

# Infernales Magazine

Por: Susana Medina Álvarez

## Abstract

En una sociedad donde pretenden uniformarnos, los jóvenes se expresan por medio de la moda, donde la irreverencia hacia lo tradicional prima. Si bien en parte es externa, lo cierto es que muchos de estos jóvenes quieren romper con comportamientos patriarcales, donde la libertad de expresión no existe, no hay ni voz ni voto frente a lo que socialmente está establecido y donde solo se juzga por la apariencia. Muchos lo hacen de forma externa, pero aquellos que son reales solo tienen su mente para hacerlo. La mente, es un laberinto tan extenso que no comprendemos, ni desciframos, pero sabemos que es el núcleo de la irreverencia.

## ¿Qué es?

Lo infernal no solo hace referencia a la religión, también habla de la insatisfacción o molestia frente a algo, y precisamente de esto habla la investigación. Así como lo expresa, Foucault, en "Vigilar y castigar", donde la disciplina de la sociedad, crea individuos idénticos, los cuales deben de cumplir un rol, para poder pertenecer a esa sociedad. Por lo que, la sociedad tradicional, busca uniformados con sus reglas y sus estéticas patriarcales; así algunos jóvenes de la generación Z, buscan rebelarse frente a estos comportamientos o reglas, y lo logran por medio de sus actos de "rebeldía" - en un sentido social tradicional-. A su vez, sabemos que el núcleo de la irreverencia, está ubicado en la mente, la cual tiene claro sus propios parámetros y sus limitantes.

## Pregunta

¿Por qué en una sociedad tradicional como la pisa, los jóvenes de la generación Z, utilizan los actos de rebeldía como medio de expresión?

## Objetivos

### General

- Determinar por qué en la sociedad tradicional pisa, los jóvenes se expresan por medio de la moda, entendido que van desde acciones tanto de adorno como de vestimenta.

### Específicos

- Definir de qué manera se dan los cambios en la vestimenta de los jóvenes.
- Establecer los códigos de vestimenta de los jóvenes.

- Determinar que patrones rompen en la sociedad tradicional.

### **Metodológicos**

- Comprender por medio de qué prendas de vestir los jóvenes se rebelan en la sociedad tradicional.
- Explicar cómo por medio de la moda, los jóvenes crean una identidad propia, que les permite forjar una personalidad.
- Determinar qué prendas son importantes y cuáles de ellas, para las personas entrevistadas, tiene un significado de rebeldía.

### **Justificación**

Desde un inconformismo hacia la religión católica y lo tradicional, mi identidad como diseñadora se ha visto influenciada por la irreverencia y la rebeldía. Mis padres vinieron del campo, ya que pasaron gran parte de su infancia y inicios de adolescencia en el pueblo hasta que mis abuelos decidieron buscar mejor vida en la ciudad. Por lo que las diversas dinámicas de pueblo se quedó con ellos - tipo, los chismes, el hecho de aparentar, no mostrarse al 100% por miedo a ser juzgados, donde una tradicionalidad se nota muy marcada, entre otros. Sumando a esto, estudié en un colegio extremadamente católico, donde me hicieron creer en los roles establecidos por la sociedad y la “forma correcta” de portarse - socialmente.

Estas dos cosas generaron un cuestionamiento por estas dos actitudes, y la forma de expresarlo fue por medio de ser rebelde, por pequeños actos como teñirme el pelo o tener un piercing. A su vez, la vestimenta fue el punto central para romper con lo tradicional o aquello que las personas piensan que debes de usar. Por medio de las prendas de vestir, hablamos de nuestra personalidad y a su vez es la primera forma con la que nos expresamos.

### **Metodologías**

#### **Encuesta**

Realice una encuesta de forma general, la mande a personas de este nicho, así como otras que no pertenecían, con el propósito de comparar resultados, pues fue muy notable la diferencia entre los resultados. Esto me sirvió para saber de qué forma se pueden indagar a profundidad a la hora de realizar entrevistas a profundidad.

#### **Entrevistas individuales.**

Las preguntas giraban en torno a su estilo de vida, y la forma en la que interactúan con los actos de rebeldía. Las personas no solo se seleccionaron basadas en un street vision que se hizo, no también en una larga indagación por Instagram.

