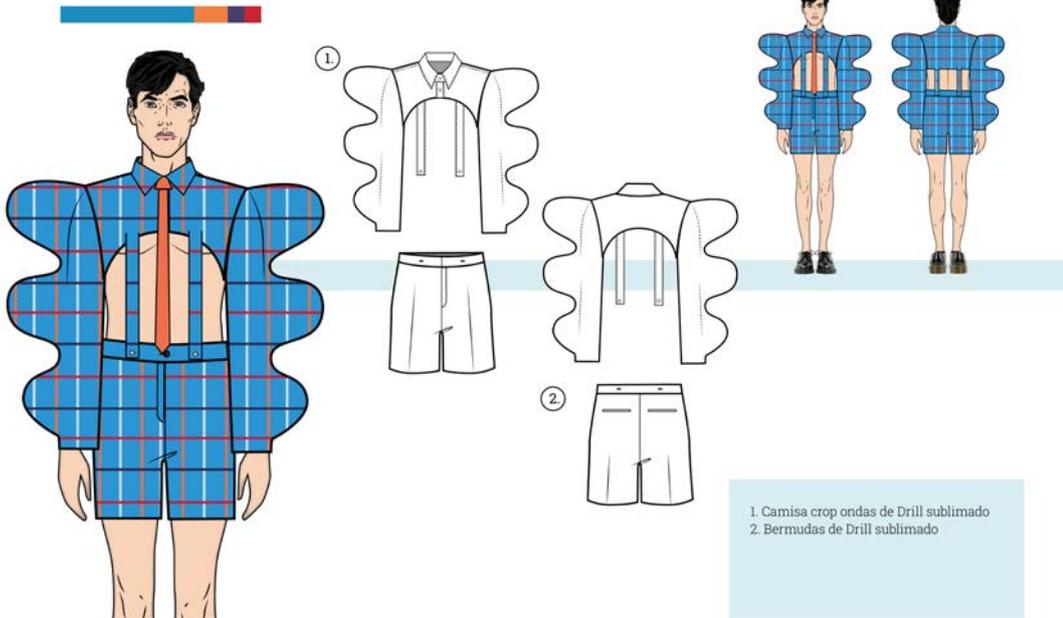
| Look 06 |



| Look 07 |

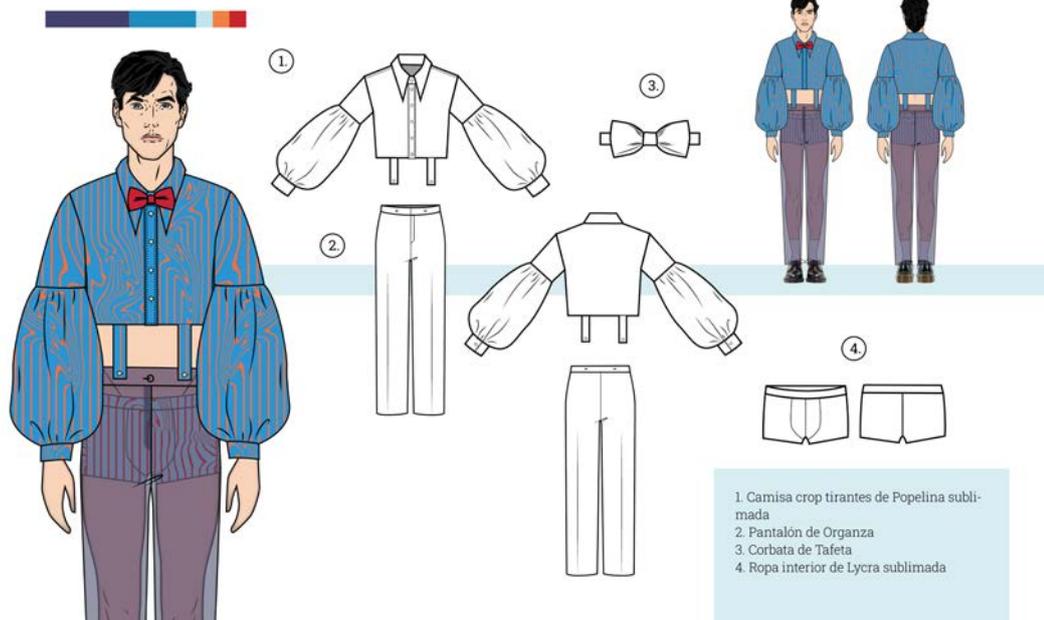


| Look 08 |



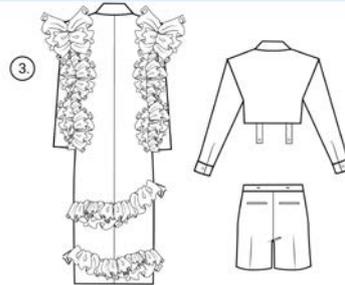
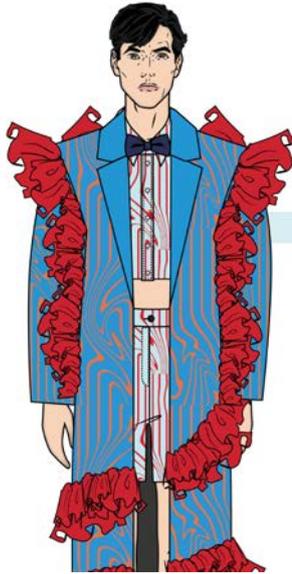
- 1. Camisa crop ondas de Drill sublimado
- 2. Bermudas de Drill sublimado

