

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

El fin de la moda como arte

Proyecto de Investigación

Carlos Andrés Leeson Ayora

**Arte Contemporáneo con Sub-Especialización en Diseño de
Modas**

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Arte Contemporáneo con Sub-
Especialización en Diseño de Modas

Quito, 23 de mayo de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACION Y ARTE
CONTEMPORANEO

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

El fin de la moda como arte

Carlos Andrés Leeson Ayora

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

María Soledad Romero de Burneo

Firma del profesor

Quito, 23 de mayo de 2016

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Carlos Andrés Leeson Ayora

Código: 00103291

Cédula de Identidad: 1714504121

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2016

Resumen

La moda ha sufrido de cambios drásticos a partir de los 2000, pasó de ser una fuente artística y de comunicación a una industria que tiene como finalidad el lucro. Siendo la moda una de las áreas de cultura más grandes que tiene el ser humano esta no puede dejar a un lado la importancia de comunicar y desarrollar la mentalidad de la sociedad por medio de colecciones inteligentes, sociales y artísticas que ayudan tanto a la creación de memoria histórica y de trascendencia social e individual. La moda y la ropa son dos cosas totalmente diferentes, la primera tiene trasfondos culturales, históricos, sociales, políticos y económicos, mientras que la segunda es un medio útil del humano. En la siguiente tesis se habla sobre la diferencia entre lo que es moda y ropa, la importancia que tiene la moda y su valor artístico.

Abstract

Since the 2000's, fashion has faced a drastic amount of changes; it went from being an artistic and communication branch to an industry that only focuses on the lucrative aspect. Being fashion one of the most important culture areas that the humans have it has the job of communicate and develop the mind of a society through intelligent, social and artistic collections which will help to the historic memory and the transcendence of society and the individual. Fashion and clothing are two different things; the first one has cultural, historic, social, politic and economic backgrounds while the second one has only the utilitarian aspect of covering the human's body. This thesis will talk about the difference between fashion and clothing, the importance that fashion has and its artist value.

Tabla de Contenidos

Prologo/Introducción.....	7
Capítulo 1: Ropa vs Moda.....	10
Capítulo 2: El fin de la moda.....	13
Capítulo 3: La moda como arte.....	15
Capítulo 4: La importancia de la moda.....	20
Conclusión.....	21
Imágenes.....	24
Referencias Bibliográficas.....	40

Prólogo

¿Qué es arte? Esta pregunta ha sido planteada en algunas ocasiones y su respuesta se ha convertido en algo casi imposible gracias a la evolución que el humano ha tenido en su pensamiento abstracto; **clave fundamental que el humano necesita para crear arte**. Cronológicamente hablando el arte empezó en el paleolítico hace unos 40.000 años a.c cuando los cavernícolas empezaron a dibujar en las paredes de sus cuevas imágenes de animales y retratos de sus tribus, como en el Paleolítico las tribus eran nómadas se puede llegar a la conclusión de que el fin de estas pinturas era el de dejar una huella de su existencia, es aquí cuando entra en juego una de las características más importantes que el humano tiene, ser trascendental. Maslow expuso en su obra “La Pirámide de Necesidades” que el humano tiene la necesidad de dejar huella en el mundo para lograr una prosperidad tanto personal como social inculcadas por la cultura de éxito y la competitividad. Con el comienzo del Neolítico la mayoría de las tribus se volvieron sedentarias, gracias al descubrimiento de la agricultura, aquí es cuando la necesidad de dejar huella evoluciona a, dejar conocimiento ganado por experiencias a futuras generaciones, además de “inmortalizar” a personas de alto nivel jerárquico. Con el Neolítico también aparece la protoescritura (que evolucionara a ser escritura), este medio de comunicación juega un papel fundamental en el cambio sobre la concepción del arte. Con los Sumerios, los Egipcios y los Chinos la escritura llega a ser la principal fuente de comunicación y el arte se vuelve una herramienta para hacer visual las tradiciones, creencias, eventos y personas de gran importancia, todo esto bajo las concepciones sociales de estética. Con la evolución del hombre y su desarrollo

