

Una deformación del cuerpo femenino hacia la mimetización del cuerpo masculino: La moda *Genderless*.

Universidad Iberoamericana  
Ensayo Final: Subjetividad, Poder e Identidad: Topologías del capital.  
Profesores: Edwin Culp, Pablo Martínez  
Alumna: Anai Ramos Rodríguez  
A220309-1  
Agosto-Noviembre 2021

Una deformación del cuerpo femenino hacia la mimetización del cuerpo masculino: La moda *Genderless*.

### Pitch

La industria de la moda trata de popularizar el estilo *Genderless* propuesto por el diseñador Rad Hourani, la estética se presenta con siluetas y colores neutros. La moda como mercado, involucra un análisis de lo que la sociedad global vive en el hoy en día, se involucra con el *Zeitgeist* para crear prendas de acuerdo con las “necesidades” “innecesarias” que requiere la sociedad. Hoy en día luchas activistas intentan disolver el código binario, la idea de los géneros masculino y femenino, de destacar cuerpos sin género, movimientos LGBTTTQI+ y feministas incluyentes, intentan lograr esto, romper con esos paradigmas patriarcales y binarios formados y plantados como semilla cultural a lo largo del tiempo. La moda intentando ir de la mano con esto, por seguir los medios de producción y marketing, propone esta nueva forma de vestir que involucra el cambiar la capa superficial del cuerpo, la que se dedica a comunicar, pertenecer, lo que esta visible.

Involucra lo anteriormente dicho: nuevas siluetas, cortes y colores neutros. Pero ¿Qué tanto se involucra en, realmente, ser parte del espíritu de la época? ¿Cómo la industria es capaz de cambiar una capa de comunicación y marketing superficial? ¿Realmente la cambiará para fomentar una evolución psicológica, mental, corporal y social? La hipótesis sería que la moda se involucra en el comercio, marketing, capital, sigue siendo patriarcal, la neutralidad puede ser un factor de cambio, pero el cuerpo femenino se deforma intentando mimetizarlo con el cuerpo masculino, las formas rectangulares y las líneas rectas que se proponen involucran al cuidado fantasmal medio ambiental: no hay desperdicio de papel, puesto que se puede patronar sobre la tela, no hay desperdicio de tela, pero sigue siendo industria, siguen utilizando otro tipo de telas y colorantes contaminantes, tampoco no van con lo que se busca en el hoy: una liberación de códigos binarios, sino una mimetización hacia un código, el masculino y al cuidado del medio del medio ambiente fantasmal.

Se conjugará el ensayo a partir de capas, una capa es algo que se sobrepone, el vestir es una capa tangible que se porta tapando una superficie corpórea, el cuerpo se constituye de varias capas, los órganos, los músculos, la piel. Se mencionarán capas intangibles a su vez, capas del capital del vestir, de la sociabilización del vestir, la publicidad del vestir, el mercado del vestir, la puesta de la prenda, etc., esto con el fin de abordar los distintos temas mencionados en los párrafos anteriores.

Capas a tratar:

#### CAPAS INTRODUCTORIAS

*-Capas tangibles-*

1. EL CUERPO ATÓPICO UTÓPICO
2. EL CUERPO VESTIDO

*-Capas intangibles-*

1. LA RELACIÓN SOCIAL Y LA VESTIMENTA
2. CAPITAL, MERCADO Y SOCIEDAD
3. CAPITAL Y EL CUERPO VESTIDO DEL HOY Y AYER.

#### CAPAS DE LO INVISIBLE

*-Capas intangibles-*

4. EL CAPITAL, LO PATRIARCA, EL COPULE Y LA REPRODUCCIÓN
5. BINARISMO A PARTIR DEL CUERPO UTÓPICO VESTIDO Y SU ESTÉTICA
6. APROPIACIÓN DE LUCHAS
7. DISEÑO Y ESTÉTICA GENDERLES
8. PUBLICIDAD ESTEREOTÍPICA

#### CAPA GENERAL: MARGINACIONES FANTASMALES

CAPA AÑADIDA: CUIDADO UTÓPICO MEDIO AMBIENTAL

## CAPAS INTRODUCTORIAS -LAS CAPAS TANGIBLES-

### CAPA 1: EL CUERPO ATÓPICO O UTÓPICO

En *Cuerpos Utópicos* (2008) se menciona a Foucault y la noción que el cuerpo invisible e visible, es el principal actor de toda utopía, utopías que tienen un lugar, un tiempo, allí donde el humano delimita el espacio que ocupa, trabaja, y pasa su tiempo; así mismo, el cuerpo como primordial hábitat, es tópico en su sustancia y en su carne y en su materialidad, contrario a utópico, es la dualidad utópica, pero se puede llegar a constituir como utópico al momento de vestirlo, modificarlo, ya que el humano está delimitando ese espacio-cuerpo, está transformándolo y metafóricamente, adquiriendo otro cuerpo al momento de adornar y modificar la carne, materialidad tópica.

Se menciona, de igual manera, en el diálogo de Foucault, que para que se alcance la carne y lo propio del cuerpo habría que descender por debajo de la vestimenta, en su carne, pero en su materialidad o tal vez no, sería producto de fantasías.

