

*Nether*   
CAPSULE COLLECTION

*Aether*  
CAPSULE COLLECTION

## **UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA**

Facultad de Comunicación  
Grado en Diseño

Trabajo fin de grado  
Curso 2024-2025  
Convocatoria (extraordinaria)

**TRABAJO FIN DE ESTUDIO PRESENTADO POR:**

Aitana Fernández Méndez  
aitanafernandez03@gmail.com

**TUTOR/A:**

María Lidón Ramos Fabra  
Lidon.ramos@ufv.es

**FECHA:**  
13 de Junio 2025

*“Aether: De lo Físico a lo Intangible, una  
Colección de Moda Conceptual”*



Universidad  
Francisco de Vitoria  
**UFV Madrid**

## 1.PRESENTACIÓN

- 1.1Resumen
- 1.2Palabras clave
- 1.3Estructura de la memoria
- 1.4 Objetivos y metodología

## 2.INTRODUCCIÓN

### 3.MARCO TEORICO

- 3.1La dualidad cuerpo-mente como principio universal.
- 3.2De la restricción a la libertad.
- 3.3La producción editorial y la fotografía de moda como discurso visual.
- 3.4Conclusiones y aplicación a "Aether"

## 4.STATEMENT PERSONAL

## 5.CONCEPTO GENERAL DE LA COLECCIÓN

- 2.1Título y narrativa conceptual
- 2.2Tipo de colección y formato
- 2.3Ocasión de uso y temporalidad
- 2.4Filosofía del proyecto: V,M Y V

## 6.ANÁLISIS INTERNO DEL PROYECTO

- 6.1Análisis del microentorno creativo
- 6.2Matriz DAFO
- 6.3Target y público objetivo
- 6.4Análisis de la competencia/Referentes
- 6.5Mapa de posicionamiento / White Space

## 7.ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

- 7.1Estrategia global del proyecto
- 7.2Marketing mix

## 8. BRANDING

- 8.1Identidad Gráfica Central.
- 8.2Área de Seguridad y Tamaños Mínimos
- 8.3Paleta Cromática y Tipografías.
- 8.4Aplicaciones visuales.

## 9.PLAN DE COLECCIÓN

- 9.1Moodboard general.
- 9.2Desarrollo Formal de los Looks.
- 9.3Carta de color, materiales y fornituras
- 9.4Ilustraciones y figurines

## 10.MEMORIA TÉCNICA

- 10.1Cuadro de colección
- 10.2Fichas técnicas

## 11.EDITORIAL

## 12. CONCLUSIONES

- 12.1Revisión de objetivos y resultados
- 12.2Limitaciones y aprendizajes
- 12.3Líneas futuras.



## 1.1 RESUMEN

"Aether" es un proyecto de moda conceptual que nace como una búsqueda personal y creativa donde se explora la dualidad entre cuerpo (plano físico) y mente (plano espiritual/intangible) a través de un lenguaje textil simbólico. Inspirado en el concepto filosófico de una sustancia etérea que conecta ambos planos, el proyecto propone una colección cápsula donde los tejidos y las formas actúan como símbolos de opresión y libertad.

El proyecto parte de una investigación teórica sobre filosofía, historia del arte y del vestir, así como de referentes visuales que abordan el cuerpo como territorio de expresión. A través del diseño de cinco looks, una editorial fotográfica y un plan de comunicación de marca, "Aether" construye un universo propio, íntimo y simbólico.

El proceso creativo incluye; desarrollo conceptual, estudio de materiales, confección artesanal y puesta en escena de la colección, donde se incorpora la visión de la diseñadora como estilista y directora de arte, integrando teoría y práctica en un discurso coherente. Este trabajo no busca ofrecer respuestas definitivas, sino abrir preguntas en torno a la identidad, la espiritualidad y el lenguaje simbólico de la moda, cuestionando la percepción del ser humano como ente dual. Además, constituye un primer paso en la construcción del portfolio profesional de la diseñadora, desde el cual explorar y definir su identidad creativa.

### 1.1.1 ABSTRACT

Aether is a conceptual fashion project born from a personal and creative search that explores the duality between body (physical plane) and mind (spiritual/intangible plane) through a symbolic textile language. Inspired by the philosophical concept of an ethereal substance that connects both realms, the project proposes a capsule collection in which fabrics and forms act as symbols of oppression and freedom.

The project is grounded in theoretical research on philosophy, art history, and the history of dress, as well as visual references that approach the body as a territory of expression. Through the design of five looks, a fashion editorial, and a brand communication plan, Aether constructs its own intimate and symbolic universe.

The creative process includes conceptual development, material research, artisanal garment construction, and the staging of the collection, incorporating the designer's perspective as stylist and art director, and integrating theory and practice into a coherent discourse. This work does not seek to offer definitive answers, but rather to open questions about identity, spirituality, and the symbolic language of fashion, challenging the perception of the human being as a dual entity. It also represents a first step in the designer's professional portfolio, from which to explore and define her creative identity.

## 1.2 PALABRAS CLAVE

Moda conceptual, dualidad, cuerpo, espiritualidad, diseño editorial.

### 1.2.1 KEYWORDS

Conceptual fashion, duality, body, spirituality, editorial design.

## 1.3 ESTRUCTURA

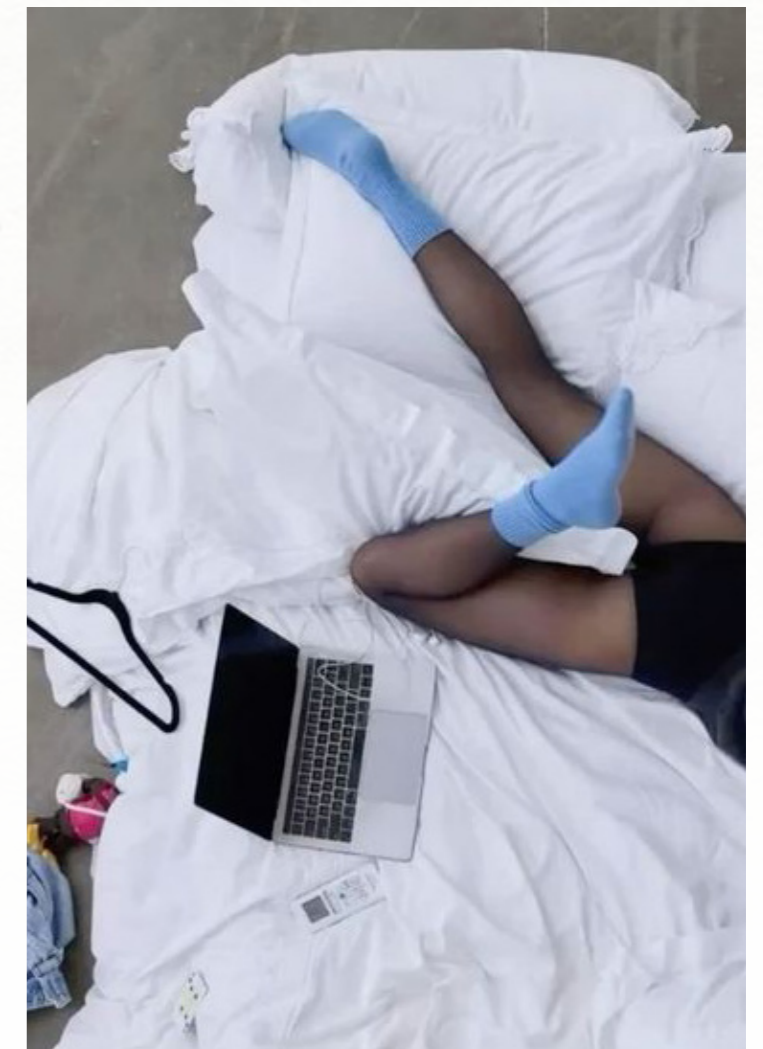
La memoria se estructura en tres capítulos.

El primero desarrolla el marco teórico, con un análisis de corrientes filosóficas, artísticas y culturales que han tratado la dualidad cuerpo-espíritu a través de la historia de la moda, así como referentes editoriales, fotográficos y diseñadores que trabajan con la estructura, lo espiritual y la experimentación textil.

El segundo capítulo presenta la propuesta creativa: construcción del universo visual de Aether, desarrollo del concepto, naming, comunicación de marca, estilismo, producción fotográfica, diseño editorial, definición del público objetivo, confección de prendas y fichas técnicas.

El tercer capítulo recoge los resultados finales del proyecto como una presentación profesional del conjunto: se incluye un informe descriptivo del resultado, las imágenes finales, los prototipos y el arte final acompañado de textos explicativos de las piezas. El conjunto se acompaña de anexos técnicos y visuales que complementan el desarrollo global de la colección.

Fig1: ellabbaudin. (s.f.). [Mujer tumbada en la cama con un portátil y artículos dispersos].



## 1.4 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### 1.4.1 OBJETIVOS

#### Objetivo general:

Explorar la moda como medio de expresión artística y conceptual, mediante el desarrollo de una colección cápsula de cinco looks que representen la dualidad y la relación entre el mundo material/tangible y el espiritual. Mediante la experimentación con materiales, técnicas constructivas y herramientas visuales como la fotografía y el diseño editorial, el proyecto busca generar una propuesta innovadora que rompa con las tendencias efímeras y aporte un discurso visual con cierto peso en el ámbito del diseño de moda.

#### Objetivos específicos:

A continuación se definen los objetivos específicos de Aether, divididos en tres áreas:

##### 1. Investigación teórica y conceptual:

1.1 Investigar corrientes de pensamiento orientales y occidentales que traten la relación entre lo material y lo espiritual, con el fin de establecer una base conceptual sólida.

1.2 Analizar representaciones visuales de esta dualidad en la historia del arte, con especial énfasis en el Barroco como momento clave.

1.3 Estudiar la evolución de la moda como reflejo de la tensión entre control y libertad, centrandó la atención en estructuras como la corsetería y el miriñaque.

1.4 Investigar el trabajo de diseñadores contemporáneos que trabajan con rigidez, transparencia y fluidez como recursos simbólicos.

1.5 Investigar la evolución de la revista de moda como espacio conceptual y artístico, desde su origen hasta su papel actual como plataforma de discurso visual.

1.6 Analizar el desarrollo de la fotografía editorial en moda como herramienta narrativa, examinando sus códigos visuales y su capacidad para comunicar ideas abstractas.

##### 2. Desarrollo de diseño y experimentación textil:

2.1 Crear una propuesta de indumentaria basada en el contraste entre estructura y fluidez, desde una perspectiva estética y simbólica.

2.2 Experimentar con recursos textiles y procesos constructivos que refuercen el concepto de la colección.

##### 3. Comunicación visual y presentación del proyecto:

3.1 Desarrollar una editorial de moda y conceptual que articule el imaginario del proyecto mediante fotografía, estilismo y diseño gráfico.

3.2 Sintetizar todo el proceso (investigación, diseño, producción y comunicación) en un documento final que funcione como pieza de portfolio, reflejando tanto la propuesta estética como la identidad creativa de la autora.

3.3 Plantear y desarrollar todos los aspectos creativos vinculados a la construcción de una identidad visual de marca para la colección, considerando su posible implementación según la viabilidad logística y los recursos disponibles.

### 1.4.2 METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos específicos planteados y desarrollar la colección conceptual Aether, se seguirá una metodología basada en tres enfoques principales: investigación teórica, investigación de campo y metodología creativa. Esta estrategia permitirá construir un marco sólido que combine reflexión crítica, análisis visual y desarrollo técnico, garantizando un resultado coherente en términos conceptuales, estéticos y comunicativos.

#### -Metodología de investigación teórica:

Se llevará a cabo una revisión bibliográfica y documental con el objetivo de fundamentar teóricamente la dicotomía entre lo terrenal y lo espiritual en el contexto del diseño de moda. Para ello, se consultarán fuentes provenientes de disciplinas como la filosofía, el arte, la historia de la moda y el diseño conceptual.

Entre los temas clave a investigar estarán:

- Corrientes filosóficas y artísticas que han abordado la relación entre cuerpo y espíritu, tales como el dualismo platónico, planteamientos de filosofía oriental, el surrealismo y el conceptualismo en la moda.

- Referencias en la historia de la indumentaria que han explorado la restricción y la liberación del cuerpo a través de la vestimenta (corsetería, miriñaques, drapeados, etc.)

- Diseñadores y artistas contemporáneos cuyo trabajo dialoga con estos conceptos, tales como Iris van Herpen, Michaela Stark, Dilara Findikoğlu entre otros. (materializado simbólicamente la opresión o liberación del cuerpo y trabajan con el concepto de identidad)

- La aplicación de materiales no convencionales y la combinación de técnicas textiles rígidas y fluidas en la moda, así como su simbolismo y legado histórico.

- Análisis específico de referentes editoriales y visuales para comprender los orígenes de la maquetación de revistas de moda, su evolución y sus implicaciones narrativas.

- Técnicas de diseño editorial y se revisión de publicaciones contemporáneas que tratan la moda desde una perspectiva artística o crítica.

La revisión teórica se sustentará en libros, artículos académicos, revistas especializadas y entrevistas a diseñadores reconocidos.

#### Metodología de investigación de campo:

Se recopilarán datos empíricos y visuales a partir del análisis de casos reales, tendencias actuales y referentes editoriales, con el fin de complementar y contrastar la investigación teórica. Esta fase permitirá identificar variables estéticas, materiales y discursivas que sustenten las estéticas, materiales y discursivas que sustenten la propuesta visual y conceptual del proyecto.

En primer lugar, se seleccionarán colecciones clave de diseñadores contemporáneos que trabajen con la noción de dualidad, opresión y liberación corporal. Se analizarán aspectos como el uso de materiales, la construcción de siluetas y la narrativa visual que proponen y porque me interesan a nivel visual. Paralelamente, se observarán editoriales de moda y revistas actuales con el objetivo de estudiar su diseño gráfico, dirección de arte y lenguaje fotográfico, y así definir la línea visual y editorial de Aether.

También se realizará una recopilación sistemática de imágenes y materiales visuales a través de moodboards temáticos, donde se observarán variables como la textura, la rigidez o fluidez del material, la representación del cuerpo, el uso del color y el gesto. Estas referencias se analizarán en función de su potencial simbólico y su capacidad para comunicar la tensión entre lo material y lo intangible.

Como parte del estudio del contexto actual, se llevará a cabo un análisis comparativo de marcas y diseñadores que operan en el ámbito de la moda conceptual o experimental. Este ejercicio permitirá establecer un posicionamiento estratégico para Aether, identificar espacios posibles dentro del mercado, y definir una dirección de comunicación coherente con la propuesta estética y discursiva del proyecto.

#### -Metodología creativa:

La fase creativa del proyecto seguirá un proceso iterativo de exploración, experimentación y desarrollo visual. El objetivo será traducir el discurso conceptual de Aether a través de lenguajes formales, materiales y narrativos que articulen visualmente el concepto de la colección.

El proceso se desarrollará en cuatro etapas principales:

##### 1. Experimentación material y estructural

Se realizarán pruebas con tejidos fluidos, transparentes y ligeros (como lino, gasas, encajes) para representar visualmente el mundo espiritual y lo etéreo. Se buscará generar movimiento, volumen y sensación de delicadeza a través de superposiciones, abullonados en mangas y pantalones, cortes amplios... Paralelamente, se explorarán materiales rígidos y estructurales (como metales, tejidos técnicos o corsetería) para evocar la dimensión terrenal, la opresión y la carga física del cuerpo.

##### 2. Diseño de la colección cápsula

A partir del concepto desarrollado, se elaborarán moodboards visuales, exploraciones cromáticas y material boards. Se realizarán bocetos manuales y se digitalizarán las propuestas mediante Adobe Illustrator. Las fichas técnicas se desarrollarán en este mismo software, reflejando detalles constructivos, acabados y materiales previstos.

##### 3. Confección de prototipos y estilismo

Se desarrollarán al menos cinco piezas representativas, correspondientes a los looks definidos en la colección. El proceso incluirá patronaje, confección artesanal y ajustes sobre maniquí o modelo. Se priorizará la calidad formal y conceptual de las prendas, considerando su capacidad simbólica. El estilismo y la dirección de arte serán claves para consolidar la narrativa visual del proyecto.

##### 4. Producción visual y editorial

Se realizará una sesión de fotografía editorial que actúe como pieza narrativa y cierre del proyecto, articulando el universo estético de Aether. La diseñadora asumirá el rol de estilista y directora de arte, cuidando la escenografía, composición, iluminación y tratamiento posterior de las imágenes. Todo el contenido se integrará en una revista editorial diseñada con Adobe InDesign, que incluirá los looks, el discurso visual, las fichas técnicas y una síntesis conceptual del proyecto.

## 2.INTRODUCCIÓN

La moda siempre ha sido, para mí, una forma de pensar. Un lenguaje que va más allá de las tendencias, lo comercial o lo funcional, y que permite canalizar preguntas existenciales desde el cuerpo. Aether nace de una inquietud personal y creativa: explorar, a través del diseño de moda conceptual, la tensión entre lo material y lo espiritual. A través de una colección cápsula, se plantea una reflexión visual sobre esta dualidad mediante contrastes textiles: rigidez y ligereza, opresión y libertad, metal y transparencia. La selección de materiales busca representar el tránsito entre lo físico y lo espiritual, funcionando como metáfora visual del conflicto interno entre mente y cuerpo.

La elección de este tema responde a una voluntad de investigar la moda como herramienta filosófica y simbólica. A pesar de su enorme potencial expresivo, el sistema de la moda sigue priorizando enfoques superficiales que dejan poco espacio para el discurso conceptual. En este contexto, Aether se presenta como una propuesta que revaloriza el diseño como vehículo de pensamiento.

El trabajo parte de una necesidad detectada: la escasez de propuestas en moda que aborden lo conceptual desde una mirada íntima y teórica al mismo tiempo. ¿Es posible expresar ideas abstractas como la espiritualidad, la identidad o la trascendencia a través de una colección de moda? ¿Puede la indumentaria convertirse en un medio capaz de comunicar la lucha interna entre cuerpo y mente?

Con este proyecto busco dar respuesta a estas preguntas, en un sistema que a menudo prioriza la apariencia por encima del contenido, sentía la necesidad de defender un enfoque más reflexivo. Aether es mi manera de hacerlo: una propuesta que combina investigación teórica, experimentación textil y dirección de arte. El proyecto culmina en una editorial de moda que articula todo este universo visual, emocional y conceptual, y que se apoya también en herramientas de diseño gráfico como la cartelería, el diseño de merchandising y la maquetación de una revista.

En definitiva, este trabajo no solo refleja mis intereses como diseñadora, sino también como persona.



3.MARCO TEÓRICO

### 3.1 LA DUALIDAD CUERPO-MENTE COMO PRINCIPIO UNIVERSAL.

### 3. MARCO TEÓRICO

La dualidad es una constante que se ha tratado a lo largo de la historia del pensamiento humano, configurando muchas de las estructuras con las que entendemos el mundo y a nosotros mismos.

Este apartado propone un recorrido por los diferentes planteamientos e interpretaciones filosóficas que abordan la dualidad con el objetivo de trazar un mapa conceptual que sirva como base para la lectura estética y simbólica que se desarrollará en el presente TFG.

El presente proyecto parte de una comprensión personal de la dualidad como un equilibrio entre dos planos de existencia. El plano físico (el cuerpo, la imagen la vestimenta) que a mis ojos funciona como disfraz, mecanismo de pertenencia y reconocimiento. En cambio, el plano espiritual representa aquello que es esencial y auténtico: lo que permanece cuando nos despojamos de la forma. Desde esta mirada, el equilibrio no consiste en elegir uno u otro, sino en permitir que ambos se comuniquen. La moda entendida como lenguaje visual permite materializar esta visión.

La dualidad, en relación con el planteamiento de identidad de Paul Ricoeur; no debe entenderse como una oposición estática, sino como una dinámica constitutiva de nuestra experiencia. El cuerpo, la mente y su representación en la cultura no son elementos aislados, sino capas interconectadas desde las que construimos y habitamos una identidad compleja.

Este apartado del marco no pretende ofrecer respuestas cerradas, sino abrir preguntas desde las cuales comprender por qué el cuerpo, la mente y la imagen son tan relevantes como herramienta de reflexión contemporánea.



### 3.1 LA DUALIDAD CUERPO-MENTE COMO PRINCIPIO UNIVERSAL.

#### 3.1.1 EL CONCEPTO DE DUALIDAD EN LA FILOSOFÍA Y EL PENSAMIENTO HUMANO.

A lo largo de la historia del pensamiento, la dualidad ha sido un concepto estructurante para entender la naturaleza del ser humano. La tensión entre cuerpo y mente, materia y espíritu, o forma e idea ha atravesado la filosofía, la ciencia, el arte y la cultura desde múltiples enfoques. Este apartado propone un recorrido por algunas de las principales corrientes que han abordado esta dicotomía desde la tradición occidental (como Platón, Descartes o Nietzsche) hasta perspectivas alternativas como la filosofía oriental o la neurociencia contemporánea. Lejos de ofrecer una síntesis unificada, el objetivo es mapear distintas formas de concebir esta relación y sus implicaciones simbólicas, éticas y estéticas. Comprender estos modelos teóricos resulta fundamental para fundamentar la propuesta visual de Aether.

#### - PLATÓN Y LA TEORÍA DE LAS IDEAS: EL MUNDO SENSIBLE VS EL INTELIGIBLE.

El pensamiento de Platón ofrece una de las formulaciones más influyentes del dualismo cuerpo-espíritu. Su teoría de las Ideas no solo establece una jerarquía entre dos planos de la realidad (el sensible y el inteligible), sino que también plantea una estructura epistemológica que privilegia la razón sobre la percepción.

La filosofía de Platón se construye sobre una estructura dual que divide la realidad en dos planos: el mundo sensible, accesible a través de los sentidos y el mundo inteligible al que solo se puede acceder a través de la razón.

Esta división no es solo ontológica (entre lo que cambia y lo que permanece), sino que también es epistemológica, ya que establece una jerarquía entre dos formas de conocimiento: La mera opinión derivada de los sentidos conocida como Doxa y el verdadero conocimiento que se obtiene a través del pensamiento y la razón (episteme).

Como afirma Platón en La República “los objetos mal iluminados sólo nos dan derecho a expresar algunas opiniones, mientras que los objetos totalmente iluminados nos proporcionan el verdadero conocimiento” (Platón, República, VI, 507c, citado en Oliveira, 2017, p. 3). La analogía de la luz, presente tanto en el Mito de la caverna como en la metáfora del Sol, subraya la necesidad de trascender lo aparente para alcanzar una visión clara de la verdad. En esta estructura, el alma es el principio cognoscente capaz de ascender desde las sombras del mundo sensible hasta la contemplación de las ideas.

En este punto surge una pregunta personal que aborda la esencia de Aether; ¿Podemos ver(nos) realmente si no estamos iluminados? ¿Mostramos nuestra totalidad cuando vivimos solo desde el mundo sensible? La lectura platónica sugiere que no. Aquello que mostramos desde lo exterior, es muchas veces una sombra o apariencia, pero no la verdad. Solo si el alma accede a lo inteligible, puede conocer y por tanto mostrarse auténticamente.

Para contextualizar mejor el planteamiento dualista de Platón aportaremos una definición breve de las ideas de cuerpo y alma. Según su planteamiento el ser humano es concebido como una unidad compuesta por ambos.

El alma, es concebida como el verdadero ser del ser humano, es la parte esencial e inmortal del sujeto. El cuerpo, por el contrario, es tan solo una cárcel o sepulcro que encierra el alma, concebida incluso como un elemento inferior (Herder, s.f.-a). “El alma preexiste al cuerpo” (Fedro, 249b), y es en esa existencia anterior donde se contempla la verdad. Esto, permite al ser humano a través del recuerdo o anámesis, acceder al conocimiento de las realidades eternas contempladas antes de su encarnación. La vida filosófica es, por tanto, una tarea de recuerdo; de aquello que el alma ya sabía antes de encarnarse. La belleza sensible, dice Platón que puede despertar ese recuerdo: “cuando un hombre percibe la belleza de aquí abajo y se acuerda de la belleza verdadera, a su alma le crecen alas” (Fedro, 250c). Este momento resulta clave, ya que sugiere que incluso a través del mundo sensible, si es contemplado con profundidad, podemos ver lo esencial a pesar de ser inferior en la jerarquía del ser.

Entonces: ¿Si no hay equilibrio entre ambos mundos, realmente no nos vemos? Adoptando el Planteamiento de Platón, no del todo. La iluminación total exige un tránsito desde la sombra-luz o desde la imagen-idea.

Este planteamiento también se refleja en la estructura tripartita del alma, para Platón, distinguimos entre: racional, irascible y concupiscible, vinculadas respectivamente a la razón, la voluntad y el deseo, y representadas metafóricamente en la cabeza, el pecho y el vientre. Esta estructura no solo explica el comportamiento humano, sino que también articula una ética y una política: cuando domina la razón, el alma está ordenada, y por tanto es justa. En el cuerpo, ese orden se traduce en armonía; en la polis, en justicia social (Herder, s.f.-c).

Lo que me interesa destacar aquí es cómo el alma, siendo principio vital y racional, permanece oculta si no se ejerce en su propio reconocimiento. ¿Qué significa esto en relación con la moda? ¿Puede el cuerpo ser un reflejo fiel del alma, o solo una de sus sombras? Si, como sugiere Platón, el cuerpo es obstáculo, pero también vehículo, quizás el diseño, el gesto, el tejido, puedan servir como mediaciones para que lo inteligible se filtre en lo sensible.

En el pensamiento platónico, las imágenes (εἰκῶν) forman parte del mundo sensible, y por tanto son una copia imperfecta de las Ideas (εἶδος), que pertenecen al mundo inteligible. Esta distinción establece una jerarquía clara entre la representación y la esencia: “en el Mundo Inteligible se alojan las Ideas [...]; en el Mundo Sensible se alojan las Imágenes, la representación, las apariencias y opiniones” ((Kleinová, 2022, p. 3). Esta estructura se ejemplifica en el Mito de la Caverna, donde los prisioneros, encadenados, solo pueden ver sombras (copias de objetos que a su vez son imitaciones de las Ideas) proyectadas sobre una pared. Platón sitúa el verdadero conocimiento fuera de la caverna: en la luz del Bien, que permite acceder a la realidad auténtica a través de la razón.

Según esta visión, la imagen no remite directamente a lo real, sino que opera como una mediación degradada. Su carácter especular y derivado la convierte en un lugar de interpretación, pero no de verdad. Como señala la autora, el saber ligado a la imagen es “oscuro, confuso, relativo y poco fiable” (Kleinová, 2022, p. 3), ya que se basa en los sentidos y en la percepción material, y no en el conocimiento racional del mundo inteligible. Esta concepción será clave para posteriores teorías de la imagen y de la representación, y se convierte en un punto de partida fundamental para analizar las tensiones entre apariencia y esencia.

### **-DUALISMO CARTESIANO: MENTE Y CUERPO COMO ENTIDADES SEPARADAS**

La propuesta filosófica de René Descartes marca un punto de inflexión en la tradición occidental al consolidar una visión del ser humano basada en la separación entre cuerpo y mente. Su concepción dualista ha influido profundamente en la ciencia, la medicina, la sociología y la forma en que pensamos la identidad. Este subapartado explora las implicaciones de dicha separación y cómo su legado aún estructura muchos discursos en torno al cuerpo, la imagen y la moda.

René Descartes inaugura en el siglo XVII una concepción dualista del ser humano que tendrá una profunda repercusión en la tradición filosófica, científica y social occidental. En su sistema, el ser se divide en dos sustancias distintas: la res cogitans, o sustancia pensante, y la res extensa, o sustancia material. La primera, inmaterial e indivisible, es la que piensa, imagina, duda o afirma; la segunda, divisible y extensa, es el cuerpo, gobernado por leyes mecánicas. Este modelo separa radicalmente la conciencia del organismo, priorizando la razón como única fuente legítima de conocimiento. "Pienso, luego existo" (cogito ergo sum) es el punto de partida de esta epistemología basada en las ideas claras y distintas, alcanzables solo a través de la mente (Damasio, 2006, p. 23).

Aunque Descartes intentó justificar la interacción entre ambas sustancias mediante la glándula pineal, esta explicación fue considerada insuficiente ya en su época. Este dualismo conlleva una ruptura estructural que influye en nuestra manera de concebir el cuerpo: como un objeto ajeno al yo consciente, observable, corregible, separado de la subjetividad. A pesar de su carácter fundacional, este paradigma generó importantes tensiones filosóficas y científicas que siguen presentes en las concepciones contemporáneas de la identidad, la percepción y el cuerpo como territorio de representación (Bahamondes Carrasco, 2023).

El modelo cartesiano refuerza la idea de que la mente es soberana y el cuerpo subordinado, relegando a este último a un rol pasivo y técnico. Esta división ha dejado huella en múltiples disciplinas y ha legitimado discursos que entienden el cuerpo como objeto moldeable, optimizable, pero desvinculado del yo. En el contexto de la moda, este enfoque se traduce en prácticas que modifican, regulan o disciplinan el cuerpo como si fuera un proyecto externo, negando su papel como parte activa en la construcción de la identidad.



**DUALISMO CARTESIANO: MENTE Y CUERPO COMO ENTIDADES SEPARADAS**

**Influencia en la sociología y la moda:**

La influencia del dualismo cartesiano no se limita a la filosofía, sino que atraviesa también disciplinas como la sociología. Especialmente durante su etapa positi-vista, esta corriente relegó el cuerpo al plano de lo accesorio o lo pre-social, cen-trándose en estructuras abstractas del pensamiento. Esta forma de pensar ha condicionado, directa o indirectamente, la manera en que se entiende la moda: no como una práctica corporal situada, sino como una técnica que actúa sobre un cuerpo pasivo. Este apartado analiza cómo la herencia cartesiana aún estruc-tura ciertas formas de concebir el cuerpo en relación con la indumentaria.

En el ámbito de la sociología, esta herencia dualista se manifiesta en una cierta negligencia del cuerpo como objeto de estudio. El cuerpo concebido de esta manera puede ser moldeado e incluso controlado mientras que el pensamiento queda asociado a lo racional y autónomo.

La tradición sociológica, especialmente en su etapa positivista, privilegió el análisis de estructuras racionales y abstractas, relegando el cuerpo a un plano pre-social. Como observa Entwistle, "el cuerpo vestido ha sido históricamente tratado como soporte, no como sujeto" (Entwistle, 2002, p. 59), reforzando así su condición de objeto moldeable. Esta concepción se traduce en la moda como práctica cultural: el cuerpo aparece como superficie a transformar, adaptar o mejorar. No es casual que los discursos estéticos modernos hablen de "trabajar el cuerpo", o "ponerlo en forma": el cuerpo se convierte en un proyecto técnico, regido por normas externas.