social, económico y político nuevas ideas empezaron a surgir, una de ellas; la importancia de lo bello, lo simétrico. Esto se empezó a ver reflejado en el arte y la arquitectura y los ideales de belleza empezaron a ser marcados. Estos cánones se ven reflejados en obras creadas desde la época de los egipcios hasta llegar al siglo XIX, aquí la religiosidad y las elites jugaban un papel muy importante, todo bajo el canon de la belleza. Es con los impresionistas donde el arte empieza a dar un giro de 180 grados, las reglas se empiezan a romper, el artista empieza a tener más fuerza sobre la definición del arte, y principalmente la estética es eliminada por el pensamiento de que lo bello es subjetivo y limita al artista y al arte. Como puede que la estética impida el desarrollo de la misma al menos daba ciertas limitaciones a lo que se consideraba arte o no, en la actualidad críticos del arte han fomentado la idea de que el arte no existe si no solo artistas. El arte, no importa como sea expresado, debe tener como fin la educación y la comunicación.

Por otro lado tenemos a la moda, una evolución de la ropa. El hombre como necesidad desarrollo indumentaria para proteger su cuerpo de factores externos, pero con el paso del tiempo, el desarrollo de civilizaciones y principalmente la aparición de niveles jerárquicos el humano empezó a ver la necesidad de ser diferenciado el uno del otro, es aquí cuando la ropa empezó a tener un valor adicional a solo ser utilitaria y empezó a volverse, en ciertos casos, un lujo. El termino moda como tal no fue usado hasta siglo XIX con Fredrick Worth, el primer diseñador de modas, que abrió esta rama hacia América y se abrió necesariamente de la realeza, grupo social que por su nivel tanto económico como social marcaba las tendencias de vestimenta y usaban costureros y sastres para el desarrollo de sus ideas. El mundo de la moda se lo puede clasificar en 3 grupos, la más exclusiva; alta costura, el ready to wear y la moda en masa. Los diseñadores de modas del pasado se ven muy influenciados por factores externos tanto

sociales, económicos y políticos, sus creaciones hablaban y se adaptaban a la realidad por la cual el mundo estaba pasando. Christian Dior es un claro ejemplo de como la moda es influenciada por acontecimientos presentes, en 1947 Dior presento por primera vez el New Look, un toque diferente sobre el terno sastre femenino, creado gracias a la segunda guerra mundial, en esta época la crisis económica y la reclutacion de hombres para la segunda guerra mundial dejó a mujeres viviendo en condiciones de escasos recursos por lo cual el terno masculino del esposo fue entallado al cuerpo de la mujer, de ahí sale el terno femenino. Aquí se puede observar como la moda puede hablar por una sociedad o un individuo. Tenemos a los punks o los hippies, casos en los cuales, la vestimenta sobrepasaba el fin utilitario y reforzaba el pensamiento de ciertos grupos.

La moda y el arte; dos corrientes muy diferentes pero que van cogidas de la mano por una razón, las dos; en algún punto de su desarrollo, tuvieron como fin principal comunicar y hacer trascender al individuo o sociedad.

Capítulo 1

Ropa vs Moda

La ropa es un artículo que tiene como único fin vestir el cuerpo de la persona y protegerlo de factores naturales. En esta categoría se podría considerar que entra la llamada “moda en masa”, marcas que tiene como único fin vestir a la gente a precios accesibles. Camisas básicas, al igual que chaquetas, abrigos, pantalones etc. Son las prendas que son creadas con ningún pensamiento de fondo, es algo técnico y practico, pero principalmente es vacío. Esa es la gran diferencia entre la moda y la ropa, la moda tiene un trasfondo, tiene ideas y conceptos además de una voz. Esta representa al individuo y a la sociedad en la que vive. Georg Simmel, en su estudio llamado Fashion, demuestra la psicología que tiene la moda sobre una sociedad, al mismo tiempo en que muestra los tiempos presentes en los que se viven (que no son mas que pequeñas dosis del pasado y del futuro) y como el humano reacciona ante ella. La moda termina siendo una evolución de la ropa.

Diseñadores como Miuccia Prada, Martin Margiela o Alexander Mcqueen son iconos en la moda ya que siempre presentaron colecciones “inteligentes”, desde el estilismo a la decoración de la pasarela, de los accesorios al maquillaje, todo esto tiene algo que decir, sus colecciones no eran creadas con el único fin de ser estéticas y vendibles, es más, la estética juega un papel importante pero no es el aspecto fundamental de las mismas. Como en el arte, la estética puede llevar a un fracaso, ya

que la estética es un factor muy subjetivo, es por eso que estos diseñadores han retado a su espectador a adecuarse a la estética creada por ellos y que va con la inspiración de sus presentaciones, aquí la estética es una forma más técnica de presentación, se desliga del gusto implantado y se enfoca en crear una belleza individual.

