

MODA

GENDERLESS:

UNA REVOLUCIÓN SOCIAL

## **ABSTRACT (Castellano)**

En este trabajo se explica cómo la moda ha llegado a clasificarse por géneros, cuestionando esta división.

A través de los diversos conocimientos adquiridos gracias a artículos, páginas web, libros y encuestas realizadas a un grupo de personas, se ha afirmado que la relación entre la moda y el género es una construcción social. Además, se plantea una solución al problema, establecer una moda *genderless*. Finalmente, se expone cómo establecer esta moda en la sociedad ayudaría en todo tipo de temas sociales, como la igualdad de género y la libertad de expresión.

A partir de los conocimientos adquiridos se ha diseñado una colección catalogada como "sin género" con sus respectivos simbolismos. Estos hacen referencia a la manifestación de la diversidad.

## **ABSTRACT (English)**

In this work, it is explained how fashion has got to classify by genres, questioning this division.

Through the various knowledge given thanks to articles, webs, books and surveys carried out to a number of people, it has been affirmed that the relationship between fashion and gender is a social construction. Moreover, a solution to the problem is given, establishing a genderless fashion. Finally, it is contemplated how establishing this fashion in society would help in all kinds of social issues, such as gender equality and freedom of expression.

Through this knowledge, a collection has been designed and it has been cataloged as "genderless", with its respective symbolisms. These refer to the manifestation of diversity.

# ÍNDEX

1.	Introducció.....	4
2.	La moda .....	7
2.1.	Què és? .....	7
2.2.	Moda i societat: Importància de la moda a la societat.....	7
2.3.	La moda és expressió .....	10
3.	La moda marcada per la divisió de gèneres .....	11
3.1.	Breu història de la moda relacionada amb la distinció de gènere: des de la Prehistòria fins al segle XX .....	11
3.2.	La moda beneficia el binarisme i estereotips de gènere .....	22
3.3.	La relació entre gènere i moda és correcta?.....	24
3.4.	Estigma social en la moda per raons de gènere actualment.....	28
4.	<i>Genderless</i> , la moda que trenca barreres .....	33
4.1.	Moda <i>genderless</i> : una filosofia.....	33
4.2.	Diferència de la moda <i>genderless</i> respecte l'unisex, andrògina i <i>genderful</i> 37	
4.3.	Col·leccions i dissenyadors/es .....	42
4.3.1.	Modistilla - Extupid Collection.....	42
4.3.2.	Weekday x Per Götesson.....	43
4.3.3.	Killing Weekend- Climb .....	44
4.3.4.	Pitagora - Abraham Tabíos .....	45
4.3.5.	Cold Laundry - Ola i Cerise Alabi .....	46
4.3.6.	Utopia - Júlia G. Escribà.....	46
4.4.	Visió actual.....	47
5.	El futur d'una societat amb moda sense gènere .....	51

5.1.	Possibles conseqüències a la societat d'una moda sense gènere.....	51
6.	Conclusions.....	54
7.	Bibliografia .....	58
7.1.	Llibres .....	58
7.2.	Pàgines web.....	58
7.3.	Vídeos.....	65
8.	Annexos .....	68
8.1.	Entrevistes i preguntes de l'enquesta .....	68
8.2.	Creació d'una col·lecció <i>genderless</i> : DIVERSITY.....	76

# 1. Introducció

En aquest treball es tracta la relació entre moda i gènere amb l'objectiu de demostrar que aquesta relació presenta deficiències i que, per tant, cal canviar la percepció i buscar solucions, en aquest cas, a través de la moda *genderless*. A més, es pretén despertar el sentit crític i estendre el debat sobre si és correcte continuar organitzant el món dins el binarisme de gènere.

Inicialment, jo tenia clar que volia fer un treball relacionat amb la moda, és un aspecte que m'encantava i mai havia tingut oportunitat d'investigar profundament. D'aquesta manera, experimentant, podria ajudar-me a veure si em sentia a gust i en un futur dedicar-m'hi. El tema en si me'l va proposar la tutora i em va semblar molt interessant. Vaig acceptar endinsar-me en aquest camp perquè a part que era sobre moda, hi havia la combinació amb aquesta i un problema social, cosa que va acabar de motivar-me a escollir-lo. Sempre m'han cridat l'atenció les injustícies de la societat, m'inquieten i vull solucionar-les.

En començar a fer la recerca vaig qüestionar-me que si la moda ha de ser un espai lliure, on es pot mostrar qui som, per què hi ha persones que no tenen la mateixa oportunitat ni inclusió que els que entren dins l'esquema. Pregunta que em va portar a reflexionar en si és possible un futur on la moda no tingui ni etiquetes ni estereotips.

A més, les discussions de gènere i la defensa de llibertat són fets socials molt actuals, que m'incumbeixen com a jove i condicionen el futur que ens espera a tots. És per això, que com a valor afegit, vaig trobar necessari recollir informació sobre tots aquests canvis i esdeveniments per ajudar a altra gent que desconeix l'arrel i l'evolució del problema, a entendre-ho. A la vegada, ja que el tema porta amb ell certa filosofia, em sembla interessant que la gent es qüestionï el que ha estat inculcat i fer-los pensar. D'aquesta manera es podria resoldre el problema, ja que per fer-ho es necessita la participació de tota la societat.

Per l'extracció d'informació s'ha fet ús d'articles en pàgines web, vídeos, entrevistes i llibres sobre la història de la moda. Al ser un tema molt nou va

resultar difícil trobar llibres i revistes que en parlessin, per tant, la informació online ha estat una gran ajuda. A més, molts diaris i revistes publiquen articles online. En tots els casos la informació ha estat contrastada per aconseguir aportar la màxima certesa del que s'escrivia. També, es va dur a terme una enquesta que va servir per tres apartats diferents. Gràcies a l'enquesta es va poder tenir coneixement sobre l'estigma en la moda per raons de gènere, el pensament actual sobre la vinculació entre gènere i moda i la opinió de la moda *genderless* a la societat. Totes les estadístiques i opinions eren necessàries per comprendre quin punt de vista té la societat, en aquest cas, l'espanyola. Així, a la vegada, analitzant les dades es pot tenir una certa interpretació sobre què s'ha de fer al respecte.

Vaig fer un total de dues entrevistes, una a *Modistilla*, un dissenyador valencià, a través d'una videotrucada i a *Killing Weekend*, una parella de Manresa, presencialment. Els dissenyadors són creadors de moda sense gènere. A part, *Alvarickoke*, va contestar unes preguntes a través d'*Instagram*. Tots ells van resoldre dubtes i els dos primers també van parlar sobre la seva marca. Per últim, vaig visitar el *Museo del Traje* a Madrid, on vaig poder veure de primera mà l'evolució de la moda.

Es tracta d'un treball d'investigació i creació, consta d'una memòria escrita i un producte a part de la recerca.

Personalment, he aportat una explicació compacta del conflicte entre gènere i moda, donant constància del problema i analitzant la situació actual i opinions de la societat. Pretenc demostrar que hi ha certs problemes en l'estructura del sistema, un d'ells, basat en la classificació per gèneres (en aquest cas s'enfoca en el món de la moda). A part, he fet una col·lecció de moda *genderless* on s'hi veuen reflectides algunes idees del treball (vegeu l'Annex).

El treball està format per quatre apartats generals amb els seus respectius apartats. El primer apartat és més general: s'introdueix el concepte *moda*, s'explica com s'influencien recíprocament la moda i la societat i les funcions que té la moda i la indumentària, dedicant un apartat a una funció que en aquest treball serà la més destacable: l'expressió. Tot això és indispensable per comprendre els següents apartats. Seguidament, ja s'entra en el

problema de la relació entre moda i gènere i es va mostrant que és una estructura social. Es fa un breu resum des dels inicis de la indumentària fins a la moda del segle passat tot relacionant-ho amb els canvis de percepció que hi ha hagut respecte la moda “femenina” i “masculina”. A continuació, es parla de com la moda beneficia al binarisme de gènere i el perquè classificar la moda segons el gènere no és correcte. Després, s’analitza una part de l’enquesta, sobre l’estigma actual a la moda per raons de gènere. El tercer apartat explica la moda *genderless*, la seva filosofia, la diferència amb altres modes i s’expliquen col·leccions i dissenyadors que aposten per aquesta nova manera de fer moda. Finalment, s’exposen les diverses visions de la societat respecte l’anul·lació d’estereotips en la moda segons el gènere. L’últim apartat és més curt, ja que s’obre el debat de la moda *genderless*, s’especula com evolucionarà i les possibles conseqüències d’aquests canvis a societat.

## 2. La moda

### 2.1. Què és?

El terme *moda* prové del francès *mode* i aquest ve del mot *modus*, del llatí, que significa manera o mesura. Per tant, la moda és la “manera” del moment, la manera de vestir, comportar-se, expressar-se, etc. per part de la gran majoria de la societat d’una zona determinada.

Segons el sociòleg especialista en moda Frédéric Godart, la moda "és un fet social total que és simultàniament artístic, econòmic, polític, sociològic i afecta el tema de l'expressió de la identitat social".

La moda és un fenomen principalment social i passatger que ve determinat pels gustos, estils o normes socials preestablertes d’una època en un lloc concret. Bàsicament, és una tendència de roba, pentinats, accessoris, maquillatge, etc. que s’imposa. La moda és a més a més, cíclica, ja que molts estils que han marcat la societat tornen a cobrar vida al cap d’un temps. Els pantalons amples, els *bucket hats*, els pantalons de tir baix o les armelles, són clars exemples dels anys noranta que avui dia han reviscut.

### 2.2. Moda i societat: Importància de la moda a la societat

La moda està condicionada per la societat: les necessitats de les persones o els corrents i moviments socials. La moda, al cap i a la fi, és un negoci, és per això, que per vendre necessita tenir en compte els clients i dissenyar allò que saben que compraran.

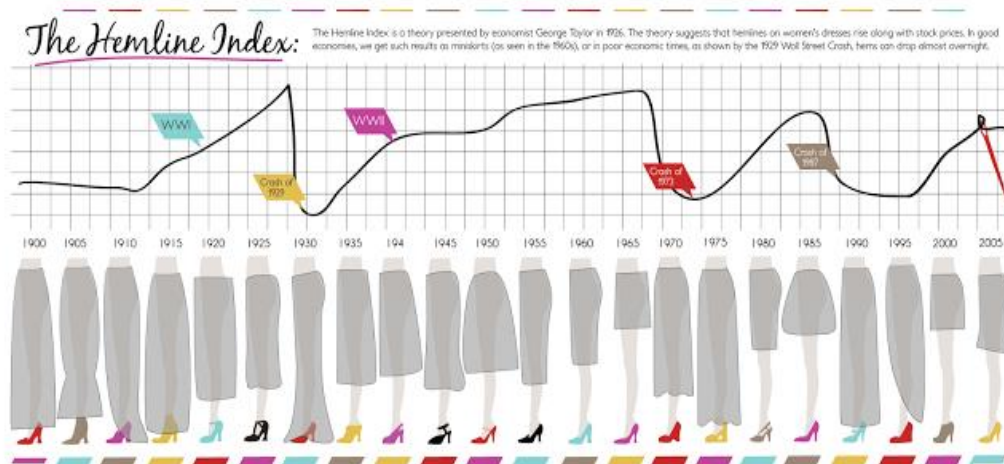
El moviment hippie va fer sorgir una moda còmoda, acolorida i folgada. Aquestes característiques coincidien amb el seu pensament liberal, despreocupat i pacifista.



**Imatge 1:** Hippie amb una pancarta on diu “Fes l’amor no diners”.  
Font: [República](#).



La moda és un reflex dels principals valors morals de la població d'una zona. Això porta a concloure que la moda diu molt de la gent i condicions que estan succeint en cada moment del temps. L'*Índex d' Hemline*, per exemple, és una teoria que exposa que la longitud de les faldilles varia segons l'estat econòmic d'un país. Com millor prosperitat econòmica, més curta la faldilla. Aquesta teoria s'atribueix a l'economista George Taylor, que la va desenvolupar a partir de l'observació. Va veure que, en els anys vint, moment molt favorable econòmicament, les dones portaven faldilles més curtes. Es diu que la intenció era poder mostrar que es podien permetre comprar mitges i depilar-se. Per altra banda, durant la crisi del 29, se'n van utilitzar de més llargues i sense guarnició, molt més minimalista. Són exemples que demostren la seva especulació.



Imatge 2: Índex de Hemline. Font: [LinkedIn](#).

Altres exemples on es pot veure la relació entre la moda i la societat serien els pentinats. Al Japó, es va observar que en èpoques, altra vegada, amb menys prosperitat econòmica els pentinats de les dones eren més curts, tallant-se el cabell. La raó d'aquest canvi significatiu era per evitar gastar-se més diners en la cura del cabell. També l'índex de roba interior per homes, que funciona de la mateixa manera. Aquest, serveix per detectar la recuperació econòmica d'un país, ja que, quan hi ha estabilitat financera, se'n compra més, considerant-ho un producte imprescindible.

De la mateixa manera que la societat afecta la moda, la moda pot influir molt sobre la societat. S'influencien mútuament. Així ho diu María Teresa Bustamante, directora de la carrera de Disseny Industrial especialitzada en Vestuari de la *Universidad del Istmo* (UNIS). Anteriorment s'ha definit que la moda són tendències, i la gent, generalment, les vol seguir. Probablement, pel fet de voler ser acceptats i inclosos. Així doncs, un cop apareix un moviment que marca la societat i es crea una moda a partir d'aquest, la gent comença a voler seguir la moda i, a la vegada, interessar-se pel moviment que l'acompanya. Per tant, cada cop més gent estarà influenciada per les ideologies dels corrents socials i culturals.

Altrament, els estils personals varien segons els estats d'ànim o les diferents ocasions. Tant la societat com la moda han establert, a tall d'exemple, que per anar a treballar s'ha de vestir formalment, ja que és un lloc més seriós. Addicionalment, la manera de vestir-se és, a la vegada, una manera de comunicar: tant en èpoques antigues com ara, la moda, distingeix a la gent adinerada i la gent amb pocs recursos. Antigament, la gent privilegiada vestia amb un tipus de peces d'un teixit i color que els diferenciaven de les classes baixes, que vestien amb peces més simples i de menys qualitat. Avui dia, també es pot trobar aquesta diferència, tot i que és més difusa i no tan representativa. No hi ha dubte que aquesta ha esdevingut una manera de crear impressions a les persones, una altra utilitat que actualment se li dona importància. Les impressions creen uns certs prejudicis que fan determinar el gènere o estat econòmic d'una persona. Si veus algú vestit de marca o amb joies cares, causarà una impressió a la gent i condicionarà la manera amb què es comportin amb ella. Per tant, la moda és comunicació, és transmetre's a un mateix a l'altra gent sense necessitat de parlar.

En l'actualitat, a causa de la globalització<sup>1</sup>, la moda és molt accessible a tothom i una de les indústries més importants del món. De totes maneres, és inqüestionable que la moda sempre ha estat clau a la societat al llarg de la història.

---

<sup>1</sup> Procés econòmic, social, polític, tecnològic i cultural a escala planetària, caracteritzat per una integració progressiva i interacció entre els països, les persones i les institucions. Font: [Concepto](#).

Així doncs, és cert que es comença a dissenyar moda a partir de la societat, però s'ha de reconèixer l'important paper que la moda té avui dia i la seva gran influència.

### **2.3. La moda és expressió**

La indumentària té moltes funcions. Al principi de la història, en la prehistòria, la roba apareix per raons pràctiques o de protecció: per protegir-se de la meteorologia. De totes maneres, segons diu el psicoanalista John Flügel en el seu famós llibre *Psicologia del vestit*, també es va deure pel desenvolupament del sentiment de pudor i per la decoració, considerant aquesta última el motiu principal. Seguidament, ja a partir de l'Antic Egipte, la moda també va ser un símbol de diferenciació social o professió. Des del segle XIX, s'ha utilitzat per manifestar una ideologia política. Des de camisetes amb missatges polítics a maneres de vestir relacionades amb pensaments més liberals o conservadors. Actualment, la moda que es duu, conserva encara aquestes funcions i altres, com són les estètiques, les ergonòmiques<sup>2</sup> o segons la situació. Nogensmenys, n'hi ha una que és fonamental: l'expressió personal de la personalitat d'un mateix. Bàsicament, la identitat. La roba està començant a deixar de ser un objecte únicament per presentar-se a la societat i causar les impressions adequades, s'està començant a escollir per mostrar la identitat, una roba que defineix a qui la porta. Per aquesta raó, ha esdevingut la forma més gran de llibertat d'expressió. S'analitza més interiorment què agrada i es prefereix, no s'està tan amoïnat per complir les expectatives que s'esperen.

La moda ajuda de moltes maneres: dona confiança i seguretat. La gent es sent còmoda perquè es sent identificada.

Fins aquí no es presenta cap problema, però s'ha de plantejar la qüestió que existeix gent que no pot mostrar plenament la seva identitat a través de la moda, simplement per uns estigmes socials. La societat està canviant, hi ha

---

<sup>2</sup> Peces de vestir que s'adapten a la funcionalitat i comoditat de qui les faci servir considerant aspectes com l'estudi en antropometria, biomecànica i fisiologia perquè el producte dissenyat permeti un exercici òptim. Font: [TVU](#).

moltes més identitats de gènere i la llibertat fa que la diversitat es manifesti. Fins ara, tot s'ha estructurat dins un mateix esquema, el binari, considerant que només hi ha dos tipus d'identitats de gènere: el femení i el masculí, i que aquests han de vestir i comportar-se d'una manera específica. La moda es diferencia així, en dues seccions. Però, ni hi ha dos gèneres, ni aquestes persones necessàriament els ha d'agradar el model establert, que marca tan contundentment la diferència. La moda és expressió, cadascú s'expressa diferent, llavors per què la moda no només es divideix en dos gèneres sinó que diu com un s'ha de vestir dins aquestes opcions?

### 3. La moda marcada per la divisió de gèneres

#### 3.1. Breu història de la moda relacionada amb la distinció de gènere: des de la Prehistòria fins al segle XX

Abans d'explicar la història del concepte actual de *moda*, cal tenir en compte els inicis de tot el que la comporta (peces de vestir, accessoris i complements) i que va fer sorgir finalment el que coneixem com a *moda*.