La sociología en sus inicios hereda esa necesidad cartesiana de separar lo objetivo de lo subjetivo, desplazando al cuerpo de su campo de análisis en favor de estructuras abstractas del pensamiento o la acción irracional. Esta concepción sigue presente en muchos de los discursos actuales sobre imagen, forma física y control corporal, y establece el terreno desde el cual la moda actúa como herramienta de regulación.

La visión sociológica heredera del dualismo cartesiano ha contribuido a consolidar una idea del cuerpo como objeto intervenible, normado y funcional. En este marco, la moda no se piensa como una práctica encarnada, sino como una tecnología externa que actúa sobre una materia pasiva.

**Identidad, cuerpo, imagen y moda.**

El modelo dualista cartesiano ha tenido un impacto profundo en la manera en que se entienden el cuerpo, la identidad y la imagen en la sociedad contemporánea. Esta visión, que separa mente y cuerpo, ha influido en cómo nos percibimos y nos construimos en relación con los demás. En este apartado se analiza cómo estos conceptos se entrelazan, y de qué manera la moda actúa como un lenguaje simbólico a través del cual se expresan y negocian identidades.

Debemos abordar los conceptos de identidad, cuerpo, imagen y moda ya que suponen una red fundamental en la sociedad contemporánea, permitiendo la expresión de sentido.

La identidad, no es comprendida como una sustancia fija sino como un proceso dinámico y en constante reformulación que se manifiesta a través del cuerpo. En este contexto, el cuerpo no es tan solo soporte físico de la identidad, se presenta como el entorno inseparable del yo y un elemento fundamental en la interacción social. Nos relacionamos con los otros y nos volvemos visibles gracias a él. Es a través de la imagen, tanto la propia como la percibida por los demás, que esta identidad encarnada se comunica y se clasifica en el mundo social. En este contexto, la moda emerge no solo como un fenómeno estético o de consumo, sino como un poderoso dispositivo de poder que inviste los cuerpos, y participa activamente en la construcción performativa de la subjetividad y la expresión de la identidad. Se establecen morfologías que definen la reconocibilidad de los cuerpos contribuyendo a la creación de jerarquías somáticas y operando como un lenguaje a través del cual se expresan y se leen las identidades en el entramado social. En este sentido, la moda se convierte en un campo de fuerzas donde se articulan la normalización y la individuación, reflejando y a la vez influyendo en la manera en que concebimos y presentamos nuestra identidad a través de nuestro cuerpo y su imagen.

Entender la moda como parte activa del proceso de construcción identitaria supone abandonar la idea de un cuerpo neutral o meramente pasivo. La indumentaria no solo cubre el cuerpo: lo configura, lo representa y lo sitúa en un sistema de significados compartidos.

### 3.1 LA DUALIDAD CUERPO-MENTE COMO PRINCIPIO UNIVERSAL.

### DUALISMO CARTESIANO: MENTE Y CUERPO COMO ENTIDADES SEPARADAS

#### Críticas contemporáneas al dualismo.

Frente al paradigma cartesiano que separa mente y cuerpo, diversas corrientes contemporáneas han cuestionado esta dicotomía. Desde la neurociencia hasta la fenomenología, pasando por el pensamiento de autores como Damasio, Merleau-Ponty, Foucault y Butler, estas perspectivas proponen una comprensión más integrada del ser humano. Este apartado recoge algunas de estas críticas para reubicar el cuerpo como agente activo en la construcción de la experiencia, la identidad y el sentido, aspectos fundamentales en el planteamiento del proyecto. Existen diversas teorías modernas, como las que se derivan de la crítica de Antonio Damasio al Dualismo Cartesiano, donde se cuestiona esta rígida separación entre mente y cuerpo, desde una visión más integrada del ser humano. Esta perspectiva tiene importantes implicaciones en cómo entendemos la expresión de la identidad a través de la moda.

En el error de Descartes de Antonio Damasio se afirma que no existe una división clara entre razón y emoción y que las funciones racionales están profundamente enraizadas en los mecanismos corporales y afectivos del organismo humano. Propone que no pensamos a pesar del cuerpo, sino a través de él, rompiendo con la herencia cartesiana que separaba el yo pensante de su envoltura material.

Esta perspectiva tiene implicaciones profundas para la moda, que ya no actúa sobre un cuerpo-objeto, sino que participa en la construcción de una identidad encarnada.

- **Maurice Merleau-Ponty (fenomenología del cuerpo vivido):**

El filósofo francés Maurice Merleau-Ponty sitúa el cuerpo en el centro de la percepción: En contraposición al dualismo que considera el cuerpo como una sustancia material distinta y separada de la mente pensante. Merleau-Ponty plantea que el cuerpo no es simplemente un objeto entre otros, sino el vehículo fundamental de nuestra existencia y nuestra experiencia en el mundo. (Bahamondes Carrasco, 2023)

Según Merleau-Ponty, no vivimos el mundo desde una mente abstracta, sino desde nuestro cuerpo. La conciencia y la percepción no son procesos puramente mentales desligados de la corporeidad, sino que están intrínsecamente ligadas a nuestra existencia corpórea y a nuestra interacción con el entorno. (Pérez Navarro, 2019) En este sentido, el cuerpo no es algo que "tenemos", sino algo que "somos". Constituye el entorno inseparable del yo.

Si el cuerpo es el centro de nuestra experiencia del mundo, entonces la moda no afecta a un cuerpo neutro y objetivo, sino a un cuerpo vivido, sentido y percibido.

Entendiendo la moda como extensión del cuerpo vivido: Merleau-Ponty concibe el vestido como un anexo del cuerpo que forma con él una unidad, ampliando sus posibilidades corporales. Al habituarnos a una prenda, la incorporamos a nuestra experiencia corporal, de manera similar a cómo nos habituamos a un sombrero o un bastón, haciéndolos participar de la "voluminosidad del

propio cuerpo" (Entwistle, 2002, p. 59). En este sentido, la moda puede ser vista como una prótesis que extiende las capacidades del cuerpo y lo dota de nuevas funciones.

Comentaremos también como bajo su teoría los diferentes materiales afectan a la percepción corporal y emocional. Esta elección incide directamente en cómo experimentamos nuestro propio cuerpo y en cómo nos sentimos emocionalmente. Una tela áspera puede generar una sensación diferente en la piel que una suave, y la forma de una prenda puede influir en nuestra postura y en cómo nos movemos, afectando nuestra percepción de nosotros mismos y del espacio que ocupamos. La moda se convierte así en una mediación fenomenológica a través de la cual experimentamos y nos relacionamos con el mundo. (Sunyé, 2018)

El "paradigma de la corporeidad" propuesto por Tomás Csordas se presenta como una alternativa al paradigma estructuralista que separa mente y cuerpo. Este paradigma, influenciado por la fenomenología de Merleau-Ponty y la teoría de la práctica de Bourdieu, entiende el cuerpo como el ámbito existencial de la cultura, no como un mero objeto, sino como un sujeto cuya existencia es necesaria. (Bahamondes Carrasco, 2023, p. 6).

- **Michel Foucault (biopoder y cuerpo como superficie de control)**

La perspectiva de Michel Foucault ofrece una crítica fundamental a la concepción cartesiana del cuerpo al plantear que el cuerpo no es una entidad natural separada de la mente o el alma, sino un producto histórico y social moldeado por discursos de poder. Para Michel Foucault, el cuerpo no es una entidad neutra, sino el lugar donde se inscriben las relaciones de poder, que operan de forma directa sobre prácticas cotidianas, procesos corporales, sistemas de gusto y experiencias afectivas. No existe una "naturaleza" pura del cuerpo separada de las formas de control social. (Sossa Rojas, 2011)

La idea central de Foucault es que el poder se ejerce sobre el cuerpo, alcanzando sus gestos, actitudes, discursos, aprendizajes, vida cotidiana y sexualidad. El poder no se entiende como una fuerza represiva externa, sino como una red de relaciones productivas que atraviesan a los individuos y generan discursos y conocimientos funcionales al sistema, al hacer que determinadas normas y percepciones se asuman como naturales y legítimas. En este sentido, el cuerpo se constituye en el punto de aplicación último de todo poder.

Desde la óptica foucaultiana, la moda puede entenderse como una tecnología del cuerpo. No se trata simplemente de un sistema de signos o una forma de expresión individual preexistente, sino de un conjunto de prácticas y discursos que disciplinan, modelan y normalizan los cuerpos. (Sunyé, 2018, p. 3) La moda configura patrones formales que determinan qué cuerpos resultan legibles dentro de un marco normativo, y en función del grado de ajuste a ese modelo, se generan determinadas jerarquías corporales.

La moda no se limita a cubrir un cuerpo pasivo, sino que lo produce como un cuerpo dócil y útil. Implica la asunción de una gestualidad y un modo de ser acordes a los códigos vestimentarios.

Históricamente, el corsé femenino del siglo XIX ilustra claramente una forma de disciplina y opresión corporal asociada a cuestiones morales. Mientras que en el siglo XX y XXI, la autodisciplina a través de dietas y ejercicio representa una transformación de los regímenes disciplinarios, donde el cuerpo es "vigilado por la mente" (Retana, 2011, pp. 4-5).

Los códigos de belleza contemporáneos, promovidos por la publicidad y los medios de comunicación, también funcionan como normas que los individuos buscan alcanzar, invirtiendo en su cuerpo como un proyecto económico de rentabilidad. Estos discursos clasifican y jerarquizan los cuerpos según su cercanía a los ideales de delgadez y juventud, estigmatizando aquellos que se alejan de la norma (Sossa Rojas, 2011).

La perspectiva de Foucault rompe directamente con la idea cartesiana de la autonomía del alma sobre el cuerpo al llevar el cuestionamiento a lo social. El cuerpo no es un instrumento libremente controlado por la mente, sino que es producido, disciplinado y moldeado por estructuras de poder que operan a través de discursos y prácticas sociales normalizadoras. (Retana, 2011, p. 6)

• **Judith Butler (performatividad del género):**

La perspectiva de Judith Butler sobre la performatividad del género representa una crítica fundamental a la idea de una identidad interior preexistente y separada de la expresión corporal. A diferencia del supuesto cartesiano de que hay una identidad psíquica previa que luego se expresa en el cuerpo, (Butler, 2001, pp. 24-25) Butler sostiene que no somos un alma que habita un cuerpo, sino que somos lo que actuamos.

Su planteamiento gira entorno a la Construcción del Género y la Identidad a Través de la Performatividad. Para Butler, el cuerpo es el lugar donde el género y la identidad se producen mediante la repetición de actos, normas y la vestimenta.

Judith Butler toma como referencia la teoría de los actos de habla de J.L. Austin para explicar que el género funciona como algo performativo, es decir, no como una identidad fija que se posee, sino como algo que se construye continuamente a través de acciones repetidas. Según esta perspectiva, lo que solemos entender como una esencia interior del género no preexiste a sus manifestaciones, sino que surge precisamente de esas prácticas corporales y sociales repetidas, como los gestos, el habla o la forma de vestir.

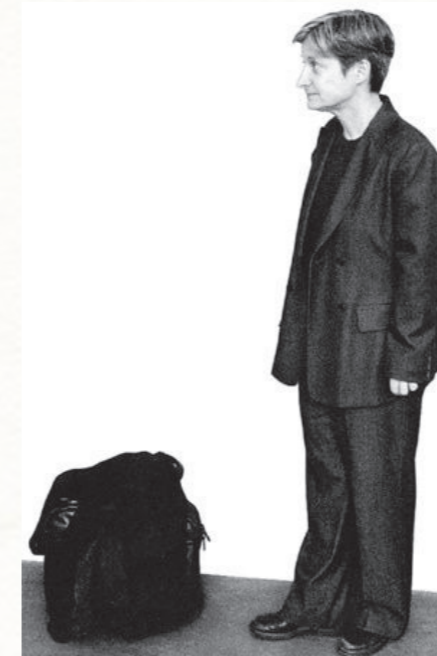
En esta línea, Butler retoma la famosa frase de Simone de Beauvoir "no se nace mujer, se llega a serlo" para insistir en que la identidad de género no es un atributo natural, sino una construcción social y simbólica que se va moldeando con el tiempo (Butler, 2001, p. 30). Esto implica que ni el sexo ni el género son categorías fijas, y que ambos deben entenderse dentro de un marco cultural cambiante.

Desde esta perspectiva, la ropa no debe interpretarse únicamente como un reflejo de quiénes somos, sino como una herramienta activa en la construcción de esa identidad. Vestirse no es solo una forma de mostrar algo, sino también una forma de hacer. La indumentaria, en tanto código performativo, interviene directamente en cómo nos presentamos, nos movemos y somos leídos socialmente; es decir, participa en la manera en que nuestra identidad se produce y se comunica al mundo.

Butler considera que el género es un ideal normativo antes que una categoría descriptiva, una "ficción reguladora", y la moda, en lugar de reflejar una personalidad preconstituida, podría ser un dispositivo de control que proyecta subjetividades e identidades normalizadas. Adherirse a un determinado código vestimentario es un proceso de constitución performativo de la subjetividad más que el reflejo de un sujeto previamente conformado. (Sunyé, 2018, p. 5).

Desde la crítica butlereana, se podría sospechar que los sujetos cuya personalidad parece reflejar la moda son en realidad efecto de una serie de dispositivos de control, entre los cuales se encontraría la moda.

Las críticas contemporáneas al dualismo permiten superar la visión de un cuerpo pasivo frente a una mente dominante. En cambio, plantean al cuerpo como centro de experiencia, de acción y de sentido. La moda se entiende así no como ornamento, sino como forma encarnada de conocimiento donde se dialoga con el cuerpo como sujeto sensible, perceptivo y expresivo.



### **-NIETZSCHE Y LA LUCHA ENTRE LO APOLÍNEO Y LO DIONISIACO.**

La filosofía de Nietzsche introduce una visión alternativa a las concepciones dualistas tradicionales al proponer una tensión dinámica entre dos impulsos estéticos: lo apolíneo y lo dionisiaco. Esta formulación, lejos de sugerir una separación jerárquica, plantea la necesidad de reconciliar el orden y el caos, la forma y la intensidad. Nos permite pensar lo estético como vivencia encarnada.

Nietzsche plantea una forma singular de abordar la estética como forma de conocimiento y como vía para la afirmación de la vida. La dualidad desarrollada por este, surge en su primera obra *El nacimiento de la tragedia* (1872), que marcará un punto de partida que servirá como influencia para toda su filosofía posterior. Se trata de la tensión entre lo apolíneo y lo dionisiaco, dos impulsos estéticos fundamentales que explican desde el origen del arte griego a la condición de la existencia humana (Nietzsche, F 2019). A diferencia de otras dualidades tratadas anteriormente en el documento, Nietzsche desplaza su foco hacia el plano vital, propone abrazar el caos, lo instintivo etc devolviendo el cuerpo a un papel central. Para él, el ser humano no se define por su capacidad racional; por tanto los conceptos de lo apolíneo y lo dionisiaco representan no una oposición moral o metafísica, sino un juego de fuerzas en constante tensión.

Nos adentraremos un poco más en las definiciones de estos dos conceptos:

Por un lado, encontramos lo apolíneo vinculado al dios Apolo. Representa el orden, la claridad y la contención. Se trata de un impulso que da lugar a la imagen idealizada y lo aparentemente bello, es descrito por el propio Nietzsche como "el resplandeciente, la divinidad del sol y de la luz" (Nietzsche, 2019, p. 46) aquel que impone límites sobre la experiencia, domina la imagen plástica y aquello visualmente legible. En términos culturales, lo apolíneo define la arquitectura clásica, la escultura, y también ciertas expresiones de la moda: prendas que esculpen el cuerpo, que buscan proporción, simetría, medida y equilibrio.

Frente a este, encontramos lo dionisiaco, asociado a Dionisio. Encarna el exceso, la pérdida de la individualidad y la fusión con lo vital. El yo deja de ser una entidad delimitada para convertirse en pulsión, ritmo... Rompe con el principio de individuación y nace una experiencia de unidad con la vida en su totalidad. (Nietzsche, 2019, p. 72).

Lo más relevante de esta dualidad, es que Nietzsche no propone una elección entre ninguno de los polos, sino que plantea su integración dinámica. Llegando a afirmar por ejemplo que en la tragedia griega se alcanza el máximo esplendor cuando ambos coexisten. Lo apolíneo aporta la forma al horror de la existencia, mientras que lo dionisiaco dota de intensidad y verdad a lo apolíneo. Para Nietzsche, esto es la clave de una cultura sana: "el arte dionisiaco quiere convencernos de lo eterno de la vida a través del sufrimiento" (Nietzsche, 2019, p. 128). El desequilibrio moderno, en cambio, se produce cuando la razón (apolínea) reprime al cuerpo (dionisiaco), conduciendo a una cultura decadente, desvitalizada (Ruiz, 2020, p. 178).

Después de abordar la lectura nietzscheana podemos repensar la estética como un campo de lucha entre la estructura y el caos. En las diferentes disciplinas artísticas como la danza, música o la moda podemos comprender esa tensión como aquellas decisiones.

Debemos plantear también la siguiente pregunta para poder comprender el planteamiento de Nietzsche: ¿Qué papel juega el cuerpo en la filosofía nietzscheana? El cuerpo no es un recipiente o soporte de la mente, sino el verdadero centro de la existencia. Como señala Velázquez Becerril (2022), Nietzsche traslada la esencia del ser humano desde la racionalidad hacia la animalidad vivida. Convirtiéndose en el hilo conductor del pensamiento en una expresión de las voluntades de poder más allá de las palabras.

Esta "filosofía de la animalidad" constituye una crítica radical a la modernidad que abogaba por la represión de la dimensión corporal en favor de una racionalidad abstracta (Velázquez Becerril, 2022, p. 130). El cuerpo, por tanto se vive y la experiencia estética se trata de una vivencia encarnada.

"Tenemos el arte para no morir de la verdad" (Nietzsche, La voluntad de poder) Esta afirmación plantea una de las ideas más profundas y radicales de la filosofía nietzscheana: la vida en su forma más cruda es insoportable. La "verdad" a la que Nietzsche se refiere no es la verdad racional o científica, sino una verdad existencial. Es el descubrimiento de que no hay orden divino, no hay propósito universal. Solo estamos nosotros, el cuerpo, el dolor, el deseo, el tiempo, la muerte.

Frente a esta realidad brutal, Nietzsche no propone negar la vida, sino afirmarla. Y es ahí donde aparece el arte como forma de redención. El arte, no elimina el sufrimiento, pero lo hace soportable e incluso bello. Así, la belleza no es lo opuesto a la verdad, sino su mediación necesaria.

La propuesta nietzscheana no niega la tensión entre forma y caos, sino que la abraza como motor creativo. Esta visión permite concebir el diseño como campo de fuerzas en conflicto.

*"Tenemos el arte para no morir de la verdad"*  
**-Nietzsche, La voluntad de poder**

**-CARL JUNG Y LA INDIVIDUACIÓN: EL EQUILIBRIO ENTRE MATERIA Y ESPÍRITU.**

La teoría de la individuación de Carl Jung propone una integración simbólica de los opuestos que habitan en la psique. En lugar de oponer materia y espíritu, Jung plantea un proceso de reconciliación progresiva entre dimensiones conscientes e inconscientes, visibles e invisibles. Este modelo ofrece una lectura profunda del cuerpo como lugar simbólico de transformación.

Carl Jung nos ofrece una visión simbólica del ser humano. Su teoría de la individuación se sitúa en el cruce entre la tradición dualista occidental (que separa alma y cuerpo) y una lectura un tanto más amplia del sujeto, que considera tanto las fuerzas conscientes como las inconscientes (material y espiritual)

La individuación según el psicoanalista, se trata de un proceso de diferenciación y totalidad "el camino por el cual un ser humano llega a ser lo que es, único e indivisible" (Alonso González, 2018, p. 1) Este trayecto implica la integración de los contrarios que habitan en la psique, entre ellos la tensión central entre el yo consciente y el inconsciente, Jung reconoce esta tensión como motor de transformación.

Encontramos los siguientes arquetipos clave del proceso:

La sombra; representa aquello reprimido y negado, lo que nos resulta difícil de aceptar en nosotros mismos y que con frecuencia se vincula a lo corporal e instintivo. La sombra según Jung es ineludible para todo proceso de individuación, y negarla implica proyectarla sobre los demás. (León del Río, 2024, p. 5).

Por otro lado, el ánima y el ánimus simbolizan las polaridades internas entre lo femenino y lo masculino dentro de cada sujeto, más allá del sexo biológico. Integrar estas figuras permite ampliar la identidad, hacerla flexible y abrirla hacia lo sensible. Este cruce de polaridades tiene como objetivo alcanzar una estructura interna más equilibrada, sin negar los conflictos que implica.

En este contexto, el cuerpo no aparece como obstáculo, sino como un espacio simbólico donde se inscriben los arquetipos. El símbolo, más que la lógica racional, es lo que permite tender puentes entre lo físico y lo espiritual. Atendiendo a un ejemplo contemporáneo que materializa esta dinámica encontramos el trabajo de la artista Ana Rajcevic, cuyas esculturas corporales exploran "la evolución desde lo animal hacia lo posthumano" (Dazed Digital, 2014).

Su colección Animal: The Other Side of Evolution opera visualmente como una representación del proceso de individuación: lo humano y lo animal creando piezas que transforman el cuerpo. La sombra, aquí, no es escondida: se materializa como prótesis, como alteridad visible. Rajcevic crea artefactos, que sacan a la superficie aquello que normalmente se oculta bajo la identidad social.

A través de la obra de Rajcevic podemos llegar a comprender ciertos discursos estéticos contemporáneos, como parte activa en los procesos simbólicos de construcción del yo. Las prendas actúan como símbolos mediadores: expresan tensiones internas, visibilizan lo reprimido, y permiten, a veces, nombrar lo que aún no tiene forma. En este sentido, el modelo junguiano puede iluminar nuevas formas de entender la práctica del diseño como exploración psicológica.

No obstante, conviene matizar si este modelo es realmente integrador o si mantiene ciertos supuestos binarios problemáticos (femenino = alma; masculino = conciencia). Aunque algunos pasajes reproducen esquemas simbólicos tradicionales, la riqueza de su propuesta reside en que no exige una síntesis final, sino que invita a sostener la complejidad.



**-FILOSOFÍA ORIENTAL:**

Mientras que la tradición filosófica occidental tiende a estructurar la dualidad como una división jerárquica entre cuerpo y espíritu, pensamiento y materia, las filosofías orientales proponen modelos integradores basados en la complementariedad. En lugar de oponer, articulan una lógica de equilibrio dinámico. Este apartado recoge dos marcos clave (el pensamiento del Yin-Yang y la doctrina hindú de los chakras) para ampliar la mirada sobre el cuerpo, la identidad y su relación con lo espiritual.

Hasta ahora, el recorrido filosófico desarrollado en este apartado ha estado centrado en autores de tradición occidental, cuyas propuestas tienden a estructurar la dualidad como una separación clara entre términos opuestos o irreconciliables. Sin embargo, esta lectura no es la única posible, debemos ampliar nuestra mirada hacia otras tradiciones del pensamiento lo que nos permite comprender el concepto de integración desde una noción de transformación y complementariedad.

La filosofía oriental, especialmente a través del taoísmo y el hinduismo, propone modelos en los que los opuestos no se excluyen mutuamente, sino que se complementan y se transforman entre sí.

Además, esta apertura hacia otros marcos no solo permite enriquecer el análisis conceptual, sino también cuestionar los supuestos epistemológicos de los que partimos. Tal como señalaba John Berger en *Ways of Seeing*, "El modo en que vemos las cosas está afectado por lo que sabemos o lo que creemos" (Berger, 1972, p. 8). Ampliar las referencias desde donde pensamos (no solo qué pensamos) es parte esencial de un ejercicio riguroso, tanto filosófico como creativo.

*El Ying y el Yang como integración en lugar de oposición.*

En una investigación como esta, que gira en torno a los conceptos de dualidad, cuerpo e identidad, resulta inevitable preguntarse si existe alguna forma de entender los opuestos sin que necesariamente se enfrenten. El pensamiento del Yin y el Yang, núcleo del taoísmo y eje del I Ching, propone una visión del mundo donde los contrarios no se anulan, sino que se necesitan. El cuerpo no se opone al espíritu, sino que lo contiene.

El Yin y el Yang no son conceptos fijos, sino energías en permanente interacción y cambio. Se trata de una "dualidad explícita que expresa una unidad implícita" (Abbas, 2024, p. 160): dos aspectos que habitan todo lo que existe. El Yin representa lo receptivo, lo húmedo, lo femenino, lo interno; el Yang, lo activo, lo seco, lo masculino, lo exterior. Pero ninguno es estático. Cuando uno alcanza su extremo, se convierte en el otro. Esta fluidez es clave: no se trata de resolver la contradicción, sino de habitarla.

La filosofía del Yin-Yang implica entonces una forma de mirar. Como escribe Zerger, su "pasión" reside en mantener vivos los opuestos sin necesidad de resolverlos (Zerger, 2010, p. 136). Esta afirmación no es solo poética, sino profundamente política y epistemológica: supone cuestionar el principio de no contradicción que organiza gran parte del pensamiento moderno, y con ello, deshacer el impulso de simplificar lo complejo. El Yin y el Yang no son buenos y malos. Son movimientos.

Aplicado a la estética, este enfoque permite pensar la dualidad no como conflicto, sino como equilibrio. En el diseño, por ejemplo, el símbolo del Taijitu podría leerse como una gramática visual de la proporción dinámica: el negro y el blanco no compiten, giran.

Desde la neurociencia contemporánea, incluso desde la física cuántica, hay quienes han reconocido esta lógica integradora. Niels Bohr, por ejemplo, utilizó el símbolo del Yin-Yang para ilustrar su principio de complementariedad, afirmando que lo opuesto de una verdad superficial es falso, pero lo opuesto de una verdad profunda también puede ser cierto (Zerger, 2010, p. 138). Esta cita resume bien la actitud que propone esta sección del marco teórico: no se trata de sustituir una mirada por otra, sino de abrir un espacio donde ambas puedan coexistir.



*Tradición hindú: La conexión entre cuerpo y alma.*

La tradición hindú propone un modelo de lectura integrador que concibe cuerpo y alma como expresiones de una misma realidad energética. Esta visión, de carácter espiritual y simbólico, se articula en torno a la doctrina de los chakras, centros sutiles que estructuran el cuerpo energético del ser humano y que representan una progresión desde lo material hacia lo espiritual. La filosofía hindú considera que la transformación espiritual es inseparable del cuerpo y de su activación consciente (Shar, S.D, & Baginski, B. J., 2017, p. 19).

El sistema de los chakras, tal como ha sido sistematizado en textos clásicos del yoga y expandido por la tradición tántrica, contempla siete centros energéticos principales, alineados desde la base de la columna vertebral hasta la coronilla. Cada uno de ellos representa un nivel de conciencia, un plano de existencia y una tensión arquetípica entre lo terreno y lo sutil. El primer chakra, Muladhara, anclado en la raíz, expresa el instinto de supervivencia, lo terrenal, El séptimo, Sahasrara, ubicado en la coronilla, simboliza la unión con la conciencia universal y la iluminación espiritual (Shar, S.D, & Baginski, B. J., 2017, pp. 42-45).

Este recorrido ascendente puede entenderse como una metáfora de la integración entre cuerpo y alma. La espiritualidad no consiste, en este modelo, en abandonar lo físico, sino en atravesarlo. El cuerpo se transforma así en escenario simbólico del despertar interior, y cada chakra se concibe como una puerta que, al ser abierta, revela un grado mayor de coherencia entre el yo físico y el yo esencial (Schneider, A, 2019 p. 4).

El tránsito desde los chakras inferiores a los superiores representa una forma de alquimia interna, donde la materia se hace conciencia. Como señala Schneider el simbolismo de esta ascensión ofrece una estructura de desarrollo holístico que abarca "lo corporal, lo emocional, lo mental y lo trascendente como dimensiones entrelazadas del mismo ser" (Schneider, 2019,p. 5).

El sistema de los chakras también ha sido interpretado como un mapa para el equilibrio interno: cuando una energía predomina sin integración con su opuesta, aparece el conflicto. Así, un exceso de conexión con lo superior sin base en la tierra puede conducir a la evasión; mientras que una sobreactivación de los chakras bajos sin apertura espiritual puede fijar al individuo en el miedo, la posesividad o el deseo de control (Shar, S.D, & Baginski, B. J, 2017 pp. 89-91). La armonía reside, por tanto, en el flujo libre entre todos los centros, también entendido como un equilibrio.

En una entrevista reciente, el maestro espiritual Rasikananda Swami (divulgador contemporáneo de enseñanzas vinculadas al dharma y al Bhakti-yoga) propone una imagen sencilla pero profundamente significativa para explicar esta relación: el alma es como un conductor que, al igual que abandona un coche averiado en mitad de la carretera, deja el cuerpo cuando este ya no puede sostener la vida. "¿Por qué el alma abandona el cuerpo en un momento concreto?", le preguntan. La respuesta, según su visión, tiene que ver con la noción de karma: cada cuerpo tiene un "periodo de garantía", una duración marcada por el ciclo vital correspondiente al aprendizaje que esa vida encarna. Cuando ese tiempo se agota, el alma (eterna y consciente) se desplaza hacia otra forma de existencia, sea a través de un nuevo cuerpo o de una elevación espiritual.

Esta metáfora condensa, con claridad pedagógica, la noción de dualidad desde el hinduismo: el cuerpo no se opone al alma, sino que le da soporte temporal. Y si bien lo físico es finito, el principio vital que lo habita permanece y se transforma. Esta concepción invita a honrar el cuerpo como contenedor sagrado de una conciencia en tránsito. Tanto el pensamiento del Yin-Yang como la visión hindú de los chakras ofrecen modelos simbólicos donde el cuerpo no es un obstáculo a lo espiritual, sino su canal, su contenedor y su escenario.