Para que exista moda, este debe poseer ciertas cualidades como ser alto en contenido, debe ser innovadora, artística, demandante, coherente, debe narrar y estar saturado en mensajes. Como la moda y la ropa son generalmente confundidas entre si, por razones de utilidad, la moda debe sobrepasar este fin, si no lo logra se vuelve un atuendo mas exhibido en un maniquí y pierde su identidad artística.

La ropa es un negocio, marcas como Zara, H&M o Topshop, venden prendas de baja calidad, sin ningún diseño ni mensaje pero a precios muy bajos, el problema es que han logrado denominar a sus empresas como empresas de moda y con esto, la sociedad empezó a ver a la moda como un simple objeto frívolo y superficial, su valor se perdió y es por eso que hasta se ha visto a muchas casas de moda; de difuntos modistas, convertirse en mega marcas que explotan la estética global y guían al mundo en tendencias que en ciertos meses se ven copiadas por empresas de moda en masa. Es un ciclo vicioso de desarrollar y consumir. La ropa carece de identidad, es por eso que están fácilmente copiada, además esta crea una homogeneidad en las personas, esto se da por la creación de marcas que sobrepasan la importancia narrativa que la moda necesita para ser validada, tenemos ejemplos claros como la diferencia entre el difunto Alexander McQueen vs Chanel (post Coco), la primera; aunque haya sido visionaria y causo mucha influencia en el mundo de la moda, muchas de sus colecciones eras casi imposibles de copiar, siendo deseadas su mensaje era tan complejo que el común denominador se deleitaba con sus creaciones mas no lograba usarlas por el choque de identidad que los poseían, por otro lado Chanel, con el paso del tiempo, se volvió una

marca, exploto los iconos que Coco creo (como el tweed, las perlas y la flor de Camelia) para incrementar ventas, es por eso que los diseñadores de esta casa tenían como único fin, alterar constantemente ideas creadas previamente por Coco y adaptarlas al pensamiento y gusto estético de la sociedad actual. No es de mi interés hacer pensar que la ropa (tanto de masas como de lujo) es negativa, todos nos fascinamos con colecciones estéticamente estimulantes y tenemos el deseo de llevar en nuestro hombro una Birkin de Hermes o un Classic Black Jacket de Chanel, pero el problema viene cuando se confunde la moda con la ropa, es como confundir el valor artístico entre una obra de Jackson Pollock con un print creado en Illustrator por una persona que vende su trabajo en Etsy., esto lleva a una desvalorización de una practica, por ende pierde su fuerza social y su habilidad de cambiar al mundo.

Capítulo 2

El fin de la moda

Una de las razones por las cuales la moda se acaba es por la falta de personalidad que la gente posee en la actualidad. Hace algunos años atrás la moda era una forma de expresión, se la creaba para exteriorizar a la personalidad de la persona, la moda sobrepasaba al diseñador y el individuo lograba emerger mostrar a la sociedad quien era; la moda no opacaba a la persona sino le daba énfasis en su pensamiento. Con la muerte de los fundadores de las casas de moda y la compra de las casas por mega empresas estas se volvieron marcas enfatizadas en lucrar, con esto las compañías se transformaron a meros desarrolladores de ropa de lujo inspirados en la estética de sus fundadores, pero el momento en el cual el fundador no está presente la esencia de la creación muere.

Por otro lado tenemos lo efímero, el humano se ha acostumbrado a consumir tan rápido y con tanta masa que superamos las cosas con mucha facilidad, “Hay algo sobre la nueva moda que carece de raíces y permanencia. Uno siente que `hemos tenido esto por tres meses, y ¿ahora qué hacemos?’” (Norwell, 1964, p.130) , en la actualidad somos bombardeados de marketing, de comprar ahora para seguir comprando después, además de sufrir de validación inmediata por nuestras posesiones, lógicamente este fenómeno ayuda a marcas pero perjudica al humano de una forma inconsciente y a largo

plazo; La moda por años sirvió como memoria histórica, actualmente, existen casas de moda que presentan de 4 a 6 colecciones al año, tanto en ropa masculina, femenina, alta costura, ready-to-wear y cruise, esto hace que nos olvidemos muy rápido del pasado y esta rapidez no permite crear una línea clara y constante de lo que está sucediendo en el mundo, se podría decir que un tipo de lenguaje ha sido eliminado y es algo que afectara a futuro

