

XII CONVOCATORIA BECA DE INVESTIGACIÓN EN NUEVA YORK

Fundación Arquia/ Real Academia de Bellas Artes de San Fernando



OOTD construction site: What should I dress today?

The importance of fashion in architectural roles with architects as trendsetters.

Ana Tinajero Cabrera. Abril 2026.

Arquitecto ETSAM (UPM) - Doctorando en CSDMM (UPM)



Tobi Shokunin. Janne Moren.



„El zapato Tabi es la huella más importante de mi carrera “. Margiela.



„Far from home“. Jonas Bendiksen.



Estudio de arquitectura. Vía Archdaily.

der Walz- drei Jahre und ein Tag” de Sibylle Tafel narran está bonita tradición que recuerda al Viaje del Arquitecto, viajar y conocer otros lugares para completar la formación.

Fuera de Alemania también existen otros atuendos de obra que merecen nuestra atención. En Japón, entre los andamios de Tokyo encontraremos a los *trendsetters* de las alturas/ *fashionistas* del cielo, los *Tobi Shokunin*, trabajadores de obra con un estilo sofisticado. Llevan pantalones *tobi*, abombados y holgados hasta las rodillas y más estrechos por las pantorrillas, pensados para ser llevados por dentro del calzado *jika-tabi*. Además, el tipo de calzado recuerda en un primer momento a piezas de Maison Margiela.

Si nos fijamos en el otro lado del mundo, en las obras en Oriente Medio alrededor del Burj Khalifa vemos cómo los obreros adaptan su vestuario al clima en el que trabajan, protegiéndose principalmente del sol y de las temperaturas extremas del desierto como muestra el ejemplo de la foto.

Elegir la ropa que me pongo antes de mi trabajo está condicionada por muchos factores, si hará frío, o calor, si lloverá mientras voy en bici al trabajo, si sudaré mucho, si subiré al andamio, si me puedo enganchar con algo, si se me notará la ropa interior, si ayudaré a mover cosas de un sitio a otro, si me vendrá la regla o si me tendré que cambiar, si surgirá una reunión espontánea con el cliente o si tendré que discutir con los contratistas algún coste o avisar al propietario del edificio de algún contratiempo, si después del trabajo haré planes y no me da tiempo a pasar por casa antes, etc. En cualquier caso, el outfit del día (OOTD) siempre debe tener bolsillos para llevar el metro, el láser, el portaminas, la cartera, las llaves y por supuesto el móvil que es teléfono, cámara de fotos, agenda, lector y escritor de E-Mails, calculadora, monedero y traductor simultáneo, GPS y también espejo.

¿Nos hacemos estas preguntas todos los arquitectos que trabajamos en esta profesión? Seguramente sí, al menos esto transmiten los arquitectos con sus outfits cuando son entrevistados.

01. OBJETO Y ÁMBITO DE ESTUDIO



Frank Lloyd Wright, Mies Van Der Rohe, and others at the Johnson Wax building construction site. www.wisconsinhistory.org



Le Corbusier, during La Tourette construction site, 1959. René Burri.



Alvar and Aino Aalto in New York.

Cómo entendemos la moda los arquitectos, cómo vestimos y dónde compramos nuestra ropa. Cuál es nuestra posición en la industria de la moda, especialmente en ese punto donde las dos disciplinas convergen, en la arquitectura de retail, en las tiendas y en el espacio comercial de nuestras ciudades.

La profesión se ha diversificado de tal manera que desde que salimos de casa por la mañana temprano hasta que volvemos por la noche estamos inmersos en tareas muy variadas. Ir en bici a la oficina, cambiarse, reunión de equipo, reunión con el cliente, papeleo, visita a obra, vuelta al despacho, salir, la bici, el gimnasio o la clase de cerámica o recoger a los niños del cole, pasar por el super y por fin llegar a casa. A veces incluso tenemos que prever lo que va a pasar en los próximos días si tenemos viaje de trabajo para preparar nuestra maleta.

Si pensamos en el vestuario clásico del arquitecto, probablemente nos vendrá a la cabeza alguna imagen de los arquitectos precursores del movimiento moderno. Tal vez de Frank Lloyd Wright, Mies van der Rohe o Le Corbusier. Con frecuencia aparecen como una figura solitaria y protagonista, que tiene la autoría de todo el proyecto, como si la compleción de un encargo desde la primera idea fuese el resultado de una única persona y no hubiese un gran trabajo en equipo detrás. Esta personalidad se transmite a través de una figura masculina vestida con traje, zapatos de vestir, camisa blanca y algún complemento como una pajarita, un sombrero, un bastón o una pipa, siempre impolutos y elegantes, en el estudio, en la obra, en reuniones con el cliente o haciendo pruebas de materiales.

En este contexto de principios del S.XX cabe destacar la anécdota de que Alvar Aalto era un gran admirador de Frank Lloyd Wright y tras conocerlo sustituyó sus prendas informales del campo finlandés, sustituidas por trajes de doble botonadura, encajando en el perfil estadounidense.