*"I Understand"  
"I See"  
"I Talk"  
"I Love"  
"I Do"  
"I Feel"  
"I Am"*

**Neurociencia y la percepción del cuerpo  
¿Realmente somos una dualidad?:**

Las investigaciones en neurociencia y teoría de la cognición encarnada han desafiado de forma directa la visión dualista tradicional del ser humano. Estas disciplinas proponen un modelo en el que cuerpo, emoción, pensamiento y percepción están profundamente interrelacionados. Este último subapartado del bloque filosófico plantea una lectura contemporánea sobre la identidad como fenómeno corporal, afectivo y situado, ofreciendo una base científica a la idea de que no hay mente sin cuerpo, ni estética sin experiencia sensorial.

Frente al paradigma cartesiano (que instauró una separación radical entre pensamiento y corporalidad), otras ciencias contemporáneas como la neurociencia desmontan esta separación. Se propone, así, que no pensamos "a pesar" del cuerpo, sino a través de él. El yo, entendido tradicionalmente como entidad racional e independiente, aparece ahora como un fenómeno emergente de la interacción continua entre el cuerpo, el cerebro y el entorno (Novick & Ross, 2020).

Este enfoque plantea una nueva pregunta: ¿somos realmente una mente que habita un cuerpo, o un cuerpo que piensa desde dentro de sí? Desde la teoría de la cognición encarnada, no es posible concebir la mente como una entidad separada del cuerpo. Lo que percibimos como identidad individual es, en realidad, el resultado de procesos interdependientes entre experiencia corporal, emoción, memoria y razón (Johnson, 2022).

La experiencia y el conocimiento no emergen exclusivamente de un procesamiento abstracto y simbólico, sino de una actividad sensoriomotora dinámica, que se origina en las condiciones concretas de nuestra corporeidad. Como explican Taylor y Marienau la mente "no es un dispositivo lógico separado", sino "un órgano al servicio de un cuerpo biológico que siente, actúa y aprende en el mundo" (Taylor y Mrineau, (2018), p. 4). Nuestra forma de pensar, razonar y construir significado se articula desde y con el cuerpo, lo que cuestiona la idea de un yo desencarnado y abstracto.

Nuestra comprensión del mundo no se origina solo en procesos mentales abstractos, sino que se basa en estructuras corporales profundamente arraigadas. Johnson y Lakoff (citados en Taylor & Marienau, 2018) definen estos patrones como "esquemas de imagen": formas recurrentes de experiencia corporal (como la verticalidad o la conten-

ción) que organizan tanto la acción como el pensamiento. Incluso el lenguaje o la estética, lejos de ser puramente mentales, están atravesados por estos moldes sensorio-motores (Johnson, 2022).

Uno de los giros más relevantes de este paradigma es el reconocimiento del papel estructurante de la emoción. A diferencia del racionalismo clásico, que oponía emoción y razón, estudios recientes afirman que "sentimos y luego aprendemos" Las emociones son respuestas del cuerpo al entorno, mientras que los sentimientos son la percepción consciente de esos cambios fisiológicos. Esta dinámica corporal es lo que permite que el pensamiento tenga dirección, intención y valor. La toma de decisiones, la atención o la memoria no pueden disociarse del sistema afectivo y sensorial que las sostiene.

En este contexto, el "yo" deja de ser una entidad fija y separada, para entenderse como un fenómeno en devenir, situado en el cruce entre percepción, memoria, emoción y acción. En contraposición al célebre "pienso, luego existo" cartesiano, Marton y Booth 1997, (como se cita en Taylor & Marienau, 2018) proponen una visión alternativa centrada en la experiencia directa: "experimento, luego existo". La conciencia no es tanto una propiedad individual como una lectura constante que el cuerpo hace de sí mismo en relación con el mundo.

Esta perspectiva cuestiona que la estética sea un fenómeno exclusivamente visual. Desde la cognición encarnada, percibir belleza no se limita a observar, sino que implica una implicación sensorial más amplia, donde el cuerpo entero se convierte en instrumento de percepción. El modo en que sentimos una prenda influye de forma decisiva en la valoración estética. Así, el placer o el rechazo no emergen solo de lo que se ve, sino de lo que se experimenta de forma íntima y corporal (Johnson, 2022).

En lugar de perpetuar la antigua dualidad mente-cuerpo, lo que proponen la neurociencia y la filosofía de la cognición encarnada es un modelo de "continuidad neurocognitiva", donde el cuerpo y el cerebro son parte de un mismo sistema. El pensamiento no es un proceso exclusivamente cerebral, sino que se apoya en todo el cuerpo, que participa activamente en la interpretación del mundo. La mente no puede aislarse de la estructura que la sostiene. (Taylor & Marienau, 2018)



### 3.1.2 REPRESENTACIONES VISUALES DE LA DUALIDAD CUERPO-ESPIRITU EN EL ARTE Y LA CULTURA.

La representación de la dualidad entre cuerpo y espíritu ha sido una constante que refleja preocupaciones filosóficas, religiosas y simbólicas de cada época. Esta sección analiza cómo ciertos movimientos artísticos han visualizado esta tensión, utilizando el lenguaje estético como vehículo para expresar el conflicto entre lo terrenal y lo trascendente. El análisis se centrará en el periodo barroco y en el movimiento surrealista, dos momentos históricos en los que la dualidad se aborda desde perspectivas formales y simbólicas muy diferentes, pero igualmente relevantes para entender la carga cultural y visual que estas representaciones han depositado en la tradición occidental.





3.1.2 REPRESENTACIONES VISUALES DE LA DUALIDAD CUERPO-ESPIRITU EN EL ARTE Y LA CULTURA.

### -EL BARROCO: TERRENAL Y TRASCENDENTAL

El Barroco no se presenta como un estilo uniforme. Se trata de un periodo histórico, desarrollado entre los siglos XVI y XVIII, saturado de tensiones simbólicas que surgen en un contexto social, religioso y filosófico muy convulso.

En el contexto de la Contrarreforma, la Iglesia católica recurre a las imágenes como medio de influencia emocional y doctrinal, buscando reforzar su autoridad y conectar con los fieles a través del impacto visual más que del razonamiento abstracto. Sin embargo, el arte barroco asumió la misión de reafirmar la fe frente al avance protestante, pero a la vez reveló contradicciones más profundas sobre la naturaleza humana y la experiencia espiritual. Estas tensiones se plasmaron visualmente en la coexistencia entre lo sagrado y lo profano, haciendo del cuerpo un medio de expresión afectiva y, al mismo tiempo, un lugar de revelación trascendente.

La obra de Caravaggio ejemplifica esta saturación de contrastes. En sus pinturas, la luz y la sombra no solo modelan el espacio, sino que materializan la tensión entre revelación y ocultamiento, entre lo divino y lo terrenal (Sánchez-Moreno & Martínez, 2018, p. 26). En contraposición al idealismo renacentista, Caravaggio ofrece una representación cruda de lo humano, incorporando cuerpos marcados por la vida marginal, el sufrimiento y la decadencia, lo que constituye una "humanización de los personajes míticos del cristianismo" (Gómez, 2020, p. 340).

El Barroco mostró un interés sostenido por el cuerpo como canal de expresión afectiva y espiritual. La representación de figuras religiosas con un realismo extremo, incluso en su fealdad o decrepitud, buscaba establecer una conexión visceral con el espectador. Esta sobreinformación no era una mera exhibición de lo grotesco, sino una estrategia para provocar una catarsis emocional profunda, llevando al límite la experiencia visual.

En este sentido, la teatralidad barroca se convierte en un dispositivo esencial. Bernini, en el Éxtasis de Santa Teresa, plasma la experiencia mística como una experiencia física extrema. La santa, suspendida entre pliegues de mármol que sugieren movimiento y agitación interna, encarna la unificación entre dolor corporal y éxtasis espiritual (Fraga et al., s.f., p. 5). El espectador es invitado no solo a observar, sino a ser absorbido por la escena, participando de la emoción representada.

Desde una lectura psicoanalítica, el arte barroco no tiene como objetivo principal instruir al espectador mediante la razón, sino influir en su mundo interior a través de la mirada. Al representar cuerpos en situaciones extremas (ya sea en el sufrimiento, la muerte o el éxtasis místico), la imagen barroca no busca únicamente ser contemplada, sino provocar una respuesta emocional inmediata. El cuerpo, expuesto en su vulnerabilidad o en su transformación, actúa como un vehículo que afecta al espectador en lo más íntimo: lo confronta con el dolor, con el deseo, con la posibilidad de redención o con su propia fragilidad.

Este mecanismo es lo que Gómez (2020) denomina una "regulación del alma a través de la escopia corporal": una forma en la que la imagen moldea la experiencia subjetiva no por medio de ideas, sino a través del impacto de lo visible. El espectador no permanece fuera de la escena; queda implicado por lo que ve. El cuerpo representado

se convierte así en una herramienta para alterar el estado anímico y espiritual de quien lo contempla (Gómez, 2020)

Caravaggio resulta central para entender esta tensión. Su San Jerónimo penitente o La muerte de la Virgen no presentan cuerpos glorificados, sino organismos vulnerables, sometidos al tiempo y al dolor. Como señalan Sánchez-Moreno y Martínez, la iluminación dramática incide sobre estos cuerpos para subrayar su condición terrenal y, simultáneamente, su apertura hacia lo trascendente (Sánchez-Moreno & Martínez, 2018, p. 28).

Bernini, por otro lado, consigue que el mármol adquiera una dimensión casi táctil, dotándolo de una presencia que evoca la sensibilidad y la vida del cuerpo humano. En obras como Apolo y Dafne o Anima Dannata, el movimiento y la expresividad extrema de los cuerpos suspenden la distinción entre acción física y éxtasis espiritual. La escultura barroca se concibe como una experiencia que no debe dejar al espectador indiferente y busca provocar una reacción inmediata en el mismo. Este efecto responde al contexto de la Contrarreforma, en el que las imágenes religiosas adquirieron un papel activo dentro de la transmisión de la fe. Las obras no apelaban tanto a la reflexión racional como al sentimiento. Por eso, muchas esculturas barrocas están diseñadas para conmover, a través de la expresividad del cuerpo, el gesto o la composición. No es una emoción generalizada, sino un pathos muy concreto: dolor, entrega, asombro, éxtasis. La finalidad era mover el interior del espectador, llevarlo a sentir la escena como algo propio y, en ese gesto, acercarlo a una verdad espiritual.

Podríamos decir que la tensión entre cuerpo, afecto y trascendencia que caracterizó al arte barroco encuentra nuevas formulaciones en el presente. En la actualidad, ciertas formas de arte digital, performance y representaciones mediáticas de cuerpos (artistas, deportistas, figuras religiosas) pueden generar experiencias emocionales intensas que evocan una sensación de "trascendencia", aunque alejadas del marco místico tradicional. Puede afirmarse que la tensión entre lo corporal y lo espiritual, lejos de resolverse, persiste en formas renovadas, trasladándose a nuevos soportes y lenguajes visuales. Tal como en el Barroco, la coexistencia conflictiva entre cuerpo y alma sigue siendo un núcleo activo en la construcción simbólica contemporánea (Gómez, 2020, p. 341).

El Barroco, en definitiva, no propone una síntesis entre alma y cuerpo, sino una tensión perpetua. La imagen no explica, conmueve. La espiritualidad barroca no exige negación del cuerpo, sino su exhibición. Lo que parecía dividido (lo visible y lo trascendente) aparece aquí en una convivencia tensa. Lacan (citado en Gómez, 2020, p. 340) propone que el arte barroco no representa lo espiritual desde la abstracción, sino desde lo físico. Lo divino se manifiesta a través del cuerpo de Cristo, mostrado en escenas cargadas de dolor y dramatismo. Esta insistencia en el sufrimiento corporal (el "anecdótico" de su martirio) no es un simple recurso narrativo, sino una forma de producir un efecto espiritual. El espectador no accede a lo sagrado por la vía del pensamiento, sino por la experiencia visual del dolor. Así, el cuerpo no es negado ni superado, sino que se convierte en el medio principal para hablar de lo trascendente.

**-EL SURREALISMO: DALÍ, LEONORA CARRINGTON Y LA EXPLORACIÓN DEL SUBCONSCIENTE.**

Se pretende explorar cómo este movimiento, profundamente ligado a la investigación del subconsciente, buscó disolver las fronteras entre ambos estados para desvelar dimensiones ocultas de la psique. Para ello, se analizará el papel de figuras clave y sus obras, observando cómo esta dualidad se manifiesta en su arte y ofrece una nueva forma de entender la experiencia humana y la expresión de lo irracional.

El surrealismo define la relación entre los sueños y la realidad como un vínculo fundamental, en el que no existe una separación absoluta, sino una tensión dinámica entre el mundo sensible y las profundidades de la psique humana. El movimiento surrealista explora activamente esta conexión, considerando los sueños como una vía privilegiada de acceso al inconsciente, donde residen miedos, deseos y arquetipos compartidos, según la noción de "inconsciente colectivo" propuesta por Jung (Diego Andrés, 2025).

El origen del surrealismo está profundamente influenciado por el psicoanálisis freudiano. André Breton, considerado el fundador del movimiento, buscaba liberar la mente de las restricciones de la razón mediante técnicas como la "escritura automática", inspirada en la asociación libre de Freud (Diego Andrés, 2025). Aunque Breton interpretó de manera limitada el potencial del inconsciente, su propuesta abrió un camino para la expresión artística de lo irracional.

**-Salvador Dalí:**

Salvador Dalí, exponente clave del movimiento, empleó su "método paranoico-crítico", que aprovechaba el estado hipnagógico, esa fase intermedia entre la vigilia y el sueño, para capturar visiones oníricas con precisión pictórica (Gutiérrez-Peláez & González-Beltrán, 2023). Esta práctica consistía en dormitar sujetando una llave o cuchara sobre un plato metálico, de modo que, al soltarse, el ruido lo despertaba, permitiéndole registrar imágenes antes de que se desvanecieran (Diego Andrés, 2025). Obras como *La persistencia de la memoria* ejemplifican esta fusión de lo tangible y lo onírico, desafiando la percepción convencional del tiempo y la materia. El tiempo ya no es lineal ni objetivo, reflejo de la experiencia onírica (Diego Andrés, 2025).

El método paranoico-crítico de Dalí proponía representar imágenes dobles, objetos que, sin modificación figurativa, contenían simultáneamente dos significados distintos. A diferencia de la escritura automática, que excluía la intervención del sujeto, Dalí promovía una participación consciente y activa en la interpretación de lo irracional (Gutiérrez-Peláez & González-Beltrán, 2023). Su objetivo era generar una crisis de lo real mediante la irrupción de lo absurdo, desestabilizando los códigos perceptivos establecidos.

La tensión entre sueño y realidad resulta fundamental para comprender la representación del cuerpo y la mente en el arte surrealista. Permite una exploración profunda de la psique humana, revelando deseos y conflictos internos normalmente reprimidos (Diego Andrés, 2025). También actúa como un mecanismo de manifestación de lo reprimido, y posibilita una liberación creativa que expande las posibilidades expresivas del arte, utilizando la tensión entre lo familiar y lo extraño como recurso estético (Diego Andrés, 2025).



**3.1.2 REPRESENTACIONES VISUALES DE LA DUALIDAD CUERPO-ESPIRITU EN EL ARTE Y LA CULTURA.**



*-Leonora Carrington:*

En el caso de Leonora Carrington, esta tensión adquiere una dimensión autobiográfica y simbólica. Su obra plástica y literaria refleja su lucha entre el mundo interior, lleno de figuras míticas y fantásticas, y las constricciones de una realidad social opresiva (De la Fuente Rocha, 2017, p. 5). Sus representaciones del cuerpo femenino como criatura metamórfica manifiestan de forma tangible la complejidad de su psiquismo, fusionando su experiencia personal con la estética surrealista.

*-La exploración del subconsciente:*

Sigmund Freud conceptualizó los sueños como manifestaciones simbólicas del subconsciente, donde emergen los deseos reprimidos y los conflictos internos no resueltos. Según Freud, los sueños representan una forma en la que el "ello" busca satisfacer impulsos, aunque de manera enmascarada para evitar la censura del "yo" y el "superyó" (Gutiérrez-Peláez & González-Beltrán, 2023). Esta visión influyó profundamente en el surrealismo, particularmente en Salvador Dalí, quien consideró la obra de Freud como un "descubrimiento capital" para su pensamiento estético.

Carl Jung desarrolló la teoría del "inconsciente colectivo", entendiendo los sueños como una vía de acceso no solo a contenidos individuales, sino a arquetipos universales que configuran la psique humana (Diego Andrés, 2025). Los arquetipos, como el héroe, la sombra o el sabio, emergen en los sueños para revelar dimensiones profundas de la condición humana.

La concepción del sueño como vía hacia una comprensión más profunda de la realidad no es exclusiva del pensamiento moderno ni del psicoanálisis. Existen importantes paralelismos entre el pensamiento clásico occidental, particularmente en Platón, y las tradiciones místicas orientales como el hinduismo y el budismo, que refuerzan la idea de una "realidad ampliada" más allá de lo tangible. Platón sostenía que el mundo material es solo una sombra imperfecta de una realidad ideal superior. El concepto de maya en el hinduismo designa la ilusoriedad del mundo físico. El budismo, por su parte, considera el estado onírico como una vía para trascender la percepción ordinaria.

Estas perspectivas convergen en la idea de que los sueños podrían ser algo más que manifestaciones del inconsciente individual. Podrían representar accesos simbólicos a una realidad más amplia, con leyes distintas a las de la vigilia. En este sentido, la experiencia onírica pone en cuestión los límites de lo tangible y abre el arte surrealista a nuevas formas de comprensión de la psique y del mundo (Diego Andrés, 2025).

La pregunta sobre la verdadera naturaleza de los sueños, y si estos son simples reflejos internos o accesos a otras dimensiones de la experiencia, sigue siendo un debate abierto que involucra tanto a la psicología como a la filosofía.

Desde la psicología, especialmente desde el psicoanálisis, los sueños han sido interpretados como manifestaciones simbólicas del inconsciente. Freud los consideraba una vía privilegiada para explorar deseos reprimidos y conflictos internos. Jung amplía esta mirada al describirlos como expresiones de un "inconsciente colectivo", un estrato compartido por la humanidad donde se manifiestan arquetipos universales (Gutiérrez-Peláez & González-Beltrán, 2023). Desde este enfoque, los sueños actuarían como espejos internos de la psique individual y colectiva.

Sin embargo, en muchas culturas antiguas los sueños se han entendido también como canales hacia realidades ocultas. Platón, en su filosofía, considera que el mundo sensible es solo una sombra de una realidad ideal más elevada. Aunque no identifica directamente los sueños con esa esfera ideal, sí abre la posibilidad de concebirllos como vías hacia una dimensión de existencia distinta (Diego Andrés, 2025). Las tradiciones místicas orientales, como el hinduismo y el budismo, han visto el sueño como una oportunidad para trascender la ilusión del mundo material (maya) y acceder a una verdad más profunda.

Este cuestionamiento tiene consecuencias importantes para el arte contemporáneo. Si los sueños son vistos como proyecciones internas, entonces el arte puede enfocarse en representar la subjetividad, los conflictos y los deseos del individuo. Pero si se conciben como accesos a realidades distintas, el arte puede asumir la tarea de imaginar y representar mundos no regidos por la lógica habitual, expandiendo los límites de lo visible y lo posible.

En este contexto, el surrealismo conserva una relevancia decisiva. En la actualidad, la incertidumbre sobre la naturaleza de los sueños sigue siendo un terreno fértil para la investigación artística. El legado del surrealismo ofrece herramientas para representar tanto el funcionamiento interno de la mente como posibles realidades alternativas.

La exploración surrealista de la relación entre sueño y realidad, redefiniendo el panorama artístico del siglo XX, nos ofrece una perspectiva renovada sobre la complejidad de la mente humana. Al liberar la creatividad de los dictados de la razón y sumergirse en los dominios del inconsciente, el surrealismo demostró que lo irracional y lo onírico son tan relevantes como la vigilia para comprender nuestra existencia. Este legado sigue resonando hoy, planteando interrogantes sobre la naturaleza de la percepción y la posibilidad de realidades alternativas, lo que asegura su perdurable influencia en la reflexión artística y filosófica contemporánea.

**-JONAS WENDELIN: SEPARACIÓN ENTRE EL CUERPO Y SU IMAGEN.**

Este apartado busca explorar cómo su discurso escultórico puede funcionar como metáfora expandida para entender la relación entre cuerpo, materia e identidad, y cómo su estética dialoga directamente con los códigos visuales de esta colección cápsula. El artista realiza una reflexión desde un punto de vista contemporáneo, lo que su instalación artística plantea es un discurso del yo.

La división entre lo que somos y lo que mostramos (entre el cuerpo y la imagen proyectada) es un reflejo de la existencia contemporánea y quienes somos o creemos ser. Este desdoblamiento, tan íntimo como colectivo, no solo se refleja en nuestros gestos o en nuestra forma de vestir, sino también en los espacios que habitamos, en los materiales que nos rodean y en las tecnologías que nos atraviesan y de las que hacemos uso de manera diaria. La moda, como lenguaje visual, se convierte en una herramienta para materializar esa tensión: cuerpos contenidos, moldeados por estructuras externas, que a su vez filtran lo intangible, lúcido y revelan la esencia de aquello que realmente somos.



*"There's this inherent division between who we are and the image of ourselves that we project."*  
— Jonas Wendelin (2024)

A través del análisis de la obra del artista Jonas Wendelin (y especialmente de su proyecto Lucid Ruins) se abre un espacio de reflexión sobre esa dualidad entre lo tangible y lo intangible, lo estructurado y lo fluido, lo real y lo simbólico.

La afirmación del artista Jonas Wendelin, citada al comienzo del apartado y la brecha que plantea ha sido abordada desde distintas tradiciones filosóficas (como la teoría de las ideas en Platón o el proceso de individuación en Jung), el discurso visual de Wendelin permite reformular esta dualidad desde una perspectiva plástica, material y performativa.

En su proyecto Lucid Ruins, el artista propone una metáfora tridimensional de esta división mediante esculturas que replican ruinas contemporáneas, creadas con materiales industriales como hormigón, acrílico y acero. El agua suspendida en estas formas adquiere el rol de memoria intangible, atrapada entre capas de estructura y vacío, de contención y fluidez. Esta imagen puede leerse como una representación simbólica de lo que ocurre con nuestro cuerpo-yo en el sistema contemporáneo: estructuras que aparentan solidez, pero que internamente contienen algo más delicado, oculto o espiritual.

Las esculturas de Jonas Wendelin se insertan en el marco del arte conceptual contemporáneo como ejercicios visuales sobre la fragmentación de la identidad y el papel del cuerpo. El título de su exposición Do you like me? Do you see me? funciona casi como una interpelación directa al espectador y a los sistemas que habitan nuestra psique actual. La idea del cuerpo como espectáculo, como entidad observada y proyectada constantemente, conecta de forma directa con los discursos performativos de la moda, donde el sujeto ya no es sólo sujeto, sino también objeto en exhibición.

Como señala Wendelin, vivimos en arquitecturas efímeras construidas sobre plataformas digitales y materiales industriales extraídos del mundo físico.

La disociación entre esos dos mundos (el hábitat material y el espacio digital) genera una tensión simbólica que puede observarse también en la moda como disciplina. Las prendas se convierten en contenedores de identidad fragmentada, en construcciones visuales donde la apariencia suplanta lo esencial.

El discurso plástico de Wendelin ofrece un paralelismo directo con el enfoque estético de esta colección cápsula. Su uso de materiales contrastantes (acrílico transparente sobre estructuras sólidas) genera una experiencia visual ambigua que invita a la contemplación lenta y al cuestionamiento de lo tangible. En sus propias palabras, "el agua, en esencia, retiene la memoria de la ruina" (032c Magazine, 2024)

En la colección, los tejidos rígidos (como el metacrilato, las estructuras metálicas y la corsetería) operan como un símbolo de la imagen proyectada del cuerpo domesticado, de la identidad moldeada por estructuras externas. Paralelamente, los materiales ligeros, vaporosos y translúcidos (tales como la organza, las gasas y el crochet abierto) se filtran entre estas estructuras, funcionando como una metáfora de lo auténtico, lo etéreo y lo implícito. Se sugiere así un deslizamiento del espíritu a través de las aperturas de la contención formal.

De manera análoga a cómo el agua deforma las estructuras en la obra de Wendelin al variar la presión atmosférica, el cuerpo también excede los límites impuestos cuando la presión del sistema disminuye. Esta noción fundamenta la metáfora visual de la colección: el cuerpo concebido como un contenedor en equilibrio inestable, donde la identidad real se manifiesta al relajarse las estructuras que la oprimen.

### 3.1.LA DUALIDAD CUERPO-MENTE COMO PRINCIPIO UNIVERSAL.

#### **-EL ARQUETIPO DE LA MARIONETA COMO FIGURA DEL YO FRAGMENTADO:**

La figura de la marioneta ha reaparecido en el arte contemporáneo como símbolo del sujeto dividido entre su cuerpo y su conciencia. A diferencia de otras representaciones más simbólicas del alma o del subconsciente (como el sueño en el surrealismo), la marioneta no representa un más allá oculto, sino una presencia vaciada, manipulada, casi automatizada. Constituye la imagen del ser humano convertido en gesto repetido, en avatar ejecutable.

Su resurgimiento en los ámbitos de la moda, el arte y la performance no es fortuito. Este fenómeno apunta al agotamiento de lo material como vía de expresión del yo, y a la urgencia por recuperar un espacio espiritual, abstracto y genuino. Tal como sugiere Yalcinkaya, la marioneta es 'una criatura suspendida entre mundos': no está viva, pero tampoco está muerta; no es humana, pero la imita. Podemos comprenderla como una metáfora del cuerpo atrapado entre lo físico y lo intangible, una construcción artificial que opera como disfraz del verdadero ser.

Se encuentra aquí una reflexión crítica. ¿Cuándo el cuerpo se convierte en cosa? ¿Cuándo la representación reemplaza a la experiencia? Esta tensión se traslada también a la indumentaria, donde la moda puede ser liberadora, pero también una puesta en escena de la alienación. Las imágenes proyectadas, los gestos miméticos, los comportamientos condicionados por algoritmos o normas sociales, configuran una identidad que se aleja cada vez más de lo auténtico. Esta figura, a medio camino entre lo humano y lo artificial, encarna con fuerza una de las fracturas que atraviesan la dualidad contemporánea: la tensión entre la materia y el espíritu, entre lo que mostramos y lo que somos.

La colección cápsula no propone una evasión, sino una toma de conciencia: liberarse de los hilos, de las estructuras que nos vuelven cuerpos vacíos, diseñados solo para agradar, para encajar, para repetir. El uso de materiales rígidos, plásticos, estructurados en las prendas funciona como representación visual de ese control, el cuerpo que se mueve de forma artificial, que carga con una identidad impuesta.

La marioneta (dice Yalcinkaya) nos obliga a cuestionar nuestra relación con la muerte, y el paso de ser sujeto a "cosa".



*“Este es un cuento cibernético que ilustra nuestra relación con la vida y la muerte, con los mundos materiales e inmateriales.”  
— Günseli Yalcinkaya (2024)*

### **-GEORGE SIMMEL: LA MODA COMO OSCILACIÓN ENTRE LIBERTAD Y SUMISIÓN.**

En la interacción social, se observa un punto intermedio entre la necesidad de integración y la de diferenciación. Este fenómeno constituye un equilibrio dinámico y constante, el cual permea múltiples aspectos de la relación humana. Se explora esta dualidad a través del análisis de las ideas de Georg Simmel, con el fin de comprender cómo se definen aspectos clave de la identidad y la interacción dentro del contexto social.

La moda, según Georg Simmel, no puede entenderse únicamente como una sucesión de tendencias pasajeras, sino como la manifestación visible de una tensión constante que atraviesa la experiencia humana: el conflicto entre el deseo de pertenecer y la necesidad de diferenciarse. "La moda satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad [...] pero no menos satisface la necesidad de distinguirse" (Simmel, 1905/2020, p. 145). En otras palabras, la moda es simultáneamente obediencia y afirmación del yo.

Esta dualidad no se presenta como una contradicción, sino como un equilibrio que habitamos a diario. Adoptamos ciertas formas (estéticas, gestuales, visuales) para participar en lo común, pero también para señalar alguna diferencia, por mínima que sea, que nos permita afirmar una identidad. En ese gesto aparentemente superficial se juega una estrategia profundamente humana: ser reconocido por el otro y encajar.

Simmel lleva esta idea más allá al describir la moda como una máscara. Una forma exterior que nunca se adueña por completo del sujeto, que "queda siempre en su exterioridad" (Simmel, 1905/2020, p. 146). Es un revestimiento social, que permite al individuo presentarse ante el mundo sin necesariamente revelar aquello que lo constituye. No hay fusión entre el ser y el vestir, sino una separación estructural: una distancia entre el yo íntimo y la imagen que se ofrece a los demás.

Esta máscara no debe entenderse únicamente como ocultamiento. Al funcionar como capa de nivelación (como forma aprendida, compartida y repetida) permite también que aquello que no se acomoda al molde, aquello verdaderamente personal, permanezca a salvo. Como explica el autor, "hombres muy sensitivos y pudorosos suelen ocultar su alma individual" tras las convenciones sociales, las formas banales de interacción, o incluso la trivialidad de ciertas modas (Simmel, 1905/2020, p. 147).

En esa tensión entre lo que se muestra y lo que se preserva se sitúa una forma de dualidad radical: el cuerpo como lugar donde se confrontan la norma y la excepción, la permanencia y la transformación. "No es la moda sino una de las muchas formas que intenta el hombre para salvar en lo posible su libertad íntima, abandonando lo externo a la esclavitud social" (Simmel, 1905/2020, p. 148).

La libertad y la sumisión no son aquí polos enfrentados, sino mecanismos complementarios que el individuo activa simultáneamente para sobrevivir en sociedad.

Incluso en su relación con el tiempo, la moda encierra una contradicción sutil. Aunque su esencia es el cambio, cada nueva moda "se presenta con aire de cosa que va a ser eterna" (Simmel, 1905/2020, p. 171). Esa ilusión de permanencia refuerza su poder simbólico: el cambio se vuelve estructura, lo efímero se disfraza de estabilidad. La moda, entonces, no desaparece; se transforma constantemente para mantenerse vigente, reflejando así una tensión entre caducidad y deseo de trascendencia.

Desde esta perspectiva, la filosofía de la moda que plantea Simmel no se centra en el estilo ni en el gusto, sino en cómo las formas impuestas se convierten en estrategias de protección, de mediación, de negociación simbólica. La moda no revela la esencia del sujeto, pero tampoco la anula. Se limita a ocupar la superficie. Y precisamente por eso puede funcionar, al mismo tiempo, como forma de sumisión y como refugio frente a ella.