Así pues, de la carne y su composición tópica, encontramos una serie de sistemas que permiten habilitar las funciones corpóreas, estos sistemas compuestos por un conjunto de órganos, tejidos, células, que dan cuerpo físico al cuerpo, que permiten la función del vivir.

Desde la base hasta la carne:

1. Sistema circulatorio
2. Sistema inmune
3. Sistema nervioso
4. Sistema respiratorio
5. Sistema digestivo
6. Sistema endócrino
7. Sistema linfático
8. Sistema urinario
9. Sistema reproductor
10. Sistema tegumentario
11. Sistema óseo
12. Sistema muscular
13. Sistema sensorial
14. Sin sistema, un órgano se añade, la capa superior del cuerpo tópico: La piel.

Lo que permite que este conjunto de sistemas se vuelva utópico es el órgano cerebro, cerebelo, tronco encefálico y medula espinal, y sus aunadas composiciones las cuales componen el sistema nervioso. Son pues, nuestros pensamientos, nuestro almacén y parte de captación del sistema sensorial, también, quien permite la función totalitaria, esas vísceras y nervios y células y neuronas, son las que permiten la fantasía, lo utópico en el cuerpo tópico, o séase la carne.

El cuerpo con sus sistemas tópicos, invaden mundos fantasiosos, espacios utópicos, y trata de hacerse percibir dentro de los espacios utópicos. Si la piel, es la capa superficial, acompañada del vello corporal, el cual protege, pasamos a la capa que permite que se convierta el cuerpo tópico en cuerpo utópico, el vestir. El cuerpo vestido, cuerpo utópico provocado por la composición cerebro-cerebelo-neuronas-nervios-células.

### CAPA 2: EL CUERPO VESTIDO

Flügel (1935) menciona desde la época de las cavernas se solía utilizar un adorno corporal, una protección climática, pieles provenientes de las cazas, comienza la actividad del tejido para telas hechas de distintos tipos de filamento de hojas, muestra esto, también como adorno corporal, tangible, fabricado a mano, podría parecer en un mundo tópico como simple objeto para una protección climática, a su vez, el adorno como utópico.

La primera relación de espacios tópicos que se convierten en utópicos y cuerpos tópicos que se convierten en utópicos se da a partir de que el nómada andaba por las tierras buscando espacios para protegerse del clima y alimentarse, esto se comienza a traducir a una forma de conciencia que comenzará a sembrar nociones utópicas. Pasando el tiempo se da el sedentarismo, los grupos de personas nómadas dejan de andar y se mantienen estables en un territorio, esto llevaría consigo el cambio de ideas y formas de vida daría continuidad a la semilla de la utopía al convertir el primer espacio en hábitat.

## INTRODUCCIÓN -LAS CAPAS INTANGIBLES-

### CAPA 1: LA RELACIÓN SOCIAL Y LA VESTIMENTA

Flügel (1935) menciona que desde la época de las cavernas se solía adornar el cuerpo, a manera de pretender demostrar las habilidades dentro de la función social, cuando el hombre se vuelve sedentario, quien cazaba portaba los dientes de su caza a modo collar, las pieles se lavaban, se preparaban para tener mejor estética ante el grupo de individuos, debido a la división de trabajo, se buscaba una estratificación que se mostraba a través del adorno.

Hoy en día para habitar nuestras localidades utópicas, se adorna, se embelesa, para demostrar el pertenecer a cierto grupo social (Lipovetsky), estas utopías corporales, locales que se formularon a lo largo del tiempo para sostener una idea de nosotros mismos ante los demás. Estas ideas se recalcan, se remarcan a través del sistema capital.

### CAPA 2: CAPITAL, MERCADO Y SOCIEDAD

Henri Lefebvre Blackwell (2008), en su libro la producción del espacio, habla de las facetas actuales del capitalismo: El territorio capital, el comercio capital, el capital financiero, a su vez, apunta a que todas estas juegan juntas acorde a compatibilidades y oportunidades; así estas distintas partes y facetas se vuelven parte de mercados, hablando de lugares utópicos, donde se sustrae materia prima, produce algún objeto o producto y donde se adquiere, todo esto constituye al capitalismo del hoy.

El capitalismo se liga al funcionamiento del dinero, al trabajo, a los varios tipos de mercado y relaciones sociales de producción, esto se sobrepasa a los espacios donde existe práctica social ligada a la laboral, pero a su vez de relación humana, existen varias interrelaciones, por ello, el pertenecer y el distinguirse, la dualidad del cuerpo vestido se posiciona como parte de una interrelación social y parte del capital.

El producto, la indumentaria o vestimenta, se produce por medio de las ideas generadas provenientes de espacios y cuerpos utópicos más la suma del funcionamiento capital que genera divisiones sociales y utopías. Los sistemas vuelven a este producto parte de una idea de necesidad: Las industrias y sistemas de lo *fashion* crean así, la idea de que debes portar el producto para estar inmerso en tu primer hábitat utópico: el cuerpo utópico y poder relacionarte en el territorio, sociedad, utopías espaciales. Esta serie de pasos hacen que el producto adquiera su propio poder, se transforma en acción, debido a que desde la producción se piensa como en una proyección de necesidades innecesarias, utópicas, y la adquisición y uso de este producto por el público, genera una contemplación por la sociedad y por quien lo porta (Lefebvre Blackwell, 2008).