Marion Mahony Griffin.
The artist and architect
behind the Prairie School.
Via Hand- Eye Supply



Anna Tyng on construction
site visit. Yale Center for
british art.



The scandal of architecture
invisible women Denise
Scott Brown. The
Guardian



Foto de fin de curso de
Matilde Ucelay y sus
compañeros en la Escuela
de Arquitectura de Madrid,
1936. / UPM

Aunque durante estos años también había mujeres trabajando en estos proyectos, a veces también como autoras y coautora, ellas quedaron en la sombra en el momento. Por suerte numerosos autores se han preocupado de escribir la historia de estas mujeres y su contribución a la arquitectura para que tengan su merecido reconocimiento como Marion Mahony Griffin, Anne Tyng o Denise Scott Brown siendo difícil encontrar fotos de ellas en la misma época, a diferencia de ellos, aparecen con frecuencia retratadas en su estudio, dibujando o acompañando al arquitecto con el que trabajaban.

En este período en España ocurría algo similar, apenas había arquitectas, las mujeres no tenían acceso a estudios universitarios y las que tenían algún conocimiento de arquitectura, pertenecían a familias acomodadas con una formación cultural y posibilidades para viajar y conocer otros lugares. La primera arquitecta graduada en una Escuela de España fue Matilde Ucelay, pionera para todas las mujeres que ejercemos la profesión que luchó por sus ideales para que hoy nosotras lo tengamos más fácil.

La primera imagen que encontraremos de Matilde Ucelay es retratada en su mesa de dibujo trabajando. Aunque se graduó en el año 1936, no fue hasta años después cuando pudo acceder a su título, como no podía firmar proyectos, dejaba que amigos suyos se los firmaran para poder construir.

Indagando un poco más encontraremos fotos en sus visitas a obra, vestida con conjuntos de falda y chaqueta, abrigos largos por debajo de la rodilla, medias y zapatos planos. Me resulta difícil imaginarme a mí misma vestida así para ir a obra.

En este mismo momento en el que se construyen los grandes referentes arquitectónicos del movimiento moderno, Chanel está revolucionando la moda liberando a la mujer del corse y los códigos de vestimenta impuestos para la mujer de la época.

Las grandes marcas de lujo europea buscan su hueco en las calles comerciales de Nueva York, y empiezan a aparecer las pasarelas de moda.

A su vez en EE. UU. se está definiendo el *streetwear* que años después se incorporará en las marcas de lujo. No hay colecciones como las conocemos ahora y la alta costura marca las tendencias.

Centrándome ahora en el ámbito de la moda y su repercusión en la arquitectura, entendiéndola la arquitectura de las tiendas y su papel en la ciudad. Hemos pasado por crisis globales que han sacudido nuestro día a día e implementando grandes cambios de la noche a la mañana. Estamos expuestos constantemente a una gran cantidad de contenido constante y no podemos vivir sin internet. Las marcas de lujo han tenido que ajustarse a las pautas de producción que ha marcado el *fast-fashion* para no quedarse atrás en sus modelos de negocio y vemos cómo las grandes marcas han cambiado de director creativo a la vez, moviéndose de una casa a otra. Hemos entendido que los recursos del planeta son limitados y que sostenibilidad no es solo una palabra vacía sino acción justificada de por qué hacemos lo que hacemos. Sostenibilidad son tres ejes económico, social y medioambiental. Vivimos a caballo entre dos mundos, el físico y el digital, queremos preservar tradiciones, realzar la artesanía y defenderla a la vez que somos capaces de producir de manera más rápida que nunca nuevos diseños y prototipos digitales que aceleran los tiempos de ejecución, reducen residuos con cadenas de producción y distribución monitorizadas.

A la vez existe un debate constante de fondo, que cuestiona qué contamina más demoler un edificio entero o darle un nuevo uso, que nuevos materiales podemos incorporar en nuestros procesos y cientos de certificaciones para justificar que los nuevos edificios son eficientes energéticamente que utilizan energías renovables y que el nivel de energía que necesitan para funcionar es mínimo.

¿En qué punto nos encontramos ahora? En un momento geopolítico complejo en el que los cambios que ocurren en cada país tienen un efecto directo en la industria de la moda, empezando por las fábricas de producción y llegando al producto que vemos en tienda de forma física o virtual. La moda, esa disciplina que puede resultar efímera a priori, es la primera en hacerse eco del contexto



Matilde Ucelay. Visita a obra. Patrimonio Histórico y Archivos de la Comunidad de Madrid.



Fotomontaje. Imagen de la propuesta del proyecto de investigación.

Reinterpretación de la foto anterior con Matilde Ucelay en obra, los techadores alemanes en la cubierta, Coco Chanel en el fondo esperando a que llegue el cambio, y la Terminal de la TWA como representación de la arquitectura del movimiento moderno en EE.UU.



