



# En tangas

Narrativas sobre ropa interior y empoderamiento femenino.

Un libro editorial con versión tanto impresa como digital sobre la manera en que la ropa interior contribuye al empoderamiento femenino enfocado a las empresas de ropa interior femenina en la ciudad de Medellín que busquen un análisis de su consumidora para la posterior planeación y conceptualización de sus colecciones.

### **Primeros tomos:**

- Mujeres de Medellín
- Mujeres de la costa: Barranquilla, Santa Marta, Cartagena.
- Mujeres de Bogotá.

## **Descripción**

Este proyecto nace desde un profundo interés por entender las relaciones tanto actuales como históricas entre la mujer y la ropa interior, las maneras en que hoy en día la categoría de ropa interior como una primera capa de vestuario se convierte casi en una segunda piel y un espacio de encuentro tanto propio como con el otro y de este modo en un vehículo de comunicación entre las marcas y su consumidora de una manera semejante, con un lenguaje propio de las ideas, pensamientos y sentires actuales de la mujer, que apuntan al reconocimiento y aceptación de sus cuerpos, dejando atrás estereotipos de género y sexualizaciones del cuerpo femenino.

## **Objetivo general.**

Analizar la manera en que la ropa interior contribuye en el empoderamiento femenino y las maneras en que históricamente esta categoría de vestuario ha cambiado sus connotaciones sexuales y represivas a un lenguaje y formas más empáticas y cercanas con su consumidor.

## **Objetivos específicos.**

Determinar el porcentaje de mujeres que consideran que la ropa interior contribuye con el empoderamiento femenino mediante entrevistas y focus groups a mujeres en un rango de los 20 a los 25 años para lograr verificar la veracidad de la hipótesis planteada.

## **Objetivos específicos.**

Evaluar los cambios en la publicidad y los usos de la ropa interior femenina a través de una línea del tipo relacionando y revisando diferentes textos para comprender la relación entre el cuerpo y vestuario.


## **Objetivos específicos.**

Medir netnográficamente (Redes sociales y páginas web) qué tan receptivos son las consumidoras actuales a campañas enfocadas a la aceptación, seguridad y amor propio con la finalidad de analizar las reacciones positivas o negativas de la consumidora a este tipo de publicidad.

## **¿Cómo impacta el proyecto a la sociedad?**

Un aporte a la conceptualización y creación de productos más empáticos, pensados desde la funcionalidad y la inclusión de todo tipo de cuerpos , desde la indagación para intentar entender esas necesidades actuales de la mujer frente a su cuerpo y la aceptación de éste con alternativas de productos e innovaciones en el sector moda que muestren a la mujer en la sociedad actual, asumiendo un rol importante en cuanto al empoderamiento femenino y su transformación que se va alejando de la discriminación y el sometimiento en el que estuvieron en algún momento para contribuir a la construcción una comunidad de mujeres seguras, conscientes y fuertes.





# En tangas

Narrativas sobre ropa interior y  
empoderamiento femenino.