3.2 DE LA RESTRICCIÓN A LA LIBERTAD: UN ANÁLISIS DE COMO LA MODA HA SIDO HISTÓRICAMENTE UN REFLEJO DE LA LUCHA ENTRE CONTROL Y LIBERACIÓN.

3.MARCO TEÓRICO





La historia de la moda es también la historia de los cuerpos: de cómo han sido moldeados, restringidos, liberados o expuestos.

Vestirse nunca ha sido un acto neutral. La indumentaria ha funcionado como un territorio de negociación entre fuerzas opuestas. Este apartado propone recorrer esa tensión entre la moda como forma de sujeción y la moda como espacio de liberación. Un lenguaje que, lejos de ser inocente, escribe sobre el cuerpo sus propias reglas de juego.

### 3.2 DE LA RESTRICCIÓN A LA LIBERTAD: UN ANÁLISIS DE COMO LA MODA HA SIDO HISTÓRICAMENTE UN REFLEJO DE LA LUCHA ENTRE CONTROL Y LIBERACIÓN.

#### 3.2.1 LA VESTIMENTA COMO HERRAMIENTA DE CONTROL Y OPRESIÓN.

“Los seres humanos tienen cuerpos y son cuerpos” (Turner, 1985, p. 1), recuerda Entwistle al comenzar su análisis. Pero, tal como ella añade, esos cuerpos nunca están desnudos en el mundo social: son siempre cuerpos vestidos. La moda no se posa sobre la piel como un añadido neutral, sino que moldea, condiciona y hace legible el cuerpo. Deja de ser una entidad biológica neutra para convertirse en una superficie simbólica, donde se inscriben normas, valores y relaciones de poder (Entwistle, 2002, pp. 35-40).

Estamos acostumbrados a pensar en la opresión como algo visible, exterior: un corsé que limita, un exoesqueleto que pesa, una prenda que aprieta. Pero la opresión más efectiva es la que se vuelve hábito. Nadie nos obliga a caminar con tacones, ni a meter barriga, ni a sentarnos con las piernas juntas. Lo hacemos porque lo hemos aprendido. Porque nuestro cuerpo, como dice Entwistle, siempre es un cuerpo vestido, y vestirse implica mucho más que cubrirse. Vestirse es asimilar una forma de estar en el mundo (Entwistle, 2002, p. 35).

No se trata solo de ropa, sino de gestos, posturas, respiraciones, maneras de habitar el espacio. La ropa modifica el cuerpo, pero también el yo. Si llevo un corsé, no solo me oprime: me enseña a respirar menos, a moverme distinto, a ocupar menos. Y esa educación corporal pasa desapercibida porque se naturaliza. Lo hemos aprendido tan bien que ya no lo notamos.

Aquí es donde aparece la verdadera tensión: el cuerpo no es solo materia, pero tampoco solo representación. Es ambas cosas al mismo tiempo, como una superficie donde se inscriben las normas sociales, el género, la identidad (Entwistle, 2002, pp. 39-40). El cuerpo es lo primero que se ve, pero también es lo primero que se moldea. Y lo hace la moda, la cultura, la mirada de los otros. Entwistle critica aquí la visión “naturalista” del cuerpo (como la sociobiología) que lo concibe como base presocial sobre la que se construyen identidades (Entwistle, 2002, p. 39).

La moda puede actuar como lenguaje de expresión individual, pero también como sistema de control. Como señala la autora, existe una tensión constante entre la moda como espacio de autoafirmación y como industria que estructura y limita las formas del cuerpo, el deseo y la presencia (Entwistle, 2002, p. 70).



### **-CORSETERÍA Y CONTROL DEL CUERPO: DEL RENACIMIENTO A LA ACTUALIDAD.**

El corsé, desde su función de restricción física en los siglos XVII-XIX hasta su reinterpretación en la moda contemporánea, representa la idea del cuerpo controlado, encorsetado dentro de normas sociales. En contraste, la moda actual ha resignificado este elemento como una herramienta de empoderamiento y experimentación.

El corsé, hoy liberado de su función histórica de restricción, se reinterpreta como un gesto de apropiación y autonomía. Más que desaparecer, su significado ha mutado: de instrumento de domesticación social a herramienta de experimentación estética, el corsé sigue demostrando que el cuerpo no es solo un territorio físico, sino un espacio político en permanente disputa. Este apartado analiza su evolución material y cultural, desde su surgimiento hasta su resignificación contemporánea.

Desde el Renacimiento, el corsé dejó de ser un mero artificio estético para convertirse en un mecanismo de inscripción social sobre el cuerpo. En el siglo XVI, su implantación en la corte francesa bajo Catalina de Médici no solo consolidó la silueta de cintura ceñida y torso alargado, sino que instauró un modelo de control visible que vinculaba la anatomía a los ideales simbólicos de simetría y perfección renacentistas (Steele, 2001). Durante los siglos XVII y XVIII, el se incorporó al régimen corporal cortesano como un signo material de jerarquía y obediencia social: más que embellecer, estructuraba el cuerpo como un objeto de legitimación ante la mirada ajena. La calidad de los materiales y la complejidad de la confección establecían claras diferencias de clase; mientras las élites vestían corsés de seda, encaje y bordados opulentos, las mujeres trabajadoras, empujadas por la creciente industrialización, accedían a versiones simplificadas que, aunque más asequibles, seguían reproduciendo el mandato estético dominante. Así, el corsé actuó simultáneamente como herramienta de distinción y como dispositivo de normalización, moldeando no solo la figura, sino el comportamiento y el lugar de cada cuerpo dentro del orden social.

El siglo XIX se convirtió en la época dorada de la corsetería como sistema de modelado corporal. La Revolución Industrial facilitó la producción en masa de corsés, democratizando su acceso y extendiendo su uso a capas más amplias de la población femenina. Esta disponibilidad, sin embargo, no supuso una liberación del cuerpo, sino una intensificación del ideal de cintura extremadamente ceñida. Surgió así la práctica del tightlacing, es decir; ajustar los corsés de forma extrema para reducir al máximo la circunferencia de la cintura, a menudo hasta medidas peligrosamente pequeñas. Esta costumbre, celebrada en revistas de moda y retratos de época, llevó a tensiones fisiológicas severas: desplazamiento de órganos internos, restricción de la capacidad respiratoria y deformidades en la estructura ósea, como documentaron los médicos de la época (Steele, 2001).

Sin embargo, el corsé no solo disciplinaba el cuerpo físico; estructuraba también una identidad social. Cómo advierte Valerie Steele, la experiencia de las mujeres con la corsetería fue ambivalente: para muchas, el corsé no representaba una imposición externa, sino una forma de acceder a los valores de estatus, juventud, autodisciplina y belleza que definían la feminidad aceptable en su tiempo (Steele, 2001). El corsé no solo modelaba el cuerpo; también construía una identidad socialmente reconocible, ofreciendo a las mujeres una vía (limitada, pero existente) de agencia dentro del marco restrictivo del momento.

Sin embargo, el corsé también fue el blanco de las primeras críticas feministas a finales del siglo XIX y principios del XX. Su función como limitador físico del cuerpo femenino lo convirtió en un símbolo de la opresión patriarcal (Bramley, 2024). Durante la Primera Guerra Mundial, la necesidad práctica de ropa funcional aceleró su desaparición en favor de prendas más cómodas. La moda de los años 20, con su silueta recta y andrógina, selló culturalmente la primera gran liberación del cuerpo femenino.

Aunque el corsé carga con su pasado de restricción corporal, su permanencia en la moda contemporánea responde a un ejercicio consciente de resignificación. Lejos de perpetuar los mecanismos de control que lo originaron, el corsé actual se inserta en discursos que celebran la agencia individual, el artificio y la teatralidad del cuerpo. Diseñadoras como Vivienne Westwood lo resignificaron como gesto de subversión, no como mero ornamento: sus reinterpretaciones del corsé como pieza exterior, desprovista de sumisión, rompieron deliberadamente con la tradición de la invisibilidad del cuerpo domesticado. Paralelamente, creadores como Thierry Mugler proyectaron el corsé hacia el futuro, hibridándolo con exoesqueletos y arquitecturas corporales que no pretendían disimular el artificio, sino celebrarlo como una manifestación explícita de fuerza y poder. (Kamath, 2024). En este desplazamiento, el corsé ya no es solo una estructura que da forma: es una afirmación estética que reivindica el cuerpo como espacio creativo y político.

Hoy, el corsé ya no impone uniformidad: se resignifica como un gesto estético de reapropiación, un espacio de experimentación sobre el propio cuerpo. Su aparición en las pasarelas contemporáneas y su adopción por figuras públicas como Beyoncé o Michaela Stark no buscan replicar viejos modelos de belleza, sino intervenir sobre ellos, tensionarlos y reapropiarlos desde nuevos puntos de vista (Kamath, 2024; brownfashionagal, 2024). Como señala Valerie Steele (2001), aunque el objeto haya perdido su centralidad cotidiana, persisten sus lógicas de moldeado corporal, ahora redistribuidas en prácticas como la lencería moldeadora, la cirugía estética o los exoesqueletos de la moda. Sin embargo, la diferencia crucial radica en la agencia: allí donde antes se imponía una forma única, hoy se multiplica la posibilidad de habitar el cuerpo como un espacio de decisión y de disidencia. El corsé ya no disciplina: interroga. Se abre un campo de negociación entre lo impuesto y lo elegido.

### **-EL SIMBOLISMO DEL MIRIÑAQUE Y OTRAS ESTRUCTURAS RÍGIDAS:**

Durante el siglo XIX, la invención del miriñaque (una estructura de aros de acero diseñada para expandir artificialmente las faldas) transformó no solo la silueta femenina, sino su relación con el espacio. Aunque más liviano que las múltiples enaguas que reemplazó, su expansión estructurada no liberaba al cuerpo: lo colocaba en una arquitectura visible de limitación, donde el volumen anulaba la movilidad (Celiberti, 2021).

Más que una prenda funcional, el miriñaque instauraba un perímetro ceremonial que obligaba a redefinir los gestos, la postura y la forma de habitar el entorno. El cuerpo, encerrado en su volumen desproporcionado, se convertía en un espectáculo de quietud más que en un sujeto activo, reclamando espacio sin posibilidad real de ocuparlo. Bajo su arquitectura, la vitalidad quedaba subordinada a la forma y a la mirada exterior (Steele, 2001).

Esta lógica de control encuentra sentido en la lectura de Günseli Yalcinkaya sobre la colección Artisanal AW24 de Maison Margiela. En ella, los modelos desfilaban suspendidos por hilos visibles, encarnando de manera explícita la pérdida de autonomía del cuerpo en un mundo condicionado por fuerzas externas (Davidson, 2024). Pero si en Margiela los hilos son explícitos, en la vida diaria operan de forma sutil: algoritmos, estándares visuales, códigos de género, entre muchos otros, que continúan delineando nuestra corporalidad.

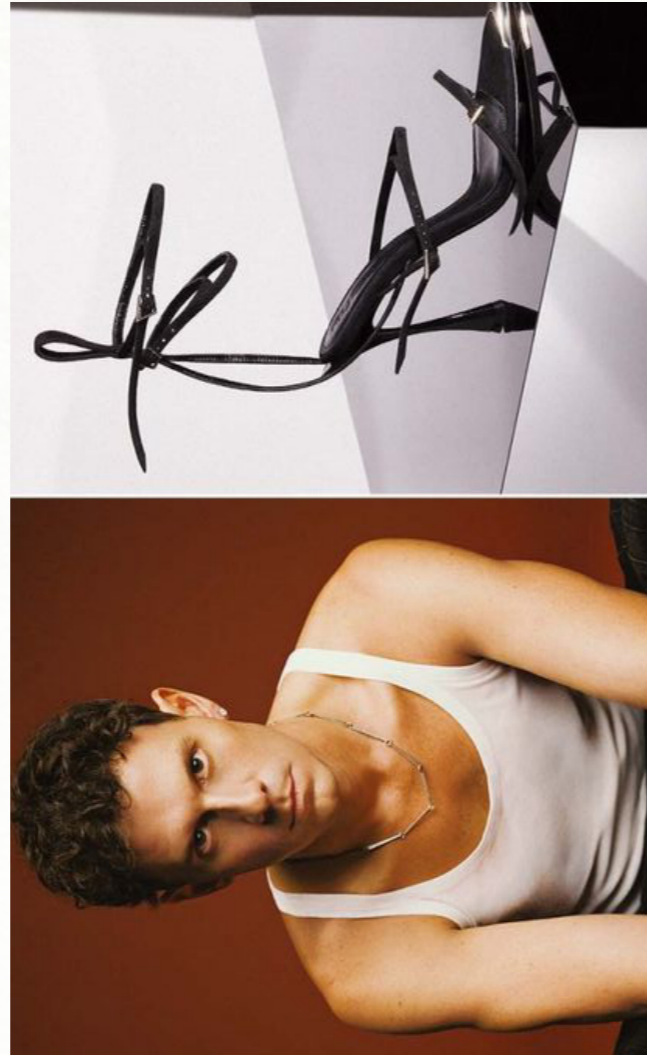
Así como el miriñaque imponía una rigidez evidente la moda actual reproduce tensiones similares bajo estéticas renovadas. La indumentaria (como la describe Yalcinkaya) puede actuar como corsé simbólico, armadura o prisión: no solo cubre el cuerpo, sino que lo inscribe en guiones sociales que definen su presencia. El cuerpo atrapado en estructuras rígidas no se mueve libremente: necesita ser interpretado, operado desde fuera, como una marioneta que ha olvidado sus propios hilos.

Aunque el miriñaque ha desaparecido como objeto físico, su peso simbólico persiste. La fascinación contemporánea por los volúmenes extremos, los corsés reimaginados o los exoesqueletos de moda sigue activando una memoria histórica donde el cuerpo, más que habitado, es espectacularizado (brownfashionagal, 2024). Como observa Kamath (2024), la resignificación de estas estructuras en la moda actual no erradica su lógica de control: simplemente la transforma, envolviéndola en discursos de empoderamiento, individualidad o performance.

La desaparición de las estructuras visibles no implica la emancipación del cuerpo; simplemente desplaza el escenario del control hacia nuevas formas, más sutiles, pero igualmente determinantes. Habitar un cuerpo hoy, como entonces, sigue siendo negociar los límites entre la imagen y la acción.



### **3.2.1 LA VESTIMENTA COMO HERRAMIENTA DE CONTROL Y OPRESIÓN.**



**-Casey Cadwallader para Mugler: cuerpos esculpidos como símbolos de fuerza y cambio**

Casey Cadwallader, arquitecto de formación, se unió a la dirección creativa de Mugler en diciembre de 2017 después de haber trabajado en Loewe, Acne Studios y Narciso Rodriguez (Hernando, 2021). Para la primavera-verano de 2021, Cadwallader había asegurado su lugar en la casa, reiterando su intento por un Mugler contemporáneo: dinámico, hiper diverso e hiper tecnológico. Ya no moldea el cuerpo para dominarlo, sino para convertirlo en un manifiesto de fuerza y transformación.

La colección primavera-verano 2021 se presentó mediante un film de moda en marzo de 2021, en medio de la pandemia (Alonso, 2021). Esta exposición en formato digital, grabada por Torso Solutions, posibilitó una experimentación visual y conceptual más amplia, rompiendo con las restricciones convencionales del desfile. Los tópicos principales abordaban la intensa sensualidad, la fragmentación y expansión de la figura humana, y una teatralización del cuerpo mediante ropa que, aunque controlaban, también liberaban su expresividad (Autor desconocido, 2025).

Se usaron materiales como el tul de nylon extremadamente resistente, los bodysuits elásticos y la lycra reciclada, sus creaciones generan una segunda piel que realza la anatomía sin restringir su vitalidad, permitiendo que el cuerpo mantenga su vigor dentro de una estética modelada. (Alonso, 2021). Los cristales colocados manualmente en tejidos transparentes generaban efectos de "segunda piel", mientras que las costuras estratégicas acentuaban y fragmentaban el organismo. Estas técnicas potenciaban un simbolismo complejo: el cuerpo se "moldeaba" como una escultura viva, sin necesidad de las limitaciones clásicas, redefiniendo el concepto de corsetería desde un enfoque contemporáneo.

Lo más impactante de esta propuesta radica en que la estética "consciente del cuerpo" no funciona como mecanismo de represión, sino como expresión de una fuerza subyacente. El cuerpo se transforma en un instrumento de autoridad y anhelo personal, en el que la sensualidad y la exposición no conllevan sumisión sino autoafirmación (Hernando, 2021). Las transparencias controladas, las costuras que perfilan músculos y articulaciones, y el dinamismo visual del video, donde los cuerpos rotan, saltan y desafían la gravedad, transmiten una sensación de elasticidad radical.

No obstante, aún existen ciertas tensiones. La estética de Mugler (incluso bajo Cadwallader) sigue orbitando en torno a la noción de la mujer como diosa o figura extraordinaria, lo que podría ser entendido como un nuevo método de imposición simbólica. (Melo Lopes, 2024), A pesar de la variedad de cuerpos, la magnificación extrema de lo impresionante podría interpretarse como una renovada expectativa de la performatividad corporal, desplazando de nuevo la autenticidad a favor de una imagen potente pero idealizada.

La colección primavera-verano 2021 de Cadwallader constituye una referencia clave para repensar el cuerpo no como espacio neutral, sino como territorio de proyección y transformación. El corsé ha dejado de encerrar el cuerpo para convertirse en una estructura que lo proyecta hacia afuera; las prendas moldean la silueta, pero no para restringirla, sino para amplificarla y redefinir sus contornos. Sin embargo, a pesar de esta resignificación positiva que propone Cadwallader, en el marco de mi TFG planteo una lectura crítica: las estructuras rígidas, aunque estilizadas o adaptadas al movimiento, siguen implicando una forma de control sobre el cuerpo. La tensión entre control y liberación no desaparece; se reconfigura en un nuevo lenguaje estético.

Esta reflexión alimenta el enfoque del presente Trabajo de Fin de Grado, el cual no plantea la resistencia estética como la única vía de emancipación. En su lugar, propone una oposición radical entre dos planos: el cuerpo físico, comprendido como una entidad comprimida y condicionada bajo estructuras rígidas, y el plano mental y espiritual. Este último se representa a través de tejidos fluidos, que actúan como expresión de libertad, expansión y ruptura de las limitaciones impuestas.

**-CASOS CLAVE:**

En este apartado se analizan tres diseñadores cuyas propuestas abordan, desde distintos enfoques, la relación entre cuerpo, restricción y estructuras rígidas. Su revisión permite situar antecedentes relevantes para comprender cómo la moda contemporánea continúa dialogando con el concepto de control corporal a través del diseño.

**3.2.1 LA VESTIMENTA COMO HERRAMIENTA DE CONTROL Y OPRESIÓN.**

### CASOS CLAVE

*-Dilara Findikoğlu: subversión de las estructuras rígidas como resistencia estética y política.*

Dilara Findikoğlu, quien nació en Estambul en 1990 y se formó en Central Saint Martins, es una diseñadora turca con base en Londres, reconocida por su estética vanguardista y su discurso profundamente político (Business of Fashion, 2024). Desde la creación de su marca propia en 2016, su trabajo se ha distinguido por combinar iconografías de estilo punk, gótico y victoriano con demandas feministas y referencias religiosas reinterpretadas.

Findikoğlu, en los últimos años, se ha erigido como una voz crítica en el sistema de la moda, denunciando la degradación de los jóvenes creadores y poniendo en duda los ritmos de producción tradicionales. Después de retirarse temporalmente de la London Fashion Week en 2023 por razones financieras, su regreso estuvo caracterizado por una madurez discursiva aún más intensa: las vestimentas dejan de ser ornamentales y se transforman en instrumento de resistencia estética.

Su aproximación a las estructuras rígidas conecta de lleno con la idea de restricción: no para reproducirla, sino para exponerla. El corsé, los aros, los arneses, aparecen en sus colecciones mostrando la opresión estética vigente a lo largo de la historia.

Entre sus propuestas recientes destacan las colecciones Autumn/Winter 2023 y Fall 2024, ambas atravesadas por una tensión latente entre vulnerabilidad y violencia visual. En AW23, Findikoğlu rinde homenaje a Mahsa Amini y las protestas iraníes, hilando una narrativa donde el cuerpo femenino es simultáneamente sacrificado y celebrado (Brennan, 2023). En Fall 2024, la diseñadora profundiza en su imaginario de fuego, carne y encierro: estructuras corseteras que constriñen la anatomía se mezclan con tules desgarrados y metales que simulan jaulas sobre la piel (Wong, 2025). En ambas colecciones, el cuerpo herido se convierte en superficie simbólica donde se inscribe el conflicto.

Findikoğlu trabaja con una amplia variedad de materiales que refuerzan esta tensión: corsetería de acero visible, aros rígidos, tules quemados, tejidos de satén brillante herido por costuras expuestas (Wong, 2025; Yotka, 2023). Estas técnicas acentúan los contornos del cuerpo e incluso los deforman, visibilizando la intervención externa. El ornamento es pesado, y el peso no se oculta: se convierte en parte del discurso, recordando que la belleza puede construirse también desde el trauma. La estructura rígida denuncia, arrastrando sobre sí la memoria de cuerpos históricamente manipulados.

Es necesario resaltar su rechazo a idealizar la fragilidad. Los modelos parecen entes suspendidos entre lo sagrado y lo monstruoso. El cuerpo, acompañado por una estética corsetera, se entiende simultáneamente como objeto de veneración y como prisión. En la obra de Findikoğlu, la sexualidad no se reprime ni se maquilla. La piel rasgada, los corsés fracturados y las transparencias violentadas no suavizan el conflicto, sino que lo exponen, tensando el cuerpo entre el dolor, la rebeldía y la afirmación radical.

En su intento de mostrar la violencia estructural, Findikoğlu a veces corre el peligro de magnificar el sufrimiento, transformándolo en un espectáculo. Las alusiones góticas, las obras teatrales y los pormenores barrocos, a pesar de ser impactantes, pueden disminuir la dimensión política bajo un manto de dramatismo visual (Wong, 2025). En ciertos momentos, existe una tensión subyacente entre la denuncia y la atracción estética, donde la brutalidad simbólica puede convertirse en un atractivo visual para el observador, neutralizando de manera parcial el gesto crítico.

La búsqueda de libertad no implica ignorar el peso de la opresión, sino enfrentarlo, mostrarlo y, a través de ese acto, abrir la posibilidad de un equilibrio nuevo entre lo visible y lo intangible.



### 3.2.1 LA VESTIMENTA COMO HERRAMIENTA DE CONTROL Y OPRESIÓN.

### CASOS CLAVE



*-Michaela Stark: resignificación de la opresión como celebración del cuerpo natural.*

Michaela Stark, diseñadora, fotógrafa, couturier y modelo, emergió en el panorama contemporáneo como una figura que desafía los modelos corporales nor-mativos a través de una estética frontal y provocadora (Pejcha, 2023). De origen australiano, su notoriedad creció a partir de 2020 gracias a su estancia en la Sarabande Foundation de Alexander McQueen y a colaboraciones con artistas como Beyoncé. En este momento de su trayectoria, Stark estaba consolidando su lenguaje visual basado en la exaltación de los pliegues, las curvas y las imperfecciones, rechazando los ideales normativos de belleza que la industria impone (Pejcha, 2023; White, 2024).

Su trabajo conecta profundamente con la noción de restricción y cuerpo moldeado: no para ocultarlo o corregirlo, sino para intensificarlo y exhibirlo. A través de la "estética body-morphing", convierte la presión social sobre el cuerpo femenino en una afirmación provocadora de identidad, deformando la silueta no como castigo, sino como un gesto de reapropiación y resistencia (Baker, 2020).

En lugar de una colección única cerrada, Michaela Stark trabaja de manera continua en piezas de encargo ("made-to-order"), presentadas entre 2020 y 2023, que consolidan su visión artística (Pejcha, 2023). A través de trabajos como los fotografiados por Carlijn Jacobs y estilizados por Ai Kamoshita (Baker, 2020), Stark tematiza la tensión entre la vulnerabilidad y el empoderamiento corporal. Su obra explora temas como la fragilidad transformada en fuerza, la crítica a la idealización corporal, la revisitación del corsé como símbolo de resistencia, y la celebración de la hiperfeminidad como estrategia de subversión (Vasconcelos, 2024). La intervención en el cuerpo amplifica el exceso, la distorsión y la exageración como formas de belleza.

Stark emplea materiales delicados como organza, tafetán, lazos, cintas teñidas a mano y chifones (Pejcha, 2023). Estos tejidos, tradicionalmente asociados a la fragilidad femenina, son reconfigurados en estructuras de soporte que distorsionan el cuerpo, transformando su simbología original. El corsé deja de ser instrumento de disciplina y es ahora una prótesis de exhibición: acentuando los pliegues, tensionando la piel, fragmentando la silueta (White, 2024). Las técnicas de corte y modelado manual, ajustadas individualmente a cada cuerpo, transforman la ropa interior buscando enfatizar la diferencia.



### 3.2.2 LA EXPERIMENTACIÓN CON LA FLUIDEZ Y LA TRANSPARENCIA.

Si las estructuras rígidas han servido históricamente para contener, definir y codificar el cuerpo, los tejidos fluidos y las transparencias han operado en la dirección contraria: permitir el movimiento, sugerir en lugar de delimitar, abrir el cuerpo a nuevas posibilidades de expresión. Esta otra línea de construcción del vestir, menos impuesta y más orgánica, revela una búsqueda estética que no pretende moldear el cuerpo, lo acompaña y desdibuja, incluso llegando a liberarlo de sus límites visibles.



### -DRAPÉ Y TEJIDOS ETÉREOS EN LA GRECIA CLÁSICA.

Los tejidos utilizados para la confección de vestuario en la Grecia Clásica eran escogidos no solo en base a criterios de funcionalidad, sino también de carácter simbólico y estético. Los más frecuentes eran el lino y la lana, aunque con notables diferencias. La lana era más abrigada y pesada, por lo que predominaba en la indumentaria de invierno y en ambientes campestres. En cambio, el lino se impuso por su ligereza, frescura y adaptación al clima mediterráneo. Su capacidad decorativa, que posibilitaba el drapeado de las telas, lo erigieron como el material más utilizado en la confección de ropa urbana, especialmente, en ámbitos aristocráticos y religiosos, donde se privilegiaba una apariencia solemne, y elegante. (López Melero, 2021).

Además del lino local, existía una notable influencia de tejidos importados, provenientes de Egipto o Fenicia, como la muselina o el algodón teñido. Estas telas, más caras y de texturas delicadas, no solo enriquecieron la estética del vestir griego, sino que también presentaron estilos de sofisticación vinculados al lujo y al estatus. (Department of Greek and Roman Art, 2003). La elección del tejido se volvía, así, una afirmación cultural y política, donde entendían fluidez como declaración visual de pertenencia y refinamiento.

El drapé griego no se trataba de una técnica de costura en el sentido contemporáneo, sino de un arte fundamentado en el gesto, el pliegue y la gravedad. Prendas como el chitón o el peplo eran confeccionadas a partir de rectángulos de tela sin cortar que se ajustaban al cuerpo con broches, nudos o cinturones, generando pliegues verticales que caían con naturalidad sobre la silueta (Department of Greek and Roman Art, 2003). Esta estructura abierta proporcionaba un elevado nivel de adaptabilidad al cuerpo, sin establecer una forma estricta.

Las representaciones artísticas en cerámicas y esculturas griegas reflejan esta fluidez con un nivel de detalle y expresividad notable. Los pliegues ondulantes del himatión en las Korai, o la sensual transparencia del peplo en esculturas como la Niké de Samotracia, simbolizan una armonía entre la materia y el movimiento del cuerpo (Sharpe, s.f.). Como destaca Pablo Pena González (2003), este modo de vestir se vinculaba estrechamente con una concepción estética que no concebía al cuerpo como algo que debía ser ocultado o disciplinado, sino como un elemento digno de ser mostrado en su totalidad viva y presente.

La transparencia en la indumentaria griega tenía una carga simbólica precisa: era signo de pureza, cercanía con lo divino y disposición espiritual. En rituales religiosos y representaciones mitológicas, los tejidos livianos que dejaban entrever el cuerpo no se consideraban sagrados. Lo transparente insinuaba el alma. En ese sentido, el vestir fluido estaba profundamente conectado con la idea de que el cuerpo es un canal, entre lo humano y lo trascendente (Sharpe, s.f.).

Este ideal fue retomado siglos después por creadores como Mariano Fortuny, quien reinterpreto el legado griego con un enfoque moderno. Su vestido Delphos, inspirado en el peplo clásico, no era una réplica arqueológica, sino una reinterpretación poética que capturaba la espiritualidad del drapé y la traducía en una forma de libertad estética. El uso de seda plisada, teñida a mano y sin costuras visibles, hacía que cada prenda respondiera al cuerpo de manera única (Luis, 2021). Fortuny no plagió a Grecia: asimiló su filosofía del cuerpo y la forma, y la trasladó hacia una perspectiva contemporánea en la que la belleza se encontraba en el movimiento y la organización del tejido.

Los tejidos fluidos y transparentes no solo se unían al cuerpo, sino que también permiten que la materia se transforme en imagen, y que la imagen, en su delicadeza, invoque lo espiritual.





### -LA LIBERACIÓN DEL CUERPO EN LOS AÑOS 20 Y LA REVOLUCIÓN DEL PRÊT-À-PORTER

La comprensión de la liberación gradual del cuerpo en épocas cruciales, como la década de 1920 o la emergencia del prêt-à-porter, permite evidenciar la tensión histórica entre lo tributario y lo físico. Estas etapas no solo ofrecieron un alivio corpóreo frente a la rigidez de periodos previos, sino que también señalaron una transformación en la codificación del cuerpo por parte de la moda: de un objeto inmóvil a una superficie en constante cambio, receptiva al movimiento, la ambigüedad y la manifestación individual.

La inclusión de estos ejemplos históricos en el contexto teórico de 'Aether' posibilita ubicar la propuesta como sucesora de tales desplazamientos, pero también como una reacción esencial. Frente a la persistencia de estructuras que continúan moldeando el cuerpo externamente, se plantea una nueva lectura: aquella en la cual el cuerpo físico y el plano espiritual no se anulan recíprocamente, sino que se confrontan a través de este contraste.