Chanel en 1930 con pantalones, camiseta de rayas maríneas y pelo corto.

social actual, así como los grandes avances en la moda coincidieron con cambios de paradigma a nivel mundial, acompañados de periodos de guerras o necesidad.

Este proyecto resulta novedoso y necesario para nuestro tiempo por la importancia de Nueva York a nivel internacional en las dos disciplinas, en Arquitectura y en Moda, como lugar de creación, de intercambio y cómo pulso de la sociedad, qué mejor momento para documentar estos cambios que el ahora.

02. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

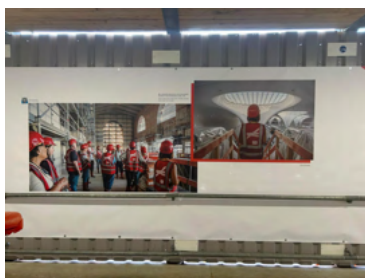
Esta propuesta de investigación surge durante el desarrollo de mi Tesis Doctoral en Arquitectura, Diseño, Moda y Sociedad en el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid de la Universidad Politécnica de Madrid y que está dirigida por Guillermo García-Badell.

La línea general de investigación es “la materialización del concepto creativo de una marca de moda a través de la arquitectura”. A este tema se llega a partir de la práctica profesional como *Construction Project Manager* en el sector retail en Alemania, trabajando con marcas nacionales e internacionales.

La peculiaridad de esta tipología de proyecto es que el diseño del espacio viene dado directamente por una marca de moda. Las decisiones del director creativo de la marca definen directamente la ropa de la nueva colección, pero también cómo será el punto de venta. La complejidad de estos proyectos reside en trabajar en edificios existentes, con frecuencia protegidos por Patrimonio Histórico en unos plazos de ejecución muy ajustados, cada imprevisto durante la fase de obra requiere una reacción inmediata y una propuesta rápida y eficaz para evitar retrasos y costes adicionales. A su vez los equipos involucrados en estos procesos son muy extensos, la toma de decisiones repercute en más de una persona, por lo que la buena comunicación entre todas las partes y el trabajo en equipo son imprescindibles.



“Un vistazo detrás de la valla de obra”. Foto de la valla de obra del proyecto de ampliación de la estación de Stuttgart (Alemania)



Zoom de la foto anterior. “Un vistazo detrás de la valla de obra”

En obra actúan muchos gremios, a veces tantos como en cualquier otro programa arquitectónico y desde la parte de retail participan numerosos agentes que hacen que todo el proceso sea posible desde la concepción del espacio, hasta el momento en el que se vende el primer producto. En las marcas de lujo, el proceso es más exhaustivo debido a la exclusividad del producto, los espacios se planean en milímetros como si de una gran maqueta a escala 1:1 se tratara con materiales poco convencionales y *suppliers* muy exclusivos. En marcas premium el nivel de detalle es menor pero los agentes implicados son los mismos.

Todo el proceso se mantiene en secreto para garantizar la sorpresa final al cliente que espera ansioso visitar el

la marca. Además, con el auge del comercio online, los puntos de venta han sido reinventados incluyendo programas que no son necesariamente intrínsecos al punto de venta, como exposiciones, cafeterías, personalización de productos o espacio de fotografía. De hecho, el concepto de retail sigue actualizándose según las demandas del sector, ahora es posible customizar tu ropa in situ o crear nuevas prendas partiendo de otras viejas que se han dejado de usar.

El objetivo de la tesis es desmenuzar y analizar este complejo entramado y su importancia en la actualidad, por qué en la era de las compras por internet, las tiendas siguen siendo relevantes en las ciudades, cómo son realmente estos espacios, qué aportan al tejido urbano, qué repercusión tienen en la economía y cuál es la importancia de la moda en esta sociedad de la inmediatez en un contexto geopolítico complejo y con la urgente necesidad de tomar medidas y actuar frente a la crisis climática pues tanto la construcción como la moda están a la cabeza producen un alto nivel de emisiones siendo industrias muy contaminantes.

La lectura de artículos científicos relevantes, la formación continua en temas de moda por no haber cursado estudios previos y en arquitectura dentro de la profesión, así como la lectura de libros de grandes autores, listados en la bibliografía acotan el marco teórico de la propuesta.

La asistencia a Congresos Internacionales es fundamental para estar actualizada, conocer otros profesionales y en qué proyectos están trabajando, así como descubrir en qué temas hay carencias que deben ser investigadas.

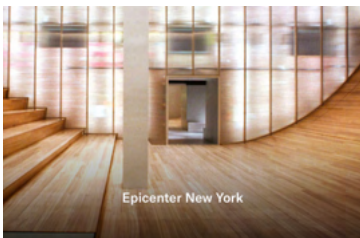
El primer artículo de esta Tesis ha sido aceptado por la revista Peter Lang y está a la espera de ser publicado es el artículo *“Innovation in luxury as a brand image through architecture”* dentro del II Congreso Internacional Tech&Crafts *“Technology and innovation in Fashion”*.