| Look 09 |



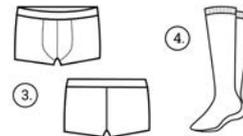
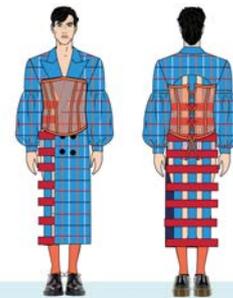
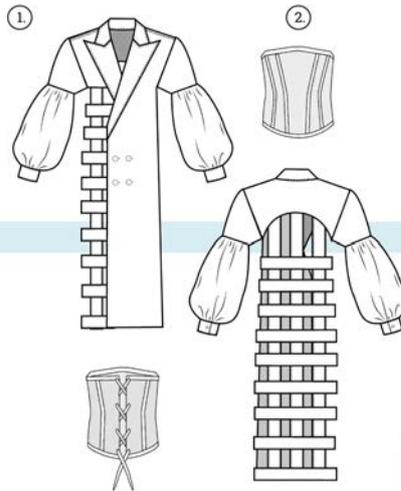
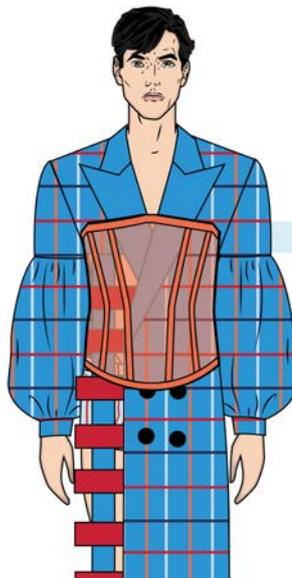
- 1. Camisa crop tirantes de Popelina sublimada
- 2. Pantalón de Organza
- 3. Corbata de Tafeta
- 4. Ropa interior de Lycra sublimada

| Look 10 |



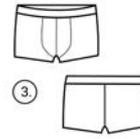
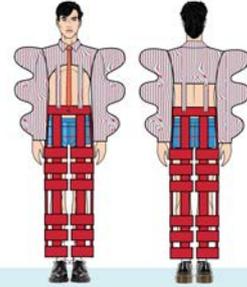
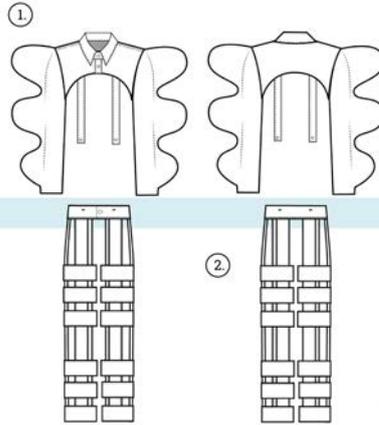
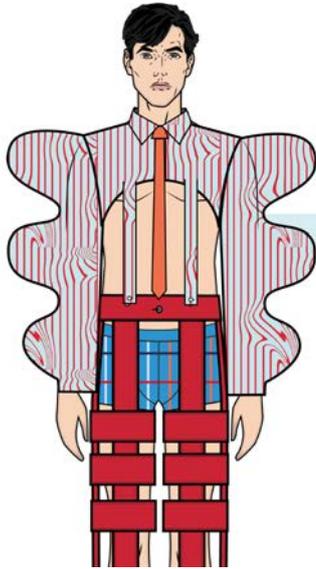
- 1. Camisa Crop de Popelina sublimada
- 2. Bermudas de Popelina sublimada
- 3. Saco Ruffles de Drill sublimado
- 4. Medias de lycra

| Look 11 |



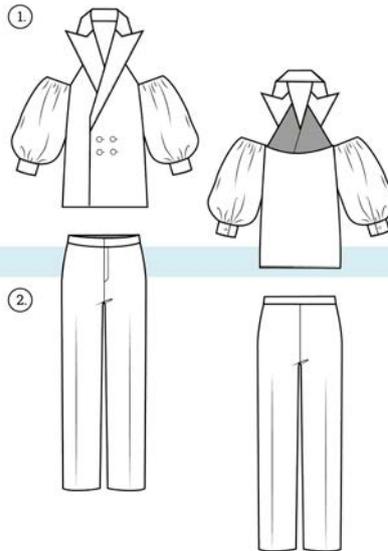
- 1. Saco de Drill sublimado
- 2. Corset de Organza
- 3. Ropa interior de lycra sublimada
- 4. Medias de lycra