La falta de personalidad también juega un papel fundamental en la pérdida de moda, en el pasado las personas no solo usaban ropa con el único fin de vestirse, su ropa hablaba muchas veces por ellos, los punks por ejemplo, usaron la moda a su favor para poder expresarse con más claridad, existía esta necesidad de ser escuchado y de hacer escuchar su mensaje, es más existía el sacrificio de marcarse estéticamente para ser lo más claros con la sociedad, este esfuerzo y esta personalidad ya no existe en la actualidad, la gente ahora busca validación con el uso de marcas, existe este pensamiento de mejora con el uso de las mismas, es por eso que es de gran interés comercial vender estos productos llenándolos de deseo, pero esto lleva a que ahora solo existen marcas mas no personalidades y por igual que existan diseñadores como celebridades más que creadores de moda. En todas las alfombras rojas la pregunta más frecuente es “quien estas usando”, empresas de moda prestan sus creaciones con el fin de marketing, si las Kardashians usan Balmain en estos eventos y lo dicen, todas las bloggers en Instagram van a querer usar los mismo para sentirse lo mas cercanas a estas celebridades y tener la validación de sus seguidores, seguido de esto H&M crea un convenio con Balmain para sacar una línea de ropa barata...pero de diseñador. ¿Qué dice de nosotros esa reacción social? Nada positivo, nos hemos convertido en personas que creen que les gusta algo, pero a la final es un gusto implementado por medio de marketing y es así como la moda muere y el negocio nace.

Capítulo 3

La moda como arte

“La moda puede ser arte, pero no lo es” (Louise Nevelson, 1967, p.133). La moda, por los cambios que ha sufrido en los últimos años ha perdido su valor artístico. Como ya se mencionó en el prologo, el arte permaneció por algunos siglos como un medio de comunicación y de trascendencia humana, la moda por otro lado empezó siendo una necesidad pero fue evolucionando hasta volverse en más que una necesidad en una forma de expresión y de exteriorización. Diseñadores como Alexander McQueen, Rei Kawakubo, Martin Margiela, Viktor & Rolf y Miuccia Prada son iconos fundamentales de la moda como tal, aunque no se hayan visto como artistas o hayan pensado que estaban haciendo arte, el momento en el cual sus creaciones se desligan de la estética social, del neto fin de ventas y empiezan a elaborar ideas más que prendas, sus creaciones se vuelven arte. Un claro ejemplo de esto es la colección de Martin Margiela titulada 9/4/1615, en donde, junto con un biólogo, creo una capsula de diseños que guardaban una serie de bacterias que con el pasar del tiempo corroían las prendas, con esta presentación se pueden sacar muchos conceptos sobre el “porque” de la colección, como por ejemplo lo efímero.



Maison Martin Margiela (9/4/1615)

Otras colecciones que han poseído una connotación más social son las creadas por Miuccia Prada en las ultimas dos temporadas, en donde se muestra las condiciones actuales que el mundo se enfrenta con la migración Siria y la guerra en el medio oriente