### CAPA 3: CAPITAL Y EL CUERPO VESTIDO DEL HOY Y AYER

A partir de la contemplación de los productos (Blackwell 2008), las industrias y mercados tratan de generar una atracción para continuar el ciclo de producción-compraventa-contemplación. Se intentan generar historias para producir distintos tipos de formulación utópica previa a la contemplación, se intentan narrar estas historias a través de los productos y su publicidad para así, atraer la atención (Omar Rincón 2006). Lipovetsky (1990) reafirma que a partir de la compra y uso de productos para adornar el cuerpo o espacio utópico se trata de recrear una narrativa, eso es parte de una sociabilización, esta narrativa incluye aspectos de pertenencia, el pertenecer a algún tipo de colectivo con distintas cualidades y gustos que se asemejen a los del individuo que va a adquirir la prenda. La contemplación se da dentro del colectivo por los individuos que lo componen o por quien porta la prenda.

Las modas capitales producen y venden un producto para sociabilización: distinción y pertenencia, vendiendo la idea de que nuestro ser mismo se tiene que exponer por medio de una capa superficial que cubre la carne y la piel, que cubre el cuerpo tópico.

El individuo no puede actuar sobre la naturaleza sin poner en acción sus músculos bajo la vigilancia de su propio cerebro. Y, así como en el sistema fisiológico colaboran y se complementan la cabeza y el brazo, en el proceso de trabajo se aúnan el trabajo mental y el trabajo manual. Más tarde, estos dos factores se divorcian hasta enfrentarse como factores antagónicos y hostiles. El producto deja de ser fruto del productor individual para convertirse en un producto social, en el producto común de un obrero colectivo (...). Ahora, para trabajar productivamente ya no es necesario tener una intervención manual directa en el trabajo; basta con ser órgano del obrero colectivo, con ejecutar una cualquiera de sus funciones desdobladas. (...) De otra parte, el concepto de trabajo productivo se restringe. La producción capitalista no es ya producción de mercancías, sino que es, sustancialmente, producción de plusvalía (Marx, 1995: 425).

#### CAPAS DE LO INVISIBLE -CAPAS INTANGIBLES-

#### CAPA 4: EL CAPITAL, LO PATRIARCA, EL COPULE Y LA REPRODUCCIÓN

A la condición del capital se le añaden articulaciones de intereses, reiterando la capa anterior, ahora se concede el papel del cuerpo con su valor ideológico, se instituyen nuevas reglas para el cuerpo y espacios donde se despliega el instaurar identidades funcionales para los cuerpos y espacios utópicos. Las identidades “funcionales” se presentan en formas Binarias, una de los sistemas binarias es la estratificación, jerarquías capitales de adquisición a través de riquezas y la otra es un sistema donde se divide al humano dependiendo su forma tópica corpórea, hombre- mujer, y se crea la idea de las identidades de género: Mujer-mujer, hombre-hombre; Mujer(Cuerpo tópico por sistema reproductivo-también utópico)-femenino (Cuerpo utópico), hombre (Cuerpo tópico por sistema reproductivo-también utópico)- masculino (Cuerpo utópico).

Según las divisiones binarias del género, a grandes rasgos, la mujer porta a quien poblará y ayudará a mantener el sistema capital y el hombre formará las relaciones laborales para sostener el capital, esto nos dirige hacia el sistema patriarcal, esto aportado desde la perspectiva de las divisiones entre géneros y binarismos.

“Binaria asimismo es la construcción de las identidades en Occidente, sean estas identidades de género, de clase, étnicas o políticas (Cubides et. al., 2007). Si bien ha habido teorizaciones que se limitaron a señalar y describir este hecho como inherente a la mente humana, -el caso paradigmático es el de Claude Lévi-Strauss (1987)-, ha habido también otras conceptualizaciones que buscaron proponer modos de pensamiento alternativos. Es el caso del pensamiento '*queer*' o '*trans*' de los estudios de género (Butler, 2001), del pensamiento 'complejo' de las diversas teorías de sistemas (Morin, 1994), y del pensamiento 'rizomático' de la filosofía posmoderna (Deleuze y Guattari, 1995) “ (Mendoza 2014: 65).

La masculinidad, como menciona Isabel Gil (2019) hablando del género que sostiene al capital, ante una ideología que se intenta de-construir hoy en día, se asocia con el poder, el control, el valor, las mujeres, por su parte son consideradas como interrupciones de la ley natural del sistema patriarca, transformándolas en seres de acatamiento, reproducción y obediencia.

#### CAPA 5: BINARISMO A PARTIR DEL CUERPO UTÓPICO VESTIDO Y SU ESTÉTICA

La división binaria identitaria, masculino-femenino, mencionada en la capa anterior sumado lo mencionado acerca del capital patriarcal, más la capa de las narrativas que generar necesidades innecesarias e ideas para la distinción, pertenencia y contemplación de un cuerpo vestido, se juntan para generar cuerpos utópicos a través de los cuerpos vestidos por productos capitales, aquí se unen las narrativas de sistemas binarios, las utopías, ya que a través del vestir,

se formulan, también, categorías con sus respectivas estéticas corpóreas entre lo femenino y masculino (Enwistle 2002-Flügel).