Si bien al comenzar la tesis se prestaba más atención a las prácticas de las marcas de lujo, marcas centenarias, mi experiencia profesional y personal ha ido guiando el tema de la tesis hacia conceptos más representativos de la industria actual de la moda, puesto que nos encontramos ante un cambio de paradigma.

Se observa así que el retail actual, el retail 4.0 más allá de ser una reforma con paredes de pladur y acabados *instagrameables*, es un artefacto tecnológico, un punto de

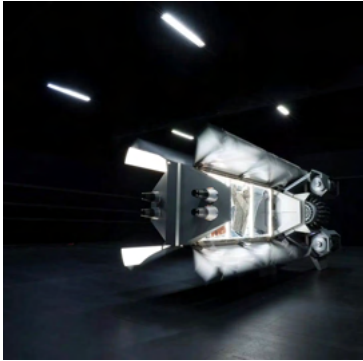


Gucci Cosmos.
Exposición itinerante
del archivo de la marca.



Prada Epicenter New
York. OMA.

nuevo espacio y conocer
in situ las novedades de



Spaceshop Vollebak



Tienda Paloma Wool en Barcelona



Tienda Gimaguas en Madrid

encuentro reflejo de la sociedad en el que la gente puede identificarse con los valores de una marca y expresarse tal y como es. Es el lugar donde se pone a prueba la tecnología más avanzada en el sector retail, se afianzan nuevos modelos y se descartan los que no encajan. En este punto de cambio resulta imprescindible analizar y documentar las nuevas empresas emergentes que utilizan la tecnología para dar respuesta a problemas futuros a través de la moda.

La contribución más reciente con estos avances en la Tesis fue la participación en el III Congreso Arts& Crafts “Fashion Engineering” con la comunicación “opening a physical store as a brand consolidation point for a fashion tech start-up” como un *paper in progress* en el que se presentaban tres marcas que comenzaron como una empresa emergente que buscaron inversores para construir su modelo de negocio y poder afianzarse.

Así, es el momento de prestar atención a marcas como Vollebak (*clothes from the future*) que trabajan con materiales muy poco convencionales y prácticamente indestructibles para sobrevivir a situaciones extremas. Esta marca entiende la ropa como una forma de protección y el medio de salvarte la vida ante situaciones extremas. Ahora que se ha organizado por fin una expedición a la luna, ellos dicen que ya han inventado la ropa para visitar Marte y están esperando a que viajar al planeta rojo sea una realidad. Consolidada su marca, definen un espacio de retail como un vehículo espacial, un artefacto que puede hacer de *delivery* interplanetario o aterrizar y desplegarse como tienda en cualquier superficie. Conceptos innovadores que sólo son posibles con un equipo interdisciplinar formado por arquitectos, ingenieros y aeronáuticos y otros expertos en tecnología.

A su vez vemos como jóvenes estudios de arquitectura españoles han establecido su modelo de negocio y ocupan los rankings de los mejores estudios de arquitectura a nivel mundial mientras marcas de moda española que nacieron a pequeña escala en España continúan creciendo, vistiendo a gente en todo el mundo y siendo un efecto cultural que traspasa fronteras.

Este momento particular de emergencia y posicionamiento de la arquitectura y la industria de la moda española a nivel global merece ser analizado en un contexto internacional.

03. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA PROPUESTA

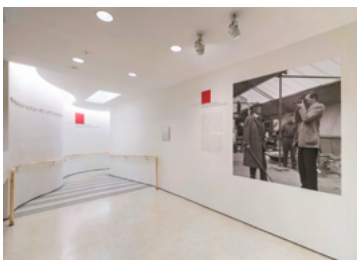
El objetivo de este proyecto es revisar los archivos relevantes al objeto de estudio en la ciudad de Nueva York en una fase inicial y recoger datos relevantes actuales mediante cuestionarios a distintos grupos de profesionales de la arquitectura. Se restringirá la recopilación de datos a las profesiones directamente derivadas del oficio tradicional del arquitecto que se han ido definiendo debido a la diversificación del oficio y al trabajo colaborativo de la disciplina.

Se colaborará con instituciones locales en las que moda y arquitectura tienen un papel importante.

Sería interesante poder publicar los resultados de la investigación en una revista científica relevante. Esta posibilidad posicionaría la Tesis que se está realizando en un contexto internacional, siendo de gran ayuda debido a la dificultad de obtener publicaciones en las disciplinas relacionadas con el arte y el diseño.



10. Eero Saarinen and Florence Knoll prototyping the Pedestal Collection. Image from the Knoll Archive.



Frank Lloyd Wright, The Usonian House: Souvenir of the Exhibition, 60 Years of Living Architecture, the Work of Frank Lloyd Wright.

Con esta propuesta se quiere hacer un barrido general sobre la vestimenta de los arquitectos sin atender a cuestiones de sexo, nacionalidad o poder adquisitivo. Los datos obtenidos indicaran tendencias generales y podrían abrir una puerta a estudios más exhaustivos atendiendo a los factores mencionados previamente.