Els humans van començar a col·locar-se roba sobre el cos en la Prehistòria, fa més de cent mil anys. Principalment, la seva funció era pràctica, però no es descarten altres possibles aplicacions, com la d'ornamentació. Es diu que el seu naixement es va deure a la necessitat de protegir-se de les baixes temperatures durant l'últim període glacial. Les seves confeccions eren fetes amb pells d'animals i



**Imatge 3:** Indumentària prehistòrica feta amb pells d'animals. Font: [Natural History Museum](#).

més endavant, en el neolític es comencen a utilitzar fibres vegetals com el lli. A més a més, a partir del neolític van començar a tenyir les teles amb colors

com el groc, vermell, blau, etc. La diferència entre les peces femenines i masculines era pràcticament nul·la.

Més tard, en civilitzacions importants com la de l'Antic Egipte i el Grec, els dos sexes portaven túniques i sabates gairebé iguals. Tot i això, sempre hi ha petites característiques que marquen la divisió entre uns i altres.

Els **egipcis** (3100 aC - 332 aC), per exemple, la indumentària ja indicava la posició social i, en la roba dels faraons, sobretot, es podien veure certs referents religiosos. A causa de les altes temperatures, la roba estava confeccionada majoritàriament amb fibra de lli i havia de ser folgada, lleugera i senzilla. El format de les peces entre els dos gèneres - els colors, teixits, pentinats, joies i caçat - era molt semblant. Les petites variacions són pel fet de cobrir o destacar unes parts concretes del cos. La indumentària principal de la dona era el *kalasiris* (un vestit) i la d'home el *schenti* (unes faldilles). A les dones també se les permetia portar faldilles deixant nua la part superior. El blanc era el més habitual a causa de la dificultat de tenyir el lli. A més, homes i dones també utilitzaven productes cosmètics i es maquillaven.

Els **grecs** de l'Antiga Grècia (1200 aC - 146 aC), igual que els egipcis, van portar roba senzilla i amb pocs cosits. Tant homes com dones portaven sandàlies i el *chiton* (túnica). Tot i que aquestes túniques fossin utilitzades per ambdós gèneres, existien petites diferències. En les de les dones la tela solia ser més fina i procuraven que s'ajustés una mica al cos. Tanmateix, el *chiton* dels homes era més ample. La seva indumentària en general era molt semblant, però es troben vestimentes exclusivament per les dones com l'habitual pèplum, la túnica *podere* dòrica i la *palla*, semblant al *chiton*, però s'ajustava a la cintura gràcies a un cinturó. A partir d'aquest període, sembla que les dones són les úniques que es maquillen. Els homes portaven l'himatió i la clàmide, una peça curta que se subjectava en l'espatlla dreta i quedava recollida al coll. Els soldats portaven botes.

La indumentària de civilitzacions posteriors serà influència de la grega.



**Imatge 4:** A l'esquerra, dues persones de l'Antic Egipte, l'1 amb el *kalasirisi*, la 2 amb el *schenti*. A la dreta, tres de l'Antiga Grècia. La 3 amb una clàmide, la 4 amb un mantell i la 5 amb un *peplum*.

Font: [Alamy](#).

Els **etruscos** (VIII-III aC - 509 aC) van portar roba molt semblant a la grega, ja que seguien les seves modes. La dona sobre la túnica portava una capa i xals. En els homes, en canvi, el segle VII aC eren habituals les faldilles curtes i túniques en forma de T. Es generalitza l'ús de capes per portar sobre la túnica com la *lacerna* i la *tebenna*.

Els pentinats d'home eren la barba i cabells curts, tot i que n'hi havia que el portaven llarg. Els de les dones, era el cabell llarg trenat, arriçat o ondulat. A més, elles van gaudir de més igualtat que altres societats antigues.



**Imatge 5 :** Mural procedent de la necròpolis de Monterozzi on es veu la indumentària etrusca.

Font: [Viquipèdia](#).

La roba dels **romans** (753 aC - 476 dC) van rebre influències etrusques, gregues i, fins i tot, d'elements de territoris conquerits. Les temperatures variables al llarg de l'any van fer aparèixer per primer cop el concepte de "roba de temporada". Utilitzaven gran varietat de colors, però, abundava el blanc. La peça essencial en les dones era l'estola, un vestit llarg que arribava fins als turmells i tenia mànigues amples. Sovint es cenyia amb un *cingulum* (per sota del pit) o amb un *succinta* (a la cintura). Pel fred utilitzaven una



*palla*. Els homes, inicialment portaven unes faldilles curtes (*subligaculum*). Els romans tenien diversos tipus de túniques segons les ocasions. És molt important destacar la toga,

una peça exclusiva dels ciutadans masculins romans. Al llarg del temps es va allargar. Tant la decoració, color i forma de la túnica com de la toga indicaven la posició social. El color porpra, per exemple, era un luxe a l'Antiga Roma, ja que era difícil d'aconseguir i elaborar. Aquest tint s'obtenia d'unes glàndules de certs mol·luscs. Pel fred, la indumentària més usada era la *lacerna*, un abric en forma de capa. La majoria de romans i romanes portaven sandàlies (*carbatina*).



**Imatge 6:** El número 6 és una toga, el 7 un sagum. El 8 una dona amb una palla i el 9 és la indumentària d'un camperol romà.

Font: [Alamy](#).

Els **bizantins** (330 dC - 1453 dC) es van influenciar per la roba romana i grega. Fins al segle VI van vestir amb toga. Més tard, van agafar colors, brodats, joies, borles, etc. procedents d'Orient. Van influenciar-se del cristianisme en la roba, que

se centrava en la modèstia i l'amagament del cos, aplicat tant en homes com en dones. En els dos casos no es marcaven siluetes. Les dones portaven habitualment una estola romana i la *palla*, en algun cas s'ajustava el



**Imatge 7:** Roba bizantina. Font: [PNGEgg](#).

vestit a la cintura. Els homes també es posaven vestits uniformes, com la dalmàtica, una túnica vermella i daurada. Portaven sobretot túniques. Tant homes com dones adinerats portaven joies recarregades. No tenien calçats diferenciats, portaven habitualment unes botes de mitja canya.

A l'inici de l'edat mitjana occidental -a la Baixa Edat mitjana- homes i dones de totes les classes socials van utilitzar peces similars. Portaven uns capots llargs i sempre tapaven el seu cos completament.

La indumentària femenina era com la d'estil masculí però adaptada a la seva forma. La majoria lluïa escots alts. Els homes inicialment van portar una túnica curta amb un vestit folgat a sobre.

En general els vestits dels homes eren més curts que els de les dones. Portaven mitges a sota i tan uns com altres podien portar la cotardia o l'hopalanda. Es decoraven el cabell amb cintes o diademes. Les sabates eren punxegudes.



**Imatge 8:** Retrat de Giovanni Arnolfini i la seva esposa (1434), de Jan van Eyck, The National Gallery, Londres. Els dos vestits amb l'hopalanda.

Font: [Wikipeda](#).

A partir del segle XIV, després de la pesta bubònica al 1348 aproximadament, la moda occidental va començar a canviar. La moda va començar a ser vista com un mitjà per exaltar-se personalment i socialment. A la vegada, es va establir una verdadera diferència entre sexes en la moda. Començava el dimorfisme sexual<sup>3</sup> en la moda. Tot i això, la moda era més aviat un símbol per distingir classes socials. Tant homes com dones participaven amb la mateixa intensitat en la moda. En general, la moda va esdevenir una important preocupació. És per això que els historiadors consideren que va ser en aquest moment de la història quan va sorgir el concepte de la moda.

La vestimenta de les dones va evolucionar de les túniques. Al Renaixement apareix la cotilla per les dones, un element que malauradament les perseguirà encara durant uns segles. Al Barroc, després del descobriment de la circulació sanguínia, van retirar-la durant un temps. Tot i



**Imatge 9:** Cotilla del 1770.  
Font: [Ministerio de Cultura y Deporte](#).

<sup>3</sup> Diferències físiques dels organismes d'una mateixa espècie per a la diferenciació de sexe. Font: [Ecologia Verde](#). En la moda, diferència morfològica en les vestimentes d'home i dona.



això, no va durar gaire i al segle XVIII es va utilitzar altre cop sense miraments. El 1770, la publicació d'un pamflet que argumentava els desavantatges de la cotilla, va fer que la deixessin de portar amb les allargades peces dures, anomenades balenes. S'observa, però, vestits més còmodes. El 1610 es va introduir la *robe de chambre*, un vestit informal, però no com a vestit principal. A finals del segle XVII, es va ampliar la faldilla exageradament. Estructures per donar volum a la faldilla com el *farthingale* (estructura rígida de branques de salze o canyes feta servir per primer cop a Espanya) al Renaixement, els enagos al Barroc i, més endavant, el mirinyac al segle XIX, van limitar el moviment de la dona totalment.



**Imatge 10:** Estructura del mirinyac.  
**Font:** [Wikipedia](#).

El XVIII va triomfar el vestit *Watteau*, totalment d'estil rococó. En aquest segle la comoditat de la dona va ser la última preocupació. En cada segle hi havia escots pronunciats en pràcticament tots els vestits. Es crea un vestit inspirat en la levita dels homes, cosa que comença a ser un apropament a l'home.



**Imatge 11:** Vestit levita de la revista *Grosse Modenwelt* del 1908.  
**Font:** [WordPress](#).

La vestimenta masculina, en canvi, va deixar enrere la túnica i va inspirar-se en la indumentària militar. El Renaixement és un moment on es busca exaltar les parts distintives tant de la dona com de l'home. Van portar mitges i va aparèixer la bragueta i altres ornaments, ressaltant l'entrecreix, la part del cos considerada més important. La camisa i el gipó eren indispensables en la indumentària renaixentista dels homes. Els més adinerats van lluir calçons i la faldilla encara era utilitzada, però era més curta. Els homes calçaven sabates estretes i en forma de bec d'ànec.

Al Barroc es passa a una exageració en l'ornamentació, totalment sumptuosa. Finalment, es va introduir l'estil persa (compost per una casaca, armilla i calçons). Al segle XVIII porten la *culotte* (els calçons) fins als genolls i la jaqueta, que es va convertir en una armilla. Aquesta anava ben decorada amb brodats de flors, paisatges o animals. Portaven una camisa i unes mitges. A sobre de tot portaven un abric sense coll que s'ajustava al cos. Alguns homes portaven una cotilla a sota. Apareixen els *Macaronis*, que havien agafat modes italianes, eren aficionats a la moda i tenien maneres "efeminades". I els *Incroyables*, més extravagants, que portaven arracades d'or i decoraven els calçons amb cintes de colors brillants.



**Imatge 12:** Enric VIII amb indumentària renaixentista. Pintura famosa per la bragueta.  
**Font:** [National Geographic](#).



**Imatge 13:** Retrat de Lluís XIV duent una moda sumptuosa, característica del Barroc. Del pintor Hyacinthe Rigaud.  
**Font:** [Wikipedia](#).



**Imatge 14:** Macaroni, 1774.  
**Font:** [WordPress](#).

Al Renaixement els punts on la moda d'home i de dona es troben, per tant, comparteixen la moda, són amb decoracions com les joies, gorgueres, mocadors, màscares, sabates de taló i tapins. Només les dones es maquillaven, però, al Barroc això va canviar, els homes també ho feien. Per amagar les olors ho feien amb perfums, ja que no es banyaven massa. Al segle XVIII ambdós van portar perruques, empolvorades amb farina, que podien tenir una altura considerable.



**Imatge 15:** Ana de Mendoza de la Cerda, (princesa de Éboli) amb una gorguera al coll.  
**Font:** [blogsUA](#).

Aquestes .perruques eren un element més que limitava el moviment. El pentinat *Fontange* va ser molt popular. Cal afegir, a més a més, que la roba infantil no tenia gènere, eren sovint vestits blancs, no tan llargs com els de les dones, duts per nens i nenes, ja que eren més fàcils de rentar i posar. Tots portaven vestits amb enagos. Als nens no se'ls vestia com els homes fins que eren força més grans. Dos segles després és quan els infants començaran a vestir estereotipats.

Al segle XIX, ja a l'**edat contemporània** després de la Revolució i haver acabat (almenys a França) amb l'Antic Règim, la moda (sobretot la masculina) comença a patir canvis.

L'anhel d'allunyar-se del passat Estat fa que busquin unes modes molt diferents. La diferenciació entre gèneres cada cop és més significant.

Aquest moment liberal dona aquest estil sobri que contrasta clarament amb el de la dona. L'home passa a portar un esmòquing, amb escasses decoracions, estampats i amb preferències pels colors foscos, deixant cada cop més enrere l'estil extravagant. Moment anomenat "La Gran Renúncia masculina del segle XIX". A més, l'home passa a ser el que se li atribueix el rol de treballador per la família, una actitud seria i dura. Totes aquestes característiques es poden observar en la seva roba. El treball era la principal feina de l'home, per tant, la indumentària buscava la comoditat. Sorgeix el dandisme, el màxim representant de dandi és George (Beau) Brummel, amb un posat efeminat però amb una gran elegància i sobrietat en vestir. Portaven botes, sabates i barrets de copa.



**Imatge 16:**  
Caricatura de  
George Bryan  
Brummell del 1805.  
Font: [EL PAÍS](#).

La moda femenina va ser molt rica, la dona passa a ser l'aparador i objecte decoratiu per mostrar la riquesa de la família i l'èxit en la feina del marit. A principis de segle (moment on predomina el neoclassicisme), sorgeix el *vestit Imperi*, un vestit de camisa utilitzat per les classes altes, inclosa la burgesia. Era d'una sola peça, amb molts plecs, cintura alta i el teixit queia al cos.

Anaven decorats amb llaços, cintes, joies... Eren peces força senzilles i lleugeres. Seguidament, el 1820, però, el conservadorisme s'estén i sorgeix un nou moviment, el romanticisme, amb noves estètiques. Es torna a un vestit més restrictiu de moviment, incloent-hi altre cop la cotilla (per quedar-se uns anys més) i mirinyac amb nombrosos enagos per remarcar la cintura. El 1840, aquest model de vestit evolucionarà al *vestit de societat*, la faldilla d'aquest és molt més voluminosa. El seu nom es deu al fet que era portat en actes socials, com per exemple, l'òpera. Finalment, a poc a poc, el volum es va anar desplaçant únicament al darrere del cos, creant així el *polisson*.



**Imatge 17:** Dona amb el polisson de la revista *Journal de Modes*, 1885.  
Font: [WordPress](#).

El rosa i el blau eren utilitzats indistintament en els infants. Tot i que és cert que el rosa, és com un vermell i consideraven que representava millor la masculinitat. En canvi, les nenes el blau, ja que pensaven que era un color més delicat i era associat a la Verge Maria.

En aquest segle les dones van poder fer esport, anar amb bicicleta, nadar i fer esgrima. És per això que moltes van utilitzar pantalons bombatxos. En la defensa de poder portar aquesta peça amb una túnica llarga com a indumentària habitual, hi ha Amelia Jenks Bloomer, que va convertir aquesta proposta en un símbol del feminisme, odiat per molts. Sidonie-Gabrielle Colette, coneguda també com a *Colette*, va ser una escriptora que portava moda "masculina" per defensar la igualtat sexual.



**Imatge 18:** Amelia Jenks Bloomer amb bombatxos.  
Font: [Luz y Arte](#).



**Imatge 19:** *Colette* vestida d'home.  
Font: [ELLE](#).



El segle XX, és un període on el món de la moda està en constant canvi i es trenquen moltes barreres per aconseguir la igualtat de gènere en la moda.

Durant la I Guerra Mundial tots els homes són enviats a les trinxeres, per tant, són les dones les que han d'ocupar les fàbriques. Per poder treballar van haver d'adaptar la seva vestimenta per tal d'estar més còmodes. El primer pas va ser escurçar les faldilles per sobre els genolls, per tal de poder pujar als autobusos i tenir més moviment. Després de la guerra, als anys vint, sorgeix el fenomen *garçon* a França, un moviment feminista que defensava la igualtat de gènere i comoditat, és per això que les dones comencen a portar el cabell, vestits curts i sabates còmodes entre altres coses. Coco Chanel va tenir un paper molt important, ja que va crear i portar els pantalons per a dona i va alliberar-la d'elements que la privaven de moviment, com la cotilla, creant peces més còmodes. Més tard, Elsa Schiaparelli, introdueix el concepte de moda d'esport en les dones. Els homes continuaven vestint amb esmòquing.



**Imatge 20:** Gabrielle Chanel amb pantalons i cabell curt el 1930.

**Font:** Chanel.

Els anys quaranta i cinquanta els homes continuaven portant l'esmòquing, però n'hi havia que portaven un càrdigan i altres volien imitar l'estil de James Dean. Les dones tornen a seguir les formes establertes de feminitat, ja que un cop els homes tornen de la guerra la dona se li torna a donar un paper d'ornamentació i mestressa de casa. La gran influència de Christian Dior amb el seu *new look* va fer que la moda femenina tornés a emfatitzar la silueta del cos. Després de la Segona Guerra Mundial, a més, es produeix un canvi en els colors associats als nens i nenes. Es fixa que les nenes han de vestir de rosa amb tots els seus estereotips i els nens de blau.



**Imatge 21:** El *New Look* de Christian Dior, 1947.

**Font:** Vogue.

Els anys seixanta i setanta són un període on tornen les modes que revolucionen. Els joves van ser els líders del canvi de pensament. Les minifaldilles marquen l'inici del moviment d'alliberació sexual. La tendència va ser la moda Mod, acolorida i de formes geomètriques. La moda mini es va estendre i es van crear els *hotpants*, uns pantalons molt curts. Cal destacar la gran influència de músics, com els Beatles, en tots els aspectes del món de la moda. Als anys setanta va continuar la revolució gràcies al moviment hippie, on homes es deixaven el cabell llarg i utilitzaven tota mena de colors i estampats, i a dissenyadors com Yves Saint Laurent, que va crear el *Le Smoking*, un esmòquing per a dona. Això va ajudar a consolidar finalment el pantaló com a peça indispensable femenina en totes ocasions. I a la vegada, va ser un pas més per apropar-se a la igualtat de gènere. Famosos com David Bowie va trencar amb estereotips al maquillar-se i creant *looks* andrògins.



**Imatge 22:** *Le smoking* d'Yves Saint Laurent, 1966.  
**Font:** [VEIN](#).



**Imatge 23:** David Bowie posant per a la gira d'*Aladdin Sane*, 1973.  
Fotografia de Masayoshi Sukita.  
**Font:** [The conversation](#).