La relación del cuerpo carne y tópico femenino, a través del capitalismo patriarcal se representa a través de formas de estética corpóreas. La mujer y el hombre se visten diferente a partir de las utopías y los sistemas binarios, la mujer, se presenta a partir del S.XX, como ataviada, adornada, y el hombre trabajador, con su traje, da un sentido fraternal identitario, se identifica con su mismo grupo masculino ya que la estética masculina es igual para todos, o similar. Una hipótesis de estas diferencias presentada es que, a partir del capital y Revolución Industrial, patriarcal, el hombre comienza a reproducir sus normativas sociales de exposición de riquezas a través del cuerpo de la mujer, por ello la mujer se comienza a adornar más, hablando del cuerpo utópico de la mujer utilizado como medio de exposición de riqueza. El hombre, por su parte se vuelve solidario con el otro hombre, con su grupo identitario, creando así una especie de uniforme que denote fraternidad.

Nota 1: Hay que considerar los dos sentidos del cuerpo: El cuerpo tópico y el cuerpo utópico. El cuerpo tópico de la mujer con su sistema reproductivo y en su etapa de desarrollo, a modo silueta, se percibe como curvilíneo y el masculino como rectangular o triángulo invertido, o séase constituido por líneas rectas, existe diferencia visual.

Nota 2: Flügel menciona que todos los productos implican el falogocentrismo, la cual es realzar ante todo producto la forma del falo, parte del patriarcado y capitalismo, esto se menciona debido a las formas corpóreas presentadas anteriormente, el cuerpo del masculino se constituye por líneas rectas al igual que el falo.

## CAPA 6: APROPIACIÓN DE LUCHAS

La vestimenta y su sistema capital se apropia de las luchas sociales, para transformarlas en narrativas, en nuevas utopías o para ser parte de ellas y llegar a un intercambio de bienes con los que son parte de las luchas.

La vestimenta masculina, a partir de la Revolución Industrial, ha presentado una silueta recta, como dice Flügel, falogocéntrica, sin embargo, la silueta femenina se ha adaptado al cuerpo tópico femenino, presentándose a partir de líneas curvas o siluetas reloj de arena que remarquen el mismo cuerpo de la mujer, la carne, pero esto se traduce, a veces y dependiendo que prenda se porte, una utopía sexualizada. La mujer reproductora, denotando sus curvas, exponiendo sus pechos por productos que han sido creados con narrativas por el capital patriarcal. ¿Qué tanto el mismo sistema sexualiza?

la moda ha tratado de romper estas formas, proponiendo rompimiento de curvaturas y prendas para el cuerpo tópico mujer y algunos diseñadores expresaron nuevas narrativas sociales, tales como el uso del pantalón por Coco Chanel, quien propuso el pantalón para la mujer, forma recta que no determinaba la curva de la mujer, simplemente contaba con una narrativa de comodidad, pero a su vez era un tipo de mercado capital, Chanel, siendo mujer, quería vender libertad a través de una forma falogocéntrica y mimetización hacia el cuerpo masculino.

Se han representado quiebres en la moda, forma de liberación femenina, trate de deconstrucción de los códigos binarios, de la reproducción, se quiere libertad y la moda, a partir de ello considera, mercantiliza, necesidades innecesarias a través de la vestimenta que expone la mimetización de un cuerpo masculino para promover un cuerpo utópico con identidad y pertenencia masculina.

Otro ejemplo es la vestimenta y usos de ropa interior para las féminas en la década de los 20's, se pretendía esconder el pecho y promover siluetas rectangulares, nuevamente, las prendas y modas denigraban y marginaban los pechos y cuerpos tópicos femeninos a partir de una idea de lucha y disolución de ideas binarias, libertad y liberación e la mujer, a partir de siluetas masculinas, o séase mimetizaciones hacia un nuevo cuerpo utópico de identidades, identidades masculinas.

Así es como la moda de apropia de luchas sociales para continuar con el capitalismo patriarcal, mimetizándose al género masculino, promoviendo disoluciones de códigos a través de una mimetización de géneros.

## CAPA 7: DISEÑO Y ESTÉTICA GENDERLESS

El análisis de la estética del *Genderless* y la moda, se puede analizar desde varios puntos, esta ocasión se pretende enfocar hacia una silueta, la forma que da el cuerpo vestido, el nuevo corpóreo utópico y a su vez, las líneas que conforman estas siluetas o formas.

La proposición *Genderless*, denota una silueta rectangular, compuesta por líneas verticales rectas y algunas líneas poco curvilíneas horizontales (Se presenta en el catálogo de imágenes de la Fig. 4 a la 7). El cuerpo tópico sexual biológico – hombre, se determina por esta misma silueta, el cuerpo desnudo del hombre se compone a partir de una silueta rectangular, formada por líneas verticales rectas.

En la primera composición del catálogo de imágenes, se resaltan las formas y las siluetas de los cuerpos tópicos y sus diferencias dependiendo el órgano reproductivo dentro de cada cuerpo, Fig 1. Hombre, Fig 2. Mujer y en la Fig. 3, vemos un cuerpo tópico masculino, sin embargo, parte de una utopía del *fashion* creada como andrógino, para más adelante hacer uso de estas comparaciones que gracias a las utopías se comprometen unas a las otras.