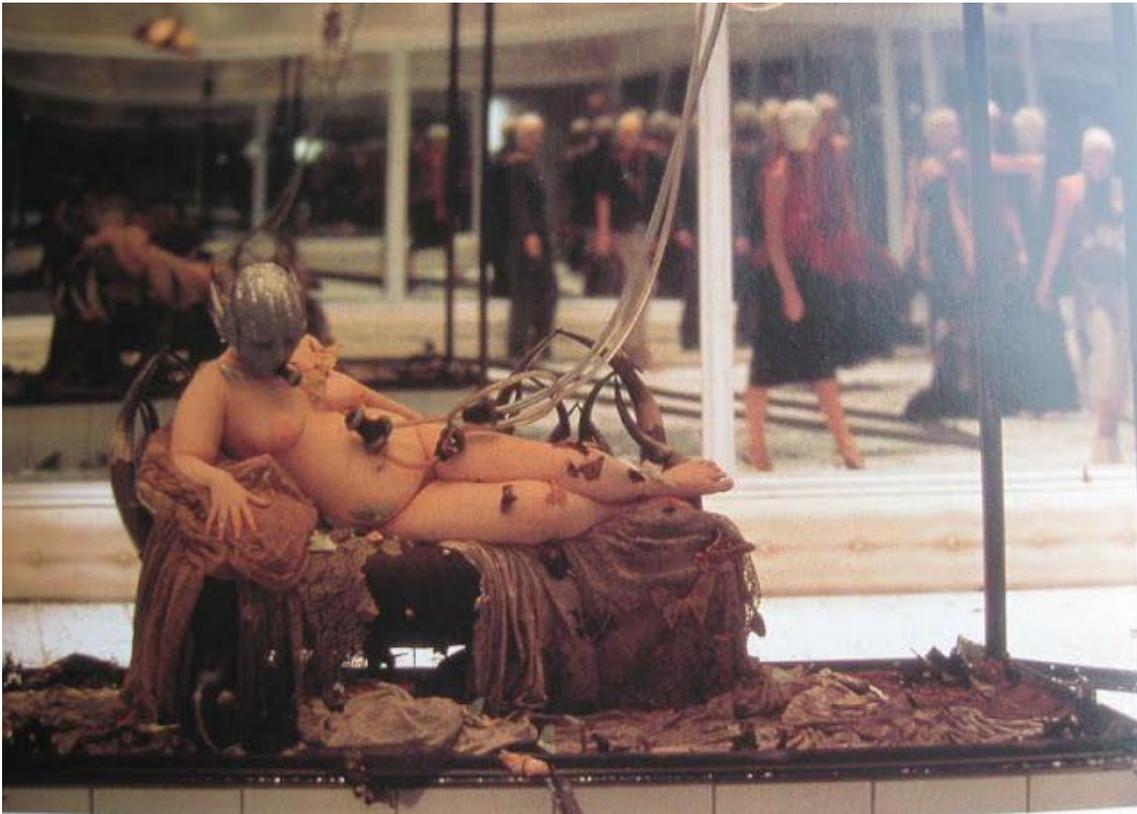


Prada Fall Winter 2016

Por ultimo tenemos colecciones más literales como las del difunto Alexander McQueen, en cada temporada sorprendía a sus espectadores con temáticas controversiales pero presentadas de la forma más poética posible, en su colección Asylum exploto la idea de la obsesión hacia la belleza, creando un pequeño manicomio donde las modelos deambulaban obsesionadas con su reflejo, deseando ver más pero sin tener éxito y por ultimo con la exhibición de una mujer desnuda con una máscara, conectada a un sinfín de tubos y rodeada de polillas vivas que invadieron el manicomio.



Alexander McQueen Asylum Spring-Summer 2001



Alexander McQueen Asylum Spring-Summer 2001

Todos estos diseñadores (y algunos más) poseen cierta cualidad poética en sus colecciones, todos ellos maravillan a sus espectadores y les permiten pasar por sensaciones, sentimientos y pensamientos sobre lo que están observando, es aquí cuando la moda se vuelve arte, el arte debe evocar algo en su espectador, debe entenderlo, provocarlo, cuestionarlo y sobre todo hacerlo pensar sobre lo que está observando. La ropa no tiene este efecto sobre las personas; la moda sí. La psicología juega un papel fundamental en la moda y en la ropa, desde los colores hasta las siluetas, cada aspecto de crea una sensación en el humano, en el 2012 un estudio realizado por la profesora Karen Pine de la Universidad Hertfordshire en Inglaterra demostró que el 62% de las mujeres usan su vestido favorito cuando están felices, este ejemplo está enfocado en la fuerza que tiene la ropa en representar y exteriorizar el estado de ánimo

de las personas, por otro lado la moda logra evocar emociones, sea tanto por el prestigio de la casa o por la representación artística que tienen las colecciones. El humano ha creado ciertas conexiones en la estética y su significado, estas dadas por memorias personales o globales. Cuando vemos flores pensamos en romance, cuando vemos una tela tartan se nos viene a la mente Escocia, la moda suele decodificar esta información y la usa de una forma lógica para armar una historia y hacer clara la idea de la misma. Como Coco Chanel dijo “La moda no es algo que solo existe en vestidos. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con ideas, con la forma en que vivimos y en lo que está sucediendo”.