La década de 1920 marcó una ruptura radical con las formas de vestir impuestas durante el siglo XIX. La silueta femenina dejó de estructurarse mediante corsés para adoptar una línea recta, suelta, de apariencia andrógina. Esta transformación no solo fue estética, sino también profundamente política: la moda empezó a mostrar las tensiones de una sociedad en cambio, caracterizada por el sufragismo, la entrada de las mujeres al trabajo remunerado y el entusiasmo del jazz y la vida nocturna en la ciudad (Redacción Edición Sunset, s.f.).

La negación del corsé y la admiración de una silueta sin cintura perceptible reflejaban una necesidad de emancipación del cuerpo femenino. Las flappers, jóvenes urbanas y atractivas, fortalecieron este nuevo imaginario, usando faldas cortas, cortes de estilo garçon, maquillaje teatral y complementos brillantes como plumas o lentejuelas. Su imagen cuestionaba los estándares convencionales de belleza y sugería una feminidad fundamentada en la independencia, el disfrute y la autoafirmación pública (Jáuregui Díez, s.f.).

En este marco, personalidades como Coco Chanel tuvieron un rol esencial y simbólico. Su creación del "little black dress" en 1926, de corte recto y extendido hasta la rodilla, superó la mera vestimenta: simbolizó una manifestación de intenciones, un nuevo estilo de elegancia sin excesos, distanciado de las normas de clase y del encaje social (Castillo Álvarez et al., 2021). Chanel no solo revolucionó el estilo de vestir, sino que también modificó la forma en que el cuerpo podía ser habitado: sin limitaciones, con naturalidad y autoridad.

No obstante, esta liberación no fue uniforme ni global.

Aunque la silueta andrógina expandía la percepción de lo femenino, también reflejaba una estética elitista: la moda flapper se encontraba más al alcance de mujeres jóvenes, urbanas y delgadas, dejando a otros cuerpos en segundo plano. En esta línea, la libertad corporal que proporcionaba no estaba libre de nuevas demandas regulatorias.

La pregunta, entonces, no es solo por qué el cuerpo andrógino fue visto como liberador, sino también: ¿para quién? ¿A qué cuerpos les fue permitido liberarse, y a costa de qué otras identidades?

Después de la ruptura simbólica del corsé en los años 1920 y la aparición de un cuerpo femenino más libre y andrógino, la moda vivió una transformación paralela desde la perspectiva de la producción y el acceso. El acto de expresión corporal ya no estaba limitado a una silueta o una estética, sino a cómo esas nuevas tendencias de vestimenta se hacían accesibles para un público más extenso. Por lo tanto, la aparición del prêt-à-porter representó una segunda revolución.

La relación entre cuerpo, moda e industria fue modificada. Frente a la exclusividad de la alta costura, el prêt-à-porter apostó por prendas producidas en serie, pensadas para un consumo más amplio, rápido y funcional (Autor desconocido, 2022). Esta transformación conllevó una democratización aparente: la moda dejó de ser un privilegio reservado a las élites y se abrió al conjunto de la sociedad, especialmente a las clases medias urbanas.

La estandarización del tallaje, sin embargo, introdujo una nueva forma de moldear el cuerpo. Si antes el corsé forzaba una silueta, ahora era el sistema de tallas el que condicionaba qué cuerpos "encajaban" en la moda. Esta homogeneización industrializada no eliminó las estructuras de control corporal, sino que las hizo más sutiles y aparentemente neutras. El cuerpo seguía siendo modelado, no ya por una prenda visible de sujeción, sino por el patrón de producción globalizado (Jáuregui Díez, s.f.).

La funcionalidad y la comodidad, valores esenciales del prêt-à-porter, también pueden leerse en clave política. La moda empezó a responder a las exigencias de la vida moderna: trabajo, movilidad, independencia. En este sentido, la comodidad dejó de ser un lujo y se convirtió en una forma de poder cotidiano (Calderón, 2020).

Pero esta nueva comodidad no fue necesariamente emancipadora. Como advierte Calderón (2020), la neutralidad estética del cuerpo en el siglo XX también contribuyó a la desactivación de la diferencia: la desaparición de las curvas, la estandarización de la silueta y el culto a la delgadez se convirtieron en nuevas formas de disciplina.

### -DISEÑADORES CONTEMPORÁNEOS

#### -Vanessa Delgado-Binya y la espiritualidad:

Vanessa Delgado, una diseñadora andaluza con base en Sevilla, estableció la firma Binya en 2020 después de una etapa inicial en el sector de la moda de baño con su marca anterior "Oh Shit". En esta nueva fase, se planteó incorporar el arte, la espiritualidad y la intuición en su método de diseño. Su colección The Inner Self – The Beyond, que se presentó en 2023 en el contexto del certamen Mercedes-Benz Fashion Talent, establece un hito estético y discursivo en su trayectoria, con un fuerte enfoque en lo simbólico, lo sensorial y lo emocional (SMC, 2023).

Esta propuesta se presenta como un viaje visual a través del misticismo femenino y las técnicas ocultistas, tomando como referentes a artistas como Hilma af Klint, Paloma Colman Smith, Leonora Carrington y Remedios Varo. Estas influencias se exponen en la pasarela como patrones dirigidos por la intuición y tejidos que parecen flotar sobre el cuerpo. (43 Martínez, 2023). De esta manera, la diseñadora propone un vínculo directo entre el cuerpo y el alma, considerando la ropa como un canal que transforma lo intangible en una dimensión sensorial.

En The Inner Self - The Beyond, los tejidos desempeñan un papel poético: las transparencias, sedas vaporosas, velos y superposiciones se transforman en emblemas visuales de una feminidad sin disciplina. La ropa actúa como un ambiente, elevando el cuerpo y liberándolo de limitaciones. (Gallego, 2023).

Esta propuesta no solo destaca por su imaginación estética, sino también por su propósito de sugerir un modo de vestir vinculado con lo espiritual, lo ritual y la percepción emocional. Por ejemplo, la utilización del color no obedece a tendencias ornamentales, sino a un esfuerzo por evocar frecuencias energéticas. Delgado toma directamente referencia del cuadro Tree Of Knowledge No5 de Hilma af Klint para establecer la paleta de colores, otorgándole significado a cada vi-bración visual (Gallego, 2023).

No obstante, este compromiso con lo etéreo puede tener el peligro de transformarse en algo demasiado simbólico o inaccesible para aquellos que no comparten esa sensibilidad espiritual. La propia abstracción de las prendas (su ligereza, su ausencia de organización formal) podría interpretarse como una exaltación de lo místico que se distancia de una corporalidad diaria o palpable. Esta tensión entre lo poético y lo práctico, sin embargo, está en consonancia con el propósito de la colección: residir en un cuerpo espiritual, no material.



### 3.2.2 LA EXPERIMENTACIÓN CON LA FLUIDEZ Y LA TRANSPARENCIA.

### DISEÑADORES CONTEMPORÁNEOS



### 3.2.2 LA EXPERIMENTACIÓN CON LA FLUIDEZ Y LA TRANSPARENCIA.

#### -Iris Van Herpen-Hybrid show:

Iris van Herpen, reconocida diseñadora neerlandesa, ha consolidado su carrera como una de las figuras más innovadoras en la moda contemporánea. Desde la fundación de su maison en 2007, ha explorado la intersección entre la alta costura, la tecnología y las artes visuales.

Su formación en danza clásica y su profundo interés por la escultura y la pintura han influido significativamente en su enfoque creativo, permitiéndole concebir el cuerpo humano como un lienzo tridimensional en constante transformación. En el momento de presentar su colección "Hybrid Show" en junio de 2024, van Herpen se encontraba en una etapa de madurez artística, marcada por la preparación de una retrospectiva en el Musée des Arts Décoratifs de París que abarcaba 16 años de su trayectoria. Esta colección representó una evolución natural en su obra, integrando por primera vez esculturas aéreas junto a sus creaciones de alta costura, desdibujando aún más las fronteras entre moda y arte (Sporn, 2024).

"Hybrid Show" tuvo lugar en junio de 2024 durante la Semana de la Alta Costura de París, resaltando por su enfoque interdisciplinario y su reflexión acerca de la conexión entre el cuerpo humano y su entorno. La colección abordó temas como la transformación, la percepción del tiempo y la conexión entre lo humano y lo no humano. Van Herpen se inspiró en el concepto de "umwelt", propuesto por el biólogo Jakob von Uexküll, que se refiere a la experiencia sensorial única de cada organismo. Esta idea se tradujo en diseños que invitaban al espectador a reconsiderar su relación con otras formas de vida y a expandir su comprensión del yo (Edstein, 2024).

En cuanto a materiales y técnicas, van Herpen empleó una

combinación de tecnologías avanzadas y artesanía tradicional. Utilizó tul, un material asociado con los trajes de ballet clásico, como base para muchas de sus creaciones, explorando su potencial para crear estructuras etéreas y en movimiento. Además, implementó métodos como la impresión en 3D, el plegado de seda y la utilización de pistolas de calor para la creación de tejidos, consiguiendo efectos visuales que sugerían la ligereza y la fluidez.

Un aspecto particularmente llamativo de la colección fue la presentación simultánea de las esculturas y las prendas de alta costura como obras de arte, en lugar de un desfile tradicional. Esta decisión permitió al público interactuar con las piezas a su propio ritmo, fomentando una apreciación más profunda de la artesanía y el simbolismo presentes en cada creación (Sporn, 2024).

Puede que la presentación no convencional resultara menos accesible para ciertos públicos, acostumbrados a formatos más tradicionales de exhibición de moda. "Hybrid Show" representa una contribución significativa al discurso sobre el cuerpo, la estructura y la opresión en la moda contemporánea. Al fusionar tecnología, arte y espiritualidad, la colección ofrece una visión del cuerpo humano como entidad fluida e interconectada con su entorno, desafiando las nociones tradicionales de identidad y forma. Muestra como la moda puede servir como medio para explorar y expresar complejas relaciones entre el cuerpo, el alma y el mundo natural.





El capítulo analiza la producción editorial y la fotografía de moda como configuradores de discurso visual y cultural. Se examina la evolución de la revista de moda desde su función inicial hasta su consolidación como espacio conceptual, abordando el papel de la fotografía como lenguaje narrativo autónomo. Asimismo, se profundiza en el diseño gráfico y la conceptualización editorial como elementos clave en la construcción de la identidad visual de las publicaciones. Finalmente, se presentan editoriales de moda contemporáneas que sirven como referentes.

### 3.3 LA PRODUCCIÓN EDITORIAL Y LA FOTOGRAFÍA DE MODA COMO DISCURSO VISUAL.

#### 3.3.1 LA REVISTA DE MODA COMO ESPACIO CONCEPTUAL

La revista de moda, más allá de su función informativa o comercial, se ha consolidado como un dispositivo cultural complejo en el que convergen lo visual, lo narrativo y lo simbólico, configurando un espacio de producción discursiva y representación estética. Su capacidad para articular imagen y texto dentro de una estructura editorial permite construir universos estéticos que proyectan visiones del mundo y reflejan los valores de cada época.

En este sentido, la revista no solo documenta, sino que propone. Como señala Guerrero González-Valerio (s.f.), a propósito del trabajo de Deborah Turbeville, la fotografía de moda trasciende la mera representación de indumentaria para constituirse como una ficción visual cargada de intencionalidad estética, construcción simbólica y proyección narrativa. La puesta en escena es entendida como construcción de una realidad paralela dentro de la imagen y permite convertir cada página en un escenario. En el trabajo de fotógrafos como Turbeville, la puesta en escena opera como un recurso expresivo que desplaza la imagen de moda hacia territorios de ambigüedad estética.

Por su parte, la revista también ha funcionado históricamente como una plataforma de experimentación cultural. Según Ruiz Cubero (2024), las publicaciones editoriales se han constituido como espacios de reflexión donde se exploran discursos sobre cuerpo, género, clase o identidad. En ese marco, la moda deja de ser únicamente una cuestión de estilo para convertirse en una práctica simbólica, y la revista, en su formato, en una herramienta de exploración visual y social.

La forma en la que se organiza y presenta el contenido dentro de estas publicaciones contribuye activamente a esa construcción de sentido. Sin entrar aún en detalle sobre tipografías o maquetación (aspectos que se desarrollarán más adelante), podemos señalar que el diseño general de la revista modula la experiencia del lector y configura la narrativa visual desde la cual se transmite el discurso de la moda (Guerrero Reyes, 2016).

En la actualidad, el concepto de revista se ha extendido más allá del papel. Como explica Lerma Cervera (2021), el auge de las plataformas digitales ha transformado estos espacios editoriales en experiencias visuales transmedia, adaptadas a los hábitos de lectura contemporáneos. Publicaciones que antes ocupaban kioscos ahora circulan en formato vertical por Instagram, redefiniendo las lógicas del diseño editorial y expandiendo el potencial conceptual del medio.

La naturaleza híbrida de la revista de moda (ubicada entre el arte, la información y el espectáculo) la posiciona como una herramienta fundamental para el análisis de la moda no solo como fenómeno estético, sino también como lenguaje cultural y visual.



### 3.3.2 EVOLUCIÓN DE LA FOTOGRAFÍA DE MODA COMO NARRATIVA VISUAL.

Desde sus orígenes, la fotografía de moda ha transitado un proceso de transformación que la ha llevado de ser un instrumento al servicio de la promoción comercial a consolidarse como un medio de expresión artística autónomo. Esta evolución ha estado marcada por la exploración formal, simbólica y técnica, en constante diálogo con los movimientos estéticos de cada periodo, y por su capacidad para proyectar representaciones complejas del cuerpo, la identidad y el deseo.

En sus primeras etapas, influida por el pictorialismo, la fotografía de moda buscaba legitimarse como forma artística mediante la imitación de los lenguajes de la pintura impresionista. Autores como Adolf de Meyer introdujeron desenfoques, texturas suaves y atmósferas etéreas que conferían una dimensión lírica a las imágenes (PROPIA, 2017). Posteriormente, el modernismo supuso una ruptura: fotógrafos como Martin Munkácsi abandonaron el estudio para capturar el movimiento y la vitalidad en exteriores, introduciendo espontaneidad y realismo en la representación de la mujer moderna (PROPIA, 2017).

A partir de los años 30, la figura de Alekséi Brodóvich, desde la dirección de arte de Harper's Bazaar, marcó un punto de inflexión al integrar la fotografía como eje central de la narrativa editorial. Las imágenes comenzaron a ocupar páginas completas, transformándose en protagonistas visuales con capacidad para construir relatos autónomos (PROPIA, 2017). Este giro consolidó a la fotografía de moda como una disciplina que ya no se limitaba a ilustrar el texto, sino que articulaba por sí misma un discurso visual.

En décadas posteriores, figuras como Richard Avedon o Helmut Newton exploraron nuevas dimensiones del lenguaje fotográfico. En el caso de Deborah Turbeville, la moda fue entendida como atmósfera, como evocación emocional. Sus composiciones poéticas y perturbadoras situaban al espectador en un espacio entre el sueño y la memoria, desplazando el foco de lo puramente comercial. (Guerrero González-Valerio, s.f.).

La fotografía de moda ha incorporado influencias del cine, la pintura y la literatura, estableciendo relaciones con estructuras narrativas y simbólicas. Esta combinación ha permitido consolidar un lenguaje visual propio, en el que la imagen cumple funciones comunicativas más allá de lo estético.

Aunque gran parte de esta fotografía ha circulado tradicionalmente a través de revistas, su autonomía como medio artístico no depende exclusivamente del soporte. Sin embargo, es innegable que su evolución también ha estado condicionada por las transformaciones en el diseño editorial, que han modulado cómo se presentan, contextualizan y perciben estas imágenes. Esta relación entre fotografía y diseño será clave para entender cómo se construye el discurso visual de una revista, aspecto que se abordará en el siguiente apartado.

### 3.3.3 DISEÑO GRÁFICO Y CONCEPTUALIZACIÓN EDITORIAL EN LA MODA.

En el ámbito editorial de moda, la conceptualización y el diseño gráfico permiten establecer una identidad visual estructurada y coherente. Estos procesos determinan la forma en que se organiza y comunica el contenido visual y textual, influyendo directamente en la percepción del lector. La conceptualización editorial define el enfoque temático, los valores simbólicos y el estilo comunicativo de la publicación, sirviendo como marco para el desarrollo de los materiales gráficos. La dirección de arte se encarga de traducir estos principios en decisiones visuales específicas: selección de imágenes, paleta cromática, jerarquía tipográfica y estructura compositiva. De este modo, se consolida una narrativa visual alineada con el posicionamiento estético y discursivo de la revista.

El diseño editorial, entendido como disciplina, se encarga de orquestar texto, imagen y diagramación en una estructura armónica. Su objetivo no es meramente estético, sino comunicativo: dotar de expresión y carácter al contenido, captar la atención del lector y guiar la experiencia de lectura (Guerrero Reyes, 2016). La articulación entre funcionalidad comunicativa y resolución estética define el valor expresivo de la publicación como objeto editorial.

En la moda, la dirección de arte ha adquirido un protagonismo esencial. Cada decisión gráfica (la tipografía elegida, la organización de los elementos, el tamaño de las imágenes, la disposición del texto) contribuye a construir una narrativa visual sólida, con una identidad propia (Ruiz Cubero, 2024). La dirección de arte también se vincula directamente con la marca editorial: establece un código estético que hace reconocible la publicación e incide directamente en su posicionamiento dentro del imaginario cultural.

La tipografía constituye un componente decisivo en la construcción del discurso visual, ya que no solo organiza la información, sino que transmite intencionalidad estética, referencias culturales y posicionamiento editorial.

Las tipografías elegidas deben ser coherentes con el mensaje, cuidando la legibilidad pero también la expresividad (Guerrero Reyes, 2016). La utilización de tipografías elegantes como Didot o Domaine Sans Fine en los títulos, por ejemplo, evoca inmediatamente la tradición de revistas como Vogue, mientras que otras fuentes más versátiles como Seravek aportan claridad a los cuerpos de texto. La combinación entre estilos tipográficos aporta dinamismo y jerarquía a la maquetación.

La maquetación, por su parte, es el proceso de distribuir todos los elementos dentro del espacio de la página. Una buena maquetación organiza visualmente el contenido y guía al lector, manteniendo un equilibrio entre lo gráfico y lo informativo. El uso de retículas, márgenes, columnas y módulos permite generar estructuras ordenadas que dan cohesión a todo el conjunto (Lerma Cervera, 2021). En las revistas de moda, donde la imagen muchas veces predomina sobre el texto, la maquetación debe ceder protagonismo visual a la fotografía sin perder funcionalidad. Las dobles páginas con imágenes a sangre, los juegos entre blanco y contenido, los títulos cruzando márgenes o los recursos de superposición visual refuerzan el carácter expresivo de la revista como objeto gráfico.

Todo este proceso se refleja también en la edición impresa: el tipo de papel, la calidad de la impresión, los acabados e incluso el olor forman parte de la experiencia sensorial que ofrece una revista de moda. Aunque el entorno digital ha diversificado los formatos y exigido nuevas adaptaciones del diseño editorial, el soporte físico sigue teniendo un valor simbólico y artístico innegable. Muchas portadas de revistas han pasado a la historia del arte contemporáneo, con artistas como Salvador Dalí o Peter Lindbergh firmando algunas de las más icónicas (Ruiz Cubero, 2024). La portada se convierte así en un espacio de síntesis entre diseño gráfico, arte y mensaje editorial. En el contexto actual, donde conviven formatos físicos y digitales, estos elementos deben seguir evolucionando, adaptándose a nuevas narrativas y plataformas sin perder su capacidad expresiva y simbólica.



### 3.3.4 EDITORIALES DE MODA Y EXPERIMENTACIÓN CONCEPTUAL

Las revistas de moda constituyen uno de los dispositivos más influyentes en la configuración visual, simbólica y cultural de la moda desde sus inicios. Su origen se remonta al siglo XVII con la publicación de *Lady's Mercury* (Inglaterra, 1693), aunque no fue hasta el siglo XIX cuando estas publicaciones comenzaron a consolidarse como medios especializados capaces de influir en los gustos, valores y comportamientos del público. Durante esta etapa, surgieron títulos como *Journal des Femmes* (Francia, 1759) y *Giornale della donna galante ed erudita* (Italia, 1780), cuyo contenido combinaba información sobre indumentaria con temas relacionados con los quehaceres femeninos.

Sin embargo, su verdadera expansión tuvo lugar a finales del siglo XIX con la aparición de cabeceras emblemáticas como *Harper's Bazaar* (fundada en Estados Unidos en 1867) y *Vogue* (1892), que marcaron el inicio de una prensa femenina centrada en el estilo, la elegancia y la representación visual del cuerpo, y que siguen vigentes hasta hoy con múltiples ediciones internacionales (Scalisse, 2019).

Este desarrollo histórico sentó las bases para que, a lo largo del siglo XX, algunas cabeceras asumieran un papel cada vez más autoral, utilizando la fotografía, el diseño editorial y la dirección de arte como herramientas para construir discursos visuales complejos. En este contexto, determinadas editoriales adquirieron una dimensión conceptual que trascendía la mera difusión de tendencias, convirtiéndose en espacios de experimentación estética, narrativa y simbólica.

Dos publicaciones clave en esta evolución fueron *Harper's Bazaar* y *Vogue Italia*, cuyos enfoques editoriales establecieron referentes fundamentales en el uso de la imagen de moda como vehículo discursivo y artístico.

**Harper's Bazaar** (EE.UU., 1930–1950) se destacó como pionera en la construcción de una narrativa visual moderna, gracias a la colaboración entre el director de arte Alekséi Brodóvich y el fotógrafo Richard Avedon. Brodóvich abandonó la rigidez de la maquetación convencional para dar prioridad a la imagen a página completa, estableciendo una relación fluida entre texto y fotografía que transformaba cada doble página en una narración visual independiente (Turienzo Cañón, 2023). Esta perspectiva revolucionaria tuvo un impacto decisivo en la concepción editorial de su época, situando a *Harper's Bazaar* como modelo de experimentación estética dentro del periodismo visual de moda.

Por su parte, **Vogue Italia**, bajo la dirección de Franca Sozzani (1988–2016), llevó aún más lejos la dimensión crítica y simbólica de la producción editorial. Sozzani utilizó la revista como una plataforma desde la cual introducir temas sociales, políticos y culturales en el imaginario de la moda. Ediciones como *The Black Issue* (2008), centrada exclusivamente en modelos negras; *Makeover Madness* (2005), sobre la obsesión con la cirugía estética; o *Water & Oil* (2010), inspirada en catástrofes ecológicas, son ejemplos de cómo la moda puede funcionar como herramienta de denuncia y reflexión crítica (Scalisse, 2019). La colaboración con Steven Meisel consolidó un lenguaje visual en el que la belleza convivía con lo inquietante, y lo sublime con lo grotesco.

En el panorama actual, marcado por la sobreproducción de imágenes y la fragmentación del consumo cultural, han emergido editoriales que reinterpretan el rol de la revista como medio de expresión discursiva.

**032c**, originario de Berlín, establece una conexión entre la moda, el arte moderno y el pensamiento crítico. Esta publicación, creada por Joerg Koch, se distingue por su diseño brutalista y post-industrial, así como por sus números temáticos que actúan como exámenes visuales. Desde su origen en Berlín, 032c sugiere una revisión de la cultura visual contemporánea desde un enfoque culturalista y alejado del glamour tradicional, plantea cuestionamientos acerca de la autenticidad y el valor en el capitalismo visual.

**System Magazine** propone una perspectiva híbrida que combina el análisis crítico con la producción visual, posicionándose como una publicación de referencia dentro del discurso de la moda contemporánea. Fundada en 2013 por Elizabeth von Guttman, Jonathan Wingfield y Thomas Lenthal, la revista ha consolidado su identidad mediante entrevistas en profundidad a figuras influyentes del sistema moda y portfolios realizados por algunos de los fotógrafos más relevantes del sector. Su propuesta editorial, de carácter bi-anual, se configura como una plataforma para explorar los diálogos que articulan el paisaje cambiante de la industria global, desde una perspectiva autorreflexiva e informada.

La publicación integra largas conversaciones, ensayos y editoriales visuales de alta carga simbólica, facilitando un enfoque interdisciplinar que dialoga con la filosofía, el arte, el diseño o la crítica cultural. En este contexto, la imagen no se presenta como simple complemento estético, sino como parte activa de un dispositivo discursivo que teoriza, archiva y comenta las dinámicas internas del sistema moda.

Como medio, *System* ha sabido adaptarse a los nuevos desafíos del entorno digital, sin renunciar a su edición impresa como espacio de experimentación visual y pensamiento editorial (Turienzo Cañón, 2023; Kansara, 2024).

**Buffalo Zine**, fundada en 2011 por Adrián González y David Uzquiza, se ha consolidado como una revista experimental que desafía las convenciones editoriales desde una estética fanziner, irónica y cambiante. Cada número adopta una identidad completamente distinta, lo que le permite operar como un espacio de simulacro visual donde se cuestionan los códigos tradicionales de la moda, el arte y la comunicación gráfica. Su enfoque alternativo y su estructura no lineal proponen una lectura fragmentaria y afectiva de la imagen de moda, alejada de los discursos dominantes.

Con una producción deliberadamente sencilla, cercana al imaginario doméstico y popular, la revista convierte lo cotidiano, lo amateur y lo marginal en ejes de su narrativa visual.

Por último, **Dazed**, fundada por Jefferson Hack y Rankin, 1991 en el Reino Unido, ha mantenido una línea comprometida con la exploración de nuevas subjetividades. Su estética queer y sus editoriales, marcadas por la diversidad corporal, el cruce de disciplinas y el uso de efectos visuales como el glitch, proponen una imagen de la moda como espacio de experimentación identitaria y disidencia estética. *Dazed* ha sido una plataforma para artistas emergentes, discursos minoritarios y nuevas formas de narrar el cuerpo desde la diferencia.

Este análisis no solo ilustra cómo la producción editorial puede operar como práctica crítica dentro del sistema moda, sino que también ofrece un marco de referencia para futuras comparaciones visuales en la parte práctica de este trabajo. Al abordar estas editoriales desde una perspectiva teórica, se establece un puente entre el discurso académico y la praxis visual contemporánea, subrayando la relevancia del formato revista como espacio de articulación simbólica, estética e ideológica.

Este proyecto parte de una exploración de la dualidad cuerpo-mente y su proyección en el diseño de moda contemporáneo. A través de un enfoque teórico y práctico, se ha buscado desentrañar cómo esta tensión filosófica puede encontrar una traducción visual, material y simbólica en una colección cápsula, en la que se busca comunicar una visión sobre el ser humano como entidad fragmentada, pero a su vez completa.

La propuesta de colección se centra en la representación de estos conceptos/planos por medio de la elección de técnicas, volúmenes y texturas que responden directamente a los conceptos de restricción y libertad, trabajando con contrastes formales.

Del mismo modo, las referencias teóricas (desde Platón hasta Judith Butler, pasando por el Barroco, el surrealismo o la filosofía oriental del Yin-Yang) no han sido entendidas como meros soportes conceptuales, sino como matrices de pensamiento que han guiado cada decisión estética y estructural del proceso.

En el plano comunicativo, se ha desarrollado una estrategia visual coherente con el discurso de fondo. El fashion film y la editorial no son piezas autónomas, sino extensiones del mensaje de la colección. A través del lenguaje audiovisual, la iluminación, el movimiento del cuerpo y la puesta en escena, se ha buscado reforzar los conceptos de transición, fractura e integración.

Finalmente, este proyecto ha operado como un laboratorio de experimentación conceptual y técnica, en el que la moda se ha abordado como herramienta de pensamiento. Desde la reflexión filosófica hasta las decisiones formales de diseño, 'Aether' constituye un ejercicio de coherencia entre discurso y materialidad. La complejidad de traducir el concepto a una estética concreta se apoya en el cuerpo teórico desarrollado, que otorga al proyecto solidez, sentido y fundamento visual.

4.STATEMENT PERSONAL

"Curiosa, algo caótica, con ganas de abarcar más de lo que puedo y con la necesidad constante de crear para entenderme. Trato de mezclar cosas que me inquietan, que me obsesionan, que no sé cómo explicar pero que necesito sacar de alguna forma.

Siempre me ha gustado observar, sentarme en un banco e imaginar cómo son las personas que pasan por delante, qué piensan, en que trabajo me encajan y que les preocupa. Me interesa la contradicción entre lo que mostramos y lo que somos, por eso quizás creo estas historietas. Creo que por eso me atrae tanto la moda, porque el cuerpo es un escaparate, pero también un refugio.

De pequeña solía jugar con unos pequeños maniqués de plástico que pasaba vistiendo con trocitos de tela horas y horas. Quizás esta colección es solo una forma más consciente de seguir jugando. No busco perfección, solo dejar algo mío en lo que hago. Algo sincero, aunque no esté del todo ordenado.

Aether es un intento de entenderme. Habla de la dualidad cuerpo-mente, de cómo lo material y lo intangible conviven dentro de nosotras. Trabajo con tejidos rígidos, metálicos, corsetería, pero también con transparencias, con cosas que flotan, que no pesan. Esna forma de representar esa lucha interna, ese equilibrio raro entre lo que se ve y lo que no.

A veces pienso que mi estilo es un poco caótico, pero también es justo eso lo que lo define. Me inspira todo lo que me rodea: una canción, una exposición, una frase que leo en cualquier lugar. Apunto ideas en el móvil, en cualquier parte. Me gusta experimentar, mezclar técnicas, hacer que las cosas tengan sentido, aunque no estén del todo claras.

No sé si esto será una colección, una marca o simplemente un proyecto que me ayuda a colocar cosas. Pero sí sé que Aether soy yo intentando descubrir cómo quiero crear, qué quiero decir y desde dónde."



5.CONCEPTO GENERAL COLECCIÓN



### 5.1 TÍTULO Y NARRATIVA CONCEPTUAL

El proyecto recibe el nombre de Aether (latín), en referencia al éter: el quinto elemento según la mitología griega. A diferencia de los otros cuatro (agua, aire, tierra y fuego) el éter o en griego antiguo; Αἰθήρ, -ἔρος; era intangible. Era aquello que habitaba entre los dioses, una sustancia invisible, pura, que conectaba lo espiritual con lo físico.

En esta colección, el término Aether se transforma en metáfora visual de aquello que no se ve, pero se percibe: lo emocional, lo simbólico, lo mental.

Aether nace de la necesidad de hablar de la dualidad entre el cuerpo y la mente, entre lo que se proyecta hacia fuera y lo que se sostiene por dentro. Las prendas funcionan como envoltorio, pero también como rastro de algo interno: un estado, un pensamiento, una lucha.