La propuesta resulta adecuada y relevante al momento actual que vivimos, en un contexto global en el que la geopolítica, la economía y la crisis climática influyen todas nuestras acciones y nuestro estilo de vida. La ropa, la vestimenta es el mejor testigo de ello, no debemos olvidar que los descubrimientos textiles han surgido como respuesta a situaciones extremas. Como vestían los hombres y las mujeres arquitectos, especialmente ellas por haber quedado en el anonimato hasta años más tarde para tener una idea general en este período que es el gran referente, la base de la arquitectura como la conocemos.

Se pedirá acceso a los siguientes archivos para disponer de documentación gráfica relevante del siglo XX:

- Avery Architectural & Fine Arts Library, Columbia University, New York).
- Archivo Museo Guggenheim de Nueva York. Guggenheim Archives.

- MoMa Nueva York Archives.
- Manuscripts&Archives, Yale University Library.
- Magnum Photos NYC.
- Knoll Archive.

Visitar las Universidades que encabezan los rankings en Diseño (incluido Diseño de Moda) será relevante para entrevistar a sus profesores arquitectos y conocer cómo viven la moda y qué importancia tiene la ropa en su día a día en un entorno innovador y con un programa curricular multidisciplinar.

- Pratt Institute por la diversidad de programas que combinan diseño con tecnología, una de las escuelas punteras en diseño con estudios de arquitectura, diseño de moda y Construction Project Management.
- Parsons School of Design
- Fashion Institute of Technology

Entrevistar también a los profesores y autores de Arquitectura de las Universidades más punteras en EE.UU. y que son un referente en Europa.

- Columbia University
- Pratt Institute
- New York Institute of Technology

La recogida de datos en este entorno académico puede abrir la posibilidad de realizar futuros proyectos y colaboraciones entre las Universidades mencionadas y la Universidad Politécnica de Madrid fomentando el intercambio cultural de estudiantes y apostando por la tecnología, la innovación y la creatividad.

También pueden surgir workshops prácticos a través de los datos recogidos para hacer proyectos colaborativos entre distintas disciplinas, diseño de moda, diseño de interiores, Arquitectura y *Construction Project Management*, o creación de empresas; combinando así la parte artística y la técnica.

Las preguntas generales que se quieren abordar durante la estancia desde diferentes puntos de vista incluyen: ¿Qué nos lleva a elegir cada día lo que nos ponemos y cómo elegimos nuestro vestuario? ¿Y las prendas que lo componen? ¿Qué básicos no pueden faltar y como creamos nuestra marca personal? ¿Qué outfits nos dan seguridad y con cuáles somos todoterreno? ¿Qué outfits ofrecen ambas cosas y de qué marcas son? ¿Elegimos prendas clásicas o prendas de moda?

¿Seguimos tendencias? ¿Qué nos inspira? ¿Compramos marcas locales o internacionales viviendo en España? ¿Y cuándo vivimos fuera de España? ¿Vamos de compras por calles comerciales o vamos al centro comercial? ¿Tenemos tiempo para el comercio en tienda o solo recurrimos a las compras por internet? ¿Somos unos nostálgicos del comercio de toda la vida? ¿Somos consumidores compulsivos? ¿Entendemos que la industria de la moda es una de las contaminantes y optamos por comprar ropa más sostenible o con certificaciones? ¿Tenemos un armario definido por tipo de evento? ¿O somos más versátiles y combinamos todo con todo?

Se incluirá la participación de profesores especializados en sociología y toma de datos en estas disciplinas para acotar el cuestionario y obtener resultados relevantes. Nos encontramos escribiendo la historia para las próximas generaciones en un complejo entramado a todos los niveles económico, político, mundial, digital y la industria de la moda está siendo testigo de ello. Resulta relevante en este contexto analizar entonces la visión de los arquitectos sobre el retail, el comercio local y la evolución que se ha producido en éste. Tanto el *fashion system* como la arquitectura trabajan con el propósito de reducir las emisiones y proponer modelos de consumo conscientes. ven los arquitectos el retail y qué modelos de negocio proponen, son realmente *trendsetters*. El proyecto se define, así como una herramienta de análisis del presente para poder documentarlo, como un testigo de análisis del presente.

La pregunta que se plantea ahora es qué moda surgirá de este contexto, qué prácticas adoptaremos y si nos podemos convertir en *trendsetters* proponiendo modelos de consumo alternativos.

El siguiente paso después de la estancia sería publicar los resultados obtenidos idealmente en una de siguientes revistas indexadas, referentes en el campo de estudio:

-Fashion Theory (JCR:Q1) dirigida por Valerie Steele (directora del Fashion Institute of Technology) y por Peter McNeil.

-International Journal of Fashion Design, Technology and Education(SJR:Q1), publicada por Taylor and Francis, especializada en los aspectos tecnológicos, en aspectos muy concretos, pero también abierta a las sinergias con otras disciplinas tecnológicas.

-Fashion and textile (SJR:Q1), enfocada a la industria, a sus aspectos tecnológicos, económicos y culturales.