Tot això porta que aparegui el concepte de moda unisex, inicialment va consistir en el fet que els homes s'apoderaven de modes considerades femenines o al revés en el cas de les dones. Per exemple, els homes anaven amb esmòquings més ajustats i es posaven més estampats i colors. En el cas de les dones, es posaven pantalons i pentinats curts. Més tard, però, les peces completament unisex van ser els texans i altres bàsics que eren portats indistintament per uns i altres. Als anys noranta, Jean Paul Gaultier i Vivienne Westwood van portar les faldilles per homes a la passarel·la.



**Imatge 24:** Confecció de Jean Paul Gaultier.  
Font: [Pinterest](#).



**Imatge 25:** Confecció de Vivienne Westwood, tardor 2019.  
Font: [Pinterest](#).

Tant en aquest segle com avui dia, les persones famoses i icones de la moda tenen molta influència sobre les preferències de la societat.

### 3.2. La moda beneficia el binarisme i estereotips de gènere

La moda està completament condicionada per la societat (el seu pensament) per tal d'obtenir beneficis econòmics, per tant, aquesta li donarà suport adaptant la moda als esquemes establerts. Al mateix temps, contribueix que aquesta estructura que s'ha format sigui més sòlida i difícil de trencar.

Avui dia, això succeeix amb el sistema sexe-gènere. Tal com diu Gayle Rubin, una antropòloga cultural nord-americana, activista i teòrica influent en polítiques de sexe i gènere, "un sistema sexe/gènere és un conjunt d'acords pel qual la societat transforma la sexualitat biològica en productes de l'activitat humana i en les quals aquestes necessitats sexuals transformades, són satisfetes". Bàsicament, es creen uns rols de gènere<sup>4</sup> i, per tant, tenint en compte la citació, la moda acaba sent un medi més, que beneficia al compliment dels rols de gènere binaris -basats en la biologia- establerts per la societat. Aquests rols presenten una imatge de la dona submissa, fràgil, dèbil i incapaç de desenvolupar una tasca tan física com mental que requereixi un gran esforç. Pel contrari, els homes són projectats de manera contrària a la dona, i és així com es crea aquesta idea que els homes són els que manen

---

<sup>4</sup> Normes socials que dicten com han de comportar-se les persones segons el seu gènere i creen una sèrie d'expectatives sobre la seva manera de pensar i actuar. Font: [Wikipedia](#).

per sobre de tot. La moda també ha fomentat, doncs, al llarg de la història, el masclisme i patriarcat. Williams i Best, van ser dos d'entre altres sociòlegs que van confirmar que els estereotips regulen la societat, essent una manera fàcil de classificar i mantenir les estructures de poder. Les etiquetes són un recurs per definir, identificar i assignar un paper a algú a la societat.

Anteriorment, ja s'ha comentat que la moda s'ha dividit en masculina i femenina, així doncs, les botigues es divideixen en aquestes dues seccions. A més, segons els rols i estereotips de gènere que hi ha hagut a la societat s'ha definit una manera específica que cada gènere havia de vestir. La dona se li ha atorgat al llarg de la història un paper de fragilitat i inferioritat, per tant, aquesta delicadesa es veu reflectida en la moda. Els homes eren forts, lluitaven i eren actius físicament, per tant, la seva indumentària es va adaptar a aquestes característiques.

Avui dia la dona ha aconseguit portar dins la secció femenina, peces que en un passat serien considerades masculines, en canvi, en el cas dels homes, és més difícil trobar-se això. Simplement, és per la raó que la dona, per drets i igualtat, ha intentat anivellar-se a l'home. Una manera de fer-ho va ser a través de la moda. En canvi, l'home mai ha buscat assemblar-se a la dona, perquè ella era l'ésser "inferior", vestir més efeminats sempre ha sigut causa d'humiliació per ells, tot i que cada cop menys.

Els més mal perjudicats en el segle passat i aquest, però, són els nadons i infants. En les seves seccions i catalogacions en el món de la moda es troben elements carregats d'estereotips: el rosa i les princeses per les nenes i el blau i els superherois pels nens. En un moment de desenvolupament i educació tant important com és la infància, s'aprofita per deixar ben clar on els pertoca estar en aquesta societat.

A més, com que els nens petits no tenen tantes diferències físiques entre sexes, s'utilitza la moda per tal que siguin ben distingits davant la societat, cosa que fa que siguin tractats i educats de maneres diferents. Això té indubtablement un efecte sobre ells.



Les persones que no se senten incloses amb aquesta diferenciació han expressat el problema, la falta d'inclusió, estigma i desigualtat. La Daisy n'és un exemple, una nena que es va fer viral per criticar els missatges en la roba de nena comparada amb la de nen i desafiar aquesta separació barrejant la roba de nen amb la de nena. La moda té un poder tan gran a l'hora de poder expressar i mostrar al món la manera de ser i la pròpia identitat, que és inevitable enfocar-se en la necessitat d'un canvi.

### 3.3. La relació entre gènere i moda és correcta?



Imatge 26: Explicació dels elements de la identitat sexual.  
Font: Wikipedia.

Fins fa poc, els conceptes *sexe*, *gènere*, *identitat de gènere* i *expressió de gènere*<sup>5</sup> han sigut molt difícils de diferenciar pel simple fet que s'ha creat la "norma" que només hi ha dos sexes i dos gèneres que estan relacionats entre ells i que segueixen una manera d'expressar-se segons toqui un o altre. Però ja se sap que aquests conceptes no necessàriament van relacionats. Molta gent i col·lectius han pogut demostrar que és una suposició no representativa de la realitat. Gràcies a la visibilitat es pot explicar la veritable realitat.

<sup>5</sup> Manera en què una persona manifesta exteriorment elements que tenen a veure amb el gènere, sigui a través de la roba o de l'aparença en general, del comportament, les afinitats, etc. (l'expressió de gènere no coincideix necessàriament amb la identitat de gènere). Font: [Termcat](#).

Per exemple, si neixes amb genitals femenins, socialment es dona per suposat que t'identificaràs amb el gènere femení i que la teva expressió de gènere serà una ja determinada. A més a més, es podria afegir l'orientació sexual, com un concepte que es confon amb els termes anteriors. Aquesta, té a veure amb l'atracció sexual, emocional o afectiva que es té cap a un grup o grups de persones. A partir d'aquests conceptes la societat s'ha estructurat d'una manera considerada fixa i invariable, a més, creant molts estereotips pel simple desconeixement i possible ignorància de la gran diversitat existent en l'ésser humà. La causa per la qual és difícil diferenciar totes aquestes paraules és, altrament, per la força que té heterocisnormativitat<sup>6</sup> des de fa tants anys que sembla “el correcte”.

En referència al sexe, aquest, ve determinat per la naturalesa i ja els distingeix per les característiques biològiques: el femení, el masculí i l'intersexual<sup>7</sup>. El *gènere* és una construcció sociocultural de la societat on es viu, aquí és on es troben els rols de gènere. La manera d'entendre els gèneres (socialment únicament home-dona) i els rols que el formen és canviant al llarg del temps i depenent de les cultures. Per altra banda, en canvi, la *identitat de gènere* té a veure amb la manera com un mateix es percep, és innat i una experiència personal que no té perquè coincidir amb el sexe biològic. Hi ha més identitats de gènere que no es limiten al tradicional binarisme de gènere<sup>8</sup>. A Espanya, un de cada quatre joves de menys de trenta anys no se senten identificats plenament amb un dels dos gèneres, segons l'informe *Joventud en España 2020*, elaborat per l'Institut Injuve. El fet que hagin sortit a la llum altres gèneres que mai s'havien plantejat ni tingut en compte, fa que aquest sistema o organització social, aparentment consistent i considerat com a “normal” o “el correcte”, trontolli.

Finalment, s'han reconegut i definit diverses identitats de gènere:

---

6 convicció que ser “heterosexual i cisgènere”, així com alinear-se als rols de gènere convencionals, és allò natural, allò normal i allò desitjable. Per tant, tot allò que no s'alinea a aquest precepte, s'ha d'amagar, dissimular i fins i tot suprimir. Font: Comunicació [UAA](#).

7 Persona que presenta una variació natural que afecta els seus òrgans sexuals, característiques genètiques i anatòmiques, per la qual cosa pot tenir, en diferents graus, característiques combinades tant masculines com femenines. Font: [Significados](#).

8 Sistema de pensament institucionalitzat que restringeix la divisió del sexe i el gènere a les categories de masculí i femení, les quals es perceben com a independents, oposades i immutables. Font: [Termcat](#).

Primerament, els **cisgènere** són les persones la identitat de gènere de les quals coincideix amb el sexe biològic. Mentre que, els **transgènere** són totes aquelles que la seva identitat de gènere no correspon amb el sexe biològic. Un transgènere no té per què passar per un procés de transició física ni hormonal (transexuals), ja que pensen que la identitat no té necessàriament correspondència amb l'aspecte. Per tant, cadascú tria expressar-se com vol. Hi ha transgèneres binaris: les dones transgènere (sexe masculí) són persones transgènere que s'identifiquen com a dona i els homes transgènere (sexe femení) s'identifiquen com a home. Llavors, hi ha els transgèneres no-binaris (per exemple, passar de ser home cisgènere a agènere). Aquest últim grup forma part dels **genderqueer**, terme que engloba a tots els gèneres que trenquen amb el binarisme de gènere (masculí i femení) i la cisnormativitat. És per això que també s'anomena no-binari. El gènere no-binari el formen diversos gèneres. Per una banda, els agèneres, que no es senten identificats amb cap gènere o es neguen davant el concepte "gènere". Per l'altra, els multigèneres -que s'identifiquen amb més d'un gènere-. Aquest és un terme general per referir-se als bigènere (es senten identificats amb dos gèneres), els trigèneres (s'identifiquen amb tres gèneres) i els pangènere (poden sentir qualsevol gènere, o tots alhora). També els de gènere fluid, persones que no es senten identificades amb un sol gènere i la seva identificació pot anar variant al llarg del temps. Per tant, no només s'obren a la possibilitat que s'identifiquin amb diferents gèneres durant la seva vida, sinó que també poden sentir-se identificats amb més d'un gènere a la vegada. Per últim, els que la seva identitat és una barreja en diferents graus entre home i dona, els andrògns. Els demigènere, s'identifiquen parcialment amb un determinat gènere. Hi ha un concepte més exclusiu, els intergènere, ja que aquesta identitat pertany únicament a aquelles persones intersexuals la identitat de les quals se situa en un punt mitjà entre dos gèneres, usualment els binaris. No s'ha de fer servir per a la resta.

Aquestes nomenclatures són les més significatives de les definides fins ara. De totes maneres, això només són etiquetes, ja que realment la identitat de gènere pot presentar varis matisos que no es limiten a les definicions

establertes. És per aquesta raó que continuament s'estan creant noves paraules. Tal amplitud demana tenir-la en compte a la pràctica.

Ja s'ha comentat anteriorment que *sexe*, *gènere* i *identitat de gènere* no són el mateix. Però el *gènere*, la *identitat de gènere* i l'*expressió de gènere* tampoc.

La identitat de gènere té a veure amb la manera com un es percep interiorment, mentre que l'expressió de gènere té a veure amb la manera de parlar, actuar, comportar-se o vestir-se, bàsicament, d'expressar-se. La moda forma part de l'expressió de gènere i no té a veure amb la identitat de gènere. És la construcció dels gèneres que socialment ho relaciona. Si una persona que s'identifiqui com a dona li agraden les faldilles no és perquè és dona, sinó perquè simplement li agraden. Simone de Beauvoir -una filòsofa i feminista- en la seva obra *El segon sexe* diu: "No es neix dona, s'arriba a ser-ho. Cap destí biològic, psíquic o econòmic defineix la figura que revesteix al si de la societat la femella humana".

El gènere i la moda tenen una íntima relació. La moda ha anat lligada amb el gènere sobretot a principis del segle XIV, ja que, com ja s'ha comentat, es va començar a fer moda segons el gènere pensant que l'expressió de gènere havia de ser una determinada. Al final, tot això està lligat amb els rols de gènere i el masclisme.

Cadascú es mostra i s'expressa de maneres diferents i varien segons la situació i gustos personals. A més, és innegable que hi ha persones d'un gènere que els agraden coses considerades d'altres gèneres. Per tant, això no té relació amb el gènere.

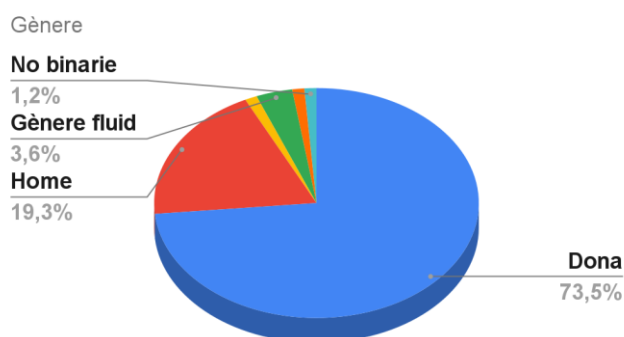
L'orientació sexual també s'associa a una manera de vestir o comportar-se. De totes maneres, és veritat que es pot englobar i generalitzar, dient que un grup de persones que comparteixen aquestes característiques i formes d'identificar-se es vesteixen d'una manera semblant. Perquè al final la moda serveix per mostrar la identitat i expressió personals. Però, per exemple, que

una persona es consideri home o heterosexual<sup>9</sup>, no vol dir que hagi de tenir una expressió de gènere concreta, vestint “virilment”, aquesta és una construcció social que no deixa de tenir estereotips. És obvi que hi ha molts casos en què les persones els agrada la moda que la societat els adjudica, però cal comprendre que aquesta no és la “normalitat”, sinó que el normal és que cadascú tingui una expressió diferent, sigui l’acceptada socialment o una altra.

Realment, hi ha tanta varietat d’expressió de gènere com persones.

### 3.4. Estigma social en la moda per raons de gènere actualment

Es va realitzar una enquesta a un total de 83 persones. El 73,5% d’aquestes es va identificar com a “dona”, el 19,3% “home”. Hi ha un home transgènere, cinc persones, tres de les quals es van identificar com a “gènere fluid”, una com a “no binaria” i una altra com a “demigènere”.



Imatge 27

El 80,1% són persones de menys de 25 anys. La franja d’edat va dels dotze als setanta sis anys.

L’enquesta va ser utilitzada per diferents apartats d’aquest treball, per tant, més endavant es farà referència a dades extretes d’aquesta mateixa.

<sup>9</sup> Dit duna persona: Inclorada sexualment cap a individus del sexe contrari. Font: [RAE](#).

Per començar, se'ls va preguntar un seguit de preguntes personals sobre la seva relació amb la moda socialment, tenint en compte la seva identificació de gènere.

Primer se'ls va preguntar si es sentien identificats amb la roba que socialment corresponia al seu gènere. Podien respondre “sempre”, “sovint”, “a vegades”, “gairebé mai” o “mai”.

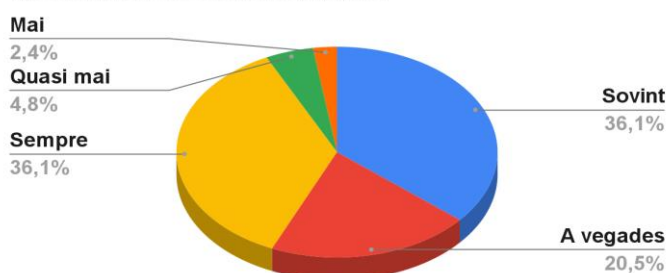
Un 25,3% va respondre “a vegades” o “quasi mai” i un 2,4% “mai”, un 80% aproximadament de tots aquests era gent de menys de 25 anys.

Si s'ajunta els que van dir “sempre” amb les que van dir “sovint”, formen el 72,2% de persones que sempre o sovint es senten identificats.

Així doncs, es pot concloure que en general la gent es sent habitualment conforme amb la moda que la societat els imposa. Tot i això el 63,9% tenen alguna raó per la qual no puguin dir “sempre”, per tant, l'expressió de cadascú surt en general de les barreres que ha imposat la societat en la moda pels gèneres, sobretot de les noves generacions.

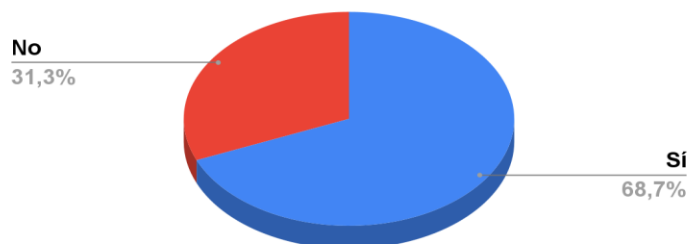
Un 68,7% va afirmar que li ha agradat moda que no es considera del seu gènere.

Et sents identificat amb la roba que et pertoca dins la secció de roba que socialment correspon al teu gènere?



Imatge 28

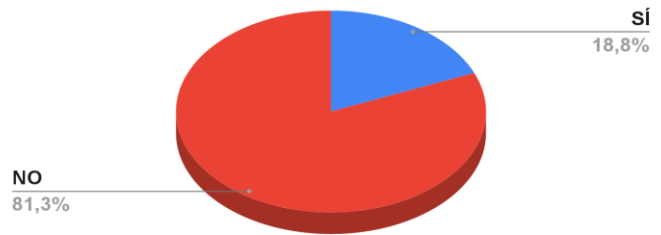
T'ha agradat mai roba, pentinats, calçat, etc. que socialment no es consideren del teu gènere?



Imatge 29

Si s'analitza més profundament aquesta dada, es pot constatar que el 81,3% dels homes no els ha agradat la moda que no es considera del seu gènere. A més, tots els homes més grans de quaranta anys han marcat "No".

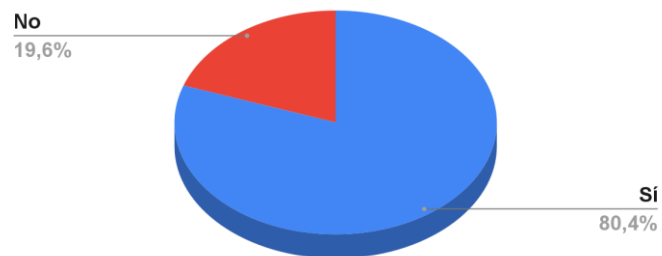
Als homes els ha agradat moda que no es considera socialment del seu gènere?