Nota: Resalto nuevamente un cuerpo utópico: el cuerpo más allá de su carne, la carne que contiene capas más allá de las físicas, que van con lo social, que van con lo colectivo, que van con el forje de identidades capitales y patriarcas.

## CAPA 8: PUBLICIDAD ESTEREOTÍPICA

Las narrativas publicitarias según Omar Rincón (2006), tratan de rehacer historias nuevas para atraer en un modo de seducción, así pues hablando de la publicidad de la moda *Genderless*, hablando de fotografías publicitarias de diseñadores, exponiendo las prendas sobre cuerpos utópicos, tratarán de conllevar una narrativa de seducción, seducción que guiará al público de esta narrativa y a quien se identifique con las prendas, a cambiar la narrativa o a forjar una nueva narrativa utópica sobre su cuerpo utópico.

El nombre *Genderless* lleva un sistema de connotación que relata significados neutros ante los géneros, pero en cada fotografía parte de la publicidad que ayuda a generar cuerpos utópicos, encontramos diferenciación y sexualización hacia el cuerpo de la mujer, el cual siempre se muestra más descubierto, definido con prendas o ceñidos a la cintura, mostrando la piel (Catálogo de imágenes Fig. de la 4 a la 7), será ello parte de lo andrógino que se espera, de la mezcla de femenino y masculino en un cuerpo, de lo neutro. Pero si es así ¿El hombre por qué no muestra más piel que la mujer?

Los intereses capitales y las empresas, en este caso, empresas del *fashion* que involucran el *Genderless* a modo publicidad y siluetas estéticas, presentan el mismo género de necesidades innecesarias, pertenecer a un grupo de géneros neutros exponiendo el cuerpo vestido como género masculino y de narraciones utópicas para cambio social, que incluye la igualdad y deconstrucción de géneros, la inclusión de cuerpos no vislumbrados anteriormente por el sistema, pero cuerpos que a la vez se vuelven estereotipos nuevos, delgados, sin género o sexo mezclado. En hipótesis, las empresas siguen basándose en ideas falsas para continuar con el interés de ganancia, compraventa, intercambio de bienes.

El *Zeitgeist*, espíritu de la época en la que vivimos incluye liberación sexual, equidad de géneros e inclusión. El capital, tratando de ir con el *Zeitgeist*, toma estos temas y los adapta de tal manera que continúa partiendo del factor ganancia, sin importar que el mensaje, a través de su estética, no vaya con la propuesta del concepto, simplemente se busca seguir manteniendo la propia economía de la empresa y el movimiento de las masas dirigiéndose hacia la constitución del capital.

La androginia como tal, se ha presentado como la mezcla de dos sexualidades o ideas utópicas de género en una sola: Hombre y mujer en un solo cuerpo, ya sea presentando características físicas mezcladas, de ideología y gustos sexuales mezclados.

El *Genderless*, partiendo de la idea de género neutral, se presenta como una nueva propuesta ni tan femenina, ni tan masculina, una propuesta nueva, que lleva consigo la etiqueta de neutral, pero si es neutral, está siguiendo otro tipo de publicidad hacia otros tipos de utopías dirigidos por el capital, o si bien, es la nueva interacción hacia grupos de personas andróginas, pero sosteniendo una nueva utopía sobre la utopía. En este caso la utopía principal sería la androginia, y la segunda sería la androginia con extrema delgadez y cuerpo relativamente masculino (Catálogo de imágenes: Fig. 8).

Si desgajamos lo dicho anteriormente, el nuevo cuerpo utópico andrógino y masculino deberá de encontrar su equilibrio femenino para ser totalmente andrógino, puesto que androginia viene del poseer características de los dos géneros o sexos en un solo cuerpo, entonces, si se busca una neutralidad de género, se debería de involucrar el balance femenino.

En este caso se pierde un género y un sexo, entonces, no puede ser neutro, el capital patriarcal, vuelve a intervenir en implementar narrativas nuevas, superficiales para el marketing y atraer a un mercado. La mujer aislada, la verdad andrógina aislada, nuevos estereotipos que cuentan utopías fantasmas que, a fondo, viendo a través de las capas, nos muestran la realidad.

La definición de marginación para la sociología es que se provoque un aislamiento social debido a desventaja económica, profesional, política de estado social, se da esta separación a partir de la idea de que los individuos por las desventajas anteriormente mencionadas, no se puedan integrar a algunos de los sistemas de funcionamiento social.

Así pues, en la última capa dentro de este ensayo, la cual se titula “Marginaciones Fantasmales”, se pretende hacer visible el fantasma, el cómo aíslan los cuerpos verdaderos y se producen cuerpos estereotipados en la industria de el *fashion Genderless*. Algunas de las exclusiones y aislaciones son: el cuerpo curvilíneo de la mujer, la desexualización del cuerpo de la mujer, los cuerpos utópicos y tópicos andróginos verdaderos.

Los nuevos cuerpos utilizados por la publicidad *Genderless*, son cuerpos andróginos que según, es la partida para algo neutro, sin embargo, se traducen a cuerpos extremadamente delgados, fomentando nuevamente así, la anorexia ante grupos que, fisiológicamente, por raza, no tengan esas características, pues así, podremos poner a la moda *Genderless* como un discriminatorio y propulsión hacia desordenes alimenticios.

