

Educación para la diversidad.

Moda para adolescentes no binarios en estudiantes universitarios de moda.

Mtra. Ileana Jalil Kentros

El siguiente texto surge a partir de la ponencia del mismo nombre, impartida el pasado 25 de septiembre 2019 en la mesa «Género, cuerpo y moda» realizada en el marco del Primer Coloquio de Moda, Historia y Arte, que se llevó a cabo en la Escuela Nacional de Antropología e Historia.

Dentro de la estructura tradicional de los planes de estudio de moda, muchas veces la materia de diseño enfoca su programa a partir del usuario, esto es, moda para niños, para adolescentes, para dama o caballero y, en todos los casos, siempre se parte del binomio de género, niño o niña, hombre o mujer.

Para ejercer el proceso de diseño, hay metodologías que estructuran los pasos a seguir para llegar a propuestas efectivas. Una de las más populares es *Design Thinking*, cuyo primer y más ambicioso paso es empatizar.

Empatizar es más fácil cuando el usuario es familiar. Comprender a otros en una periferia cercana es un camino más llano. Al abrir el perímetro para invitar a nuevas identidades, como puede ser un usuario no binario, se necesita mayor análisis, investigación y comprensión, sobre todo para poder iniciar el proceso de diseño desde donde idealmente se desea, que es desde la empatía.

Hablar de diversidad es hablar de la multiplicidad de posibilidades, de lo abundante; en los binarios, de división, de una solidez de dos caminos, de izquierda y derecha sin diagonales. En un encuentro con la diversidad encontramos no sólo nuevos caminos, de manera que en vez de dos ahora haya seis u ocho, sino también la posibilidad de andar sin un camino definido, de navegar de manera más líquida y flexible, no sólo en rutas y carreteras de identidad, sino en mares abiertos.

El género no binario, que también puede nombrarse como género *queer*, se refiere a la identidad género de las personas, no al sexo de su nacimiento ni a su preferencia sexual.

La preferencia sexual es un tema discutido, abierto y conocido, pero el género como una posibilidad de elección es en muchos de los casos desconocido, y en el caso de los estudiantes con quienes se desarrolló el proyecto era un tema totalmente nuevo.

Parto del término no binario porque abre la posibilidad a extensiones y variaciones más allá del par femenino masculino sin anularlas; esto puede incluir el género fluido o sin género definido. El género no binario puede coexistir con las identidades masculinas y femeninas en un sentido tradicional, no es necesariamente una ruptura, sino una expansión de posibilidades.

El estilo personal, conformado de arreglos, adornos, accesorios y vestimenta, es una declaración de identidad. No hace falta hacer una declaración escrita, argumentada y tenerlo claro, aún el proceso de búsqueda de la identidad personal se manifiesta en la articulación de un atuendo.

Para articular este atuendo recurrimos a piezas que adquirimos en diferentes puntos, pueden ser prendas nuevas en centros comerciales, boutiques o bazares; o de segunda mano por compra o por trueque, en tiendas *vintage* o mercados y, salvo en casos de intervenciones o confecciones autónomas, siempre recurrimos al diseño de otras personas.

El diseño es una actividad proyectual donde se hace una configuración formal de conceptos y expresiones. Un diseñador transforma las ideas de la masculinidad, feminidad, sus hibridaciones y críticas, en texturas, colores, siluetas y caídas que, sin necesidad de explicación, se expresan a través de la forma y el estilo.

Estas expresiones formales en la moda, son apropiadas y reinterpretadas por el usuario de manera singular, en esta dinámica de relación entre diseñador y usuario se tejen identidades colectivas y lealtades a las marcas y a los diseñadores: me encuentro en ciertas marcas, soy en el diseño de ellos.

De ahí el impacto y la participación predominante del diseño, todos vestimos y usamos diseño a cada paso y en cada actividad, entonces, lo que diseñamos nos diseña. Hay una dimensión ontológica y profundamente significativa, en lo que muchos llaman trapos.