Imatge 30

De tota la gent que va dir "Sí" a l'anterior pregunta, un 19,6% no els va adquirir mai, aquest percentatge el formen dones cisgènere i un home cisgènere.

Si la resposta anterior és "Sí", has adquirit i portat mai aquests elements que t'agradaven?

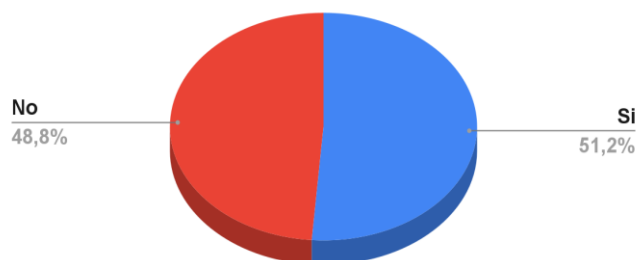


Imatge 31

Percentatge que indica que realment en general avui la gent compra lliurement el que vol sense importar si els pertoca socialment pel gènere amb el que se'ls associa.

La raó que el patronatge sigui un dels problemes pels quals la gent no vulgui adquirir la roba de l'altre gènere la recolzen la meitat dels enquestats.

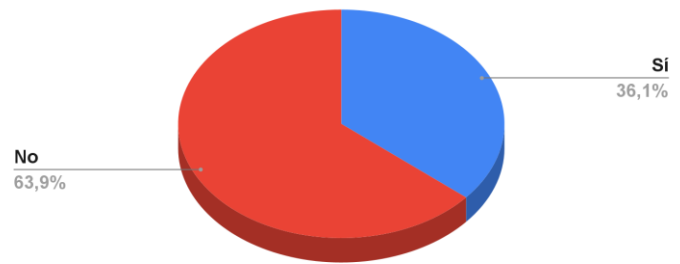
Una de les raons per les quals no has pogut comprar roba d'algun altre gènere és perquè el patronatge de la peça de roba no et quedava bé?



Imatge 32

El 63,9% no han sentit cap pressió social que els frenés a sortir de casa amb moda que no es considerés del seu gènere. Els que sí que l'han sentit són majoritàriament dones.

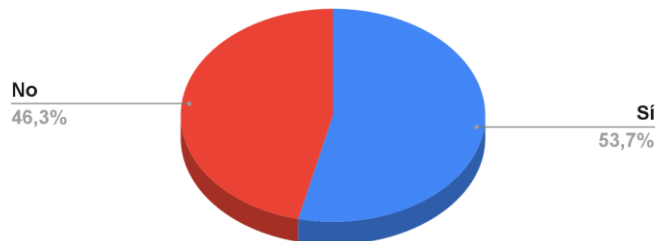
Has sentit mai qualsevol pressió social que et frenava a sortir de casa amb qualsevol element (roba, calçat, joies, pentinats,...) que no són considerats socialment del teu gènere?



Imatge 33

Però, en canvi, un 53,7% ha sentit l'obligació de sortir de casa amb moda considerada del seu gènere.

Has sentit mai qualsevol pressió social que t'obligava en certes ocasions a portar qualsevol element (roba, calçat, joies, pentinats,...) que són considerats socialment del teu sexe/gènere?



Imatge 34

Totes les persones del col·lectiu LGTBIQ+ han marcat que han sentit aquestes dues pressions socials. Com a dada interessant, cap home va seleccionar ni el rosa o el lila com a colors amb què s'identifiquen a l'hora de vestir. En tots els casos predominen els colors neutres, però les dones solen seleccionar més varietat de colors.

En conclusió, des d'un punt de vista més personal, tot i que es pot observar que la gran part de la gent se sent identificada amb la roba de la secció que li pertoca socialment pel seu gènere, igualment, cal tenir en compte que, majoritàriament, les seccions no satisfan al 100% als compradors. Òbviament, en referència a l'estil, és normal que no agradi a tots, ja que cadascú té el seu propi. És per això que hi ha marques de diferents tipus de roba. Però, el que es vol saber és si, tot i la indubtable varietat de roba a les botigues avui en dia, la gent també li interessa la roba de l'altra secció. Definitivament, tal com ho demostra l'enquesta, predomina el fet que molta



gent també li agrada moda que no es considera del seu gènere. Una dada molt representativa és que els homes no els agrada la roba de dona en la mateixa mesura que les dones ho fan amb la seva. És aquí on es pot veure clarament els efectes de la història, el fet que la dona sempre s'ha apropiat a l'home per aconseguir la igualtat, mentre que l'home s'ha desinteressat de la moda i allunyat del que els pogués fer semblar dones socialment.

Una dada molt positiva és la que, en línies generals, la gent adquireix i porta allò que els agrada, encara que sigui d'un altre gènere. La qual cosa porta a concloure que avui dia hi ha més llibertat d'expressió i que cada cop no només més gent s'atreveix a portar el que vol, sinó que socialment s'accepta més. No hi ha tant estigma, sobretot en les noves generacions. És inqüestionable que el canvi el lidera la joventut i on es pot veure més diversitat en gènere i expressió de gènere.

El patronatge com a raó que tira la gent enrere a l'hora de comprar roba de l'altre gènere està gairebé dividida. Probablement perquè tot i que en moltes peces no hi hagi aquest problema, és innegable que en peces fetes més "per un cos en específic", no queda bé a un altre cos. Trobo que aquest problema és més comú quan els homes compren roba "de dona", ja que és més ajustada i entallada. A les dones els hi pot cabre bé tot, però probablement els quedarà més ampla.

En relació amb els últims resultats, la gent és sent més aviat l'obligació de portar certes coses que no pas el fet de frenar-se a fer-ho per raons socials. Això significa que tot i la llibertat de portar el que vingui de gust actualment, en moltes ocasions hi una pressió social que obliga a vestir més "masculí" o "femení". Aquestes situacions normalment succeeixen pel simple fet de crear unes impressions determinades o agradar a la gent.

Per últim, cal afegir que tot i la baixa representació del col·lectiu LGTBIQ+ en l'enquesta, tots han mostrat l'estigma i problemes, ja que ells han sofert de primera mà què és atrevir-se a sortir dels esquemes socials.

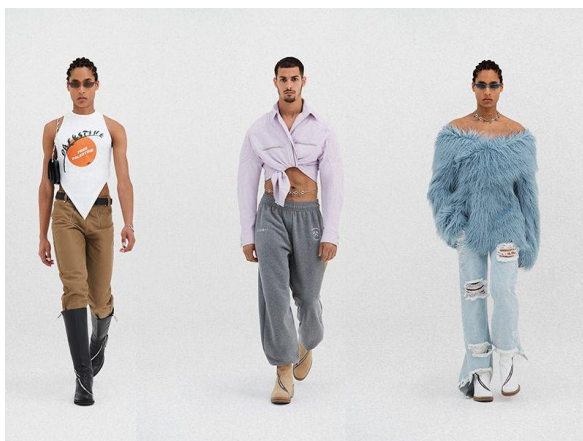
Adicionalment, existeix l'enebefòbia<sup>10</sup> i que, per tant, les persones amb identitats de gènere dissidents tenen un risc més elevat a patir qualsevol tipus de discriminació.

## 4. *Genderless*, la moda que trenca barreres

### 4.1. Moda *genderless*: una filosofia

La moda *genderless* dona una solució al problema dels estereotips de gènere en la moda i la manca d'inclusió.

La moda *genderless*, sense gènere o agènere té com a principal objectiu crear peces de roba que trenquin amb els estereotips de gènere, ampliant la llibertat d'expressió a l'hora de vestir per tothom, sense importar el gènere. Òbviament, això també engloba a tots els complements i accessoris que formen la moda: joies o bijuteria, sabates, bosses de mà, maquillatge, gorres i barrets, cinturons, manicura, ulleres i mocadors.



**Imatge 35:** GMBH Primavera 2022.  
Font: [HIGHXTAR](#).

Aquesta moda tal com va dir Santiago Artemis, un dissenyador de moda, model i actor argentí, a *Entremujeres Clarín*: “La moda *genderless* no té talls, ni colors ni estils particulars. Un decideix posar-se el que té ganes, sigui de

---

<sup>10</sup> Tipus d'opressió formada per actituds, idees, pensaments, etc. que tenen l'origen en el binarisme i que es basen en un odi, rebuig o ridiculització envers les persones de gèneres no binaris i/o agènere. Font: [Wikia GSRDI](#).

dona o d'home". No és un tipus d'estil de moda, ni és una simple tendència. És una nova forma de fer i d'entendre la moda. Aquesta moda planteja un canvi de concepció a l'hora de classificar i etiquetar la moda. S'ha vist que la moda forma part de la manera d'expressar el gènere, per tant, a un mateix, l'expressió personal és tan ampla com persones hi ha.

També s'ha comprovat que el gènere no va lligat amb aquesta expressió. Així doncs, tot el sistema de classificar la moda segons el gènere no té sentit.

S'hauria de dividir la moda, per exemple, segons l'expressió de gènere, per tant, estils o marques.

Aquesta moda fa peces que poden ser portades, com he dit, per tota classe de cossos, tinguis més pit, més malucs, més espatlla... La roba d'aquesta moda s'adapta a tots els cossos i està feta per tal que quedi ben posada a tothom. El fet que abasti molts cossos no necessàriament vol dir que sigui de talla única. És cert que hi ha molta roba que ho és, però moltes altres normalment poden abastar més d'una talla o simplement només una. Depèn totalment del tipus de peces i les seves característiques, ja que n'hi ha moltes que poden posar-se-la gent de talla S-M i tot i que els altres també els hi cap, pot ser que quedi més gran a una XS o XXS i a una L, XL o XXL els hi quedaria més curta o estreta. Tot i això, cadascú tria si prefereix que li quedi més gran del compte o el contrari. És una moda on tot s'hi val i les possibilitats són molt més amples.

Per una altra banda, el fet que la majoria de peces *genderless* puguin adaptar-se a diferents talles i cossos, vol dir que no cal fabricar grans nombres de roba en set talles diferents, perquè una sola, queda bé a més d'una talla.

Tenint en compte que la sostenibilitat s'està convertint en un fet molt important, aquesta moda ajuda en la sobreproducció. Si es fusiona amb teixits naturals i de qualitat, fa que perdurin més temps. Cosa que anul·laria o, si més no, reduiria el gran impacte de el contaminant *fast-fashion*<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Traduït (moda ràpida). Grans volums de roba produïts per la indústria de la moda, en funció de les tendències i una necessitat inventada d'innovació, cosa que contribueix a posar al mercat milions de peces de roba i fomentar en els consumidors una substitució accelerada del seu inventari personal. Font: [Greenpeace](#).

És una moda neutra, però això no obsta perquè s'arrisqui i experimenti amb tota mena de peces, colors, textures, estampats, teixits... Per tant, ja que la idea és ampliar les possibilitats de posar-se qualsevol cosa, aposta per a què faldilles, vestits, pantalons, esmòquings, camises i totes les altres peces existents siguin posades per homes, dones i persones no binàries. Estan pensades per tal que qualsevol les pugui portar, no tingui dificultats i que quedi bé.

És indiscutible que hi ha certa roba que requereix que estigui feta per uns cossos determinats com les cotilles, roba interior com els sostenidors entre altres. El dissenyador *Modistilla* anomena a aquesta roba simplement "patronatge amb necessitats". Igualment, sorprèn la quantitat de roba que es poden posar tant cossos masculins com femenins. Molta roba està catalogada com a femenina, com jaquetes, jerseis, camises... De totes maneres, el cert és que molta d'aquesta roba se la pot posar també un home amb característiques físiques masculines més ressaltades. D'altra banda, un cos masculí no sempre consta d'espatlles amples, igualment que cos femení no sempre té malucs amples i molt pit. Hi ha una gran varietat de cossos.

Pel que fa als complements i accessoris, no hi ha el problema en l'entallatge, per tant, tot i que n'existeixen de catalogats com a "unisex" perquè no presenten característiques que fan pensar que és masculí o femení, realment tot es pot considerar *genderless*. Aquesta part de la moda és totalment lliure i és una qüestió únicament de mentalitat. Doncs, tot és *genderless*. *Telfar*, en aquest cas, és una marca que defensa que les bosses de mà no tenen gènere.



**Imatge 36** : El famós cantant *Bad Bunny* amb les ungles pintades de color verd i negre.

Font: [Chic Magazine](#).



**Imatge 37:** Bosses de mà Telfar.  
**Font:** [METCHA](#).

En una entrevista amb Killing Weekend van dir que la idea és que es faci moda *genderless* sense la necessitat de catalogar-la com a *genderless*, simplement com a moda. Una moda per tothom.

La filosofia amagada darrere la defensa que la moda no té gènere diu que tothom és lliure de posar-se el que vulgui. Fins ara, és cert que la moda era una forma d'expressió, però sempre anava lligada al gènere. El que fa aquesta moda és no tenir en compte el gènere o sexe a l'hora de fer un peça, sinó només l'expressió. És un canvi de mentalitat, que consisteix simplement a desfer-se definitivament de la relació entre gènere i moda.

Actualment, gràcies a famosos i icones de moda com Jaden Smith o Harry Styles, aquesta moda i filosofia s'està estenent, sobretot en les noves generacions.



**Imatge 38:** Jaden Smith modelant a la dreta per la campanya SS16 x Bruce Weber de Louis Vuitton.  
**Font:** [NEO2](#).

## 4.2. Diferència de la moda *genderless* respecte l'unisex, andrògina i *genderful*

Hi ha diversos tipus de moda que estan trencant amb els rígids esquemes del gènere. Així doncs, s'han de saber diferenciar. La moda *genderless* es podria confondre amb la unisex, l'andrògina o la *genderful*. Encara que tenen característiques diferents, totes promouen la inclusió, la igualtat de gènere, i sobretot, la llibertat d'expressió.

Per una banda, el concepte *unisex*, prové de l'anglès "uni-" que significa un/una i "sex", sexe. Doncs, vol dir que és una moda creada pels diferents sexes, de tal manera que la roba sigui una de sola per ambdós. El concepte apareix a finals dels anys seixanta, quan hi havia la revolució juvenil, el moviment hippie i el moviment liberal feminista. Tot això va originar l'unisex, però, aquesta moda la formen aquelles peces que socialment ja s'han acceptat pels dos sexes, les opcions són limitades. L'unisex es pot dir que va ser una moda comercial, ja que era més fàcil agafar aquelles peces que els dos compartien i eren molt semblants per crear-ne una sola, en lloc de dues per a cada gènere. Són peces que quan s'observen no es pot dir si són pels cossos femenins o masculins. És una moda neutra, tant en colors com en siluetes. Els seus colors inclouen el blanc, negre, gris, tots els tons marronosos i, fins i tot, verds foscos i blau marí. A més a més, tria teles llises, evitant estampats. En crear aquestes peces, s'eliminen els talls o traços dels patrons que fan que s'adaptin als cossos d'uns i de les altres. Per tant, desapareixen les línies corbes. Les peces són simples i solen ser amples. Així, es creen peces indiferents als cossos. Un exemple molt clar serien les dessuadores, xandalls, samarretes i texanes amples.



**Imatge 39:** Roba unisex de DENIM UNITE per H&M. Font: [ITFashion](#).

**Imatge 40:** Roba unisex. Font: [Hummel Hive](#).

En canvi, la moda *genderless* no només és unisex sinó que també és un pas més. La *genderless* ha ampliat possibilitats, arrisca molt més. Igualment, és una moda feta per tots els cossos, malgrat això, tal com s'ha explicat anteriorment, opta per tota mena de colors i estampats. Utilitza tot tipus de roba i teles, experimenta força més.

Mentre que l'unisex ha estat majoritàriament acceptada per la societat, la roba *genderless* suposa un canvi de percepció. Des d'un punt de vista antic, realment és la dona que s'està posant roba masculina, però no del revés. Això és perquè, com s'ha comentat anteriorment, la roba unisex no aporta res nou, ja que són esquemes que ja es van trencar en el seu moment. La moda *genderless* proposa nous aspectes que xoquen amb l'esquema i que òbviament, sorgeixen reaccions al respecte. Per això es diu que reivindica i revoluciona.

En un article de *Entremujeres Clarín* a Artemis se li pregunta si la moda *genderless* és la mateixa que la unisex. Ell ho explica molt bé: "No és el mateix, l'unisex és quan una peça té un rol tant per a home com per a dona. En el cas *genderless* ja es parla d'elements que ho engloben tot, per exemple, que una faldilla pugui ser tant per a home com per a dona. *Genderless* és trencar amb qualsevol estructura que t'encaselli en un gènere o en un altre. És a dir, una dona es pot posar uns texans "d'home" i un home, posar-se una faldilla".

L'unisex és moda sense gènere, per tant, es pot anomenar *genderless* a l'unisex, perquè sí que ho és. En canvi, la moda *genderless* no és únicament unisex. *Killing Weekend* reflexiona sobre el possible canvi de nom. Expliquen



que, per una banda, el terme “unisex” està enfocat al sexe, a què bàsicament pugui ser portat per cossos. En canvi, el nou concepte està enfocat a tan sols fer roba sense etiquetes, fent que tothom sigui lliure de posar-se el que vulgui. A més, s’ha ampliat el seu significat. Molta gent encara utilitza el terme *unisex* com a sinònim de *genderless*, però és un concepte que va acabar ja fa temps. Ara és el canvi, s’anomena *genderless*. Tot i això, no és incorrecte dir-li unisex.

La moda agènere pot ser d’estil unisex o pot apostar també per faldilles, tops, teles transparents i formes més arriscades.

Per una altra banda, el mot *andrògin*, prové del grec *ἀνδρόγυνος*. Aquesta paraula està formada per *άνήρ* que significa “home, baró” i *γυνή*, “dona”. Per tant, en el món de la moda, el què és andrògin serà allò que combina peces masculines i femenines o les peces masculines i femenines tenen aires del contrari. A diferència de l’*unisex* i *genderless*, la moda andrògina no busca donar-li una forma neutra per tal que pugui ser portada indistintament per un o altre, la roba s’adapta al cos que la porta. Agafa qualsevol peça - tant sigui entesa com a masculina o femenina- i les combina de moltes maneres diferents. El seu objectiu és crear una aparença ambigua de gènere.