Pero es una contradicción, los cuerpos marginados andróginos, los cuerpos discriminados andróginos, anteriormente, cuerpos utópicos, ahora se toman en cuenta, pero a través de una forma estereotipada, incongruente, ya que existen cuerpos andróginos curvilíneos con busto (Catálogo de imágenes Fig. 9).

CAPA AÑADIDA: Cuidado utópico medioambiental por producción.

Las telas se componen por fibras naturales, sintéticas o artificiales, las fibras naturales conllevan un proceso sustracción de elementos naturales, se requiere un territorio, por ejemplo para la siembra de algodón, fibra natural, donde se utilizan pesticidas y químicos que demacran la Tierra; las fibras artificiales, se constituyen por fibras naturales y sintéticas, las fibras sintéticas son fibras creadas por el hombre que involucran fabricación a través de laboratorios, un ejemplo sería el Polyester, plástico hecho por la mano del hombre, este plástico y su producción generan contaminación.

Estas fibras se entretejen y se crean las telas que serán utilizadas para el *Genderless*. Una vez más el capital abarca una capa de poco cuidado ambiental por el gusto de intercambiar bienes utópicos y acrecentar ganancias.

Las prendas del *Genderless*, rectas y cuadradas se venden como prendas que cuidan al medio ambiente debido a las líneas rectas, esto se logra al momento de hacer un corte de patrón ya que no se requiere papel, y no se genera tanto desperdicio de tela al cortar, pero el proceso de convertir la fibra hacia textil, continúa siendo contaminante.

Así pues, como capa añadida extra, es la venta de un producto que cuida al medio ambiente, pero no lo cuida desde su primer proceso.

## CATÁLOGO DE IMÁGENES

-Cuerpos y siluetas-

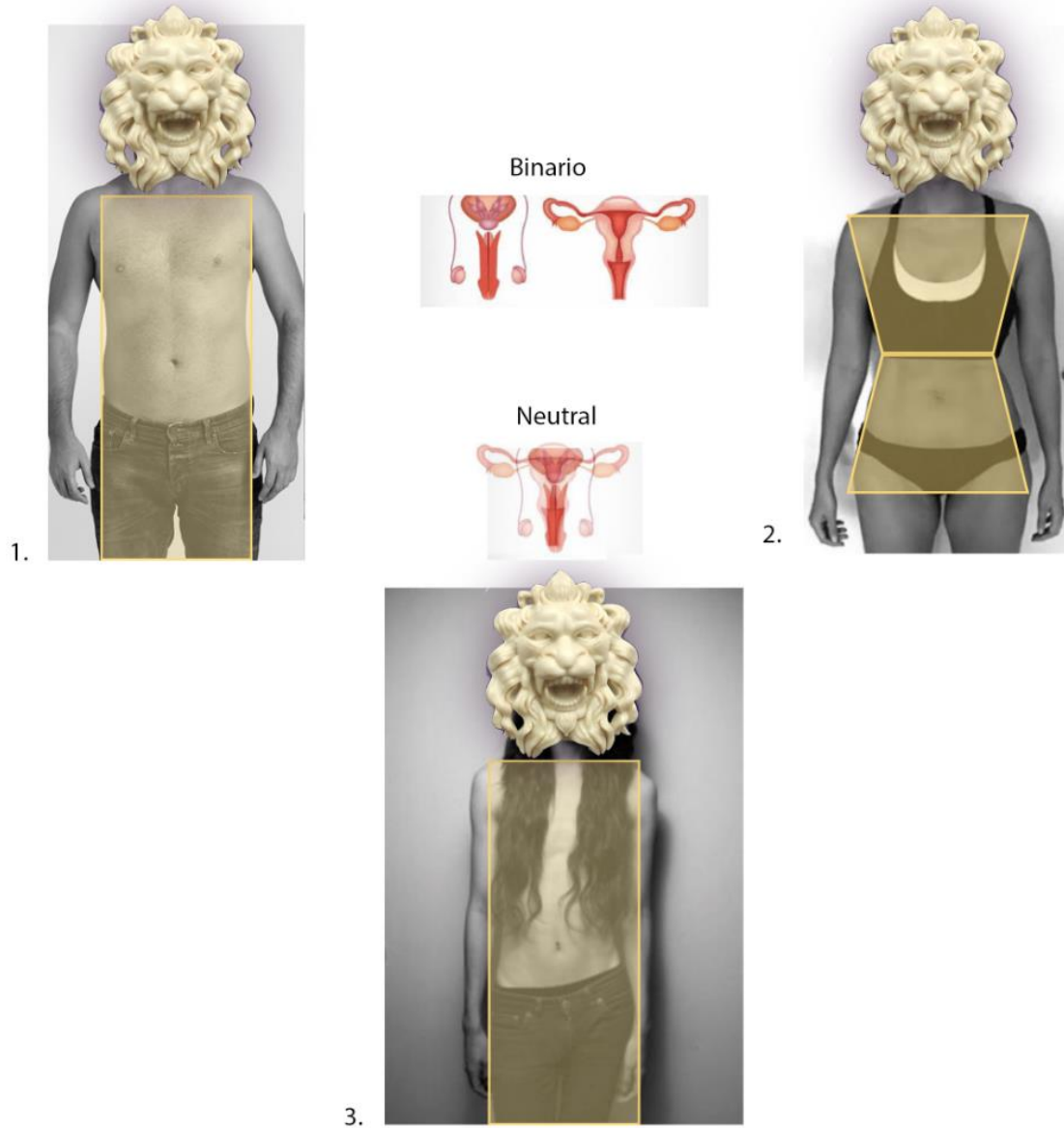


Fig. 1: Cuerpo tónico carne – rectángulo- hombre.