Aether no es solo una colección visual; es una reflexión sobre lo que significa habitar un cuerpo sin dejar de ser mente. Y viceversa. Una forma de trasladar lo intangible a lo concreto. Una invitación a entendernos no desde lo que mostramos, sino desde lo que nos atraviesa.

### 5.2 TIPO DE COLECCIÓN Y FORMATO

Este apartado presenta las características fundamentales de la colección desarrollada, tanto en términos de enfoque creativo como de estructura formal. El objetivo es establecer un sistema visual coherente que articule narrativa, estética y discurso, integrando los distintos aprendizajes del grado en una propuesta unitaria.

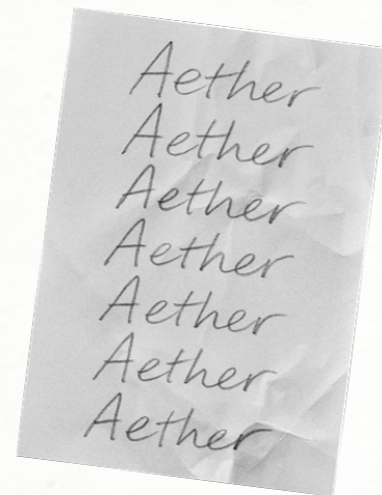
Aether es una colección cápsula de moda conceptual, compuesta por cinco looks completos con un total de once prendas. Se trata de una colección limitada, sin vocación de producción masiva: su desarrollo se ha centrado exclusivamente en el prototipado de las prendas, con el objetivo de construir una propuesta visual y discursiva, más que comercial.

El proyecto no sigue una temporada concreta, sino que se sitúa en un espacio atemporal, articulado desde una narrativa personal. Las prendas funcionan como vehículos simbólicos que expresan ideas sobre la identidad, la espiritualidad y el cuerpo como medio, siendo tratado desde una visión y concepción dualista de separación y unión.

El formato de presentación se aleja de lo comercial para adoptar un enfoque editorial y experimental. Alrededor de Aether se construye un universo visual que incluye identidad gráfica, branding, diseño editorial y packaging, con el fin de unificar todos los elementos del proyecto y potenciar su dimensión creativa.

Aether no nace como una marca, sino como una colección personal, concebida como un vehículo de exploración creativa dentro del diseño de moda. Su objetivo no es comercializar, sino construir una propuesta formal, coherente y transversal, que funcione como pieza central de mi portfolio y como campo de experimentación para consolidar un lenguaje propio.

Aunque no existe una marca registrada detrás de esta colección, el proyecto se desarrolla como si lo fuera: con sistema visual, tono narrativo, estrategia de comunicación y campaña editorial. Esta estructura me ha permitido integrar todos los conocimientos del grado (diseño gráfico,



Después de haber desarrollado el marco teórico y de sentar las bases conceptuales del proyecto, en esta parte comienza el desarrollo de Aether en primera persona. Aquí se materializan las ideas expuestas anteriormente: la dualidad del cuerpo, tensión entre plano físico y mental, división, identidad y ruptura.

A través de la experimentación formal, el diseño conceptual y el cruce con el diseño gráfico, se construye una propuesta completa y coherente que se desarrolla a continuación.

### 5.3 OCASIÓN DE USO Y TEMPORALIDAD

En este apartado se explora el contexto simbólico y funcional para el que han sido concebidas las prendas de la colección.

Supongo que, en algún momento, entendí que vestir también es una forma de situarse. De ocupar espacio.

Aether se presenta como una colección cápsula concebida para la temporada primavera-verano 2025 (SS25) no tanto por su relación con el clima como por el tipo de disposición emocional que genera esa estación. Responde a una intención deliberada de explorar las posibilidades estéticas y funcionales que ofrece este periodo del año, caracterizado por temperaturas más cálidas y una mayor exposición del cuerpo.

Las prendas no buscan cubrir ni aligerar, revelan aquello que no siempre dejamos ver, no desde la comodidad sino desde los espacios que dejan de manera deliberada o no las estructuras rígidas que nos sujetan y dictan. Están hechas para esas situaciones intermedias que no exigen etiqueta, pero sí intención. Una inauguración, una cena donde importa el gesto, una calle que se recorre con mirada consciente, una presentación de un libro en un patio, una conversación importante. Para un trayecto en metro al atardecer, en el que alguien te mira porque sí y el que deriva en una conversación...

No es casual que sea primavera-verano. Es un momento de luz, sí, pero también de contradicción. Ese punto exacto entre abrirse y protegerse, las prendas de Aether existen ahí. No son fáciles de llevar, y eso también es parte del discurso.

A veces me pregunto si todo esto se puede leer como una metáfora. No lo sé. Solo sé que, si me imaginara una situación en la que estas piezas cobran sentido, no sería por su utilidad. Sería por lo que provocan al verlas. Y por lo que permiten al llevarlas.



### 5.4.1 MISIÓN

*"To inhabit the in-between."*

Exploramos la identidad y la dualidad del ser a través del diseño como lenguaje visual y simbólico.

Aether es una herramienta de creación personal. Da forma a ideas que de otro modo quedarían suspendidas: preguntas sobre el cuerpo, la mente, la dualidad, la incomodidad, el gesto. Materializa pensamientos y estados emocionales desde lo textil, combinando estética, discurso y experiencia.

Nuestra moda no busca responder a lo funcional, sino plantear nuevas formas de habitar el cuerpo. Nos dirigimos a quienes visten desde la conciencia, a quienes entienden la ropa como una extensión de lo que piensan y sienten. A los que no temen el peso de lo que llevan puesto.

### 5.4.2 VISIÓN

*Aspiramos a consolidarnos como una propuesta emergente dentro de la moda de nicho, reconocida por su discurso visual, su coherencia estética y su capacidad de conectar con un público que valora la moda como herramienta de pensamiento.*

*Aether se proyecta como un universo creativo en evolución, capaz de expandirse en futuras colecciones y formatos sin perder la honestidad de su origen. En un contexto saturado de estímulos, proponemos una moda que hace pausa, que cuestiona y que construye desde lo simbólico. Nuestro objetivo es posicionarnos como una identidad de autor referencial, en el cruce entre moda, arte y dirección creativa.*

### 5.4.2 VALORES

- *Individualidad: Diseñamos prendas que permiten expresar quiénes somos sin filtros, entendiendo la moda como una herramienta íntima de afirmación personal.*
- *Artesanía: Cada pieza está confeccionada manualmente, respetando el ritmo del proceso y reforzando el vínculo entre idea, materia y forma.*
- *Transversalidad: Aether se construye desde el cruce libre entre moda, diseño gráfico, arte, narrativa y dirección creativa, sin jerarquías ni fronteras entre disciplinas.*
- *Cuidado: Cada detalle responde a una decisión consciente, ya sea técnica, estética o simbólica. Nada está ahí por azar.*
- *Exclusividad: No buscamos escala ni repetición. Aether defiende lo limitado, lo irreplicable y lo imperfecto como forma de autenticidad.*
- *Presencia: Creemos en el poder de la prenda como gesto. Diseñamos piezas que ocupan espacio, que se notan y dialogan con el cuerpo.*
- *Identidad: Entendemos lo estético como un acto político, emocional y subjetivo.*

## 5.4 FILOSOFÍA DEL PROYECTO

Se recogen aquí los principios fundacionales que guían la colección Aether desde su concepción. A través de una misión clara, una visión proyectiva y un sistema de valores firmemente establecidos, mediante los que se articula la propuesta.

6.ANÁLISIS INTERNO

## 6.1 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO CREATIVO DEL PROYECTO

Aether no surge como una simple respuesta a una necesidad del mercado, sino como una urgencia íntima de expresión. Se inscribe dentro de un entorno creativo en el que la moda no se limita a vestir, sino que se entiende como un lenguaje visual, una herramienta filosófica y una forma simbólica de habitar el cuerpo. Es un ecosistema donde conviven diseñadores, artistas, publicaciones y discursos que privilegian la narrativa, la identidad y la exploración formal, más allá de tendencias o de la función práctica.

La colección entabla un diálogo con una moda que podríamos definir como conceptual o especulativa, incluso como moda de nicho. Aether encuentra afinidades con creadoras como Iris van Herpen, que investiga el vínculo entre cuerpo, tecnología y espiritualidad a través de materiales casi irreales y estructuras de una belleza compleja; o con Carlota Guerrero, cuya obra teje imaginarios colectivos usando el cuerpo femenino como símbolo ritual, emocional y político.

También conecta con nuevas voces como Paloma Wool, Pepa Salazar, Alehandre studio... proyectos que, desde diferentes ángulos, comparten una misma intención: contar historias personales a través de la ropa. No se trata de competir con ellos, sino de compartir un paisaje simbólico donde Aether encuentra sentido: un espacio donde lo, lo limitado es una elección consciente.

En este contexto, Aether no busca diferenciarse a través del contraste, sino integrarse desde una voz propia: íntima, fragmentada, a veces contradictoria, pero siempre honesta. Su propuesta forma parte de una generación que entiende el diseño como un archivo emocional, como resistencia ante la velocidad de lo comercial y como un lugar donde pensar desde la estética. Su pertenencia a este entorno no es parte de una estrategia, sino algo inevitable.

Este bloque define el lugar simbólico, estético y estratégico que ocupa Aether dentro del panorama actual. A diferencia de una marca comercial tradicional, la colección se plantea como una propuesta de autora que se sitúa entre la moda conceptual, el diseño gráfico y la exploración identitaria. Aquí se estudian los factores que construyen el microentorno creativo del proyecto, el perfil del público objetivo al que se dirige, y la posición diferencial que ocupa respecto a propuestas afines.

## 6.2 ANÁLISIS DAFO

Se incluye a continuación un análisis DAFO que permite evaluar de forma interna y externa la situación actual del proyecto, atendiendo a sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, con el propósito de orientar futuras decisiones estratégicas.

### 6.2.1 DEBILIDADES

- **Difusión limitada:** Al tratarse de un proyecto de autora en fase inicial, sin infraestructura comunicativa externa ni apoyo institucional, su visibilidad depende principalmente del portfolio y de canales propios.
- **Limitación de recursos técnicos y económicos:** El desarrollo de la colección se ha llevado a cabo sin financiación externa, con recursos económicos y técnicos muy ajustados. Esto condiciona tanto la escala del proyecto como ciertos acabados o posibilidades de experimentación más compleja.
- **Identidad visual aún en consolidación:** Aunque la propuesta es potente, aún está en proceso de definición completa como sistema visual de marca.

### 6.2.3 FORTALEZAS

- **Producción artesanal de proximidad:** Toda la colección ha sido confeccionada de forma manual en talleres domésticos, utilizando tejidos y materiales adquiridos en pequeños comercios locales. Esta metodología no solo garantiza la trazabilidad y el control directo sobre cada prenda, sino que refuerza el compromiso con un modelo ético, cuidado y coherente con la escala del proyecto.
- **Estética atemporal alejada del ciclo tendencia/consumo:** La colección prescinde de cualquier anclaje de tendencia. Su valor radica en la dimensión simbólica del diseño, no en su actualidad.
- **Transversalidad disciplinar:** El cruce entre moda, arte, filosofía y comunicación permite múltiples formas de presentar y expandir la colección.

### 6.2.2 AMENAZAS

- **Vulnerabilidad ante los cambios en sensibilidad del mercado:** aunque Aether se desmarca de las dinámicas tradicionales de consumo, su recepción futura estará, inevitablemente, condicionada por la evolución de las percepciones culturales sobre la moda conceptual y el valor que se le otorgue a lo artesanal.
- **Ciclos acelerados de consumo cultural:** la inmediatez digital, impone una lógica visual fugaz. En ese escenario, una propuesta simbólica, introspectiva y sin intención comercial corre el riesgo de quedar relegada ante contenidos más accesibles o virales.

### 6.2.4 OPORTUNIDADES

- **Proyección en plataformas creativas emergentes:** El carácter conceptual y visualmente sólido de la colección la convierte en candidata ideal para certámenes de moda, convocatorias editoriales, exposiciones académicas o espacios de difusión que pueden ampliar su alcance.
- **Aplicabilidad como portfolio profesional:** Aether funciona como carta de presentación para acceder a puestos en estudios de diseño, proyectos de dirección de arte, o colaboraciones creativas en entornos culturales, museísticos o editoriales.
- **Colaboraciones con artistas/marcas.**

### 6.3 TARGET/PUBLICO OBJETIVO

A continuación, se presentará una descripción que recoge algunos de los rasgos más representativos del público al que va dirigida esta propuesta. Aether apela a una audiencia joven, con una marcada inclinación por la creatividad y una sensibilidad estética aguda. No se ajusta a un único perfil, sino que se orienta a una comunidad plural que concibe la moda como una forma de lenguaje personal, un medio simbólico para expresarse. Son individuos que no solo buscan vestirse, sino también contar algo a través de lo que llevan puesto. Valorán profundamente la autenticidad, las historias detrás de las prendas y una coherencia visual sólida, priorizando estos aspectos frente a las tendencias pasajeras. Les atraen las propuestas que les permiten explorar su identidad de manera libre, consciente y cargada de sentido emocional.

#### 6.3.1 DEMOGRAFÍA:

En términos demográficos, nos dirigimos a un público objetivo mayoritariamente femenino, ubicado en un rango de edad que oscila entre los 20 y 35 años. Se trata de personas con un marcado interés en áreas como el diseño, la filosofía y el ámbito creativo y cultural. Este perfil suele corresponder a un nivel socioeconómico medio-alto, lo que les permite acceder e invertir en productos más exclusivos, con altos estándares de calidad y diseño. Son consumidoras dispuestas a apostar por piezas de autor que combinan valor artesanal con un storytelling cuidado y auténtico.

Estas personas suelen residir en contextos urbanos y cosmopolitas donde la moda, el arte y la cultura tienen un rol protagonista. Se trata de zonas céntricas o culturalmente activas como Madrid, Barcelona, Berlín, Ámsterdam o Londres, en las que conviven escenas alternativas, académicas y experimentales.

En cuanto al enfoque de género, esta primera fase del proyecto (dada su naturaleza académica y los recursos limitados disponibles) se ha centrado exclusivamente en la moda femenina. El patronaje, las pruebas y los prototipos han sido pensados para cuerpos femeninos, lo cual determina tanto su estructura como su lenguaje visual. No obstante, la propuesta no se alinea con una feminidad normativa; al contrario, invita a lecturas más abiertas, donde lo sensible, lo espiritual y lo estético pueden ser explorados por cualquier identidad que se sienta afín al discurso del proyecto.

#### 6.3.2 ESTILO Y PREFERENCIAS

Destacan por su individualidad, pero no buscan llamar la atención desde la rareza, sino dejar huella con una presencia genuina y firme. Hacen uso de combinaciones audaces; se sienten cómodos probando combinaciones poco obvias entre materiales y texturas y sus outfits destacan principalmente por este aspecto, tienden a usar colores limpios, neutrales y elegantes. Prefieren aquello que se construye con intención.

#### 6.3.3 INTERESES Y ESTILO DE VIDA

Se trata de un perfil con una sensibilidad particular hacia la cultura artística en todas sus expresiones, con un claro interés por iniciativas emergentes e independientes. Este tipo de personas se mueve con soltura en el universo del arte contemporáneo, la música alternativa, la fotografía experimental y el cine independiente, encontrando en estas disciplinas no solo inspiración, sino también un reflejo de sus propios valores. Por eso sienten afinidad con marcas que integran lo artístico más allá del producto en sí, incorporándolo también en su narrativa y sus prácticas. Su estética (muy visual, muy cuidada) se nutre de exposiciones, revistas especializadas (1 granary, dazed, acero magazine...) y espacios de pensamiento. Además, sienten una conexión genuina con los discursos en torno al cuidado del entorno: valoran lo hecho con intención, con materiales duraderos y fuera de la lógica del consumo inmediato.

#### 6.3.4 COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Suelen actuar de manera personal y en solitario, decidiendo con calma y sin dejarse llevar por el impulso. Su interés va más allá de la simple adquisición; buscan experiencias auténticas que se desmarquen de lo comercial o masivo. Les atraen espacios únicos como concept stores independientes, ferias de diseño, pop-ups o plataformas digitales cuidadosamente curadas, donde puedan conectar directamente con la esencia de la marca y el proceso creativo del diseñador. Para ellos, lo exclusivo no depende del precio, sino de la autenticidad y la historia.

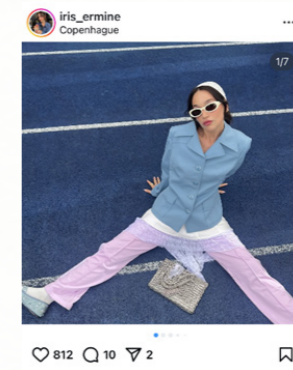
#### 6.3.5 VALORES Y CREENCIAS

Huyen de lo superficial y de cualquier etiqueta rígida. No se encasillan en un estilo determinado, sino que buscan un lenguaje visual que evolucione junto a su propio cambio interior. Aprecian la diversidad en todas sus formas y abrazan lo inclusivo, alejándose de las normas estéticas impuestas. Se identifican con marcas que celebran lo raro, lo ambiguo, lo que no sigue las reglas. Para ellos, la moda es un refugio de libertad. Valoran profundamente la originalidad y una creatividad con propósito: admiran lo que arriesga, lo que nace con una intención firme. También se sienten llamados por valores como la responsabilidad social, que refuerza su manera de habitar el mundo.

#### 6.3.6 EXPERIENCIA DE MARCA 6.3.6 EXPE-

Quienes se identifican con Aether valoran aquello que no se encuentra en todas partes. Buscan propuestas con carácter, donde cada prenda sea una pieza singular, con un discurso y una estética que no se diluyen en la repetición. No solo les interesa el producto, sino también el modo en que este se presenta y se comparte. Aprecian marcas que cuidan el proceso, que se relacionan de forma honesta con su comunidad y que ofrecen experiencias de compra cercanas, casi artesanales, donde el detalle cuenta tanto como el conjunto.

Valoran la innovación como una actitud, más que como una tendencia.



6.3 TARGET/PUBLICO OBJETIVO

## 6.3.7 WHATS IN HER BAG- AETHER PERSONA:

A través de la dinámica "What's in her bag?", se plantea una forma visual y simbólica de explorar el universo interior del público de Aether. Más allá de lo práctico, los objetos que alguien decide llevar consigo revelan rastros de su identidad, de sus rutinas, sus preocupaciones y la manera en que se relaciona con el entorno.

Este ejercicio permite esbozar un perfil emocional y narrativo de quien podría conectar con la colección: una persona introspectiva, creativa, atenta a los pequeños detalles, llena de inquietudes, quizás un poco caótica y no muy compleja pero con un gran mundo interior.

**1. Cuaderno manuscrito:** Ideas que no son urgentes, pero sí necesarias, alguna que otra poesía.

**2. Cámara digital vintage:** Nada de selfies, todo observación.

**3. Pequeña pinza de pelo blanca.**

**4. Un zipo metálico:** Probablemente lo compro en un mercadillo de antigüedades. No necesariamente fuma, pero le gusta tenerlo. Es ritual, es gesto, es objeto-tótem.

**5. Fajo desordenado:** No usa cartera, por eso va recogiendo todo lo que encuentra en su bolso con un clip; desde un billete arrugado, una nota que no se atreve a tirar, un ticket que guarda sin saber por qué, una foto y algo de dinero en efectivo.

**6. El libro de Gloria Fuertes:** Una voz que la acompaña desde siempre. Poesía directa, tierna, política. Leer para recordar quién es.

**7. Bolsa de té (manzanilla, claro):** Nunca se sabe cuándo puede venir bien. La lleva más por costumbre que por necesidad.

**8. Perfume Byredo – Vanille Antique:** Obsesionada con olores dulces y amaderados.

**9. Auriculares enredados:** Prefiere los de cable para no quedarse sin batería.

**10. Estuche de lápices y carbonillos:** Dibuja cuando no sabe qué decir.



What's in her bag?

Aether Persona

## 6.4ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA/REFERENTES:

Con el fin de situar el proyecto Aether dentro del contexto actual del diseño de moda, se llevará a cabo un análisis estratégico de su competencia potencial. Esta revisión tiene como objetivo identificar los principales actores del mercado que comparten afinidades estéticas, conceptuales o metodológicas con la propuesta, permitiendo así delimitar con mayor precisión el posicionamiento diferencial de la colección.

Se dividirán los referentes en dos bloques diferenciados: competencia indirecta y competencia directa.

Por un lado, se aborda la competencia indirecta, conformada por marcas ya consolidadas o en vías de consolidación que operan en un territorio estético o discursivo afín al del proyecto. Se trata de firmas como Paloma Wool, Pepa Salazar o Alejandro Studio, cuyo lenguaje visual, narrativa de marca y enfoque artístico resultan relevantes a nivel aspiracional para este estudio.

Por otro lado, se establece un segundo grupo que responde a la competencia directa, conformado por marcas de autor, diseñadores emergentes o proyectos de reciente graduación, como Avec Amour, Etéme o Evade House. Estas propuestas presentan similitudes tanto en escala de producción como en valores estéticos, conceptuales y de construcción de identidad, lo que permite establecer paralelismos más ajustados con Aether.

A partir del análisis de estos seis casos, se desarrollará un mapa de posicionamiento, con el fin de representar visualmente el lugar que ocupa el proyecto frente a sus referentes. Este esquema gráfico tomará como ejes principales el enfoque creativo (comercial vs. conceptual) y el modelo de producción (en masa vs. a medida), facilitando así la identificación de espacios vacíos u oportunidades reales en el mercado.



#### 6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA/REFERENTES:

##### 6.4.1 COMPETENCIA INDIRECTA

###### -Paloma wool:

"Paloma wool is my name and the name of this project, which is about getting dressed and the space and ideas that are created around the act of getting dressed." (About us, [www.palomawool.com](http://www.palomawool.com))

Paloma Wool es un proyecto creativo con base en Barcelona fundado en 2014 por Paloma Lanna, diseñadora y fotógrafa que procede de una familia estrechamente vinculada al sector textil. Lejos de constituirse como una marca convencional, Paloma Wool nace como un espacio híbrido entre arte, moda e imagen. Su propuesta se caracteriza por una fuerte dimensión artística, que trasciende el producto y encuentra su lugar en publicaciones, colaboraciones, instalaciones y formatos visuales diversos. La firma ha logrado establecer un universo estético propio basado en prendas atemporales, de líneas limpias, tejidos naturales y una paleta de color cuidadosamente seleccionada. A esto se suma una inclinación por la producción local, con fabricación en su mayoría realizada en talleres de proximidad en Barcelona, lo que refuerza su compromiso con la sostenibilidad. Además de ropa, la marca ofrece calzado, accesorios, objetos editoriales y piezas colaborativas en tiradas limitadas.

En términos de distribución, combina el e-commerce internacional con acciones físicas puntuales, como su proyecto World Tour, que propone pop-ups y experiencias inmersivas en distintas ciudades del mundo, generando comunidad y reforzando su carácter artístico. Su comunicación se aleja de los códigos tradicionales de marketing: la firma prefiere apoyarse en la creación de imágenes evocadoras, colaboraciones con artistas y una fuerte coherencia visual en su identidad gráfica.

###### *Si tuviésemos que estructurar un análisis DAFO sobre Paloma Wool, entre sus debilidades destacaríamos:*

- Precios elevados que limitan el acceso a ciertos segmentos.
- Dependencia del entorno digital: la ausencia de retail permanente limita la experiencia física.
- Riesgo de estancamiento creativo o de quedar confinada a un nicho estético muy específico, lo que puede limitar la evolución o captar públicos nuevos.

###### *Entre las amenazas que afectan a la firma, señalamos:*

- Apropiación estética por parte de marcas mainstream.
- Alta competencia en el mercado de moda conceptual, tanto por saturación visual como por la aparición de nuevas marcas emergentes con discursos afines y estrategias de precio más accesibles.

###### *Por otra parte, Paloma Wool cuenta con una serie de fortalezas, tales como:*

- Identidad estética sólida, multidisciplinar y reconocible: Paloma Wool ha construido un universo visual coherente y distintivo, que integra moda, arte e imagen, lo cual le permite diferenciarse de otras marcas en el mercado (Lanna, 2014).
- Compromiso con la sostenibilidad local: La producción de proximidad en talleres de Barcelona refuerza su discurso ético y consciente, alineándose con las demandas actuales de consumo responsable.
- Modelo de distribución flexible: La marca combina la

venta online a través de su e-commerce con experiencias físicas puntuales en forma de pop-ups y eventos culturales (World Tour), lo que le permite mantener una presencia internacional sin asumir los costes estructurales de una tienda física permanente. No obstante, esta estrategia implica cierta limitación en cuanto a la consolidación de una experiencia física continuada, algo que puede condicionar el vínculo sensorial y espacial con parte de su público.

###### *Por último, podemos definir algunos caminos u oportunidades hacia los que se puede dirigir la marca:*

- Tendencia creciente hacia el slow fashion: Auge de consumidores que buscan piezas duraderas, producción ética y una estética no convencional, lo que potencia la afinidad con marcas como Paloma Wool.
- Ampliación de líneas creativas (decoración, arte-objeto, etc.).
- Consolidación de su presencia en mercados asiáticos y estadounidenses.
- Implementación de proyectos de moda circular o prendas pre-order más desarrolladas

**COMPETENCIA INDIRECTA****-Pepa Salazar:**

Pepa Salazar es la marca homónima de la diseñadora, una de las voces más relevantes de la moda española contemporánea. Graduada en Diseño de Moda por el IED Madrid, inició su trayectoria en el departamento de prêt-à-porter femenino de Loewe (LVMH), colaborando en la colección otoño/invierno 2012 presentada en la Paris Fashion Week. En 2013 presenta su primera colección en el marco de la pasarela EGO de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid. Su propuesta recibe una excelente acogida, siendo galardonada con el premio Mercedes-Benz Fashion Talent. Este reconocimiento se repetiría al año siguiente, consolidando su posición dentro del emergente panorama del diseño de autor en España. Desde entonces, ha sido reconocida como una creadora disruptiva con proyección internacional.

El enfoque creativo de Salazar se construye desde la experimentación, tanto a nivel técnico como formal. Su trabajo destaca por desafiar los códigos tradicionales de la moda a través de técnicas como el moulage, el drapeado o el uso de tejidos tecnológicos. Esta aproximación se enriquece con referencias al arte contemporáneo, el cómic o la estética del surf, configurando una identidad visual compleja y muy particular. Ejemplo de ello es su colección Hyperdry (SS15), premiada con el Samsung EGO Innovation Project, en la que incorporó materiales hidrofóbicos e hidrocromáticos, reafirmando su apuesta por la innovación textil.

Para la diseñadora, la forma y el volumen priman sobre la estructura convencional de las prendas. "Trabajo más sobre la forma, como en abstracto", declara, una perspectiva que da lugar a una estética fluida, sin prejuicios y en constante transformación. Algunos medios han definido esta visión como HangoverCore, una corriente estética que se mueve entre la indiferencia y la rebeldía frente a lo normativo. Esta filosofía se refleja también en sus presentaciones, donde moda, música y arte se entrelazan, como ocurrió recientemente en su desfile SS25 celebrado en el Espacio INELCOM.

Pepa Salazar ha logrado vestir a figuras destacadas del panorama cultural como Úrsula Corberó, Judeline o María Escarmiento. Su trabajo ha sido reconocido por publicaciones como Forbes España (30 under 30), y ha sido finalista en dos ocasiones del certamen Vogue Who's on Next.

**En referencia a el análisis DAFO aplicado a la firma Pepa Salazar, entre sus principales debilidades podrían señalarse las siguientes:**

-Limitada presencia internacional a nivel físico: escasos puntos de venta propios o alianzas estables fuera del entorno digital, más allá de alguna colaboración en tienda con berhska y otros.

-Producción en volúmenes reducidos, dificultando su escalabilidad comercial frente a marcas de mayor capacidad industrial.

-Frecuencia baja en el lanzamiento de colecciones, En comparación con otras marcas, el ritmo de colecciones puede resultar intermitente y afectar la fidelización.

**Por otro lado, encontramos las siguientes amenazas:**

-Saturación del panorama independiente español, con múltiples marcas emergentes que comparten valores estéticos o éticos similares.

-Falta de recursos para escalar: Limitaciones de financiación o estructura pueden frenar oportunidades de crecimiento.

-Mercado nacional inestable, existe una dependencia del ecosistema creativo español, con recursos y apoyos variables según contexto político-económico.

**En cuanto a sus fortalezas, se señalan:**

-Trayectoria sólida y reconocida desde 2013, con múltiples premios y menciones relevantes.

-Apuesta por la innovación textil, con colecciones que incorporan materiales tecnológicos.

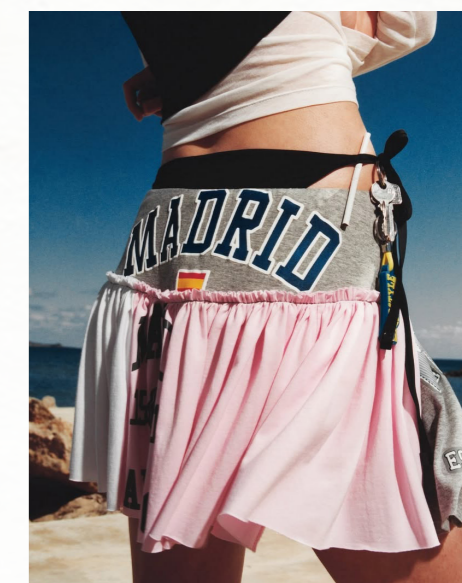
- Storytelling fuerte, a través de desfiles inmersivos y colaboraciones interdisciplinarias.

-Reconocimiento mediático sostenido, tanto en prensa especializada como en redes sociales, apoyado por figuras públicas afines a su universo creativo. Mucha exposición.

**Finalmente, las oportunidades a las que la marca se expone podrían ser:**

-Ampliación hacia nuevos mercados internacionales, especialmente en contextos receptivos a la moda conceptual, como Japón, Francia o Corea del Sur.

-Colaboraciones con otras marcas o artistas del ámbito musical, escénico o editorial que amplifiquen su alcance sin comprometer su independencia creativa.



**6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA/REFERENTES:**

## COMPETENCIA INDIRECTA

**-Alejandre Studio:**

Fundada en 2020 por la diseñadora madrileña Sandra Alejandre, Alejandre Studio nace en el contexto de la pandemia como un proyecto personal que rápidamente se consolida como una de las propuestas más reconocibles de la nueva moda española. La marca surgió durante el confinamiento por la pandemia de COVID-19, cuando Sandra decidió canalizar su creatividad y formación en diseño de moda (IADE) en un proyecto propio.