**Imatge 41:** Moda andrògina. Col·lecció Primavera-Estiu del 2016 d’*Alexander McQueen*.  
**Font:** [Fucking Young](#).

Exemples molt clars serien els esmòquings en cossos femenins, en els que s’adapta aquesta estètica considerada masculina al cos femení.

Altrament, es podrien considerar les bruses o camises en homes amb complements femenins - com els volants -. Simplement, és un estil, una manera de combinar els elements de la moda buscant crear un *look* (aparença) andrògin o ambigu. Com la *genderless*, es poden trobar des de peces de colors neutres i teixits llisos fins a peces acolorides i amb estampats.



Com l'unisex, aquest estil es cataloga sovint com a *genderless*. És cert, doncs, que les peces agènere poden ser andrògines si creen aquest aspecte. De totes maneres, la moda andrògina no té per què ser catalogada com a *genderless*. Tot i que trenca estereotips i d'alguna manera fa que la roba no tingui gènere, des de punt de vista d'estil, no necessàriament ha de tenir un patronatge versàtil, com la *genderless*. A poc a poc, es veu com la moda *genderless* aposta per l'ambigüitat.



**Imatge 42:** Esther Quek amb un *look* androgin.  
**Font:** [Vogue](#).

Són conceptes els significats dels quals es difuminen i estan oberts als constants canvis, és per aquesta raó que resulta difícil donar una definició fixa.

En últim lloc, el terme *genderful*, prové de l'anglès *gender* i s'hi ha afegit el sufix *-ful* per crear aquest adjectiu que es podria traduir com: ple de gènere. Aquest concepte és molt nou i consisteix a posar-se roba i ornaments de tots els gèneres. El fet que sigui un concepte tan nou fa difícil trobar una definició fixa. Tot i ser una moda, es podria catalogar també com un estil.

Mentre que la *genderless* fa roba expressament per tal que càpiga a tothom i desfer-se de les distincions de gènere, la *genderful* el què busca és una expressió del gènere total. Consisteix a adornar-se completament de la roba considerada com de cada gènere. Aquesta agafa roba "femenina", "masculina" o unisex i es crea un *look*. *Genderful* és un concepte que es refereix a l'aspecte del model creat per aquesta combinació. Es podria catalogar a aquesta moda d'andrògina perquè crea l'ambigüitat, però la *genderful* és un pas més. A més, tenen objectius diferents.



**Imatge 43:** Harry Styles portant una jaqueta i vestit de Gucci per [Vogue](#). Fotografia per Tyler Mitchell.  
**Font:** [Vogue](#).

Aquesta consistiria en, per exemple, una persona amb cos masculí portant un vestit, vambes, maquillatge, una jaqueta *genderless* i ornamentat amb joies. Expressant una nova masculinitat. És la més radical i obre un món totalment ampli, on tots els colors, figures, estampats i complements s'hi valen. És una tendència que no dona importància a les etiquetes, però a la vegada, perquè tingui sentit el seu concepte, darrere encara hi ha la catalogació per gèneres.

És una moda que dona totalment llibertat. Igualment, la *genderless*, també dona total llibertat d'expressió, però defensa una moda sense catalogació per gèneres.



**Imatge 44:** El cantant i actor Troye Sivan vestint moda *genderful* de la marca *Altuzarra* per la Met Gala del 2021.  
Font: [GQ](#).

En totes es pot percebre la manifestació d'una gran llibertat d'expressió i la ruptura d'esquemes per tal que tothom es posi el que vulgui. Cosa que a llarg termini podria fer desaparèixer la classificació de la moda per gènere, si més no, socialment.

Els petits passos que s'han fet al llarg de la història respecte a l'acceptació de determinats tipus de roba a l'altre gènere, sempre han consistit en la incorporació d'aquests sense treure l'etiqueta i la divisió. Per exemple, els esmòquings en la dona, es van fer pel seu cos. I tot i que també és una opció totalment vàlida, darrere seu té la necessitat de catalogar les peces segons el sexe. I això és el que s'està qüestionant ara: si és necessari o es podria evitar la separació. Tanmateix, és obvi que no obsta que una peça feta amb un patró masculí en la secció d'home no se la pugui posar una dona, al contrari. El problema des de la filosofia de la moda *genderless* està en la classificació. Avui dia, moltes peces podrien ser portades sense cap impediment tant per cossos masculins com femenins des del punt de vista del patronatge, malgrat això, continuen estant etiquetades. S'accepta i ignora perquè és així com s'ha crescut, però realment, no té sentit.

### 4.3. Col·leccions i dissenyadors/es

#### 4.3.1. Modistilla - Extupid Collection

Pablo Carcasona Navarro va crear la seva pròpia marca, *Modistilla*, on no hi ha etiquetes en la roba. “M’agrada dir que jo faig roba, i que se la posin com i qui vulgui”. Mostra una moda *genderless* més divertida, acolorida i creativa. “Treballem la ironia, el passa-t’ho bé. Marques serioses n’hi ha moltes.” Sobretot defensa la total llibertat a l’hora de vestir.

Ja ha vestit a moltes drag queens, entre elles hi ha Supreme de Luxe i a Hugaceo Crujiente.

De moment compta amb una col·lecció, anomenada *Extupid Collection*. Una col·lecció que va ser de treball de fi de grau i amb la que va guanyar el premi de Belles arts de la Comunitat Valenciana i millor col·lecció de Barreira Art i Disseny. Inspirada en les ex parelles i les ruptures amoroses. La formen quatre dissenys que representen les fases que es passen quan s’acaba una relació. El primer, la *Polidesgraciada*, el moment que es trenca la relació: el més trist i solitari. El segon, *Les teves coses*, el moment que es retornen les coses que hi ha d’aquesta persona a casa. La tercera, *Love’s over*, el moment d’ira, on es vol trencar amb tot d’aquest amor. I per últim, el que ell anomena *I’m back*, moment que es ressorgeix i se supera, en certa manera, la passada relació i s’esdevé més fort que abans.



**Imatge 45:** Polidesgraciada. **Font:** [Instagram](#).

**Imatge 46:** “Les teves coses”. **Font:** [Facebook](#).

**Imatge 47:** “Love’s over”. **Font:** [Facebook](#).

**Imatge 48:** “I’m back”. **Font:** [Facebook](#).

Actualment, està treballant en una nova col·lecció anomenada H.O.M.. De moment l'únic que ha avançat és que és la continuació de la *Extupid Collection* i està dedicada a les amigues.

#### 4.3.2. Weekday x Per Götesson

La marca de moda *Weekday* i el dissenyador suec *Per Götesson* van col·laborar per segon cop i van crear una nova col·lecció càpsula. *Per Götesson* havia treballat per la marca en els seus anys de carrera i havien creat més tard una col·lecció. L'èxit de la primera va animar-los a tornar-se a unir mig any després i crear cinc peces. Aquestes van ser fabricades a partir d'altres peces bàsiques del dissenyador, que van reutilitzar i crear aquestes nous articles.

És una col·lecció sense gènere, que tal com ell diu "És una col·lecció per a algú que valora la llibertat d'expressió i aprecia l'artesanía". En les peces barreja la tradició i la modernitat, amb el seu punt d'experimentació.

En aquest llançament es trobaven cinc articles on es mostraven el seus reconeixibles *cut-outs* i patrons de tall contemporani: una dessuadora amb caputxa, dos parells de texans, una faldilla i una camiseta.



**Imatge 49:** Col·lecció Weekday x Per Götesson. fotografies fetes per Zürich Karlheinz Weinberger al model Marlon Brando.

Font: [NEO2](#).

### 4.3.3. Killing Weekend- Climb

*Killing Weekend* és una marca que es dedica a crear roba no només *genderless*, sinó que també sostenible i de talla única. La seva botiga-taller es troba a Manresa. En aquell espai desenvolupen cada part del procés de crear moda. La marca neix de la necessitat de l'Alba i el Xavier de comunicar al món les experiències viscudes al seu viatge a l'Índia i altres països del sud i sud-est asiàtic, buscant sentit a la vida.

Compten amb tres col·leccions. La primera, anomenada "Origin", tracta sobre el seu viatge a l'Índia i com va iniciar el seu projecte. La segona "Zero Year" la tracta sobre les múltiples adversitats que comporta començar el camí cap a un objectiu concret, en el seu cas emprendre aquest projecte. Tot amb una sensació de bogeria i



**Imatge 50:** Dues de les confeccions d'*Origin*.  
**Font:** [Kluid Magazine](#).

desequilibri, que la creen a través d'estampats de laberints i teixits 3D. La seva tercera col·lecció anomenada "Climb" s'inspira en el món de l'escalada per representar el camí cap a una meta. Donen molt valor a la terra pròpia i a tot el que és local. Aquesta col·lecció la formen estampats de Montserrat. En algunes peces de les col·leccions s'hi pot veure el número 08240, codi postal original de Manresa. Les col·leccions van desfilat a la 080 Barcelona Fashion.

Un dels trets distintius de la marca són els estampats, que creen ells mateixos a través d'imatges pròpies. Creen peces atemporals i limitades, intentant no sobreproduir i vendre menys del que produeixen.

Ara estan creant la seva nova col·lecció, "Identity".





**Imatge 51:** Dues de les confeccions de *Zero Year*.  
Font: [Kluid Magazine](#).



**Imatge 52:** Dues de les confeccions de *Climb*.  
Font: [Kluid Magazine](#).

#### 4.3.4. Pitagora - Abraham Tabíos

Abraham Tabíos va fundar el 2012 aquesta marca a Barcelona. Aconsegueix que una peça s'adapti a qualsevol cos, fent-la així de talla única i *genderless*. Tot i que inicialment la va crear pensant en un mercat més masculí, en veure que altra gent que no pertanyia a aquest gènere la comprava, va decidir passar-se al mercat *genderless*. En una entrevista publicada pel diari *El Correo*, ell diu que la clau està en el patronatge, la versatilitat i la qualitat dels



**Imatge 53:** Roba de Pitagora.  
Font: [Instagram](#).

teixits. A la seva pàgina web diu: "Si alguna cosa t'agrada i vols portar-ho perquè t'hi sents bé, cap etiqueta ni classificació hauria de dissuadir-te de portar-ho", per recalcar la seva visió unisex. Tot i que la seva roba sigui gran no és *oversized* (ampla). A més a més, aposten pel comerç local i la sostenibilitat.

#### 4.3.5. Cold Laundry - Ola i Cerise Alabi

Aquesta parella va crear aquesta marca *genderless* el 2019 a Londres. Creen peces minimalistes, còmodes, senzilles i monocromàtiques de colors neutres, sense estampats i amb talls rectes. Tot seguint una estètica neta i polida. A més a més, intenten deixar la mínima petjada ecològica. De fet, van néixer amb la filosofia de la sostenibilitat i la bona qualitat, a diferència de les marques de *fast-fashion*, que fabriquen peces poc duradores, que es fan malbé més ràpid i, per tant, contribueixen a la contaminació i sobreproducció.



Imatge 54: *Cold Laundry*.  
Font: [Instagram](#).

La seva última col·lecció s'anomena *Redemption*, on volen transmetre un sentiment de pau, com ells li diuen "escape the noise".

#### 4.3.6. Utopia - Júlia G. Escribà

Júlia G. Escribà és una marca de roba quotidiana que aposta per teixits amb tecnologia termoreguladora, tecnologia creada per la NASA anomenada *Outlast*. Té l'objectiu d'ajudar a frenar el canvi climàtic, ja que la indústria de la moda és una de les més contaminants del món. Aquesta tècnica fa que el teixit absorbeixi i guardi o desprengui calor depenent de la temperatura que percep per tal de regular-la i tenir una sensació tèrmica constant i agradable. Gràcies a això, per tant, es poden crear peces atemporals, que poden ser utilitzades durant tot l'any i així reduir el consum de roba. A més, la roba que fa és *genderless*.



La seva col·lecció Utopia, que va desfilat a la 080 Barcelona Fashion, forma part del programa *TheMedNew* de la Unió Europea. Aquest té l'objectiu de comprometre a empreses de moda del Mediterrani a no contaminar i mirar per l'impacte que tenen al planeta. Tot aquest conjunt de característiques porten a la reducció de desigualtats. Per crear-la va col·laborar amb Neil Harbisson, que va crear la teoria que el color emet so i per això va crear l'Escala Sonocromàtica Musical. Pels dissenys van escollir colors marronosos i neutres, que tal com ella diu: "...emeten sons més suaus i harmònics, i fins i tot silenci". Les peces són rectes, lleugeres i còmodes inspirades en l'Olimp i creades amb teixits naturals i sostenibles.



Imatge 55: *Utopia*.  
Font: [VEIN](#).



Imatge 56: *Utopia*.  
Font: [VEIN](#).



Imatge 57: *Utopia*.  
Font: [VEIN](#).

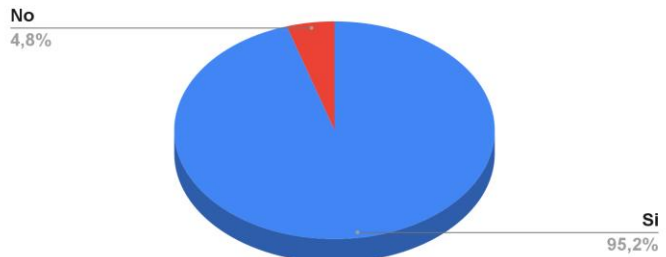
#### 4.4. Visió actual

Actualment, com es veu aquesta possible fusió en la moda, una moda sense etiquetes, davant els ulls de la societat espanyola?

En l'enquesta es va preguntar si creien que, per exemple, un home es podia posar roba considerada "femenina" i una dona "masculina". El 95,2% van dir que "Sí". Les altres persones, concretament quatre, eren tres dones més grans de quaranta anys i una nena de tretze anys. Tot i que aquestes han respost això, en altres respostes es contradien completament. Totes han dit

que creien que tothom ha de ser lliure de posar-se el què vulgui sense importar els esquemes imposats per la societat (la nena igualment no ho veu com una cosa normal) i que no creien necessària la divisió de gènere en les botigues, una d'elles fins i tot desitja que canviï. Per tant, interpreto que en certa manera estan combatent entre la seva raó i les seves emocions, que responen pel que la societat els ha ensenyat i tenen arrelat dins, però a la vegada la seva part emocional i empàtica entén que hi ha persones que no se senten identificades.

Creus que, per exemple, un home pot posar-se roba considerada "femenina" i una dona "masculina"?



Imatge 58

Totes les persones menys una, el 98,79% creu que tothom ha de ser lliure de posar-se el que vol encara que surti dels esquemes socials. Una xifra que aparentment indica que la gent posa per sobre la llibertat d'expressió abans del que imposa la societat. Tal com s'observa, aquest percentatge és superior a l'anterior, un 95,8%. Per tant, les quatre persones que havien marcat que "No", en aquesta pregunta es contradieien al dir que tothom pot posar-se el que vol. En canvi, una persona que havia marcat que "Sí" a la primera pregunta, en aquesta ha dit que no s'ha de ser lliure de posar-se el què es vulgui, perquè hi ha d'haver una mica de serietat.

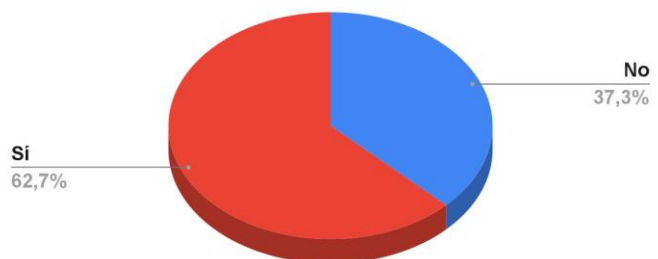
La gran majoria creu que hi ha d'haver una moda comuna per tots, encara que alguns tenen una visió més universal, convertint aquesta moda sense etiquetes com la principal i altra gent que creu que hauria de ser una tercera secció, sense eliminar la de dona i home.

Aproximadament el 70% pensen que no és necessària la divisió en dos gèneres fixes a les botigues. Aquests creuen que el gènere no determina quina roba ha d'agradar i que la majoria de les peces estan estereotipades.

L'altre percentatge de persones no saben què respondre, concretament dues persones, o sí que ho creuen necessari. Les principals raons són el patronatge, ja que creuen que pel fet que hi ha diferents cossos s'ha de separar, altres per temes d'organització i agilització de la compra. Altres que com que ells mateixos i gran part de l'altra gent ja estan conformes amb la separació no troben que hagi de canviar. Cal afegir que molta gent que ha respòs "sí" ha afirmat que tot i que hi hagi seccions, es pot comprar de l'altra. Alguna gent ha opinat que no eliminaria la divisió, però sí que ampliaria les possibilitats, fent que a la secció d'home, per exemple, es puguin trobar faldilles o bruses més efeminades.

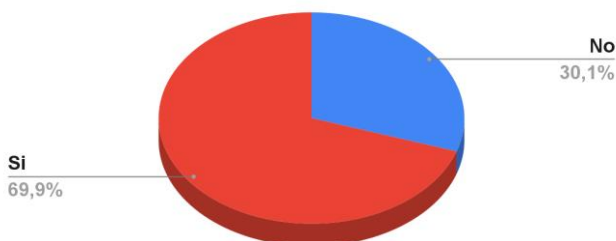
El 69,9% imagina un futur on la moda no tingui etiquetes, de totes maneres el percentatge baixa un 7,2% quan se'ls pregunta si veuen la possibilitat que en un futur les botigues deixessin de dividir-se en home-dona.

Veus la possibilitat que en un futur les seccions de les botigues deixessin de dividir-se en els dos gèneres reconeguts socialment (home/dona)?



Imatge 59

Imagines un futur on la moda deixés de ser etiquetada com a masculina o femenina únicament i la roba fos per qui volgués posar-se-la?



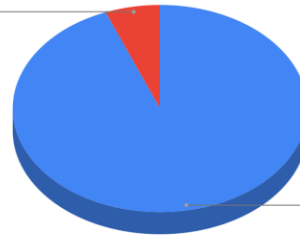
Imatge 60

A través de la mateixa enquesta es va preguntar a la gent, un cop explicada la moda *genderless*, la seva opinió personal.

El 94% troba interessant aquesta moda i creu que pot contribuir en la igualtat i inclusió. El 65,1% la consumiria.

Ara que coneixes aquesta moda, la trobes interessant?