Capítulo 4

La importancia de la moda

“Cuando uno se viste, uno está haciendo un idea publica sobre uno mismo”
(Miuccia Prada). Como Prada dice, la moda muchas veces habla por nosotros, demuestra nuestra identidad, nuestros gustos y principalmente como nos vemos a nosotros mismos. La moda habla por sí sola y acoge a la persona que la usa, con cada prenda, color, silueta se está mandando una señal a los que nos rodea. Cuando en una conversación con un grupo de gente; que ha estudiado o que tiene fascinación sobre este tema, discute sobre el nuevo desfile hecho por Iris Van Herpen, se habla de lo que vio y lo que sintió al verla. Una conversación llena de diferentes puntos de vista sobre qué es lo que la diseñadora quiso expresar con sus creaciones, aquí podemos observar que; la moda es un campo en donde la economía, la cultura y la política conviven armónicamente o no, pero que logran aclarar situaciones actuales. Es aquí cuando la moda se vuelve una forma de retrato histórico, donde futuras generaciones lograran ver, gracias a esta práctica, los eventos que acontecieron en nuestro presente. Al igual que el arte (o lo que solía ser arte), la moda se convierte en un lenguaje visual, personal y social. Su importancia yace en desarrollar la trascendencia humana, la cual falta en la actualidad. En la actualidad ya no existe arte, sino artistas, ya no existe moda si no marcas, se creó una sociedad desesperada por validación inmediata y una sociedad que desea renovarse (no intelectualmente, sino materialmente) cada 3 meses. No creamos historia, porque no hay tiempo para crearla y todo esto solo nos llevara a ser seres básicos ocultos en nombres grandes. La moda, como rama de la cultura mundial es una herramienta que a la final todos la conocen porque es un objeto deseado. Pollock y Rothko (pioneros del expresionismo abstracto) desarrollaron obras caóticas en una

época caótica, cuando se vivía la segunda guerra mundial y tomar bandos era de gran peligro y todo los objetos que rodeaban a las personas eran pura propaganda política, estos artistas usaron su arte para enseñar al mundo lo que sucedía en su presente, sin enseñar nada. La moda puede crear lo mismo, puede educar al mundo y dejar huella con gran facilidad porque a diferencia del arte (que es más complicado ya que se necesitan estudios y ocio para poder apreciarlo), esta es apreciada por todo el mundo, todos los días de su vida.

Conclusión

Existen varias expresiones culturales en el mundo, tenemos el arte, el cine, la música, la moda, la fotografía, la literatura y el teatro. Lamentablemente la mayoría necesita de tiempo y apreciación para poder ser degustada al máximo. Son solo 2 expresiones las cuales nos rodean día a día; la música y la moda.

Estamos viviendo en un mundo donde la mayoría de personas no tienen idea de lo que les rodea, el egoísmo nos ha invadido y el pasatiempo de consumir información basura se ha vuelto algo casi inevitable. El interés sobre el conocimiento de sucesos actuales del mundo es apreciado por pocos y la trascendencia ha perdido su importancia, ahora nos vemos interesados en la mera ganancia económica y el vivir el día a día. Claros ejemplos son que en el cine, películas como Superman vs Batman tienen mayor interés que documentales o películas que tiene algún trasfondo intelectual, o que se lea más Fifty Shades of Grey que libros de Alice Munro. Se está dejando una generación que tiene como única meta sobrevivir bien... muy bien pero no dejar una huella importante en el mundo y lamentablemente se está llegando a que artistas que pueden

cambiar el mundo renuncien a sus creaciones o que prefieran alterar su arte para llegar a las masas. Es de gran importancia que esta tendencia a la mediocridad sea eliminada y los únicos que pueden lograrlo son las personas que se desenvuelven y trabajan en las artes. Es hora que la moda se vuelva más consiente y cultive a su espectador.