-Dress (SJR:Q2), publicada desde 1975, se enfoca a los aspectos culturales del vestido, su relación con el arte, la historia y la antropología.

-International Journal of Fashion Studies (SJR:Q2) que aborda el problema de la falta de oportunidades de publicación para autores internacionales y su vez favorece el inglés como idioma y la cultura anglosajona en el enfoque.

Dada la importancia de la innovación y la creación de nuevos modelos de negocio y de la apertura de espacios físicos para estos conceptos sería interesante incluir en la tesis un modelo de negocio para la ropa y la tienda del arquitecto, de retail con una colección basada en ropa de arquitectos, quien la diseñaría y cómo y dónde se vendería este producto. ¿Qué colección de ropa saldría de la interpretación de estos datos, en qué tipo de tienda se vendería (cómo es esa tienda y que usos ofrece) o también qué modelo de negocio se implementaría, empezaría como una empresa emergente, tendría fines sociales, dónde se produciría la ropa?

04. ASPECTOS ESPECÍFICOS RELEVANTES

Dado que esta propuesta de investigación surge de una intuición personal que comienza en la carrera, continúa trabajando como Arquitecto en diferentes campos de la profesión y se intensifica con las visitas a obra; resulta relevante compartir una serie de anécdotas, seleccionadas, que han ayudado a acotar esa intuición inicial y en las que se puede leer la importancia de la ropa que nos ponemos y así de la moda en nuestra profesión. Probablemente los Arquitectos que lean estas situaciones se sentirán identificados en muchas de ellas y a su vez recordarán otras propias. Estas experiencias personales podrían crear un libro de obra compartido, inusual por su contenido, que documentaría qué papel juega la moda y de qué maneras está presente en nuestra profesión.

En la ETSAM (2009-2016)

En la asignatura de Proyectos Arquitectónicos de primer curso, un profesor nos contó que, en la inauguración de un edificio oficial con las autoridades, uno de los políticos asistentes se apoyó en la fachada de acero corten cuando la prensa hizo la foto. Llevaba un traje blanco y nadie se atrevió a decirle que su espalda ahora era marrón.

En el Colegio Mayor se asumía que si los arquitectos (estudiantes de Arquitectura) iban más arreglados que de costumbre un día entre semana era porque tenían entrega.

Trabajamos toda la noche sin dormir en la entrega final de urbanismo del día siguiente, ropa vieja y cómoda que en circunstancias normales nunca hubiésemos llevado a la Universidad, por falta de tiempo no tuvimos otra opción que aparecer así en la entrega.

José Luis Arana, fue mi primer profesor de proyectos, siempre llevaba tirantes, pajarita, y unas gafas grandes de arquitecto a través de las que miraba muy serio advirtiéndonos a los estudiantes de provincias de que no debíamos volver a casa los fines de semana porque desaprendíamos, que viviésemos la capital y fuésemos a ver edificios.

Mientras preparaba la maleta para los próximos meses de prácticas en un estudio en Isla Mauricio, mi madre me dijo que me llevase un vestido de tela de raso por si tenía que asistir a algún evento formal de la empresa. Todo fue muy relajado allí y no surgió la ocasión de ponérmelo, sin embargo, estaba preparada.

Atxu Amman nos contó que siempre vestía de negro, el día de las fotos para la orla se negó a ponerse la camisa blanca, outfit standard que todos tenían que llevar. “¿Si siempre voy de negro, por qué un día como hoy no?”

Ver a Izaskun Chinchilla por los pasillos o en Conferencias y Talleres era una explosión de color y creatividad, siempre que la veía me preguntaba “¿dónde comprará sus outfits?”

En la oficina, en prácticas o trabajando (2015-2026)

Mi compañera C. es italiana, cada mayo va de vacaciones a Mallorca y compra ropa y complementos porque dice que allí todo es más colorido.

En el equipo de construcción trabajamos muchas mujeres. Mi compañera A. odia llevar pantalones vaqueros y sólo se los pone los días de obra. Celebramos el día que sólo estamos en la oficina y nos podemos alegrar y llevar la ropa que más nos gusta.

Y. tenía visita en obra con el cliente y salió a las cuatro de la mañana de casa para cumplir la agenda de ese día antes de tomar el avión de vuelta. Estaba tan cansada que se fue en chándal porque no tuvo tiempo ni ganas de arreglarse.

E. siempre viene en bici a la oficina, hace mucho deporte y los outfits no son su prioridad. Para reuniones importantes se viste más formal con camisa blanca y blazer negro.

Mis primeras prácticas de arquitectura eran casi siempre trabajo de oficina. Si llegábamos al trabajo con algo nuevo, siempre una de mis compañeras lo fichaba. A ellas les encantaba la ropa de Massimo Dutti y el Black Friday.

S. cumplidos los 30 decidió cambiar su estilo y compró un montón de ropa nueva. Al día siguiente de estrenar su falda de tubo sin aberturas en las piernas comenzó el día diciendo “ser una it-girl es agotador, no puedo más” mientras se quejaba de sus agujetas en las piernas.