No  
6,0%

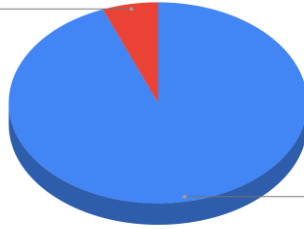


Si  
94,0%

Imatge 61

Creus que aquesta moda pot contribuir en la igualtat i inclusió?

No  
6,0%

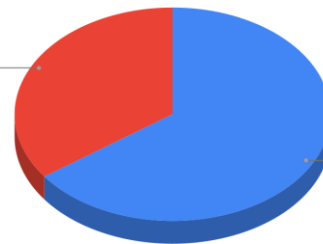


Si  
94,0%

Imatge 62

Consumiries aquesta moda?

No  
34,9%



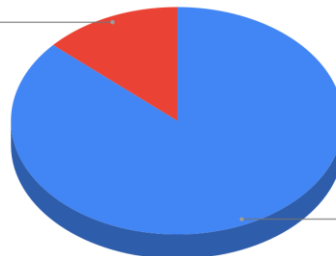
Si  
65,1%

Imatge 63

La moda sense gènere actualment és difícil de trobar, el 86,6% dels enquestats no han trobat fàcilment roba *genderless*, inclosa la més bàsica, tipus unisex.

Si mai has buscat roba sense gènere, l'has trobat fàcilment?

Si  
13,4%



No  
86,6%

Imatge 64

En altres parts del món tenen visions diferents, més modernes i altres més conservadores. Un exemple de visió moderna seria a Àsia, com a Tokio, on l'atreviment ja ha sortit al carrer.

En una entrevista de *Vogue*, Jaime Mesa i Xavi Reyes, dos dissenyadors involucrats en aquesta moda, van opinar que a Espanya la gent li costa més i no s'atreveix per por a ser jutjats. Per tant, Xavi Reyes considera que hauran de continuar seduïnt al públic.

## **5. El futur d'una societat amb moda sense gènere**

### **5.1. Possibles conseqüències a la societat d'una moda sense gènere**

A partir de l'enquesta que es va dur a terme es van extreure les respostes d'un grup de persones sobre com creien que ajudaria aquesta moda a la societat i si veien que podria triomfar.

Tot i tenir una minoria de casos que consideraven que no ajudaria, la majoria va coincidir que la moda *genderless* a la societat ajudaria en la llibertat d'expressió, inclusió, igualtat, acceptació i en la progressiva eradicació d'estereotips, prejudicis i discriminació per raons de gènere. Altres enquestats van afegir altres possibles beneficis com el respecte, la varietat i la seguretat individual en portar allò que vulgui cadascú.

Eminentment, es pensa que la moda sense gènere triomfarà. Altra gent espera que ho faci. S'observa un gran nombre de persones que creuen que el seu consum creixerà i que serà més accessible, però dubten que arribi a eliminar les seccions segons el gènere, per tant, creuen que conviuran.

Alguns, almenys, creuen que en un futur pròxim serà així. Molts comenten el gran impuls de les noves generacions, que cada cop defensen més la llibertat i la gran necessitat d'eliminar els estereotips de gènere, cosa que ajudarà sens dubte a augmentar la popularitat d'aquesta moda i moviment.

Altres creuen que és una moda que és consumible per tothom i no elimina la roba que avui dia hi ha a les botigues, simplement es fa per tots els cossos i

permet que tothom pugui consumir sense limitacions en talles o patronatge. Per tant, té possibilitats de triomfar.

Cada cop hi ha més llibertat en vestir, però molts creuen que perquè la *genderless* tingui un vertader èxit, hi ha d'haver un canvi de mentalitat.

Per *Modistilla*, aquesta moda ajuda a obrir la ment, a fer veure que hi ha coses més enllà del que està dins l'esquema social i a trencar rols de gènere. A més, ell creu que, com a dissenyador de *genderless*, és una nova filosofia, una manera diferent d'entendre la moda. No creu que hagi de ser una més (la tercera secció) sinó que sigui l'única, ja que en aquesta mateixa caben totes les seccions, però sense etiquetes i fetes per tothom.

Si la moda apliqués aquest coneixement social, estaria posant-se al dia dels pensaments actuals i els pot utilitzar en benefici propi. Cosa que sempre ha fet amb altres moviments. Tanmateix, per alguna raó li és més difícil incorporar aquest pensament. La raó és que aquest qüestiona l'organització de la moda i proposa uns canvis que poden arriscar la seva economia.

La moda *genderless*, en general, actualment es presenta com una opció a més a més, però la gent més ambiciosa com ell, té la visió que aquesta sigui la principal.

La idea que sigui la principal, porta amb ella la mentalitat *genderless*, que a poc a poc la gent vagi deixant enrere les etiquetes de gènere en la moda. Si aquest futur fos possible, està clar que la moda es tornaria un lloc molt més inclusiu, sense discriminacions i promouria la igualtat de gènere. I és aquí on la moda, condicionada per aquesta part de la societat que vol canvis, acabaria influint sobre la resta de la societat. És difícil saber tots els efectes que tindria en altres aspectes, com les relacions o convivència. Un lloc on la gent pot mostrar-se amb total llibertat, fa incrementar la felicitat i millora la convivència. El benestar personal aporta prosperitat a una societat. De totes maneres durant un llarg temps, sempre hi hauria persones que s'oposarien al canvi, que contràriament, dificultaria la convivència.

Per altra banda, hi ha una reacció més negativa, ja que un cop eliminades les etiquetes, la moda deixaria de ser una manera de comunicar el gènere i a la vegada, sexe. Gran part de la manera de relacionar-se cap a una persona avui dia es basa en la impressió de gènere que transmet i se suposa què és. Per tant, és obvi que en un futur amb mentalitat *genderless*, la visió superficial d'una persona no transmetrà res més que la mateixa persona en si. No es podrà saber el gènere o sexe només mirant-la. Perquè tot i que pugui aparentment semblar home físicament no vol dir que tingui sexe o gènere masculí. La gran pregunta és... En un futur llunyà importarà el gènere i sexe de l'altra persona o només la seva personalitat i expressió externa?

Gran part de la societat es va estructurar a partir de les diferències biològiques entre sexes, que van formar els gèneres i uns rols específics per cadascun, inclosa l'heterocisnormativitat, masclisme i patriarcat. La diversitat humana és molt més àmplia que això, per tant, és correcte deixar que es manifesti o desfer-se d'aquesta estructura és negatiu perquè allunya l'ésser humà cada vegada més de la naturalesa animal?



## 6. Conclusions

En conclusió, la relació entre moda i gènere presenta definitivament deficiències. Com s'ha comprovat la moda és canviant, al llarg de la història la moda lligada a cada gènere ha estat diferent. Els homes portaven faldilles i talons, fins i tot es maquillaven. Aquest fet és degut a que és una construcció social i està també relacionat amb la cultura. Tenir un sexe o gènere determinat no fa que agradin unes peces de roba concretes, per exemple. Per tant, l'expressió de gènere és independent del gènere amb què un s'identifica. Els humans físicament i biològicament funcionen com la resta d'animals, però psicològicament i intel·lectualment, tenen unes capacitats més complexes. Basar pràcticament tot el sistema social en els dos sexes biològics i transformar-los en maneres de ser i de vestir no té sentit.

La moda és un recurs que des de sempre ha donat suport al l'esquema i sistema binari. La moda té un gran poder sobre la societat i de la mateixa manera que ajuda a reforçar i difondre els rols de gènere, pot deixar de fer-ho. La moda *genderless* no només dona moda per tots sense etiquetes sinó que també proporciona moda que no presenti cap problema amb el patronatge.

L'altra opció seria fer tota classe de roba pels dos gèneres per separat, seguint el patró de cada cos. Simplement com ara però traient els estereotips i afegint coses a cada secció. De totes maneres, això suposa fer grans quantitats de roba.

Així doncs, potser el millor seria fer una secció principal on hi hagi moda *genderless*. Bàsicament, moda que no hi ha problema en patronatge com alguns models de dessuadores, vestits, faldilles, pantalons, samarretes... I després, en casos especials per roba més específica que necessita fer-se segons el cos. Aquesta seria la roba amb "patronatge amb necessitats". Llavors en aquestes peces sí que s'hauria de fer un model amb patró de cos de dona i un altre d'home.

Actualment, la gent encara té presents els estereotips en la moda i encara romandran presents durant unes generacions. Però veient que les noves generacions, en línies generals, pretenen canviar la mentalitat i la societat, em

porta a pensar que probablement si se segueix aquest camí, en un futur la moda no estarà etiquetada per gèneres. Tant pel que fa a estereotips com de classificació en seccions. Cada vegada hi ha més diversitat, així que això només és el principi.

A més, gran part dels enquestats s'han mostrat entusiasmats davant d'aquesta moda. Així doncs, és possible aquest futur, només falta l'aportació col·lectiva per dur a terme el canvi.

Preveure el futur és una tasca difícil, però tenint en compte que es té una visió positiva d'aquesta moda, triomfarà i amb sort s'aconseguirà reestructurar l'organització de la moda definitivament. Les conseqüències socials són poc predictibles, s'hauria de fer un estudi sociològic. És lògic que ajudaria a superar prejudicis i en millorar en molts altres sentits, però hi ha efectes més complexos. Per consegüent, obro amablement les portes a què professionals ho analitzin (si és que encara no ho han fet) i que valorin si és possible una societat on les aparences siguin andrògines, per tant, mancants d'informació vàlida sobre el gènere o sexe.

Un cop escollit el tema vaig decidir informar-me. Vaig recollir webs interessants i vídeos. Alguns conceptes no em van quedar clars així que vaig optar per recórrer a aquelles fonts que t'apropen realment a aquella informació a la qual vols arribar: les entrevistes. Fer entrevistes a dissenyadors que treballen de primera mà amb moda sense gènere, i que, per tant, tenen coneixement del problema.

En la primera entrevista, la de *Modistilla*, va ser a través de videotrucada. Vaig tenir sort, ja que em va respondre i va ser molt amable. *Júlia G. Escribà*, *Antonio Marcial*, *Luis Rubi*, *Eñaut Barrueta*, *Palomo Spain* i *Álvaro Calafat* no van contestar. La gran majoria d'aquests enumerats eren dissenyadors que van desfilar a la 080 Barcelona Fashion i les seves col·leccions eren *genderless*. La segona *Killing Weekend*, em va ajudar sobretot a veure els mètodes que utilitzaven per regular la roba als diversos tipus de cossos. Em va marcar més la seva filosofia com a marca: la sostenibilitat, talla única i *genderless*. Per últim, vaig enviar unes preguntes a la *Carlota Barrera* i a *Alvarickoke*. La primera no va poder fer-ho i el segon sí. El Casal Lambda de Barcelona, una entitat sense ànim de lucre que treballa pel reconeixement dels drets i per les

llibertats del col·lectiu LGTBIQ+, i l'Aldarull LGBTI del Bages, van participar en l'enquesta per tal de tenir més representació del col·lectiu LGTBIQ+ a l'enquesta.

És un tema força recent, per això en paper no hi ha massa cosa. Per l'apartat d'història vaig consultar llibres específics sobre la matèria i vaig reforçar la informació amb webs. Aquest apartat va ser el que em va portar més temps, ja que el meu objectiu era fer un resum on em centrés en la diferència entre moda femenina i masculina. Per resumir cal saber la història ampliada i seleccionar el més important, per tant, vaig estar un mes treballant en aquest apartat. Al punt 4.2. em va resultar difícil entendre i definir les diverses modes relacionades amb la *genderless*. No hi ha definicions fixes i són difuses, però finalment vaig aconseguir establir una explicació prou acurada.

Respecte al model que he creat, en el cas dels pantalons no vaig tenir massa problema. Altrament, amb la camisa, a causa de l'asimetria, vaig tenir entrebancs. Fer que encaixi tot és una tasca difícil, vaig agafar el patró d'una camisa i vaig dibuixar l'asimetria en aquest. Seguidament, vaig tallar la camisa a trossos. D'aquesta manera vaig crear-ho. Les mànigues van ser complicades, no obstant això, vaig sortir-me'n. Vaig guiar-me pels punts on hi havia el canvi de tela i vaig macar les parts. Després, a l'hora de cosir ja vaig anivellar aquelles parts que no quadraven a la perfecció. Per altra banda, quan ja vaig fer el coll, estava desigual, així que es va haver de refer i anivellar-ho. El que no em pensava va ser que tingués dificultats amb els traus. Al principi no hi havia manera que em quedés bé, però llavors la meva àvia em va proposar una manera més fàcil. Finalment, els vaig fer sense problemes. En últim lloc, vaig utilitzar una màquina de cosir que feia el punt molt petit, cosa que fa que la tela quedi tibada. Per això, vaig tibar la tela per darrere per tal que fes el punt més llarg i ja està. Vaig provar usar la màquina de la meua iaia que va amb motor, però no em va anar del tot bé. A més, em sentia més còmoda amb l'altra.

Considero que en aquest treball s'ha assolit l'objectiu: demostrar que la relació entre moda i gènere no és correcta. A part, s'ha exposat que la moda *genderless* és una solució totalment vàlida per solucionar els problemes

d'inclusió, falta de llibertat d'expressió i igualtat actuals. Addicionalment, s'ha dut a terme amb èxit l'objectiu de crear un model *genderless*, i fins i tot, dissenyar una petita col·lecció. El model confeccionat no és perfecte, ha estat un repte per mi fer aquestes peces amb la meua poca experiència. Malgrat això, estic satisfeta del resultat i com me n'he sortit.

Personalment, estic molt orgullosa de la feina feta. Desitjo que es vegi reflectida tota la meua dedicació i que haver llegit el meu treball hagi despertat la inquietud i sentit crític en aquest tema. Al començament no era massa experta en el tema, per això, la informació consultada online i les entrevistes van ser la font d'informació més rellevant. Gràcies a aquestes he aconseguit extreure informació clau del tema.

La part pràctica ha sigut de gran importància per mi. He après què suposa fer una peça de roba i tots els passos que s'han de seguir. Soc una principiant, mai havia fet patrons, ni cosit a màquina ni fet traus. L'adquisició de tot aquest coneixement ha estat molt significatiu per mi.

Un objectiu personal que tenia era aprendre més sobre la moda i com confeccionar-la. Volia experimentar el disseny de moda, perquè em captava l'atenció i volia saber si em sentia a gust amb el que comporta per dedicar-m'hi més profundament en un futur. Certament, no m'ha fet aclarir les idees tant com voldria, però sí que he pogut confirmar que la moda m'apassiona i fascina. A més, m'he endinsat en els temes de gènere, llibertat d'expressió i molts altres aspectes socials. Tot això m'ha interessat molt i tinc la intenció de continuar defensant-ho i millorant la societat diàriament. Ara em toca aplicar el què he après, si no té sentit. Per aconseguir canviar una situació s'ha de pressionar de mica en mica.

Tot i que han estat uns mesos durs, em sento satisfeta del procés i aprenentatge.

## 7. Bibliografia

### 7.1. Llibres

- Cosgrave, Bronwyn *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*. Editorial Gustavo Gili, 2007.
- De la Puerta Escribano, Ruth *El llenguatge del vestit*. Edicions de Bullent, 2002.
- Hart, Avril i North, Susan *La moda de los siglos XVII-XVIII en detalle*. Editorial Gustavo Gili, 2009.
- Laver, James, *Breve historia del traje y la moda*. Ediciones Cátedra, 2008.
- The Kyoto Costume Institute, *Moda. Desde el siglo XVIII al siglo XX*. TASCHEN, 2004.
- The Kyoto Costume Institute, *Moda. Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*. TASCHEN, 2006.

### 7.2. Pàgines web

- Alarcon, David *Killing Weekend: “Hay que disfrutar más de las colecciones, aprender a darles valor”*, data d'última actualització desconeguda, de Kluid Magazine [<https://kluidmagazine.com/killing-weekend-hay-que-disfrutar-mas-de-las-colecciones-aprender-a-darles-valor/>] Consultat: 24 de juliol del 2022.

- Alarcón, David *Per Götesson x Weekday - La belleza de lo ordinario*, data d'última actualització desconeguda, de Metal Magazine [<https://metalmagazine.eu/es/post/article/per-gotesson-x-weekday>] Consultat: 24 de juliol del 2022.
- Barreiro, Carmen *'Genderless', mucho más que ropa unisex*, 21 de gener del 2021, de El Correo [<https://www.elcorreo.com/vivir/tendencias/genderless-ropa-unisex-20210121183302-ntrc.html>] Consultat: 17 de juliol del 2022.
- Cova, Andrea *The hemline index y el largo de tu falda*, 29 de desembre de 2021, de Issue [<https://issue.cl/the-hemline-index-y-el-largo-de-tu-falda/>] Consultat: 13 d'abril del 2022.
- Canoto, Carolina *Moda Genderless: Qué Es Y Por Qué Ha Triunfado En La MBFWM*, 23 de març del 2022, de El Attelier [<https://www.elattelier.com/genderless/>] Consultat: 18 de juliol del 2022.
- Díez, José Luis *Por qué los hombres vestimos más sobriamente que las mujeres*, 18 d'agost del 2015, de GQ [<https://www.revistagq.com/moda/articulos/la-gran-renuncia-masculina-por-que-el-hombre-viste-mas-sobrio-que-la-mujer/22384>] Consultat: 30 de juny del 2022.
- *Duel de veus aposta en cada gala per la moda més atrevida amb un autèntic segell valencià*, 13 de maig del 2022, de València Extra [[https://www.valenciaextra.com/societat/duel-de-veus-aposta-en-cada-gala-per-la-moda-mes-atrevida-amb-un-autentic-segell-valencia\\_510505\\_102.html](https://www.valenciaextra.com/societat/duel-de-veus-aposta-en-cada-gala-per-la-moda-mes-atrevida-amb-un-autentic-segell-valencia_510505_102.html)] Consultat: 2 de juliol del 2022.