El espacio universitario es un invernadero formativo de diseñadores, las condiciones climáticas están acondicionadas de manera que no haya cambios tan abruptos que puedan dificultar el proceso de crecimiento. Y aunque sí son necesarias ciertas condiciones para la formación integral de la persona, el reto consiste en traer a la universidad lo que se encuentra afuera, lo real, lo que está cambiando, y entender cómo se relaciona con el diseño, con los nuevos diseñadores y con sus profesores.

La propuesta de diseñar para un usuario no binario fue para los estudiantes de segundo semestre. Ya habían llevado un semestre sobre los fundamentos formales del diseño y aprendido cómo expresarse a través de ellos, por lo que este era su primer proyecto complejo en relación a personas y contextos que debían investigar, y desconocían cómo hacerlo.

Así, en vez de incitar preguntas respecto a un usuario familiar o sobre ellos mismos, este proyecto partió de preguntas esenciales: ¿quién es ese usuario no binario?, ¿qué significa?, ¿por qué es relevante ahora?, ¿qué postura debo tener al respecto y cómo puedo diseñar para él?

El primer paso fue partir de una teoría de género con una visión interdisciplinaria. Al invitar a Mtro. Fausto Lamont de la UNAM a conversar del tema y abrir el diálogo, hicimos una prueba para saber si el proyecto era viable en nuestra comunidad; pues si nos reportaban con los padres de familia tendríamos una protesta colectiva y se cancelaría. Afortunadamente no pasó nada de eso, sino al contrario, el encuentro estimuló a los estudiantes a reflexionar sobre las dinámicas del sexo y el género y a hacerse preguntas sobre ellos mismos y lo que creían de lo que significaba ser asignado el lugar de hombre o mujer, y verlo ahora también como una posibilidad de elección y no como un estado inamovible.

Después de establecer los fundamentos en generales de la multiplicidad de las identidades de género, el siguiente paso fue analizar su relevancia en relación al diseño y la moda. Y 2019 fue un año que lo hizo fácil o, mejor dicho, evidente.

Las identidades no binarias pueden pensarse o sentirse como algo radical o distante, pero se han hecho cada vez más presentes y visibles, y como ejemplo tenemos la alfombra roja de la gala del MET y de los premios Oscar 2019.

En estos eventos de alto impacto mediático, personajes icónicos de la cultura pop y celebridades muestran un cambio en cómo se asume la indumentaria masculina y femenina. En los premios Oscar podemos ver a Chadwick Boseman, protagonista de Black Panther, quien usa un saco de corte tradicional, aunque embellecido con aplicaciones con un vestido negro con moño debajo. A Elsie Fisher y Amy Pohler en trajes a la Marlene Dietrich; que casi 100 años después siguen sorprendiendo que no usen el tradicional vestido de gala. Y, por el contrario, a Billy Porter usando una falda de gala en terciopelo; pero con un tradicional moño y smoking para la parte alta. Aun así, sigue estando todo en una paleta de color oscura, fría y mesurada; paleta que ya no se repite en la gala del MET.

Con el tema Camp –que invitó a mayor creatividad y riesgo– Ezra Miller, más allá de hombre, mujer o humano, luce un atuendo andrógino con la ilusión óptica de 7 ojos. Billy Porter va más allá de lo humano llegando a lo divino como dios sol. Y la marca estrella que más reto los estándares de género en la indumentaria fue Gucci, con el autor presente, Alessandro Michele en un traje rosa de olanes acompañado de Harry Styles en encaje y transparencias, y Jared Leto, imagen de la marca, con un vestido rojo y su otra cabeza como accesorio.

La postura de Alessandro Michele se confirma en la colección Primavera-Verano 2020 presentada hace unos días, claramente de género fluido; ya que el desfile no es femenino ni masculino, como aún se llega a clasificar en las semanas de la moda, sino que navega suavemente entre ambos, sin que haya conflicto, y su postura es política, apuesta a que la moda sea una manera de romper los esquemas de poder, una posibilidad de liberación de una sociedad que busca controlar, de manera que la moda pueda: “Permitir que todos

construyan creativamente su lugar en el mundo, más allá de la normatividad impuesta desde el exterior”.