| Look 12 |



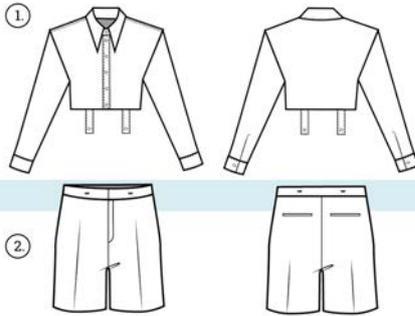
- 1. Camisa crop de Popelina sublimada
- 2. Pantalón franjas de Tafeta
- 3. Ropa interior de Lycra sublimada

| Look 13 |



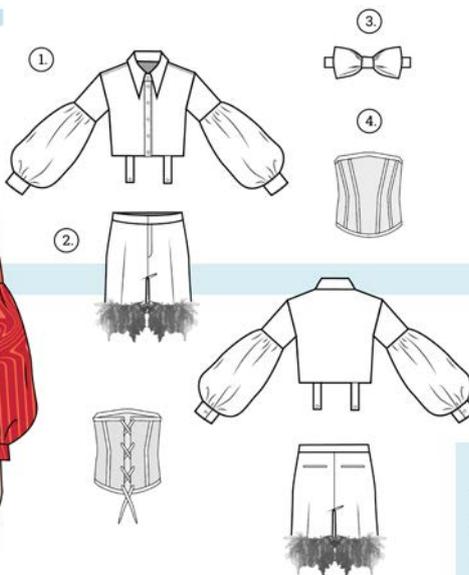
- 1. Saco hombros descubiertos de Tafeta sublimada
- 2. Pantalón de Tafeta sublimada

| Look 14 |



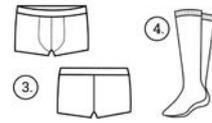
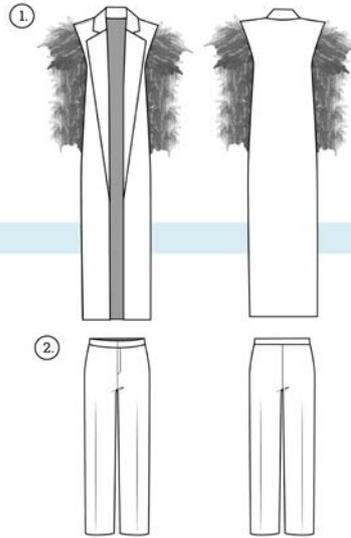
1. Camisa crop tirantes de Drill sublimada
2. Bermudas de Drill sublimado
3. Medias de Lycra

| Look 15 |



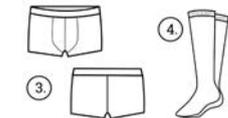
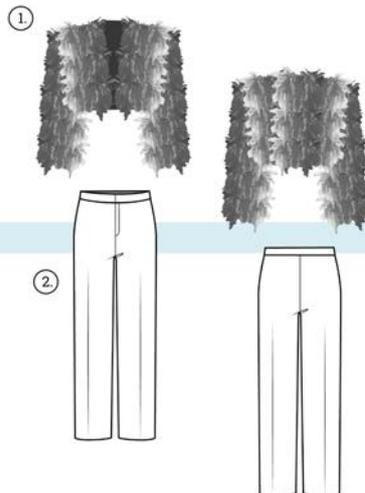
1. Camisa de Popelina sublimada
2. Bermudas de Organza con aplicación de imitación de plumas de avestruz
3. Corbata de Tafeta
4. Corset de Organza
5. Ropa interior y medias de lycra

| Look 16 |



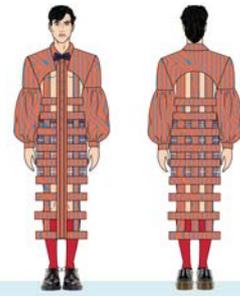
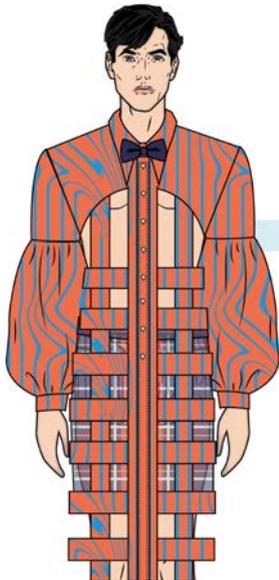
1. Saco largo de Drill con aplicación de imitación de plumas de avestruz.
2. Pantalón de Organza
3. Ropa interior de Lycra sublimada.
4. Medias de Lycra

| Look 17 |



1. Saco crop de imitación de plumas de avestruz
2. Pantalón de organza
- 3 y 4. Ropa interior y medias de lycra

| Look 18 |



1. Corbata de Tafeta
2. Camisa larga de Popelina subimada
3. Bermudas de Organza.
- 4y5. Ropa interior y medias de lycra.