- *El diseño de moda y su influencia en la sociedad*, data d'última actualització desconeguda, de l'Universitat Anáhuac Mérida [<https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/disenio-de-moda-y-su-influencia-en-la-sociedad>] Consultat: 13 d'abril del 2022.
- *Genderless, más que moda unisex*, 28 de setembre del 2019, de Clarín Entremujeres [[https://www.clarin.com/entremujeres/moda/genderless--moda-unisex\\_0\\_HcbW5CXV.html](https://www.clarin.com/entremujeres/moda/genderless--moda-unisex_0_HcbW5CXV.html)] Consultat: 17 de juliol del 2022.
- Giraldo, Alba *La ropa 'genderless', ¿una tendencia pasajera o el futuro de la moda?*, 28 de setembre del 2020, de Crónica Global [[https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/ropa-genderless-unisex-tendencia-moda\\_388500\\_102.html](https://cronicaglobal.elespanol.com/vida/ropa-genderless-unisex-tendencia-moda_388500_102.html)] Consultat: 18 de juliol del 2022.
- Gómez Suárez, Águeda *El sistema sexo/género y la etnicidad: sexualidades digitales y analógicas*, desembre 2009, de SciELO [[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-25032009000400003](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032009000400003)] Consultat: 14 d'abril del 2022.
- González, Julia *Julia G. Escribà lleva la tecnología de la NASA a la 080 Barcelona Fashion*, 26 d'octubre del 2021, de Vein [<https://vein.es/julia-g-escriba-lleva-la-tecnologia-de-la-nasa-a-la-080-barcelona-fashion/>] Consultat: 25 de juliol del 2022.
- Hurtado de Mendoza, Marta *Moda neutra o 'genderless': la celebración del diseño sin definición*, 2 de juny del 2015, de Vogue [<https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/tendencia-genero-neutro-genderless-moda-unisex/22643>] Consultat: 18 de juliol del 2022.



- *Introducción a la sociología de la moda*, 29 de juliol de 2022, de Techtitute [\[https://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/blog/introduccion-sociologia-moda\]](https://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/blog/introduccion-sociologia-moda) Consultat: 13 d'abril del 2022.
- *La incidencia de la moda en la sociedad y viceversa*, 17 de març del 2019, de Look Magazine [\[https://www.lookmagazine.com/2019/03/17/la-incidencia-de-la-moda-en-la-sociedad-y-viceversa/\]](https://www.lookmagazine.com/2019/03/17/la-incidencia-de-la-moda-en-la-sociedad-y-viceversa/) Consultat: 13 d'abril del 2022.
- *La Moda: La Segunda Piel de la Sociedad*, 17 de maig del 2020, de DNI School [\[https://www.dni-school.com/historia-de-la-moda-y-sociedad/\]](https://www.dni-school.com/historia-de-la-moda-y-sociedad/) Consultat: 18 de juliol del 2022.
- Limón, Eduardo *Altuzarra está apostando por la moda genderful: ¿qué significa esto?*, 15 de febrer del 2022, de GQ [\[https://www.gq.com.mx/moda/articulo/moda-genderful-que-es-caracteristicas-diferencias-con-genderless-altuzarra\]](https://www.gq.com.mx/moda/articulo/moda-genderful-que-es-caracteristicas-diferencias-con-genderless-altuzarra) Consultat: 4 de juliol del 2022.
- López Miguel, Beatriz *La Moda y La Lucha de Géneros*, 1 agosto 2016, de NEO2 [\[https://www.neo2.com/la-moda-y-la-lucha-de-generos/\]](https://www.neo2.com/la-moda-y-la-lucha-de-generos/) Consultat: 19 de juliol del 2022.
- Maldonado, Gabriela *La moda andrógina llega a México, pero ¿llegó para quedarse?*, 4 de març del 2021, de Fashion United [\[https://fashionunited.mx/noticias/moda/la-moda-androgina-llega-a-mexico-pero-llego-para-quequedarse/2017032222318\]](https://fashionunited.mx/noticias/moda/la-moda-androgina-llega-a-mexico-pero-llego-para-quequedarse/2017032222318) Consultat: 4 de juliol del 2022.

- Martínez, Aurora *Definición de moda*, 11 de noviembre del 2021, de Concepto Definición [<https://conceptodefinicion.de/moda/>] Consultat: 11 d'abril del 2022.
- Miguel Trula, Esther *¿Ropa segregada por género? Puede que sea el pasado. Los finlandeses ya apuestan por los espacios unisex*, 25 de setembre del 2018, de Magnet [<https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/ropa-segregada-genero-puede-que-sea-pasado-finlandeses-apuestan-espacios-unisex>] Consultat: 10 d'agost del 2022.
- Moya, Lidia *Moda Infantil en Europa: historia y curiosidades*, 11 de febrer del 2020, de Monpetit [<https://monpetit.es/blog/historia-y-curiosidades-de-la-moda-infantil-en-la-europa-moderna/>] Consultat: 29 de juny del 2022.
- Not.Jethro, *Unisex vs Gender Neutral Fashion — What's the difference?* 15 de desembre del 2021, de Medium [<https://medium.com/@jethronepomuceno/unisex-vs-gender-neutral-fashion-whats-the-difference-a44512d9136e>] Consultat: 4 de juliol del 2022.
- Nuñez, Dámaris *¿Cómo era la ropa en la Prehistoria? Análisis de los tejidos y tipos de prendas en el Paleolítico, Neolítico*, 1 de febrer del 2021, de Formación ImpulsaT [<https://www.formacionimpulsat.com/recursos/como-era-la-ropa-en-la-prehistoria-analisis-de-los-tejidos-y-tipos-de-prendas-en-el-paleolitico-neolitico-y-edad-antigua/>] Consultat: 28 de juny del 2022.

- Oliver, Diana *Sí a la ropa sin género, ¿pero vestirías a tu hijo de princesa de 'Frozen'?*, 13 de septiembre del 2017, de El País [[https://elpais.com/elpais/2017/09/11/mamas\\_papas/1505118961\\_243086.html](https://elpais.com/elpais/2017/09/11/mamas_papas/1505118961_243086.html)] Consultat: 20 d'agost del 2022.
- Pena González, Pablo *El análisis de Flügel*, de Blogger.com [<http://historiadeltraje.blogspot.com/p/el-analisis-de-flugel.html>] Consultat: 13 d'abril del 2022.
- Piñeiro Pérez, Alba *Genderless: un camino hacia la moda sin género*, 22 de maig del 2018, de Zero Grados [<http://www.zgrados.com/genderless-un-camino-hacia-la-moda-sin-genero/>] Consultat: 19 de juliol del 2022.
- Przybylowicz Vidal, Paula *Visibilidad no binària*, 4 d'abril 2021, d'Altaveu [[https://www.altaveu.com/opinio/visibilidad-no-binaria\\_28088\\_102.html](https://www.altaveu.com/opinio/visibilidad-no-binaria_28088_102.html)] Consultat: 11 de juliol del 2022.
- Redacció Ràdio Orgull, *Moda genderless i sostenible a un nou 'Obrim el meló'*, 26 d'abril 2022, d'Orgull Ràdio [<https://orgull.cat/moda-genderless-i-sostenible-a-nou-obrim-el-melo#>] Consultat: 19 de setembre del 2022.
- Roqueta, Sara *'Genderless': la moda neutra que desafía los roles de género*, 23 de setembre del 2021, d'Objetivo Bienestar [[https://www.objetivobienestar.com/consejos-de-belleza/genderless-moda-neutra-desafia-roles-genero\\_54458\\_102.html](https://www.objetivobienestar.com/consejos-de-belleza/genderless-moda-neutra-desafia-roles-genero_54458_102.html)] Consultat: 19 de juliol del 2022.
- Silva, Natalia *¿Qué es la moda genderless y cuáles son las mejores marcas para sumarte a ella?*, 22 de juny del 2021, de Glamour

[<https://www.glamour.mx/moda/guia-de-estilo/articulos/moda-genderless-que-es/20701>] Consultat: 19 de juliol del 2022.

- Torres, Ana *Moda Genderless: Todo sobre la moda neutra*, 5 d'octubre de 2021, d'ES Design

[<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenomoda/moda-genderless>] Consultat: 18 de juliol del 2022.

- *Understanding Gender*, data d'actualització desconeguda, de Gender Spectrum [<https://genderspectrum.org/articles/understanding-gender>] Consultat: 20 de juliol del 2022.

- Wikipeda contributors, *Men's underwear index*, 2 de setembre del 2022, de Wikipedia [[https://en.wikipedia.org/wiki/Men%27s\\_underwear\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Men%27s_underwear_index)] Consultat: 14 d'abril del 2022.

- Wikipedia contributors, *Moda*, 9 de juny del 2022, de Wikipedia [<https://es.wikipedia.org/wiki/Moda>] Consultat: 28 de juny del 2022.

- Wikipedia contributors, *Moda*, 11 d'agost del 2022, de Wikipedia [<https://ca.wikipedia.org/wiki/Moda>] Consultat: 29 de juny del 2022.

- Zapata Cortazar, María Mónica *¿Cómo Se Imponen Estereotipos al Vestir?*, 15 de maig del 2019, de Revista Level [<https://www.revistalevel.com.co/contenido/como-se-imponen-estereotipos-al-vestir>] Consultat: 15 d'abril del 2022.

- Pesce, Nicolás i Zaremba, Martina *Moda andrógina: cuando las prendas no se asignan según el género*, 19 d'agost del 2021, de Marie-Claire [<https://www.marie-claire.es/moda/articulo/moda-androgina->

[cuando-las-prendas-no-se-asignan-segun-el-genero-971629349283](#)]

Consultat: 5 de juliol del 2022.

- Zouitina, Noor *Discovering Cold Laundry*, 23 de febrer del 2022, de The Next Cartel [<https://thenextcartel.com/discover/discovering-cold-laundry/>] Consultat: 5 de juliol del 2022.

### 7.3. Vídeos

- barcelonalgtbi, *Moda i gènere. Diàleg entre Sílvia Rosés i Marc Giró* [Vídeo]. 1 de novembre del 2020 [[https://www.youtube.com/watch?v=VdxXqKlo\\_Rc](https://www.youtube.com/watch?v=VdxXqKlo_Rc)] Consultat: 17 de juliol del 2022.
- CARKI PRODUCTIONS, *¿Qué es la diversidad sexual? explicación fácil* [Vídeo], 25 de juliol del 2017 [<https://www.youtube.com/watch?v=1QbTZYiQ6BA>] Consultat: 20 de juliol del 2022.
- ladronladronladron, *El género y la moda | La moda sin género o moda genderless* [Vídeo], 4 d'agost 2020 [<https://www.youtube.com/watch?v=haPjqfUx98A>] Consultat: 16 de juliol del 2022.
- ladronladronladron, *Preguntas sobre género LIVE | «Pregunta le que quieras» sobre GÉNERO* [Vídeo], 27 de setembre del 2020 [<https://youtu.be/GekeMOJguno>] Consultat: 16 de juliol del 2022.
- Psicología Online, *Identidad de género - Vídeo Explicativo - Qué es, tipos y más* [Vídeo], 6 de febrer del 2020

[\[https://www.youtube.com/watch?v=R2GiH-Dgs-I\]](https://www.youtube.com/watch?v=R2GiH-Dgs-I) Consultat: 17 de juliol del 2022.

- VIVA LA MODA, *PODCAST: HABLAMOS DE MODA SIN GENERO* [Vídeo], 11 de juny del 2020 [\[https://www.youtube.com/watch?v=jrQCpWW2HIM\]](https://www.youtube.com/watch?v=jrQCpWW2HIM) Consultat: 17 de juliol del 2022.

## AGRAÏMENTS

M'agradaria agrair la participació de *Modistilla* i *Killing Weekend*. Les dues marques van ser molt amables. *Killing Weekend* va mostrar-me el seu taller i com treballen, cosa que aprecio. També vull donar les gràcies a la meva àvia, que va ser modista. Ha sigut la meva mestra i guia al llarg de la creació del model, sense ella hagués sigut impossible que el meu disseny cobrés vida. Agraeixo la seva paciència, ajuda i dedicació.

Considero que tots ells han aportat un granet de sorra molt important en aquest treball. Moltes gràcies.



## 8. Annexos

### 8.1. Entrevistes i preguntes de l'enquesta

- **Modistilla (traduït del castellà)**

**Presentació: qui ets, què fas, definir la seva marca, trets identitat, parla dels teus projectes i col·leccions.**

Soc Pablo Carcasona, el director creatiu de *Modistilla*. *Modistilla* és una marca sense gènere, sense etiquetes i talles, on busco la creativitat i l'atreviment amb la moda sense importar el que portis posat. Busco reestructurar la moda *genderless*, ja que el moment unisex està massa contret. Tot és negre, marró, *oversized* i em sembla molt avorrit. Així que se l'hi ha de donar un toc e color . M'agrada dir que jo faig roba i que se la posin com i qui vulgui. Un tret que representa molt bé a la marca és que treballem la ironia, el passar-ho bé, divertir-se. Intento pensar en aquella persona que no s'ha pogut trobar en el món de la moda. I troba el seu lloc de la mà amb mi. És molt bonic fer sentir especial a una persona.

Vaig fer el meu treball de fi de grau fa un any, Extupid Collection, una col·lecció sobre les ex parelles i les ruptures amoroses. Parlava sobre les quatre etapes que passa una persona recentment deixada. La primera, *Polidesgraciada*, el moment que trenques amb la relació i estàs trist. *Tus coses*, el moment que retornes els objectes que et queden a casa de l'altra persona. *Love's over i I'm back*, quan ja ho superem. Ara estem preparant una nova col·lecció, H.O.M..

**Què és la moda genderless? Coneixes la genderful?**

Per entendre la moda *genderless* hem d'anar a l'arrel dels inicis del gènere. Les marques sense gènere pretenem crear roba, que al final no vull etiquetar-la.

Moltes marques van utilitzar la moda *genderless* (des d'un punt de vista *oversized*) de manera comercial, ja que fent roba ampla pots incloure a molta més gent, llavors això fa que hi hagi mercat.

Gent com jo ens vam plantejar de fer faldilles per home, però per què havia de dir que és una faldilla per home? Tampoc vull dir que és de dona. Si simplement és una faldilla.

La moda *genderful* no busca amagar la figura, no es preocupa per tal que li càpiga a tothom. Aquesta moda busca jugar amb la roba, agafa peces de canons masculins, femenins i *genderless*, les ajunta i fa un *look*. És més una tendència de moda que un tipus de moda.

### **Què diferència aquesta moda de les altres?**

Que juga amb ser lliure, fer el que et vingui de gust.

### **Què busques o quin és el teu objectiu quan crees una peça?**

Que la gent es senti còmoda, única i que sentis que el que portis t'identifica.

### **Què has de tenir en compte a l'hora de fer la peça tenint en compte que és *genderless*?**

Per tema de patronatge s'ha de tenir en compte que les persones amb pit i sense pit tenen unes mides diferents. En aquests casos, que s'ha d'ajustar la roba per tal que quedi més bonic, si que s'ha de classificar entre home o dona, però a mi m'agrada classificar-ho com a "patronatge amb necessitats". Jo que treballo amb *drag queens*, per exemple, algunes tenen pit i altres no, llavors ajusto els models a les seves necessitats. A nivell de patronatge pots tenir problemes, però hi ha molts trucs per fer roba que pugui cabre a tothom sense la necessitat que tot sigui molt gran i ampli. Has de fer un estudi del patronatge, saber fins a quins límits, per exemple, pots fer que una pinça es pugui regular per tal que quedi bé a una persona amb pit i una sense.

### **Com creus que ajuda aquesta moda a la societat i persones?**

Ajuda a obrir la ment, a veure que hi ha més enllà de l'imposat, a rebutjar les rols de gènere. Crec que aquesta moda té part de política, diu: "Deixeu-nos fer el que ens ve de gust".

### **Creus en la moda genderless com una més a part de les altres o en que en un futur la moda sigui considerada genderless (la moda tal i com és ara però sense etiquetes) i trobem tot tipus de roba classificada per estils? (moda genderless o mentalitat genderless?)**

Crec que és una nova filosofia d'entendre la moda. Al final és com que en aquesta moda hi cap tot, no tens perquè triar directament. Per mi és molt millor, tant com a creatiu com a consumidor de moda.

### **La roba considerada de dona actualment gaudeix de més amplitud d'expressió que la d'homes? Una dona té més llibertat d'expressió socialment en moda?**

Depèn del món en el que et moguis, però crec que sí. Al final el que busquem les marques *genderless* és que tots siguem iguals, que tinguem la mateixa expressió de moda. Sí que des d'un punt social, les dones tenen més facilitat per arriscar, posar-se el que vulguin i tenen més varietat que l'home. Tot això té raons masclistes, és producte de la història. A més, es va desvincular l'home de la moda, la dona s'hi va poder dedicar més.

### **En general, quins comentaris o valoracions has sentit que fa la gent d'aquesta moda?**

Hi ha de tot. Hi ha gent que li agrada, hi ha gent que no hi entén i ha gent que li sorprèn. Per exemple, que jo vagi al metro amb una faldilla tinc aquestes

tres reaccions. Depèn de la societat i on hagi nascut. Als homes se'ls jutja més es posen un vestit. De moment al meu entorn ha sigut molt positiu.

### **Com veus el món de la moda en un futur?**

Vull pensar que obert. Que les noves generacions de dissenyadors hem arribat per dir : s'ha de ser més sostenible, que tothom es pot posar el que vulgui, que hi ha gent que seguirà volen posar-se roba "d'home" i "de dona", però que hi ha gent que prefereix jugar." Hi ha molt a recórrer, però molt gent ha corregut per tal que nosaltres caminem.

- **Killing Weekend**

### **Com us va iniciar en el món de la moda?**

És una llarga història. L'Alba era mestra i jo (Xavier) era dissenyador gràfic. Teníem les nostres feines, una seguretats, un sou, casa nostra. Estàvem bé professionalment, però teníem una buidor vital. Així doncs, vam decidir deixar-ho tot: les feines, vam vendre els cotxes i l'ordinador. I vam comprar dos bitllets cap a l'Índia. Aquest viatge ens va fer omplir tota aquesta buidor que teníem d'experiències, tan bones com dolentes. Després d'això vam trobar la necessitat de transmetre el que havíem viscut. Vam conèixer un noi de Barcelona que portava vuit anys treballant a Índia. Ell tenia un projecte amb altre noi indi, una fàbrica de confecció. El seu objectiu era donar feina a gent de pocs recursos i dones vídues. Ens va agradar molt el projecte i vam pensar de fer una col·lecció amb samarretes amb fotografies fetes per nosaltres i amb frases multinacionals. I vam fer la primera col·lecció.