Fig. 2: Cuerpo tónico carne- trapecios invertidos- reloj de arena-mujer.

Fig 3: Cuerpo tónico andrógino, o utópico (Modelo de moda).

Extras: órganos reproductivos según el sexo y mezcla metafórica.

-Cuerpos vestidos-  
-Utopía Genderless-

#### 4. Neutral Clothing

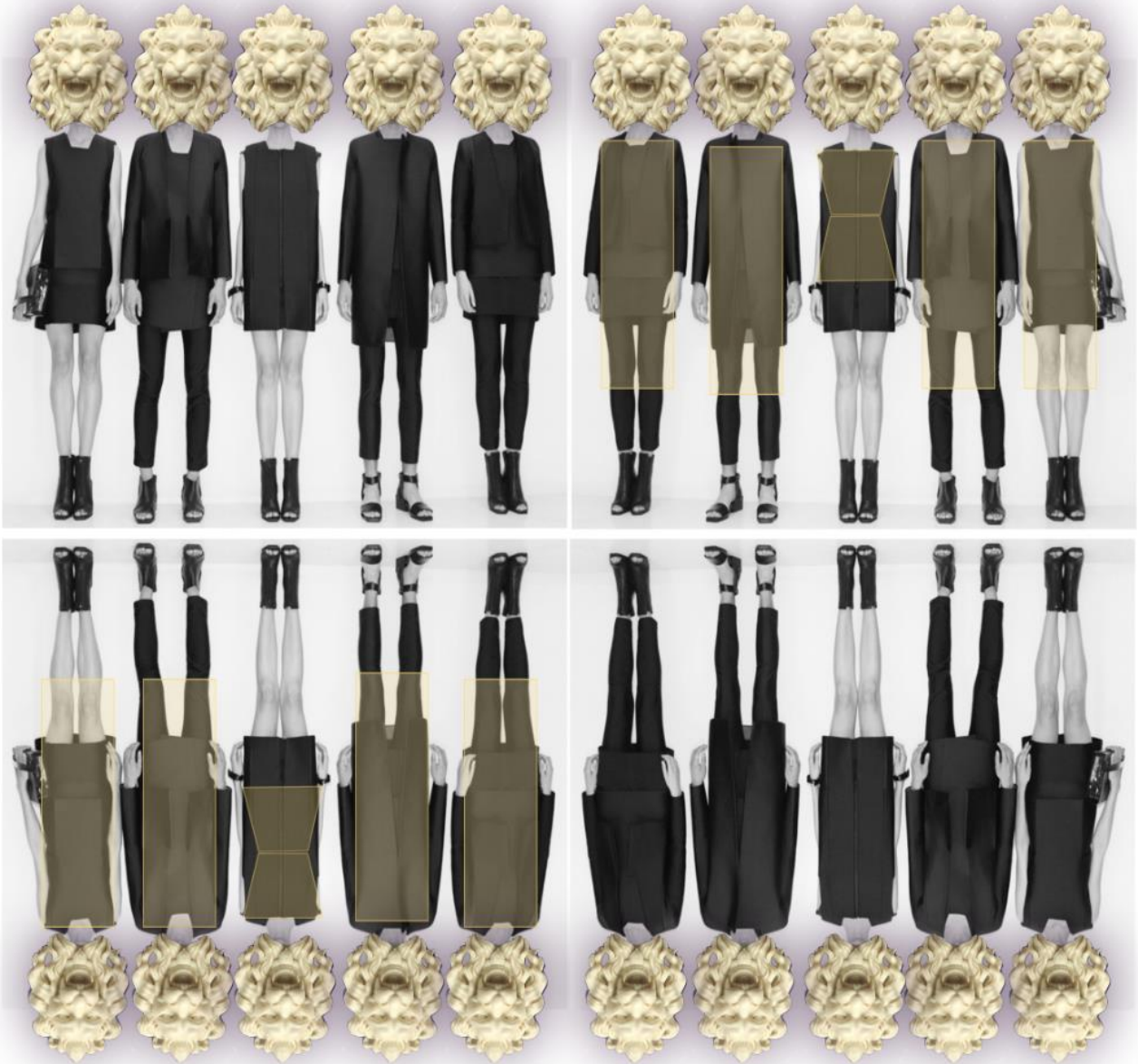


Fig. 4. Publicidad colección 004 R.H. intervenida con siluetas para clarificar la mimetización o hacia qué cuerpos van vestidos, los trapecios invertidos, parte del cuerpo típico mujer, se posicionan como ejemplo para corroborar que no se busca esa silueta.

## Neutral Clothing



Fig 5.