Personalmente creo que las artes son el arma más fuerte que tiene el humano, podemos enseñar sin que la gente se dé cuenta, sin el esfuerzo que es lo que normalmente la gente tiende a huir de. La moda es un círculo relativamente pequeño, son muy pocos los que influncian en el mundo y es por eso que no es imposible unirse para enfocarse en una meta que no sea solo económica, son compañías como LVMH y Conde Nast las cuales se han apropiado de la industria y la han destruido poco a poco. La industria de la moda tiene un poder social tan grande que creamos iconos y role models, que ejemplo estamos dando a los adolescentes si ponemos a Kim Kardashian en la portada de Vogue. En el pasado, teníamos a Audrey Hepburn, una mujer elegante y distinguida que hacía que todas las niñas de la época querían seguir sus pasos, ¿Por qué no ponemos a Emma Watson más seguido? ¿Por qué no hablamos del problema en Siria? ¿Por qué no usamos nuestra fuerza e influencia para desarrollar a nuestros clientes? Es más, personalmente creo que es nuestra obligación hacerlo, si nos dieron el poder que tenemos ahora, lo correcto es usarlo de forma positiva. Es por eso que como diseñador considero que debo crear moda social. Mi presentación de tesis habla sobre los migrantes Sirios en Europa, al tema de migración es de gran importancia por la mezcla que se crea en una sociedad. Mi meta no es mostrar algo netamente estético, tampoco positivo, sino presentar una posible realidad. Actualmente el mundo se está enfrentando a una de las migraciones más fuertes de la historia, son muchos países que están de acuerdo y otros que no, son miles de sirios que están en búsqueda de un nuevo hogar, ya que el terrorismo en su país natal, ha eliminado todo lo que ellos poseían. Pero por la rapidez del evento, la falta de

preparación de los países que los reciben, o que tienen peticiones de recibirlos, se está creando un rechazo muy fuerte. Actualmente un estudio hecho en Alemania demuestra que el 9% es Neo Nazi, este grupo radical no acepta esta migración, por otro lado los últimos casos de terrorismo en Francia y Bélgica han creado que las personas que no son extremistas tengan miedo y recelo a recibir migrantes. Previa migraciones (como por ejemplo en NY) no han traído consigo tanto rechazo, es por eso que se crearon barrios como China Town o Little Italy, donde los migrantes creaban su pequeño país dentro de otro, los migrantes normalmente tardan años y hasta en algunos casos nunca llegan a una adaptación total ya que es muy complicado eliminar las tradiciones en las cuales uno se crio, pero a la final se logra crear una cierta convivencia. El caso con los Sirios es diferente, el rechazo es tan fuerte que muchas personas intentaran ocultar sus raíces por el temor que tienen al ataque, por otro lado tenemos la diferencia de educación y lenguaje lo cual lleva a falta de trabajo, por ende pobreza. Por ultimo tenemos el trauma post guerra, factor que cambia en su totalidad la psiquis de una persona. Estos son los 3 aspectos que se ven mostrados en mi colección, estéticamente se muestra la mezcla de culturas, el intento de cubrir raíces (pero siguen estando presentes), la reutilización y adaptación de prendas europeas y una deconstrucción que tiene como idea demostrar la falta de recursos económicos. Camisas y blazers de hombre alteradas al cuerpo de la mujer, ideas de hombros caídos, cuellos mal cosidos, falta de detalles extras que a la final son lujos, prendas con estampados árabes que son removibles con la idea de ocultar su descendencia y también como parte del olvido de las mismas en futuras generaciones. Un retrato a futuro del Sirio en Europa, el mensaje es crudo y negativo, pero es a lo que se enfrenta este grupo, la idea de esta presentación es demostrarle al espectador algo que no ve o que no quiere verlo, sea negativo y crudo es de gran importancia que veamos lo que está sucediendo en el mundo, esa es la única

forma en la cual se puede crear conciencia y poder llegar a soluciones y ayudar en el futuro.