La esencia de Alejandre Studio radica en la reinterpretación de la lencería tradicional, llevándola al primer plano del vestuario cotidiano. Sus diseños fusionan elementos de la ropa interior con prendas exteriores, desdibujando las fronteras entre lo íntimo y lo público. La marca se inspira en la estética de los años 2000, incorporando referencias a iconos como Britney Spears y Christina Aguilera. Su imaginario se construye desde el deseo de subvertir estigmas estéticos y reivindicar una feminidad libre, sensual y sin censura.

A pesar de su corta trayectoria, Alejandre Studio ha ganado reconocimiento tanto nacional como internacional. Celebrities como Dua Lipa, Karol G, Kourtney Kardashian y Nathy Peluso han lucido sus diseños. En 2024, la marca fue galardonada con el premio Mercedes-Benz Fashion Talent en la 80ª edición de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, lo que le permitió presentar su colección "CORE" en la Mercedes-Benz Prague Fashion Week.

Comprometida con una producción ética y sostenible, Alejandre Studio trabaja con un modelo de producción bajo demanda, evitando excesos innecesarios. Además, lanza solo una colección al año, lo que permite un ritmo más pausado y mayor dedicación a la calidad y al diseño.

**Si atendemos a su análisis DAFO encontramos debilidades como:**

**-Juventud de la marca y posible dependencia de la fundadora:** la estructura empresarial puede estar aún en desarrollo, con una posible alta dependencia de la visión, contactos y capacidad de trabajo de Sandra Alejandre.

**-Escalabilidad de la producción bajo demanda:** Limita la capacidad de crecimiento rápido si surge una oportunidad de mercado masiva.

**-Recursos financieros y humanos potencialmente limitados:** se trata de una marca joven, es probable que cuente con un equipo reducido y recursos financieros más ajustados en comparación con marcas establecidas, lo que puede limitar la inversión en marketing a gran escala, expansión de puntos de venta o desarrollo de nuevas líneas.

-Puede requerir estrategias de comunicación y marketing más ingeniosas para mantener el interés entre colecciones debido a su modelo "slow fashion"

**Centrándonos ahora en las posibles amenazas, distinguimos entre:**

- La fuerte dependencia de la estética Y2K podría ser un riesgo si esta tendencia pierde popularidad rápidamente. La moda es cíclica y las tendencias cambian, lo que exige adaptabilidad.

**-Incertidumbre económica y cambios en el poder adquisitivo:** Las crisis económicas pueden reducir el gasto discrecional en artículos de moda de diseño, afectando a marcas jóvenes cuyos precios pueden ser más elevados que el "fast fashion".

**-Aumento de costes de producción y materiales sostenibles:** La inflación o la escasez de ciertos materiales éticos o sostenibles podrían incrementar los costes de producción, afectando los márgenes o el precio final.

**-Creciente exigencia de transparencia y escrutinio en sostenibilidad.**

**Las fortalezas de la marca son las siguientes:**

**-La fusión de elementos de ropa interior con prendas exteriores crea un nicho distintivo.**

**-Conecta con tendencias nostálgicas (Y2K) y con un público que busca autoexpresión y empoderamiento.**

**-Fuerte reconocimiento y validación temprana:** Enorme visibilidad y credibilidad, por el uso de sus diseños por celebrities de alto perfil y el recibimiento de galardones como (MBFW Madrid 2024) generan confianza en consumidores, prensa y posibles inversores o colaboradores.

-Responde a la creciente demanda de los consumidores por marcas responsables y conscientes, diferenciándose del modelo "fast fashion".

**Finalmente comentaremos las oportunidades existentes:**

**-Crecimiento del canal online y marketing digital:** Permite el acceso directo al consumidor global, mayor control de marca y márgenes.

**- Exploración de nuevos formatos editoriales:** Crear contenido propio en formato zine, fashion film o podcast para expandir su universo de marca más allá de la prenda.

**- Aprovechamiento del auge del archivo digital y el coleccionismo de moda:** Revalorizar sus primeras piezas como ediciones limitadas o coleccionables para plataformas como The Dematerialised o showroom digitales.

## 6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA/REFERENTES:

### 6.4.2 COMPETENCIA DIRECTA

#### -Avec Amour:

Analizaremos ahora la marca Avec Amour durante su etapa como firma de prêt-à-porter emergente con base en Valencia, España. Su trayectoria abarca desde su fundación en 2020 por María Undo y Daniel De Villanueva, en el contexto de la pandemia, hasta su presentación en la O80 Barcelona Fashion en abril de 2024 y el subsecuente anuncio de su traslado a Estados Unidos a principios de 2025. Es crucial delimitar este análisis a la fase previa a su reorientación hacia el sector nupcial y su cambio de sede.

Surge en marzo de 2020 como un proyecto íntimo entre María Undo y Daniel De Villanueva. Inicialmente un intercambio creativo personal que evolucionó desde la fotografía, la firma se consolidó con la presentación de su tercera colección, "Cannon Beach", en la 33ª edición de la O80 Barcelona Fashion, marcando su primer desfile oficial.

La filosofía de la marca, durante este periodo, se articulaba en torno a la nostalgia y la materialización de anhelos personales y sueños no realizados. Sus fundadores describían sus colecciones como "un espejismo, una declaración de intenciones enmascarada, un reclamo de aquello que no pudimos vivir". Esta aproximación buscaba una conexión emocional profunda, priorizando un mensaje auténtico y una estética distintiva frente a las tendencias efímeras del sector. Se hacía hincapié en la narrativa personal como motor creativo.

Podríamos decir que la propuesta de valor de Avec Amour en esta fase se definía por el romanticismo nostálgico, la singularidad artesanal y una narrativa personal muy presente. Combinan tres elementos clave para dar luz a su colección, desde experiencia personales idealizadas como el ballet o un verano en la costa, referencias de la estética universitaria de los años 60/70 hasta la inclusión de elementos hechos a mano con cerámica o punto a máquina a modo de rasgo distintivo y forma de intervenir las prendas.

La paleta de color se centraba en el blanco y negro como protagonistas, complementada por tonos sobrios como el azul marino, burdeos y acentos de amarillo. Se buscaba una sensualidad implícita y suave, con un enfoque en la "modestia" de las formas.

La oferta de Avec Amour, evidenciada en su colección "Cannon Beach", se centraba en prendas de prêt-à-porter con un fuerte carácter de autor. Incluía vestidos, elementos de corsetería, faldas, prendas de punto y posibles conjuntos de dos piezas, donde el trabajo artesanal y los detalles únicos eran fundamentales.

Durante esta etapa, la totalidad de las operaciones era gestionada directamente por sus dos fundadores. María Undo aportaba su formación en diseño de moda y un máster en artesanía, mientras que Daniel De Villanueva desarrollaba habilidades como la confección y el punto. Este modelo "in-house" garantizaba una cohesión total con su visión creativa, aunque también implicaba una capacidad productiva limitada.

La principal plataforma de presentación pública y promoción para Avec Amour fue su participación en la O80 Barcelona Fashion. Antes de su anunciada mudanza y reestructuración, la distribución se habría centrado probablemente en ventas directas o contactos establecidos a raíz de dicha pasarela.

**Si tuviésemos que realizar un pequeño análisis DAFO de Avec Amour, dentro de sus debilidades destacaríamos:**

- **Capacidad de producción y escalabilidad muy limitadas:** Al ser solo dos personas encargándose de todo el proceso artesanal, la capacidad para producir grandes volúmenes o responder a picos de demanda era intrínsecamente baja.

- **Dependencia extrema de los dos fundadores:** Riesgo inherente a las estructuras empresariales tan personalistas en sus inicios.

- **Corta trayectoria y conocimiento de marca aún incipiente:** su reconocimiento a nivel nacional aún está en construcción.

**En cuanto a sus amenazas señalamos:**

- **El propio anuncio del cambio de rumbo y traslado:** La comunicación de su mudanza a EE.UU. y la eventual redefinición de la marca (que luego supimos sería hacia el bridal) ya introducía una discontinuidad en la trayectoria de la marca tal como se conocía en España.

- **Presión del ciclo rápido de la moda y las tendencias dominantes:** Requiere una comunicación muy efectiva para educar al consumidor sobre el valor de su propuesta.

**Por otro lado se han detectado las siguientes fortalezas en su propuesta:**

- **Fuerte componente artesanal y elementos únicos:** Incorporación de cerámica hecha a mano, detalles de punto confeccionados por el diseñador, uso de tejidos de anticuario y pinturas al óleo en accesorios.

- **Control total del proceso creativo y productivo por los fundadores:** Garantizaba la cohesión y la calidad percibida de una marca de autor.

**Finalmente destacamos una serie de oportunidades como:**

- **Demanda de autenticidad y narrativas de marca personales:** Los consumidores, especialmente las nuevas generaciones buscan conectar con marcas con un ahistoria genuina detrás, son un gran activo de marketing y comunicación por su historia.

- **Potencial del canal online (DTC - Direct to Consumer):** Les permitiría alcanzar un público global sin necesidad inicial de grandes inversiones en puntos de venta físicos. (Están en desarrollo de la misma)



### 6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA/REFERENTES:



**-Etéme:**

Etéme se presenta como una marca que busca diferenciarse por sus valores y procesos productivos, articulando su identidad en torno a la inspiración poética y un compromiso con la producción consciente. Este apartado se dedicará a desgranar las características fundamentales de Etéme, basándome en la información pública que la propia marca comparte, para comprender su filosofía, su modelo operativo y la propuesta de valor que ofrece a sus clientes. El objetivo es dibujar un perfil claro de la marca que sirva como base para un análisis estratégico posterior.

Declara que su nacimiento responde a “la necesidad de expresar todo lo que gira en torno al amor, el arte y la belleza de la naturaleza”. Estas tres fuentes de inspiración constituyen el núcleo de su universo creativo y se proyectan como el alma de sus piezas. La marca aspira a que quien vista una de sus creaciones “pueda sentir e inspirarse para escribir su propia historia”

Este enfoque se complementa con un fuerte compromiso con la sostenibilidad y la calidad. Los valores de la marca se centran en el cuidado de las prendas y, por extensión, del planeta. Esto se materializa en su proyecto “Atelier”, enfocado en la creación de piezas únicas y personalizadas, y en su modelo general de producción bajo demanda. La marca enfatiza su deseo de “tomar el tiempo necesario para elegir los materiales y asegurar que cada detalle sea perfecto”, lo que subraya una priorización de la calidad y la atención al detalle. La promesa de sostenibilidad se basa en “evitar la sobreproducción y garantizar un producto de alta calidad que respete tanto a las personas como al planeta”.

El modelo operativo de Etéme es un pilar central de su identidad. La producción se realiza íntegramente “bajo demanda”, lo que significa que cada pieza se crea específicamente para el cliente que la ha encargado. Este sistema es la base de su estrategia de sostenibilidad, asegurando que “nada se desperdicia” y no hay sobreproducción. El proceso, desde que se realiza el pedido hasta la entrega, se estima entre 10 y 15 días e involucra siete etapas claramente definidas: recepción del pedido, inicio de producción en sus talleres de Barcelona, corte de tejido, confección, planchado y detalles finales, preparación del envío y, finalmente, el envío.

Etéme subraya su compromiso con la producción local, afirmando que sus piezas son “diseñadas y hechas en Barcelona”. Trabajan exclusivamente con proveedores españoles, mayoritariamente de Barcelona, lo que refuerza su apoyo a la industria local y permite un mayor control sobre la calidad y la cadena de suministro. Esta “fabricación consciente” y la apuesta por la “mejor calidad de producto” son elementos recurrentes en su comunicación.

La propuesta de valor de Etéme hacia sus clientes se articula en varios ejes. En primer lugar, ofrece la posibilidad de adquirir piezas con un alto grado de personalización a través de su servicio “Atelier”, donde se parte de una idea del cliente para desarrollar un diseño y presupuesto a medida. Esto apela a un consumidor que busca exclusividad y prendas con un significado especial.

**Esta comprensión de la marca, con sus particularidades y enfoques distintivos, nos proporciona una base sólida para proceder a un análisis DAFO.**

Dicho análisis nos permitirá evaluar las fortalezas y debilidades internas de Etéme, así como las oportunidades y amenazas presentes en su entorno competitivo, para así obtener una visión estratégica más completa.

**-Debilidades:**

**-Tiempos de entrega más largos:** Los 10-15 días de producción pueden ser una barrera para clientes acostumbrados a la inmediatez del “fast fashion” o a plazos más cortos.

**-Visibilidad y conocimiento de marca potencialmente bajos:** Como marca emergente con un modelo de nicho, es probable que su alcance y reconocimiento en el mercado general sean todavía limitados (la escasez de información pública es un indicador indirecto).

**-Gama de productos no extensamente detallada, no detalla con amplitud la variedad o tipología de las piezas que conforman sus colecciones regulares.**

**-Amenazas:**

**-Dificultad para mantener márgenes competitivos:** La producción local y artesanal frente a la producción masiva puede dificultar la competencia en precio si no se comunica eficazmente el valor añadido.

**-Dependencia de proveedores locales:** Cualquier disrupción en la cadena de suministro local (escasez de materiales específicos, aumento de costes) podría afectar la producción.

**-Fortalezas:**

**-Énfasis en la alta calidad, por su control de calidades y control de detalle por la producción local.**

**-Transparencia en el proceso productivo:** Detallar las etapas de producción y entrega de manera abierta en sus plataformas digitales, lo que genera confianza en el cliente.

**-Relación directa con el cliente:** El modelo bajo demanda y el servicio “Atelier” facilitan una comunicación y un entendimiento más cercano del consumidor.

**-Oportunidades:**

**-Interés por el “Made in Spain” / “Made in Barcelona”:** La producción local es un valor en alza, asociado a calidad, diseño y apoyo a la economía local.

**-Marketing de contenidos y storytelling:** La filosofía y los valores de Etéme ofrecen un rico material para crear narrativas atractivas que conecten emocionalmente con su audiencia a través de redes sociales y otros canales digitales.

**-Creciente demanda de moda sostenible y ética.**

**COMPETENCIA DIRECTA****-Evade House:**

Por último, para cerrar este apartado, me centrare en el análisis de la marca Evade house, fundada por la diseñadora y artista visual Evangelina Julia en 2020. Se abarca su trayectoria desde su lanzamiento con la colección "Travelling Blind" hasta su consolidación actual.

Surge en 2020 de la visión de Evangelina Julia, graduada del London College of Fashion. La marca trasciende la moda tradicional al integrar otras formas de expresión como la performance, el vídeo y la música, buscando un discurso 360 que va más allá de la prenda.

La filosofía de Evade House se articula en torno a la experimentación, la reinención y la sostenibilidad radical. La marca concibe la moda como una forma de arte y un catalizador para el cambio, desafiando lo establecido y explorando la belleza en la transición. Un pilar fundamental es la reinterpretación de prendas usadas y materiales, buscando resignificarlos a través de nuevos usos y procesos. La marca se inspira en el ciclo de la vida, la muerte y la resurrección, traduciéndolo en una propuesta que abraza lo efímero, la resiliencia y la renovación, siempre con un fuerte compromiso con el "zero waste" y una industria más verde.

La propuesta de valor de Evade House se define por la singularidad de sus diseños manipulados y distópicos, la investigación textil avanzada, la conexión con la sabiduría ancestral y un profundo compromiso con la sostenibilidad y la inclusividad.

Las colecciones a menudo presentan siluetas deconstruidas, con elementos de corsetería, punto de ganchillo y otros. Ofrece prendas de prêt-à-porter con un marcado carácter experimental y artístico. Su catálogo incluye tops, vestidos, lencería (como las bragas intervenidas), punto (gorros de ganchillo, jerséis), y piezas que incorporan los materiales y procesos de investigación mencionados.

El modelo operativo de Evade House, parece centrarse en un taller propio en Usera, Madrid, con un equipo de siete personas. Esto sugiere un control directo sobre la producción y la experimentación. La investigación y el desarrollo de nuevos materiales y técnicas se realizan internamente. La marca ofrece además un servicio de alquiler de archivo, reforzando su compromiso con la circularidad.

Evade House ha logrado una notable distribución internacional con puntos de venta en Nueva York, Londres, Nueva Zelanda, Suecia y Australia, lo que indica una sólida estrategia de expansión.

**Realizaré ahora un breve análisis DAFO de la marca para poder posicionarla y entender mejor su estrategia/formato:**

**En cuanto a sus debilidades, encontramos;**

- **Costes de Investigación y Desarrollo:** La constante experimentación con materiales y procesos nuevos puede implicar altos costes de I+D, que podrían repercutir en los precios o en los márgenes de beneficio.

- **Durabilidad y Mantenimiento de Prendas Experimentales:** Algunas piezas con materiales atípicos o procesos

de "biodestrucción" (microorganismos) podrían plantear desafíos en cuanto a la durabilidad o los cuidados de la prenda para el consumidor final.

- **Capacidad Productiva Limitada:** El modelo "in-house" y los procesos altamente artesanales y experimentales pueden restringir el volumen de producción, limitando la escalabilidad y el acceso masivo.

**Las posibles amenazas encontradas son;**

- **Percepción de Precios Elevados:** Si los costes de producción de sus prendas experimentales se traducen en precios finales altos, esto podría ser una barrera para un segmento de consumidores más amplio.

- **Competencia en el Sector de Moda Sostenible:** Aunque innovadora, cada vez más marcas se suman a la moda sostenible, aumentando la competencia por la atención del consumidor consciente.

**Si nos detenemos en las fortalezas de la marca podemos destacar:**

- **Innovación Radical y Desarrollo de Biomateriales:** Liderazgo en la experimentación con materiales no convencionales y técnicas de intervención únicas que la posicionan como referente en sostenibilidad y vanguardia textil.

- **Reconocimiento y Prestigio Internacional:** Ganadora del premio Allianz Ego Confidence in Fashion y presencia en prensa global de alto nivel (Vogue, L'officiel), lo que valida su propuesta y genera confianza.

- **Compromiso con la Inclusividad:** Desarrollo de soluciones funcionales como etiquetas en braille y prendas reversibles, que amplían su alcance y resuenan con valores de responsabilidad social.

- **Servicio de Alquiler de Archivo:** Estrategia de negocio que promueve la circularidad y permite el acceso a sus diseños a un público más amplio, fortaleciendo su compromiso con la sostenibilidad.

**Por último y para concluir con el análisis de la marca subrayaremos las siguientes oportunidades:**

- **Educación y Talleres:** La marca podría capitalizar su experiencia a través de talleres o cursos sobre sostenibilidad, diseño experimental o técnicas de upcycling, generando nuevas vías de ingreso y fortaleciendo su comunidad.

- **Desarrollo de Patentes o Licencias de Materiales:** La investigación textil avanzada podría llevar al desarrollo de nuevos materiales sostenibles que podrían patentarse o licenciarse a otras industrias.

- **Plataformas Internacionales y Ferias de Innovación:** Participación en más plataformas de moda internacionales o ferias de materiales innovadores para mostrar sus desarrollos y atraer inversores o socios.

**6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA/REFERENTES:**

## 6.5 MAPA DE POSICIONAMIENTO / WHITE SPACE

Con el fin de representar gráficamente el posicionamiento de Aether frente a las marcas analizadas, se ha elaborado un mapa de posicionamiento (o white space) que permite visualizar los ejes clave de diferenciación en el panorama existente del diseño.

*Diferenciamos dos ejes:*

### 1. Eje horizontal: Conceptual ↔ Comercial

Mide el grado en que una marca prioriza el discurso estético y simbólico frente a una lógica orientada a la venta o a la funcionalidad inmediata.

### 2. Eje vertical: Producción en masa ↔ Producción artesanal y a medida

Diferencia los modelos productivos más industrializados de aquellos que basan su propuesta en procesos lentos, personalizados y con alto componente manual o experimental.

El mapa de posicionamiento estratégico revela un panorama competitivo dinámico en el diseño de moda de autor, articulado en torno a los ejes de Enfoque Creativo y Modelo de Producción. La distribución de las marcas analizadas permite identificar la posición diferencial del proyecto Aether y los 'white spaces' o las oportunidades latentes en el mercado.

Aether se inscribe decididamente en el cuadrante Conceptual y de Producción Artesanal, un espacio caracterizado por propuestas de alta carga artística y un compromiso con la manufactura consciente y limitada. En este mismo nicho se encuentran referentes directos como Avec Amour y Evade House, marcas que, al igual que Aether, priorizan la narrativa visual, la experimentación formal y la ética en su proceso creativo. Esta agrupación valida la elección de Aether de un camino que valora la autenticidad, la intimidad y la reflexión sobre la inmediatez comercial. El posicionamiento de Aether aquí es una manifestación directa de su origen como una colección personal y de autor, cuyo propósito es la exploración creativa y la 'consolidación de un lenguaje propio' a través de piezas confeccionadas manualmente y con un profundo significado simbólico.

Aether se posiciona como una propuesta de valor genuina y consciente, alineada con las demandas de un consumidor culto y sensible. Su futuro crecimiento dependerá de la capacidad de transformar su carácter introspectivo y experimental en un lenguaje visual que, aunque sin vocación comercial masiva, sea irresistiblemente atractivo y relevante para su nicho.



7. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

## 7.1 ESTRATEGIA GLOBAL DEL PROYECTO:

Aether nace como un proyecto independiente, concebido desde una profunda necesidad de exploración personal y consolidación de un lenguaje creativo propio. Su estrategia global se fundamenta en tres pilares interconectados que guían cada decisión de diseño, producción y comunicación: Esta estrategia se articula desde una lógica de exclusividad, atención al detalle y coherencia discursiva.

**Exclusividad y Autoría:** Aether se posiciona como una colección cápsula limitada, donde cada pieza es un reflejo directo de la visión y expresión de la diseñadora. Este enfoque refuerza su carácter de obra de autor, alejada de las lógicas de la producción en masa y el consumo efímero.

**Cuidado Artesanal y Proximidad:** La confección manual y la utilización de materiales adquiridos en pequeños comercios locales garantizan no solo la trazabilidad y la calidad de cada prenda, sino que también refuerzan un modelo ético y consciente. El proceso creativo se valora como una herramienta de autoconocimiento, donde cada detalle es una decisión consciente.

**Discurso Visual y Simbólico:** Más allá de la estética, Aether se construye como una narrativa visual que explora la dualidad cuerpo-mente y lo intangible. Las prendas actúan como vehículos de ideas, invitando a la reflexión y a una forma más consciente de habitar el cuerpo.

Estos principios orientan el proyecto en su presente como pieza de portfolio y, al mismo tiempo, abren la posibilidad de una evolución futura hacia un modelo de marca, colaboraciones o nuevas entregas, manteniendo siempre intacta la honestidad y la esencia que definen Aether. La rigurosidad en la definición de su identidad visual y su estrategia comunicativa desde esta fase inicial subraya este potencial de crecimiento.

Tras establecer el marco conceptual de Aether y realizar un análisis exhaustivo del microentorno creativo y la competencia, este capítulo se centra en la estrategia de posicionamiento del proyecto. Aunque Aether se concibe primordialmente como una colección cápsula de autor con un propósito visual, simbólico y narrativo, más que como una marca comercial convencional, su desarrollo ha sido abordado con el rigor propio de un proyecto real. Esta perspectiva permite explorar su potencial de proyec-

### 7.2.1 PRODUCTO: LA COLECCIÓN COMO DISCURSO VISUAL

#### Atributos

Colección cápsula compuesta por cinco looks completos, conformados por diez prendas y dos accesorios (un cuello y unas mangas). La propuesta combina técnicas artesanales con una selección de materiales de contrastes extremos: desde gasas, tul o encajes delicados hasta estructuras rígidas con corsetería, denim y elementos metálicos aplicados a mano.

Destacan intervenciones como la incorporación manual de más de 100 remaches de tornillo de cono sobre tul, o mangas realizadas con 64 ojales metálicos por unidad, atravesados por cuerdas elásticas que simulan un efecto encorsetado. Estas piezas no solo yuxtaponen materiales y técnicas, sino que se ensamblan como cuerpos fragmentados, oscilando entre lo etéreo y lo estructurado, en un diálogo constante con la idea de control y liberación del cuerpo.

#### Valor diferencial:

El rechazo de la perfección en favor de la sinceridad y la autenticidad es un valor diferencial clave en un mercado saturado de productos impersonales. Aether se dirige a un público con sensibilidad artística y cultural, que busca expresar su individualidad y dejar una huella a través de la moda.

"Aether busca trascender su forma física, ofreciendo un puente tangible hacia la memoria y el autoconocimiento, donde la prenda se convierte en parte intrínseca de la historia de quien la habita."

#### Materialidad y porcentajes de contribución a la colección:

Aunque la colección se concibe como un discurso unitario, es posible identificar la contribución porcentual de los principales elementos materiales que la componen, reflejando su presencia predominante: 20% encaje, 20% raso, 20% gasa, 15% Elementos Metálicos (ojales, pinchos, imperdibles), 10% denim, 10% algodón (Upcycling) y 5% tul.

#### Objetivos

-Explorar cómo los tejidos pueden comunicar conceptos abstractos mediante la intervención y la yuxtaposición de elementos opuestos.

-Consolidar un lenguaje de diseño propio, experimental y narrativo, que pueda servir como carta de presentación para proyectos futuros.

-Investigar cómo el cuerpo puede ser contenido, moldeado o liberado a través del diseño de prendas, sin que esto responda a patrones convencionales de uso o tendencia.

#### Estrategias

Para lograr estos objetivos, se plantean las siguientes estrategias:

-Experimentación continua; investigar nuevos materiales y técnicas para profundizar en la representación de la dualidad.

-Desarrollo de un lenguaje visual: Mantener un archivo de referentes (arte, fotografía, filosofía) que nutra y unifique la estética de Aether.

-Integrar elementos del diseño gráfico y editorial en la identidad del proyecto: desde la maquetación de una revista visual hasta etiquetas, logo, sistema gráfico y posibles piezas de packaging.

-En futuras versiones del proyecto, se contempla incluir accesorios u objetos visuales que complementen el discurso de la colección desde otras disciplinas del diseño.

-Documentación integral: Registrar meticulosamente el proceso creativo, desde la fase conceptual (figurines, moodboards) hasta el resultado final (fotografías en modelo), para comunicar el valor y la complejidad de cada pieza.

### 7.2.2 PRECIO: VALOR SIMBÓLICO Y DE AUTOR.

Dado que el proyecto surge como una iniciativa personal con objetivos ligados a la exploración creativa y la construcción de la identidad, el enfoque primordial no es la venta de productos, sino la materialización de un discurso artístico y conceptual.

El valor de cada pieza de Aether surge de: el significativo peso de la investigación y la experimentación, que abarca el desarrollo de nuevas técnicas y el constante conocimiento referencial en formas, tejidos y patrones; el cuidado artesanal reflejado en las horas de trabajo manual y la complejidad de cada diseño e intervención; las sinergias creativas que surgen de la unión de diferentes disciplinas bajo una visión holística de la diseñadora; y, finalmente, su carácter inconfundible de obra de autor, materializada en piezas únicas o de micro-ediciones limitadas.

Aunque la fijación de un precio monetario adquiere una dimensión diferente a la de un contexto puramente comercial, y no se persigue un margen de beneficio como objetivo primordial, Aether se posicionaría en un segmento de valor medio-alto a premium. Este posicionamiento se justificaría por la calidad de los materiales, la innovación en el diseño y la naturaleza artística y experimental de cada intervención.

No obstante, ante el sistema actual y para una mayor comprensión del valor percibido, se podría estimar un valor monetario en el futuro. La intención es que este valor sea comprendido en un contexto de nicho, con la posibilidad de una venta eventual de piezas originales o réplicas muy limitadas en ferias de diseño emergente o a través de encargos.

#### **Objetivos de la Estrategia de Valoración:**

**-Posicionar Aether como un proyecto artístico-conceptual:** Distanciándose de una marca de moda comercial, enfatizando su dimensión creativa y reflexiva.

**- Reflejar el tiempo, la investigación y la experimentación invertida:** Asegurando que el valor percibido por el público reconozca el esfuerzo y la innovación detrás de cada diseño.

### MARKETING MIX

**-Evitar la devaluación por masificación:** Manteniendo la exclusividad y la unicidad de las piezas como parte fundamental de su propuesta de valor.

#### **Estrategias para Comunicar y Mantener este Valor:**

**-Desarrollo Narrativo del Proyecto:** El relato conceptual de Aether se difundirá de manera consistente a través del propio TFG, una revista visual (como extensión del proyecto) y plataformas de redes sociales como Instagram. La futura creación de una web dedicada podría complementar la exposición del universo de la marca y sus valores.

**-Exposición en Espacios No Comerciales:** La presencia en galerías de arte, eventos de diseño conceptual y plataformas editoriales de arte permitirá que las piezas sean vistas y valoradas en un contexto cultural y artístico, reforzando su estatus de obra.

**-Limitación Explícita de la Producción:** Se declarará que las piezas son únicas o parte de micro-ediciones extremadamente limitadas, y la posibilidad de piezas por encargo si se diera el caso, lo que acentúa su exclusividad.

**-Comunicación del Proceso:** Se hará hincapié en la artesanía, el tiempo de dedicación y la experimentación detrás de cada prenda, elevando el valor percibido.

## MARKETING MIX

### 7.2.3 DISTRIBUCIÓN: FORMATOS DE PRESENTACIÓN.

Considerando la naturaleza de Aether, la estrategia de distribución se centra en el acercamiento selectivo de la pieza al usuario y al ámbito profesional. Se plantean dos canales principales, alineados con el discurso del proyecto y su proyección en el mercado del diseño de autor:

En primer lugar, los Canales de Acercamiento Expositivo y de Venta Selectiva, donde la posible venta de piezas únicas o micro-ediciones se gestionaría bajo demanda, manteniendo la limitación del stock para preservar la singularidad. A nivel nacional, se contemplan espacios multidisciplinares y concept stores afines al discurso del proyecto, tales como Do Design, Malafacha Concept Store, Espacio Cultural Serrería Matadero (para pop-ups y eventos de diseño) y La Fábrica en Madrid; así como Grey Street, Arropame, Fase y Dilalica en Barcelona.

En Galicia, se valoran The Lorenzo Store (A Coruña) y la Fundación Marta Ortega Pérez (MOP Foundation), por su enfoque en grandes exposiciones y su conexión con la industria. A nivel internacional y como aspiración a largo plazo, Aether buscaría presencia en concept stores y galerías de diseño de vanguardia como Dover Street Market (Londres, Nueva York, Tokio), Voo Store (Berlín), 10 Corso Como (Milán, Seúl, Shanghái) y Machine-A (Londres).