Fui a hacer una entrevista de trabajo con un abrigo rosa de paño muy aparente, como dicen los alemanes un auténtico *Hingucker*, barato y que aún conservo. Cuando me incorporé al puesto, uno de mis nuevos compañeros me reconoció por el abrigo, al verme pensó que iba a trabajar en la empresa de cosmética que estaba en el mismo edificio.

Viviendo en Alemania, lo que más celebramos mis compañeros y yo cuando volvemos a nuestros países de origen (España, India, Perú, Jordania, Italia, Tailandia, Turquía, Dubai), además de ver a nuestras familias es comprar ropa de allí, nos conecta con nuestros orígenes y llama la atención cuando volvemos, siempre recibimos cumplidos que agradecemos diciendo “*thank you, it's from my country*”.

Mis prácticas de fotografía en una galería de arquitectura en Praga coincidieron con la Bienal de Arquitectura Experimental que incluía una

exposición de Zaha Hadid, numerosas conferencias y eventos. Entre los invitados estaban Patrick Schumacher, Coop Himmelbau o Preston Scott Cohen, entre otros. Recuerdo con intensidad aquellos días, pensar un outfit con el que estar a la altura, cómoda y pasar desapercibida me estresó un poco.

En la obra (2021-2026)

S., el ingeniero de instalaciones siempre va vestido de Lacoste, a veces más sport, a veces más formal. Incluso su maletín es de Lacoste!

N., el pintor, me dijo que cuando tiene reuniones, *jour fixe* siempre se cambia de ropa, está convencido de que, vestido con el mono de trabajo manchado de pintura, nadie le toma en serio.

Mi compañero E. es carpintero de formación, se especializó en coordinación de gremios en obra. Adora llevar ropa de trabajo siempre por si surge algún imprevisto. Cuando tengo reunión con el cliente me pregunta si él también se puede quedar, porque piensa que no va bien vestido.

Buscamos una empresa que tuviese capacidad inmediata para instalar unas paredes de pladur de gran formato en un edificio industrial. El dueño de la empresa (alrededor de 60 años) sugirió que sería un buen edificio para hacer fiestas tecno. Iba vestido completamente de negro y todo eran marcas de lujo. Acabada la reunión continuamos hablando de retail y acabó criticando que la democratización del lujo había derivado en la falta de profesionalidad en la atención al cliente al comprar en tienda.

M., el que monta los andamios siempre viene con un estilo *british*, camisas de franela de cuadros, polos de Fred Perry, Dr. Martens y el típico gorrito alemán *kurze Docker-Mütze* de Hamburgo.

Después de una reunión con el cliente, comimos en un restaurante italiano. El inversor pidió *spaghetti alla bolognese*, y se salpicó la salsa de tomate en la camisa blanca. El interiorista le dijo “si llevas camisa blanca, tienes que ponerte la servilleta así, como yo, para no mancharte”.

El ingeniero de protección contra incendios se quejó durante una visita en obra de que en la tienda que íbamos a abrir no había tallas para él “mido casi dos metros y tengo que comprar en tiendas especializadas en tallas grandes y suelen ser muy caras”.

05. REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

- Espiegel, C. (2007). *Heroínas del espacio. Mujeres arquitecto en el movimiento moderno*. Nobuko.
- Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Capitán Swing.
- Koolhaas, R. (1978). *Delirious New York: A retroactive manifesto for Manhattan*. Oxford University Press.
- Koolhaas, R. (2006). *Junkspace*. Quodlibet.
- Lipovetsky, G. (2002). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.
- Loos, A. (1980). *Ornamento y delito y otros escritos*. Gustavo Gili.
- Loos, A. (1982). *Why a man should be well dressed*. (Compilación de escritos).
- Maak, N. (2020). *Servermanifest. Architektur der Aufklärung: Data Center als Politikmaschinen*. Hatje Cantz Verlag.
- Mansilla, P. (2016). *¿Qué es moda? Una perspectiva sociológica*. Dextra.
- Muxí Martínez, Z. (2018). *Mujeres, casas y ciudades: Más allá del umbral*.
- Rau, C. (2019). *Why do architects wear black?*. Lars Müller Publishers.
- Rodríguez, M., & Alonso, R. (2021). *Moda digital: Transformación, negocio y nuevas tecnologías*. Dextra.
- Sánchez de Madariaga, I. (2012). *Matilde Ucelay: La primera arquitecta española*. Ministerio de Fomento.
- Underhill, P. (2008). *Why we buy: The science of shopping*. Simon & Schuster.