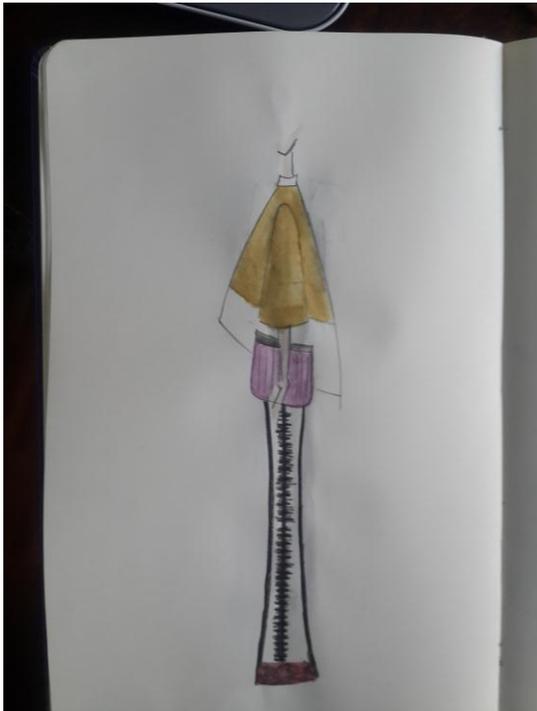




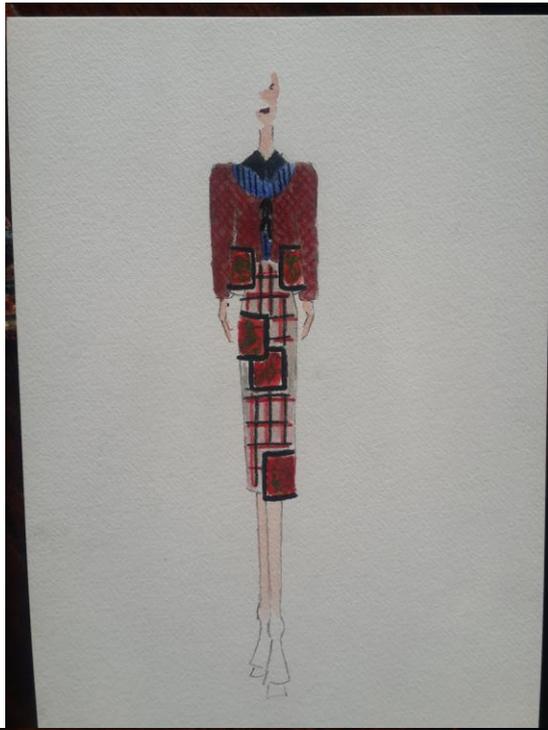






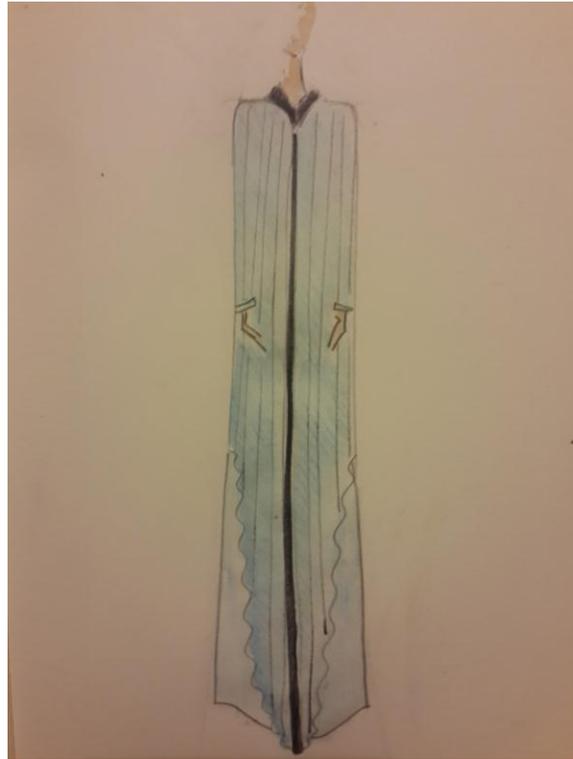












Referencias Bibliográficas

Norell, N., Nevelson, L., Sharaff I., Nikolais, A., Courreges, A., & Trucker, P. (1967).

Is Fashion an Art? *The Metropolitan Museum of Art Bulletin*, 26(3), 129-140. DOI:

10.2307/3258881. Recuperado de

http://www.jstor.org.ezbiblio.usfq.edu.ec/stable/3258881?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=norman&searchText=norell&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dnorman%2Bnorell%26amp%3Bprq%3Daesthetic%2Band%2Bart%26amp%3Bgroup%3Dnone%26amp%3Bacc%3Don%26amp%3Bso%3Drel%26amp%3Bfc%3Doff%26amp%3Bhp%3D25%26amp%3Bwc%3Don&seq=2#findtn-page_scan_tab_contents

Simmel, G. (Mayo, 1977). *The American Journal of Sociology*, 62, pp. 541-558.

Pine, K. (2012). *University of Hertfordshir*. Recuperado de

<http://www.watoday.com.au/life-style/fashion-and-mood-how-clothes-affect-your-emotions-20150717-giei1f.html>

Maslow, A. (1943) A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 50, pp. 370-396.