Gucci era una marca tradicional en cuanto a perspectivas de género que hasta ahora a ampliado su enfoque, pero hay una serie de diseñadores y marcas que ya tienen una postura de género no binario, fluido o sin género desde su origen y como punto clave de su identidad. Atinadamente, me acompañaron desde el cartel de la ponencia en el Primer Congreso de Moda, Historia y Arte, Barragán y Art School. Primero un mexicano en Nueva York que desafía no sólo las identidades de género sino el arquetipo del macho latino, y después una marca autodefinida como “*non-binary queer-luxury fashion label*”.

Un diseñador que puede pensar la diversidad es un mejor diseñador. El mundo es diverso, complejo y contradictorio, hace falta una mirada abierta y curiosa para notarlo a diario. Partimos ahora de la diversidad pensando en los géneros, pero se podría multiplicar al pensar en los tonos de piel, las nacionalidades, las clases sociales, la edad, el peso corporal y las siluetas, la enfermedad, las amputaciones; todo lo que es humano.

Recientemente el blog *Diet Prada* anunció no sólo la muerte, sino el funeral de Victoria’s Secret, que no ha sabido o querido abrir sus nociones de belleza, que siguen siendo mujeres alrededor de los 20 o 30 años y de talla 3 y, según *Diet Prada*, el funeral fue presidido por Rihanna, después del más reciente show de su marca Savage X Fenty; donde no sólo hay una gran diversidad de cuerpos, sino que la presentación deja el formato de pasarela para ser un concierto coreográfico alrededor de escenarios dinámicos. Esta es una marca *mainstream* que lo hizo hasta cierto registro y hace poco tiempo.

Otro ejemplo de diseño desde la postura de la diversidad es Chromat. Su paleta de color es tan amplia y variada como los cuerpos que la usan, y eso incluye los distintos géneros, sin necesidad de decirlo.

La falta de visión amplia limita las expresiones de moda, y para comprobarlo su lugar de expresión más árido y repetitivo son los centros comerciales.

Ahora es un muy buen momento para que las nuevas generaciones de diseñadores –me refiero en este caso a los textiles y de indumentaria y moda– abran el espectro de su lente y conecten con la riqueza y multiplicidad que está frente a ellos, aún Mercado Libre toma la bandera *genderless* como un estandarte de vanguardia y tiene la plataforma lista para la comercialización. El camino está abierto y ampliándose, somos muchos los que estamos listos para portar esos diseños y diseñar juntos quiénes somos.

Publicado en Revista Melodrama

11 noviembre 2019

<http://melodrama.mx/coloquio-2019-educacion-diversidad/>

Bibliografía

Richards, C. & Bouman, W. P. (2017) *Genderqueer and non-binary genders. Critical and applied approaches in sexuality, gender and identity*. UK: Palgrave MacMillan

Bruculieri, J. (2019, Mayo 7). Michael Urie's 2019 Met Gala Look Was A Gender-Binding Sensation. HuffPost Style & Beauty. Recuperado de https://www.huffpost.com/entry/michael-urie-metgala2019_1_5cd18a29e4b0e4d757387c2e/

Cnlester (2015, Julio 5). "Genderfluid is the new black": on the media's non-binary moment. A Gentleman and a Scholar. Recuperado de <https://cnlester.wordpress.com/2015/07/05/genderfluid-is-the-new-black-on-the-medias-non-binary-moment/>

Bruner, R. (2019, Mayo 6) Golden Billy Porter Getting Carried Into The 2019 Met Gala Is Already One of the Most Glorious Entrances to Behold. Time. Recuperado de <https://time.com/5584341/billy-porter-met-gala-2019/>

Sciacca, N. (2016, Mayo 8) Why Zara calling sweats 'genderless' is problematic. Mashable. Recuperado de

<https://mashable.com/2016/03/08/zara-genderless-clothing/>

Palomo Spain (2018, Mayo 9) Recuperado de

<https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/palomo-spain/629>

Diet Prada [@diet_prada]. (2019, Septiembre 21). Recuperado de

<http://www.instagram.com/p/B2rWpFjHBqD/>