### **Per què el nom Killing Weekend?**

Nosaltres creiem que la societat d'on venim ens han educat per tal que de dilluns a divendres treballem i estalviem, i quan arriba el cap de setmana donar-ho tot. Nosaltres estem en contra. Em de treure aquest concepte

d'esperar al divendres per gaudir durant dos dies. Pensem que el que em de fer és gaudir de dilluns a diumenge. Cada dia ha de ser un cap de setmana.

### **Quins serien els trets d'identitat de Killing Weekend?**

Edicions limitades, *genderless* i talla única.

### **Com es crea l'estil Killing Weekend?**

Nosaltres fem peces que volem portar nosaltres, és un estil propi amb uns valors. Pensem que han de ser peces funcionals, amb un objectiu. Busquem peces còmodes i molt lineals.

### **Quin és el vostre objectiu en crear una peça?**

Peces còmodes, que et sentís bé amb ella, que comuniqui. Quan una persona ens diu que ha vist algú amb una samarreta nostra ens crea un sentiment de comunitat. Comprar una peça nostra implica que creus en uns valors de producció local, que dones suport a una feina d'artesanía i que no s'ha de viure dins del gènere, entre altres.

### **Coneixeu la moda *genderless*?**

Nosaltres teníem una visió de que ha de ser *oversized* o que una dona es poses roba més masculina. Això per nosaltres no és *genderless*, ni unisex. No li pots posar sexe o gènere a una peça. Has de ser lliure de vestir com vulguis i no has de ser estereotipat i seguir un rol que no t'agrada. La roba és un tros de tela, el que ens han imposat és que les noies vesteixen d'una manera i els nois d'una altra. La idea és que es faci moda *genderless* sense la necessitat de catalogar-la com a *genderless*, simplement com a moda. Una moda per tothom.

## **Quina és la teva opinió sobre aquesta tendència? (moda sense gènere)**

Hi ha marques que ho aprofiten i fan aquest màrqueting fals, que no va amb els seus valors. Per això, s'ha de veure si se'n fa una tendència més o si realment és un tema que canviarà a la societat. S'ha de formar als clients respecte aquest tema i conscienciar-los. Tu simplement fas roba per persones, i has d'explicar a la gent que no entén que unes faldilles puguin ser *genderless* que ho són.

## **Com veus la moda en un futur?**

Depèn dels ulls que t'ho diguin. El que desitjo és que les marques de moda tinguin més transparència, de formar a la gent sobre el producte que estan comprant, per tal que siguin conscients.

- **Alvarickoke**

## **Què és la moda *genderless*? (característiques/com és?)**

La moda *genderless* és aquella que no imposa cap tipologia de peça a cap gènere.

## **Què la diferència de les altres modes?**

Més que un tipus de moda, considero que és una manera d'entendre la moda. Tenint una filosofia *genderless* tens un ventall més ampli de peces on triar perquè no et tanques a portar certa roba destinada comercialment a un gènere amb què no et sents identificat.

## ***Genderless* i unisex són el mateix?**

Sí, encara que moltes vegades s'aplica la característica unisex a roba àmplia o poc entallada que serveixi per a diversos tipus de cossos, mentre que *genderless* es refereix més a l'eradicació de la unió tipus de peça /gènere.

### **Què és la moda andrògina i *genderful* a diferència de la *genderless*?**

Per mi és el mateix, només que 'genderful' és un terme més contemporani amb connotacions més positives nascudes des de la inclusió de gèneres mentre que 'genderless' tenia un caràcter una mica més dissociatiu.

### **Un top apretat i elàstic és moda *genderless*?**

Si s'ho posa un home sí, ja que és un acte més activista contra els estereotips que no pas d'integració d'un tipus de moda.

### **Quins límits té aquesta moda?**

Cap.

### **La moda *genderless* ha de ser necessàriament *oversized* o pot ser més ajustada també?**

Pot ser com tu vulguis. No es tracta tant de l'ajustat o ample que sigui una peça com de l'atrevir-se a portar una tipologia de peça no entesa socialment per al teu gènere. (Ex.: home portant faldilla). Això referit sobretot a un context occidental.

### ***Com són el maquillatge, pentinats, calçat, joies i altres complements *genderless*?***

No hi ha uns complements, maquillatge o pentinats concrets considerats com a "genderless", o almenys no n'hi hauria d'haver, ja que suposaria una capitalització d'una filosofia estètica per vendre productes amb aquesta excusa. Això, tristament, és una cosa que sol passar de la mà de les grans companyies de moda.

### **Què cal tenir en compte a l'hora de crear *genderless*?**

Simplement no dissenyar pensant en un gènere sinó en una personalitat.



- **Preguntes fetes a l'enquesta**

- **Secció 1:**

- 1) Gènere
- 2) Edat

- **Secció 2: Expressió de gènere (Secció utilitzada en el punt 3.4.)**

- 3) Et sents identificat amb la roba que et pertoca dins la secció de roba que socialment correspon al teu gènere?
  - 4) T'ha agradat mai roba, pentinats, calçat, etc. que socialment no es consideren del teu gènere?
  - 5) Si la resposta anterior és "Sí", has adquirit i portat mai aquests elements que t'agradaven?
  - 6) Una de les raons per les quals no has pogut comprar roba d'algun altre gènere és perquè el patronatge de la peça de roba no et quedava bé?
  - 7) Has sentit mai qualsevol pressió social que et frenava a sortir de casa amb qualsevol element (roba, calçat, joies, pentinats,...) que no són considerats socialment del teu gènere?
  - 8) Has sentit mai qualsevol pressió social que t'obligava en certes ocasions a portar qualsevol element (roba, calçat, joies, pentinats,...) que són considerats socialment del teu sexe/gènere?
  - 9) Amb quins colors t'identifiques més a l'hora de vestir?
  - 10) En quin grau consideres que encaixa el teu estil a l'hora de vestir amb la teva expressió personal?
  - 11) Creus que, per exemple, un home pot posar-se roba considerada "femenina" i una dona "masculina"?
  - 12) Creus que tothom ha de ser lliure de posar-se el que vol, encara que estigui fora dels esquemes socials?
- **Secció 3: Gènere i moda (Secció utilitzada en el punt 4.4.)**
- 13) Creus necessària la divisió en dos gèneres fixes en les botigues de roba? Per què?
  - 14) Veus la possibilitat que en un futur les seccions de les botigues deixessin de dividir-se en els dos gèneres reconeguts socialment (home/dona)?

- 15) Imagines un futur on la moda deixés de ser etiquetada com a masculina o femenina únicament i la roba fos per qui volgués posar-se-la?
- 16) Creus que ha d'existir una moda comuna per tots, sense estereotips de gènere, on totes les identitats de gènere puguin trobar-se?

- **Secció 4: GENDERLESS (sense gènere) (Secció utilitzada en el punt 5.1.)**

- 17) Ara que coneixes aquesta moda, la trobes interessant?
- 18) Consumiries aquesta moda?
- 19) Si mai has buscat roba sense gènere, l'has trobat fàcilment?
- 20) Creus que aquesta moda pot contribuir en la igualtat i inclusió?
- 21) De quina manera creus que podria ajudar una moda "genderless" a la societat?
- 22) Creus que al futur aquesta moda triomfarà? Perquè

## **8.2. Creació d'una col·lecció *genderless*: DIVERSITY**

S'ha ideat un total de sis dissenys en esbós i un d'ells s'ha confeccionat.

La col·lecció s'anomena DIVERSITY, fent referència a la diversitat de l'ésser humà. La qual cosa és molt representativa dins dels temes tractats en aquest treball.

En aquesta, s'ha volgut transformar la diversitat a moda. Els sis models representen la pluralitat de matisos de l'ésser humà perquè no només són *genderless*, sinó que estan inspirats en la bandera universal LGBTQ+, cada un d'un dels colors donen vida a un disseny. Així doncs, en els models es troben dos simbolismes: el primer, els significats establerts per cada color i el segon, les teles i formes. Si es para atenció en la col·lecció en conjunt, es pot veure que tot i la independència de cada creació, hi ha una característica que les unifica. Els talls diagonals que marquen el límit entre el color i un color neutre. Es pot observar que tots els colors neutres són teles transparents i

que els diversos colors de la bandera abundin més o per igual que els neutres. Tot això exemplifica un món on la diversitat (els colors) es va acceptant i es va construint un nou futur on finalment, l'individu en les societats, pugui gaudir d'una total llibertat d'expressió personal. I aquesta, va fent desaparèixer a poc a poc els esquemes discriminatoris que veuen la diferència com un defecte (els colors neutres). Tots aquells que es van crear en un passat i que, encara s'arrossegueu avui dia.

El primer model, el vermell, és la vida. És per això que el forma un cor que batega sang, un símbol molt clar de vida, però, a més a més, si es mira en detall s'observen petits cosits negres, com punts de sutura. Com si s'hagués hagut de curar, ja que la vida també és patiment. El pantaló de peto recorda als treballadors, la vida també és el treball i esforç. Després hi ha el taronja, la salut. La salut també és l'absència de malaltia, però a part d'això, és equitativament igual d'important la salut mental, una salut que a vegades es descuida. És per aquesta raó, que un model més esportiu demostra clarament que fer activitat física ajuda en tots els aspectes. El tercer, el groc, la llum del sol, un concepte molt abstracte, és per això que simplement es crea una sensació de raigs de sol a través dels talls, que s'entrecreuen entre ells. El quart, el verd, representa la naturalesa. Es poden percebre les arrels i com la camisa és una fusió de dues copes d'arbre i una fulla. El penúltim, el blau, és la serenitat. Cadascú té la seva pròpia visió de la serenitat. Per tant, des del meu punt de vista, un cel estrellat causa aquesta sensació i és exactament el que es veu en el disseny, fins i tot la lluna. Model que ha estat confeccionat com a producte final. Per acabar, el violeta, és l'esperit. Una peça inspirada en els budes, amb aires més orientals i elements que simbolitzen l'espiritualitat.

Cada una de les peces són *genderless*, això vol dir, que no hi ha limitacions ni en gènere ni en el patronatge. Per aconseguir aquest últim punt, les peces estan pensades per ser adaptables gràcies a gomes, teles folgades o elàstiques.

Per començar a dissenyar la col·lecció vaig crear un *Moodboard*, un *collage* inspiratiu. Seguidament, vaig fer esbossos dels sis dissenys i vaig escollir aquell que confeccionaria. Vaig escollir el que encaixés millor amb la situació, ja que el volia portar a l'exposició del treball. A més, no volia que fos massa difícil de realitzar, ja que no tenia massa experiència en confeccionar roba.

Finalment, vaig escollir el blau. Abans de començar a confeccionar s'ha de fer una fitxa tècnica, i així ho vaig fer. Una fitxa tècnica és un recull d'informació i característiques sobre una peça de moda. Vaig fer una fitxa tècnica per cada peça (camisa i pantaló). Vaig haver d'adaptar-me a les circumstàncies i improvisar. No sabia quin tipus de tela trobaria dins el mercat local ni quin tipus de botons utilitzaria fins que no tingués coneixement de les possibles opcions. Un cop feta, vaig reunir tot el material i vaig començar a crear el model.

Primerament, vaig escollir uns patrons i els vaig modificar per tal que fossin del meu gust i s'ajustessin a un patronatge més universal. Vaig treure les pinces de la camisa i les de darrere del pantaló i vaig ampliar les cames del pantaló, fent un tipus *wide-leg*. Per tal que la cintura s'ajustés a més talles porta una goma només a la part posterior de la cintura.

Després de passar tots els patrons al teixit, es van embastar totes les parts. Aquests punts llargs serveixen de guia quan es passa la màquina de cosir per tal que les peces encaixin acuradament.

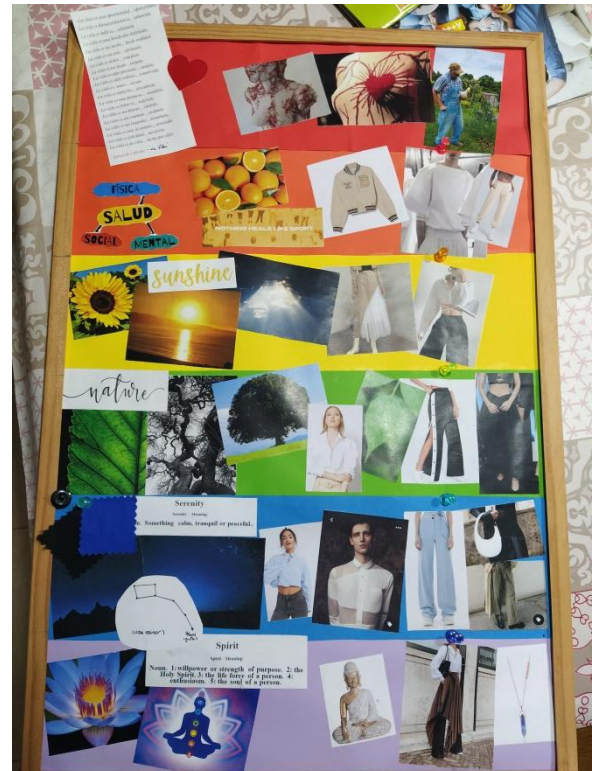
Un cop acabat, es van fer els traus i es van cosir els botons. I per últim, es va enganxar uns diamants per representar l'ossa menor en el cel estrellat. La ossa menor conté l'estrella polar, que en temps passats s'utilitzava com a guia. Per tant, he posat aquesta constel·lació a la part on se situa el cor. El cor és la guia que hom ha de seguir en tots els casos. Trobo que aquest canvi social està fet des del cor, ja que es volen anul·lar els sentiments i emocions que crea la falta de llibertat i igualtat a moltes persones.

Així doncs, aquest model conclou el meu treball.

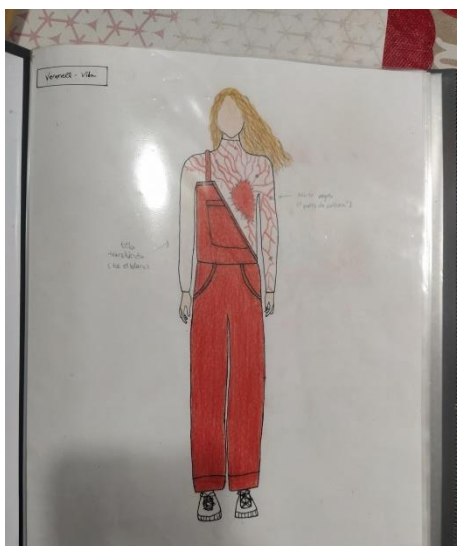
Aquestes són algunes fotografies del procés:



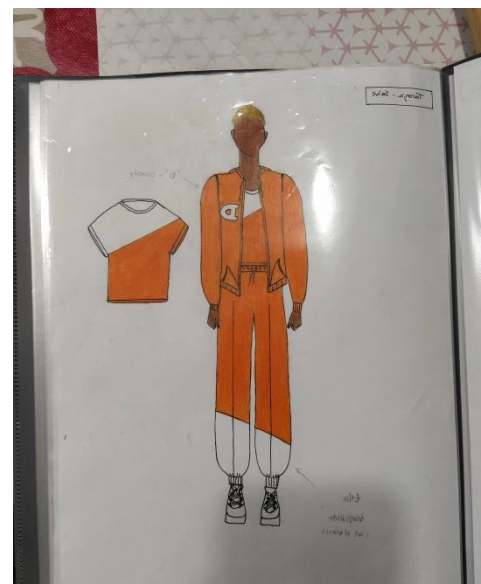
Imatge 65: Moodboard.



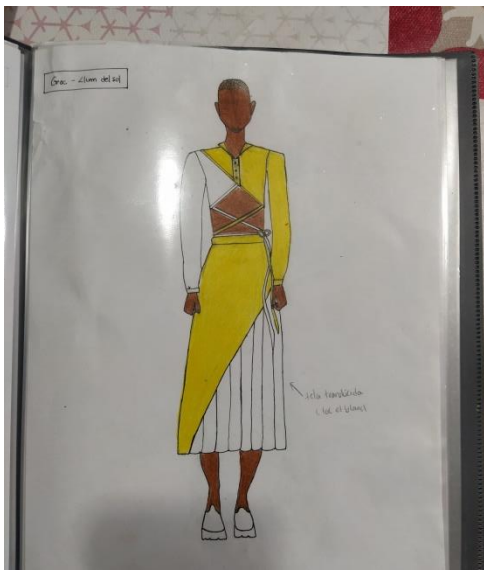
Imatge 66: Moodboard.



Imatge 67: Disseny 1, Vida.



Imatge 68: Disseny 2, Salut.



**Imatge 69:** Disseny 3, Llum del sol.



**Imatge 70:** Disseny 4, Naturalesa.



**Imatge 71:** Disseny 5, Serenitat.



**Imatge 72:** Disseny 6, Esperit.



Col·lecció	Diversity	Gènere	Genderless	Temporada	Primavera
Model	Serenitat 1	Talla	32 (XS) - 36 (M)	Autor/a	

Davant (dibuix i mides)- TIPUS DE PEÇA: camisa i top	Darrere (dibuix i mides)
--	--------------------------

**Descripció: (colors, teixits, fornitures, patronatge)**

Fet amb dos teixits. El número 1 que apareix en el dibuix és cotó de color blau (PANTONE PMS 287C (#003087)). El número 2 és georgette transparent de color negre (PANTONE RGB 000 (#000000)). Patronatge tallat a recte fil. Les fornitures que té aquesta peça són els botons (vegeu les seves proporcions al model "Serenitat 2") i entretela al coll i la tapeta.

Imatge 73: Fitxa tècnica, Serenitat 1.

Col·lecció	Diversity	Gènere	Genderless	Temporada	Primavera
Model	Serenitat 2	Talla	32 (XS) - 36 (M)	Autor/a	

Davant (dibuix i mides)- TIPUS DE PEÇA: pantaló	Darrere (dibuix i mides)
---	--------------------------

**Descripció: (colors, teixits, fornitures, patronatge)**

Fet amb teixit de cotó blau (PANTONE PMS 287C (#003087)). Patronatge tallat al recte fil. Les fornitures que té aquesta peça són els botons, una cremallera de 18cm, entretela a la cintura i una goma a la part posterior de la cintura.

Imatge 74: Fitxa tècnica, Serenitat 1.





**Imatge 75:** Embastant pantalons.



**Imatge 76:** Pantalons embastats.



**Imatge 80:** Patró versus resultat final de la màniga esquerra.



**Imatge 81:** Patró versus resultat final del darrere del pantaló.