Fig 6.



Fig 7.

Figuras 5, 6 y 7: Publicidad Genderless-neutral clothing. Siluetas cuadradas en sobre dos cuerpos tópicos: Hombre-Mujer, cuerpo utópico Genderless, la mujer expone más piel, cuerpo tópico que el hombre, se reproduce el sentido de sexualización.

Cuerpos andróginos  
Tópico-utópico

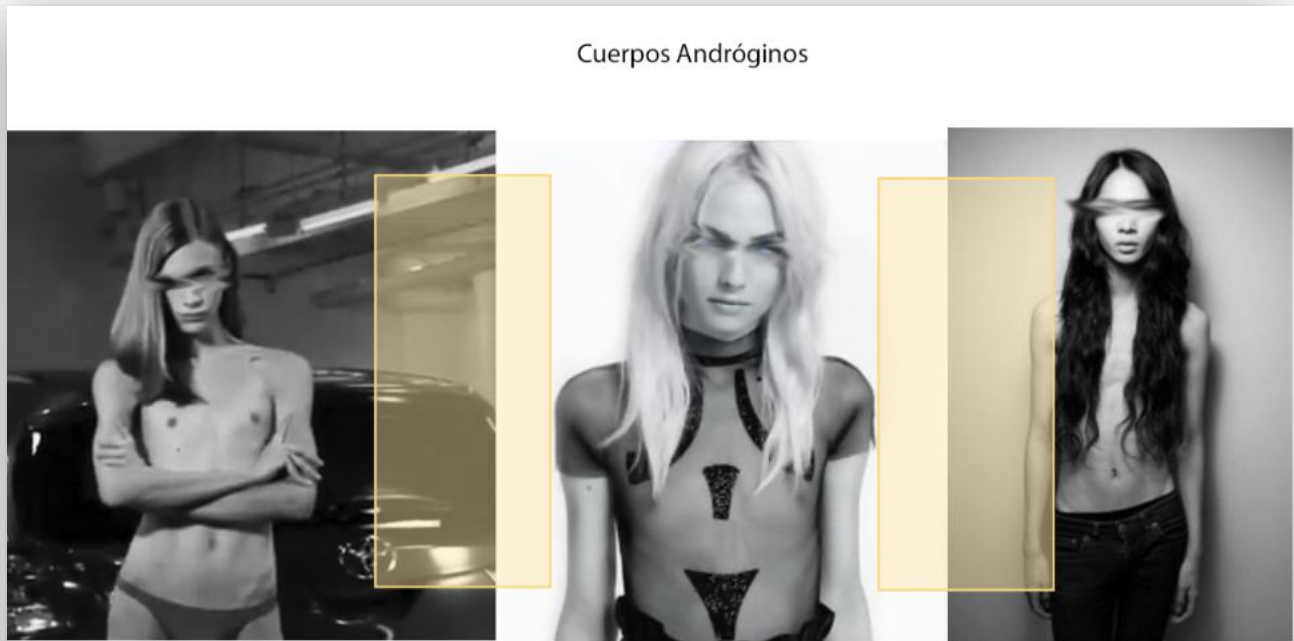


Fig 8.



Fig 9.

Fig. 8: Cuerpos andróginos utopía del fashion.

Fig. 9: Otro tipo de cuerpo andrógino tópico no tomado en cuenta por el fashion.

## BIBLIOGRAFÍA

Cerrato M. (2020) Topología atópica. Artículo. México: Estudios Críticos-Dieciséiete.

Lipovetsky G. (1990) El imperio de lo efímero, Ed. Anagrama

Flügel (Ed.2015). La psicología del vestido. España: Ed. Melusina

Focault M. (1966- 2008) Topologías. Artículo: Dos conferencias radiofónicas. Revista Fractal, Vol. XII. pp. 39-40.

Focault M. (1966-2012) El cuerpo utópico. Conferencia de Michael Foucault. Artículo-conferencia. Rev. Página 12

Gil I (2019) El origen del Sistema patriarcal y la construcción de las relaciones de género. Artículo recuperado de: <https://www.agorarsc.org/el-origen-del-sistema-patriarcal-y-la-construccion-de-las-relaciones-de-genero/>

Lo, Andrew W. (2004) The Adaptive Markets Hypothesis: Market Efficiency from an Evolutionary Perspective. Artículo recuperado de: <http://stat.wharton.upenn.edu/~steele/Courses/434/434Context/EfficientMarket/AndyLoJPM2004.pdf>

Mendoza (2014) El pensamiento binario y sus salidas. Artículo recuperado de: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/5237/fragaesc-9.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5237/fragaesc-9.pdf)

Warf, B. Santana A.(2009) "From surfaces to networks". En Warf, B., & Arias, S. The spatial turn: Interdisciplinary perspectives. Routledge.

## REFERENCIAS IMAGENES

1. Composición cuerpo hombre

2. Composición cuerpo mujer

3. Composición cuerpo fashion andrógino

4. Rad Hourani 2014

5. Rad Hourani 2014

6. H&M Unisex 2017

7. Selfridges 2015 Agender campaign

8. Stav Strashko for Toyota 2012, Andrea Pejic 2014, Androgino para el fashion

9. RAIN DOVE: Modelo