La participación en mercadillos y pop-ups de diseño de autor, como "Otro Putomercadillo" o "SinEspacio", también se considera crucial para conectar con un público interesado en propuestas alternativas.

En segundo lugar, los Canales de Difusión Profesional y Editorial son fundamentales para la consolidación de la diseñadora en el ámbito de la moda, el arte y el diseño W. Esto incluye la optimización de plataformas de portfolio digital como Behance y ArtsThread, que permiten la presentación visual del proyecto y sus procesos. La colección se difundirá a través de la revista conceptual Aether, concebida como una extensión física y digital del proyecto, así como mediante medios especializados en moda de vanguardia y arte, tales como Metal Magazine, King Kong Magazine, Another Magazine, 032c y Schön! Magazine, y blogs y plataformas de diseño de autor.

Asimismo, la presencia en showrooms de relaciones públicas y prensa, como Pelonio, Fabra Comunicación, Área Comunicación y Finally (en Madrid y Barcelona), facilitaría el nexo con estilistas, editoriales y prescriptores.

Finalmente, la participación en concursos y premios de diseño será clave para la exhibición del trabajo y el reconocimiento profesional.

## 7. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

### 7.2.4 COMUNICACIÓN.

La estrategia de comunicación se articula entorno, a un mensaje central reflexivo y provocador, cuyo propósito es generar preguntas. Centrada en la innovación conceptual y la materialización de lo intangible, buscará conectar con una audiencia joven y moderna interesada en la moda de autor.

#### **Líneas de Acción y Canales de Comunicación:**

La difusión del universo Aether se llevará a cabo a través de una combinación estratégica de canales propios y ajenos:

Utilizaremos canales de entorno propio como; Instagram el cual actuará como la principal galería visual dinámica del proyecto. Se publicarán fotografías de los looks finales, detalles de las prendas y pequeños fragmentos del proceso creativo. a intención es que funcione como un moodboard en constante evolución sobre la marca. Por otro lado, la revista/lookbook profundizará en la narrativa, los referentes, moodboards y el universo de Aether en general. Servirá como un manifiesto visual y conceptual que el proyecto quiere comunicar, ofreciendo un contexto más rico para las prendas.

En cuanto al entorno ajeno de manera posterior y a modo de ampliación del proyecto, se buscará la colaboración activa con fotógrafos, artistas visuales y performers afines a la estética y valores de marca, lo que permitirá acceder a nuevas audiencias y generar experiencias innovadoras. Las relaciones con medios especializados como revistas, blogs y plataforma especializadas en moda de vanguardia, arte y diseño conceptual (ya mencionadas anteriormente en el punto "7.2.3. Distribución: formatos de presentación." Tercer párrafo), esta estrategia implicaría contacto directo con editores, estilistas y envío de material visual y narrativo adaptado a cada medio.

Por último la presencia en galerías de arte, eventos de diseño conceptual y pop-ups (como los mencionados en la sección de Distribución) no solo servirá para la exposición directa de las piezas, sino también como plataforma de comunicación para generar notoriedad y engagement con el público y los profesionales.

#### **Objetivos de la Estrategia de Comunicación:**

**La estrategia de comunicación de Aether tiene dos objetivos principales entre los que se encuentran:**

**-Generar Reconocimiento Calificado:** Aumentar el conocimiento de Aether en el nicho de diseño de autor y arte, buscando un incremento del 50% en la interacción y el alcance en redes sociales en los primeros meses tras el lanzamiento del proyecto.

**-Atraer la Atención Profesional:** Captar el interés de galeristas, editores, comisarios y estilistas que puedan ofrecer plataformas para la exhibición, difusión o colaboración futura.



## 8.1. IDENTIDAD GRÁFICA CENTRAL: LOGO-TIPO Y SÍMBOLO:

Dentro del universo Aether, la identidad gráfica, aunque sutil, es fundamental para armonizar y dotar de coherencia al proyecto. El imaginario visual de Aether nace de su propio storytelling y funciona como un hilo conductor que atraviesa toda la propuesta conceptual y formal.

### 8.1.1 LOGOTIPO

El logotipo de este proyecto se compone del nombre de la colección escrito en caja baja a excepción de la excepción del subtítulo "CAPSULE COLLECTION" que lo acompaña. Su diseño integra dos tipografías contrastantes con el fin de reforzar la dualidad conceptual de la colección. Por un lado, una tipografía serif en cursiva con movimiento como es la Sloop Script Two, una fuente serif caligráfica y fluida, creada por Richard Lipton, conocida por su elegancia y dinamismo, que abraza el segundo conjunto de letras escritas en Inter Regular. Diseñada por Rasmus Anderson, Inter es una tipografía sans-serif de código abierto, desarrollada para una excelente legibilidad en pantallas y en tamaños pequeños. Su diseño moderno y limpio, con una gran altura de la "x", asegura claridad y contraste con la Sloop Script.

La elección de esta tipografía principal, junto con la forma en que el logotipo se estructura, crea una separación visual que destaca sutilmente la sílaba "her" en "Aether". Esta no es una intención inicial, pero dadas las características de la colección, dirigida exclusivamente al público femenino, añade un nivel de significado adicional y una conexión orgánica con el proyecto. El nombre "Aether" ya evoca su vínculo con el quinto elemento intangible, como se especificó previamente en el documento.

### 8.1.2 SÍMBOLO

El logotipo actúa como un elemento gráfico principal, pero al simplificarse, genera una versión reducida que funciona como el símbolo. Este nace de la reinterpretación del concepto del Ying y el Yang, adaptado al universo de Aether a través de la incorporación de dos formas estelares/diamantes. Ambos elementos se unen para formar una unidad que, al mismo tiempo, sugiere una tensión y un equilibrio. Uno de ellos parece incompleto mientras que el otro lo complementa y sujeta reforzando la idea de la unidad en la dualidad y la naturaleza cíclica del concepto de marca.

Su uso está pensado para espacios reducidos, aplicaciones digitales o elementos secundarios donde se requiere una identificación rápida sin perder coherencia visual. Adicionalmente, se incluye una versión del isotipo (símbolo) por separado, que puede ser utilizada en ocasiones puntuales para un mayor juego visual y flexibilidad en las aplicaciones.

Ambas versiones (logotipo completo y símbolo abreviado) están diseñadas para convivir armónicamente en diferentes formatos, conservando siempre la atmósfera estética que caracteriza a la marca: delicada, limpia, con una presencia distintiva y un carácter personal que la diferencia.



Este apartado recoge el desarrollo de la identidad visual y conceptual de la marca que acompaña a la colección Aether. Más allá de lo gráfico, el branding define la personalidad, los valores y el estilo propio que envuelven la propuesta, permitiendo construir una imagen coherente en todos sus niveles.

-Disposición principal



-Disposición secundaria



-Tamaños mínimos



## 8.2. ÁREA DE SEGURIDAD Y TAMAÑOS MÍNIMOS

Para garantizar la legibilidad óptima y la integridad visual del logotipo y el símbolo de Aether en todas sus aplicaciones, se establecen directrices claras de área de seguridad y tamaños mínimos. Estas medidas son cruciales para asegurar su correcta reproducción en diversos soportes, tanto impresos como digitales, evitando distorsiones o pérdida de coherencia estética.

### -Área de seguridad:

El área de seguridad es un espacio de protección que debe rodear siempre el logotipo y el símbolo, libre de cualquier otro elemento gráfico o textual. Esta zona de aislamiento asegura que la marca mantenga su impacto visual y se perciba sin interferencias. Para Aether, la unidad de medida para el área de seguridad se define a partir de la altura y anchura del símbolo de las estrellas, que superpuestas forman un cuadrado que será tomado como referencia para definir este área.

La distancia mínima de seguridad alrededor del logotipo y el símbolo debe ser equivalente a la altura del símbolo, aplicado en todos sus lados.

Se especifican las dimensiones mínimas a las que el logotipo y el símbolo pueden ser reducidos sin comprometer su legibilidad, nitidez o impacto visual.

El logotipo y el símbolo pueden escalarse en aumento sin ningún tipo de limitación, siempre y cuando se mantengan las proporciones originales. No obstante, se deberá tener precaución al reducir sus dimensiones por debajo de los mínimos especificados para asegurar su correcta reproducción en cualquier contexto.

### 8.3. PALETA CROMÁTICA Y TIPOGRAFÍAS:

#### Paleta cromática:

La paleta cromática de Aether está compuesta por tonos suaves y desaturados que evocan ligereza, intimidad y cierta melancolía. El azul profundo (#37388e) actúa como color principal en el logotipo, aportando estabilidad y contraste y representando algo onírico, espiritual y sereno.

Lo acompañan tonalidades claras como el blanco grisáceo (#f6f6f6), el crema pálido (#f0e9cf) y un plateado texturizado (#c6c6c6), que remiten a lo etéreo y lo táctil, este último remite al peso y a los acabados metalizados que encarnan lo físico y la restricción. El negro suave (#1d1d1b) se reserva para acentos, fondos y el texto genérico reforzando la legibilidad en contextos digitales o impresos. Estos colores no solo construyen la identidad visual de la marca, sino que también se integran en la colección, generando coherencia entre lo gráfico y lo textil.

#### Valores detallados según sistema:

#### Tipografías

*Sloop Script Two, diseñada por Richard Lipton, es el alma caligráfica de Aether. Esta fuente serif cursiva, con su trazo elegante y expresivo, no solo aporta un sentido de atemporalidad y sofisticación, sino que también encarna el movimiento etéreo y la sensibilidad artesanal de la colección. Sus formas orgánicas y fluidas insinúan la conexión con lo intangible y la búsqueda de la belleza en la imperfección.*

*Complementando esta expresión caligráfica, la familia Inter, creada por Rasmus Andersson, se establece como la voz contemporánea de Aether. Con variantes como Inter Regular e Inter Variable Light Italic, esta sans-serif se distingue por su modernidad, limpieza y excelente legibilidad, especialmente en entornos digitales. Su diseño preciso y funcional contrasta con la fluidez de Sloop Script Two, aportando la estructura y la claridad necesarias para la comunicación directa y funcional. La tensión entre ambas tipografías representa visualmente la armonía entre el arte y la técnica, lo emocional y lo racional, que define el universo de Aether.*

Inter Variable Regular:  
ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrs  
tuvwxyz  
0123456789  
!@#\$%&\*()?+

Inter Variable Light Italic:  
ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrs  
tuvwxyz  
0123456789  
!@#\$%&\*()?+

*Sloop Script Two*  
ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrs  
0123456789  
!@#\$%&\*()?+

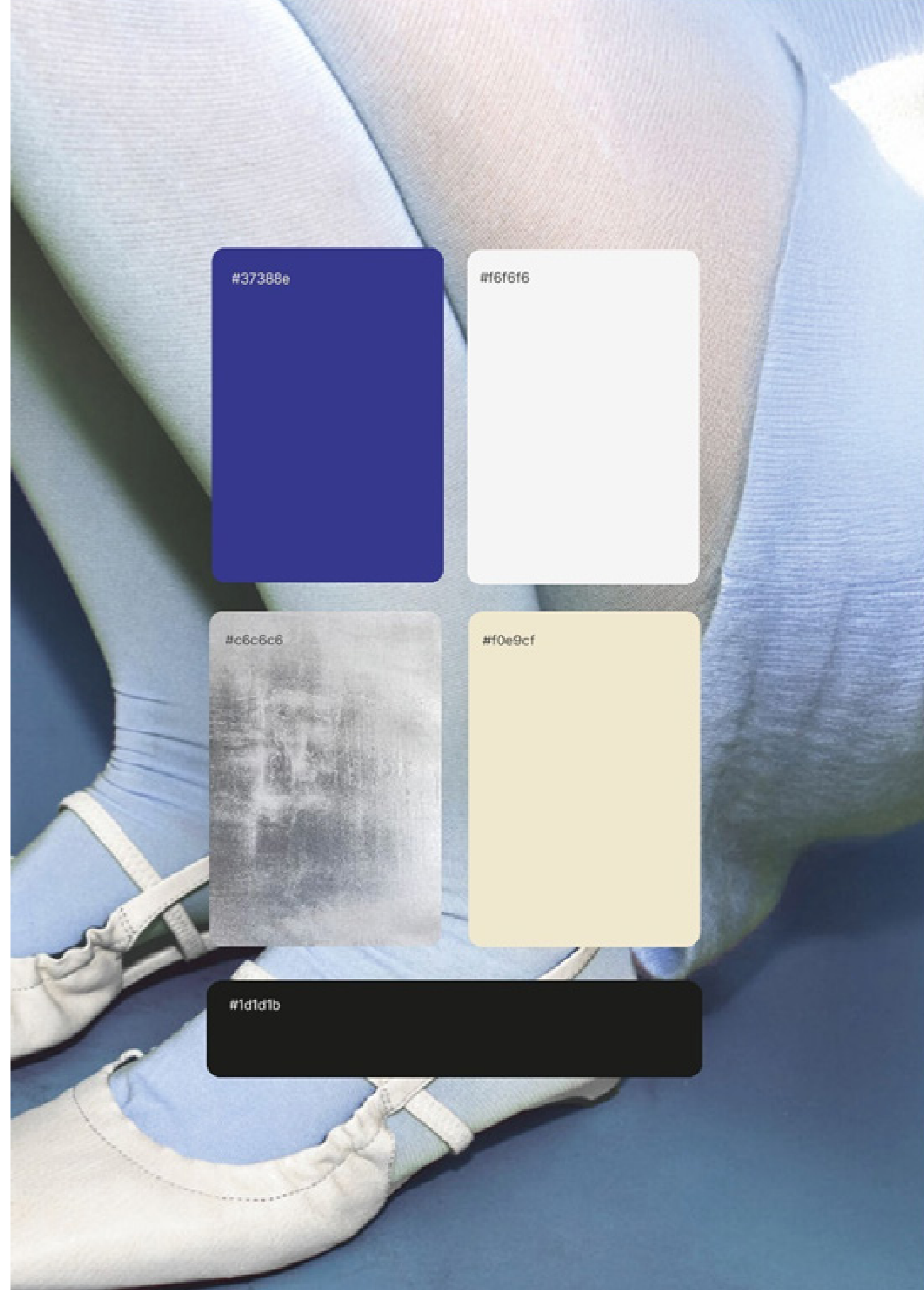
#37388e

#f6f6f6

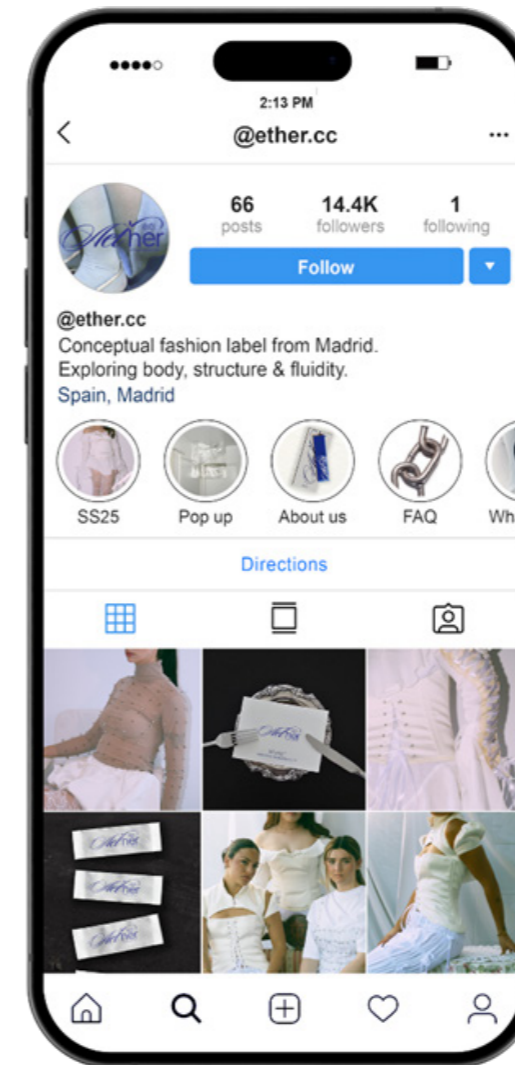
#c6c6c6

#f0e9cf

#1d1d1b



8.4.APLICACIONES VISUALES







## 9.PLAN DE COLECCIÓN

Este, es el lugar donde Aether realmente cobra vida. El espacio donde esas ideas que me rondaron al principio, sobre la identidad, la dualidad, y el juego entre lo que llevamos muy dentro y lo que decidimos mostrar al mundo, comienzan a materializarse en formas, colores y texturas concretas. Para mí, este es el recorrido más emocionante: desde la inspiración más etérea y esos primeros esbozos, hasta el momento de ver y sentir las piezas finales. Cada elección, cada detalle en esta colección está pensada para ser una extensión de la historia de Aether. Aquí, la reflexión se convierte en prenda y mi visión se hace colección.

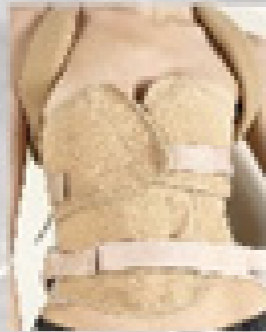
## 9.1 MOODBOARD GENERAL Y CONCEPTO

“Aether: De lo físico a lo intangible” no es solo una colección; es la materialización de un profundo viaje creativo. Como diseñadora, esta propuesta nace de mis inquietudes personales y la búsqueda de mi propio estilo, rindiendo homenaje al universo de la dualidad humana. Exploro cómo aquello que nos atraviesa (el peso que nos ata al plano físico frente a la fluidez y libertad del espíritu) y como puede ser plasmado en un lenguaje tangible.

A través de cinco looks completos, Aether articula estas ideas abstractas. Cada prenda es una expresión donde la tensión entre lo material y lo etéreo se manifiesta mediante el contraste de estructuras y la elección de materiales, tejiendo una narrativa que invita a la introspección y a la conexión con nuestra esencia.

Aquí se entrelazan las sensaciones, las formas y las ideas que inspiran el alma de Aether. Es mi mirada más íntima a los elementos que han dado forma a esta colección, un reflejo de la introspección que busco compartir.

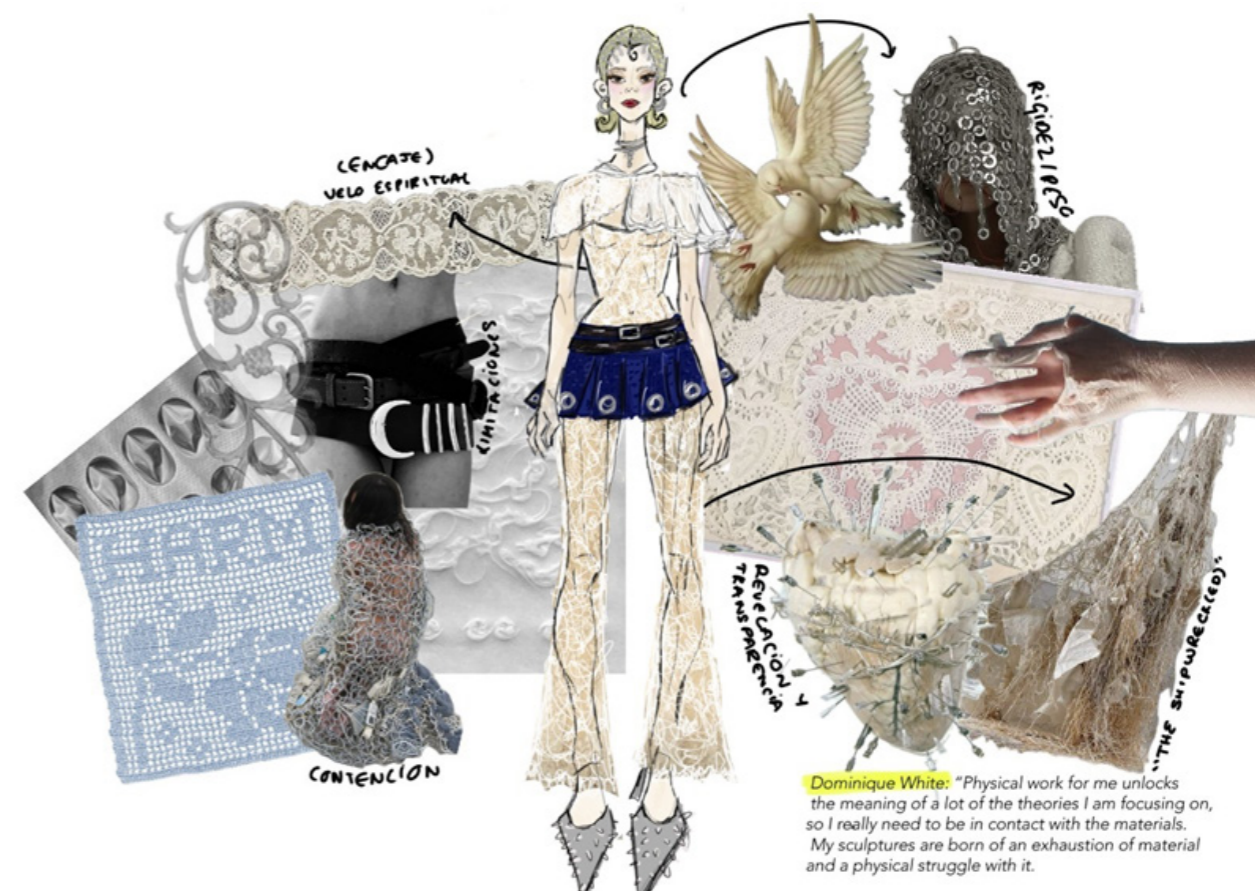




## 9.2. DESARROLLO FORMAL DE LOS LOOKS

Cada look se vincula visualmente con un artista plástico o de otra disciplina, cuya obra inspira directamente la silueta y la materialización de las prendas, sin depender de un "lugar" o una "salida" específica, sino de la expresión misma del concepto de dualidad mediante el contraste y diálogo de los materiales y las estructuras de las prendas.

**-Evitar la devaluación por masificación:** Manteniendo la exclusividad y la unicidad de las piezas como parte fundamental de su propuesta de valor.

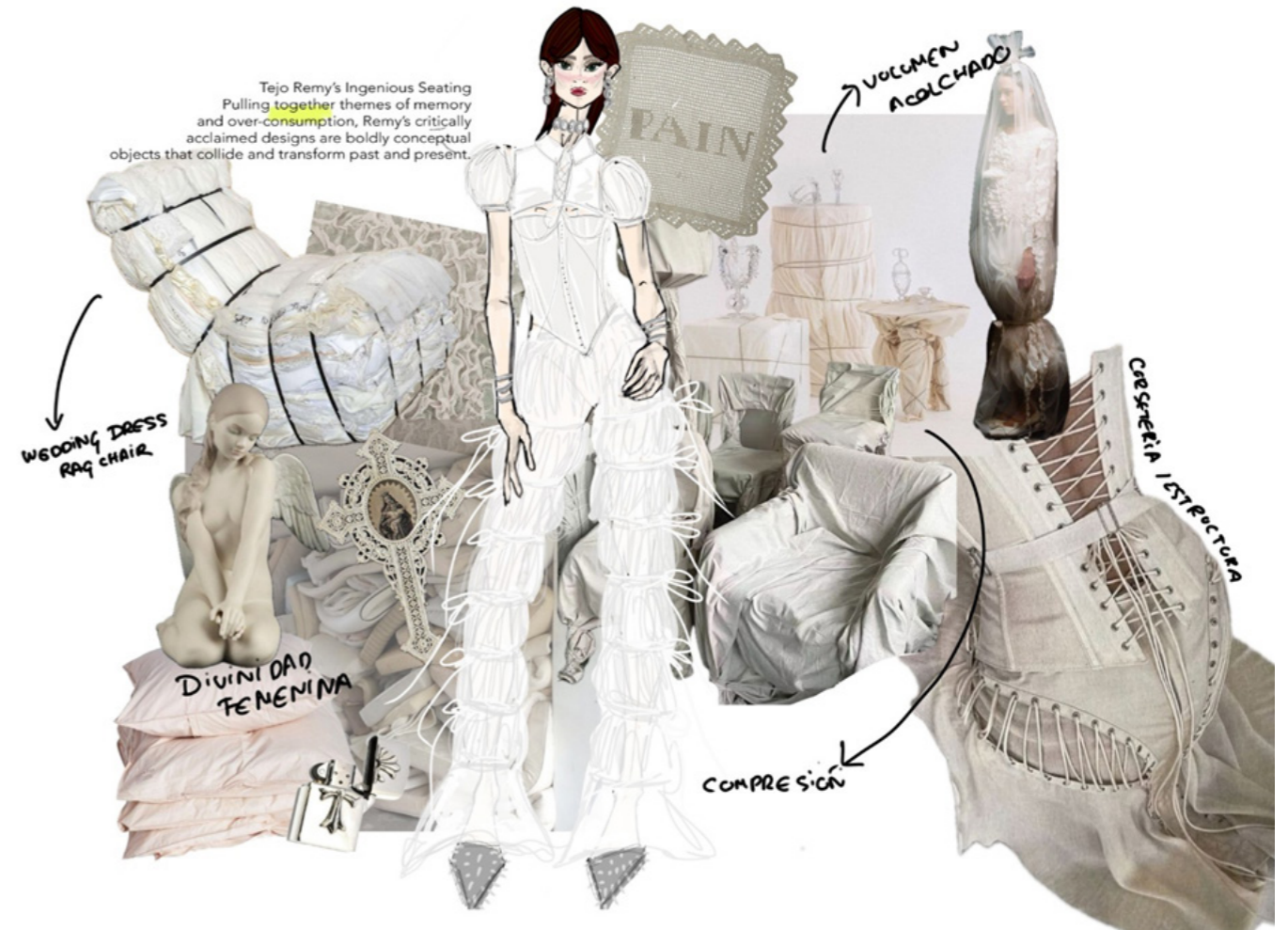


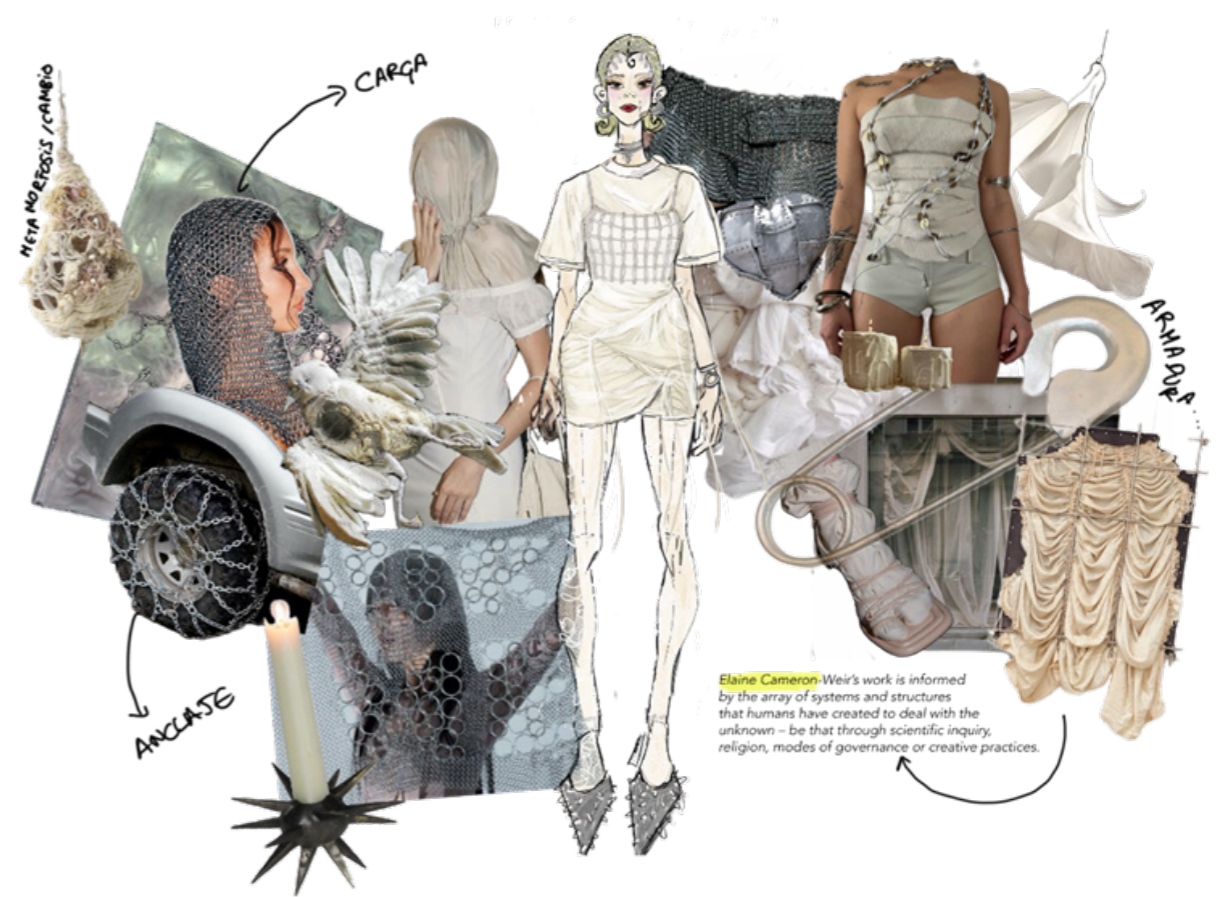
### Look1: Transparencia y contención.

Este primer look abre la colección. Me interesaba trabajar la transparencia no solo como efecto visual, sino como algo que habla de lo íntimo, de lo que se deja ver y lo que se decide guardar. Está inspirado en The Shipwrecked, de Dominique White, escultora británica (1993) conocida por sus obras con vela, cuerda y metal. La caída y disposición de las cuerdas en su obra influyen en la forma acampanada del pantalón y en el uso del encaje, mostrando cómo lo etéreo coexiste con lo estructurado.

El conjunto es un dos piezas en encaje elástico (top asimétrico y pantalón), con una capa ligera. El encaje deja entrever la piel, como si funcionara de velo espiritual. En contraste, una minifalda de tablas en denim azul aporta rigidez y peso. El color sirve como acento dentro de la colección, y los 16 ojales metálicos en las tablas refuerzan esa sensación de anclaje físico. La falda se cierra con cremallera lateral para mayor comodidad.

## 9.2. DESARROLLO FORMAL DE LOS LOOKS











بِسْمِ