WEBGRAFÍA

- <https://danieloliverbachmann.de/hoerspiel-e-filme/auf-der-walz-die-freiheit-liegt-auf-der-strasse/>
- <https://www.muellerundsohn.com/allgemein/die-traditionelle-zunftbekleidung/>
- <https://www.maisonmargiela.com/es-es/mm-the-tabl.html>
- <https://www.archdaily.mx/mx/963809/el-valor-de-la-experiencia-no-tradicional-como-la-evolucion-de-nuestra-profesion-ha-mejorado-la-arquitectura>
- <https://www.guggenheim.org/about-us/architecture/timeline>
- <https://paimiosanatorium.com/alvar-aalto-american-hero/>
- <https://www.nytimes.com/2016/05/01/arts/design/whispers-of-louis-kahns-vision-at-the-yale-center-for-british-art.html>
- <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20250124/arquitectura-genero-primeras-mujeres-construyeron-113682019>
- <https://onlybook.es/blog/arq-matilde-ucelay-maortua/>
- <https://onlybook.es/blog/arq-matilde-ucelay-maortua/>
- <https://www.chanel.com/ar/about-chanel/gabrielle-chanel/>
- <https://www.arquima.net/bauhaus-arquitectura-industrializada/>
- <https://vollebak.com/pages/spaceshop>
- <https://www.prada.com/gb/en/pradaspHERE/places/epicenter-new-york.html>

ANEXO: Carta de motivación a Matilde Ucelay

Estimada Matilde,

Me dirijo a ti con esta carta para contarte los motivos por los que he presentado mi candidatura para la Beca de la Fundación Arquia de Investigación en Nueva York.

En primer lugar, te alegraré saber, que durante la carrera de Arquitectura en la E.T.S.A.M y ahora haciendo mi Tesis Doctoral en Arquitectura, Diseño, Moda y Sociedad en la Universidad Politécnica de Madrid he tenido acceso a numerosos programas internacionales donde he aprendido de otras culturas y otros estudiantes como yo. Además de viajar, he trabajado y vivido en otros países, en otros continentes, estas experiencias son lo más valioso de mi crecimiento personal y profesional y además es un motivo de alegría en mi familia pues, aunque soy otra generación distinta a la tuya, no había ningún antecedente con acceso a estas posibilidades. Como ves las cosas han cambiado desde que fuiste pionera en este oficio y abriste paso a todas las que quisimos ser Arquitectas después.

Aunque en la Escuela había mayoría de mujeres estudiantes, en la práctica esto cambia, especialmente en las fases de proyecto de ejecución y obra. Te diré que rara vez coincido con otras mujeres incluso trabajando en equipos multidisciplinares. Para mi ir a obra es emocionante, es un laboratorio de ideas, es aprender desde la práctica, es trabajo de campo y también una labor social. Observo in situ que las obras no están pensadas para las mujeres como tampoco lo está la ropa que se lleva en este lugar de trabajo.

Inmersa en mis pensamientos y haciendo fotos de los espejos recién instalados en las nuevas tiendas que pronto abrirán, encuentro mi reflejo como si fuese Vivian Maier fotografiando los reflejos de Nueva York o Charles Moore haciendo autorretratos con sus maquetas, me descubro negando que la obra no es un desfile de moda y a la vez me contradigo pensando que sí lo es.

Definitivamente faltan textos y un análisis exclusivo de cómo es la ropa de los arquitectos, cómo nos vestimos y qué significa para nosotros la moda en nuestra profesión y también en el día a día. Necesitamos seguridad en nuestras reuniones, en las presentaciones y necesitamos ropa todoterreno. Además, planeamos tiendas de

ropa, centros comerciales y nos preocupamos del futuro de las ciudades, de la vida en las calles y de proteger el medio ambiente, de cuidar lo que tenemos para las próximas generaciones.

Entonces, ¿podemos ser creadores de tendencias y educar a la sociedad a un consumo más responsable con nuestras acciones?

Sin duda la moda, es el mejor reflejo de nuestra sociedad y no es posible entenderla sin el contexto de Nueva York en el Siglo XX y la importancia de su legado en nuestros días. Debo confesar que tome tus fotos de obra como referencia para encajar el tema de esta propuesta. No puedo imaginarme mi trabajo yendo con falda o vestido a la obra, al igual que no me la puedo imaginar vestida con traje y corbata como hacía Mies. Qué suerte que Chanel comenzara un cambio de paradigma a principios del Siglo XX, liberándonos de los corses y haciéndonos más libres, seguras e independientes a través de la ropa.

Espero que el enfoque de esta propuesta te resulte innovadora y coincidas en que Nueva York con toda su cultura, instituciones, arte, universidades y gente de todo el mundo es un buen punto de partida para esta investigación. No te creerías lo rápido que está cambiando nuestro día a día, a caballo entre un anhelo de lo analógico que quiere conservar el trabajo artesanal y la irrupción de las nuevas tecnologías que prometen ser más eficientes, acelerando procesos y reduciendo recursos.

Ojalá poder escribirte pronto diciendo que he sido seleccionada para esta Beca, ojalá que puedas ver publicados los resultados de esta investigación y que cumpla mi sueño de vivir en Nueva York y de aportar mi grano de arena a la comunidad científica en estas disciplinas.

Atentamente,

Ana Tinajero