#### **Entrevista grupal.**

Se profundizó un poco más, y se vio como en muchas respuesta coincidían, o eran similares, y es sirvió para afirmar el nicho de mercado. Aunque también fue interesante mirar como entre ellos se hablaban de sus cosas.

### **Observación no participativa.**

En medio de esas entrevistas, tanto individuales como grupales, se tomaba nota de expresiones, frases, forma de hablar, como el cuerpo se movía, como era la vestimenta, que mañas hacían constantemente, como se mostraban sus tatuajes unos a otros, como la gestualidad de la cara era similar... etc.

## **Cartografía**

Cree una casa tradicional paisa de forma externa, en la parte interior, después de retirar el techo (abrir la mente), en los diversos cuartos se encuentran los hallazgos más importantes de mí consumidor. **La casa de tradiciones infernales**, habla de las costumbres propias, y a su vez, habla de eso que aparenta ser, pero que internamente muestra lo que verdaderamente es. Las “habitaciones”, fueron las siguientes:

**Graffiti:** Método de expresión, donde se exteriorizan los sentimientos, las injusticias y se plasman los pensamientos.

**Tatuajes:** Forma de rebelarse frente a los padres, en muchas ocasiones comienza de esa forma, hasta que llega un momento que se empieza a escribir la propia historia en el extenso lienzo que es la piel.

**Sensualidad Sexual:** Donde no hay tapujos frente al sexo, y donde se permite usar eso que alguna vez fue solo para la “cama” o “para tu marido” de forma externa. También, habla de su lado erótico, pero con un toque satírico o irónico frente al tema, porque nunca se toma en serio lo que pasa.

**Pelitos rebeldes:** El pelo exterioriza la inconformidad social frente a lo que está aceptado, es el importaculismo frente a la sociedad.

**Perforaciones:** cuando la piel se atraviesa, el dolor se convierte en algo real, de esta forma se habla de la adrenalina de la vida y como puede ser tan efímero.

**Drogas:** solo por relajación.

**Demín:** Material principal con el que se rebelan, suelen ser prendas que se personalizan, y reflejan la personalidad. Se permiten explorar los diversos trabajos manuales que se pueden dar. Así como la importancia histórica que se puede dar.

**Lo ancho:** representa eso que no está ajustado al cuerpo, que da libertad, donde la silueta del cuerpo no se marca, donde no hay complicaciones ni amarres. La comodidad prima, y la facilidad de llevar las cosas.

**Patio central:** donde se guarda lo tradicional, porque sigue siendo un pilar del modelo mental impuesto. Aquí, se mete todo eso que no se quiere escuchar, pero que sigue estando presente en todo lo que se hace.

**Lo justo:** eso que está justo al cuerpo, donde se siente el encierro pero también por medio de ello se puede revelar.

**Expresión habladora:** gestos, frases, expresiones tanto faciales como de parla, están justo aquí, puede que sean sutiles así como sobre exageradas. El uso de las palabras soez, se vuelve cotidiano, aunque cuando se está frente a personas adultas se tratan de minimizar para no sentirse juzgados.

**Lo que se ve:** habla un poco de sentirse juzgado por las miradas que se reciben por las personas que no los comprenden.

**Los bufones (política):** la burla constante, donde nada se toma en serio, así sea un tema serio. Representa a los grandes líderes en todos los sentidos.

**Lo sagrado (religión):** de lo que se prefiere no hablar, pero sigue siendo respetado.

**Arcoíris:** colores de los que se hablaron en la entrevista, no solo se usan sino que también sirven para realizar sus propias cosas, los cuales son: blanco, amarillo, rosa, dorado, naranja fluorescente, morado y azul.

**Descontrol:** representa la pasión, la fuerza interior, la importancia de la respuesta, el don de la impaciencia, y lo loco que puede llegar a ser.

**Lo oculto (cuartos negros):** lo que no se quiere ver, lo que no se quiere descubrir o lo que no se deja ver.

**Corredores (conexión de cuartos):** donde te puedes perder, nunca salir o pasar a la nada.



## Alfabeto Visual

Carta de color

En la carta de color, predominan colores vivos, teniendo un balance entre los fríos y cálidos (se encuentra el color):

Punk Red (rojo).

Black Ink (negro).

Rebel Blue (azul índigo).

Lish (morado).

Energía (naranja claro).

Riot (naranja "oscuro").

Dinamita (verde).

Fresh B (azul claro).

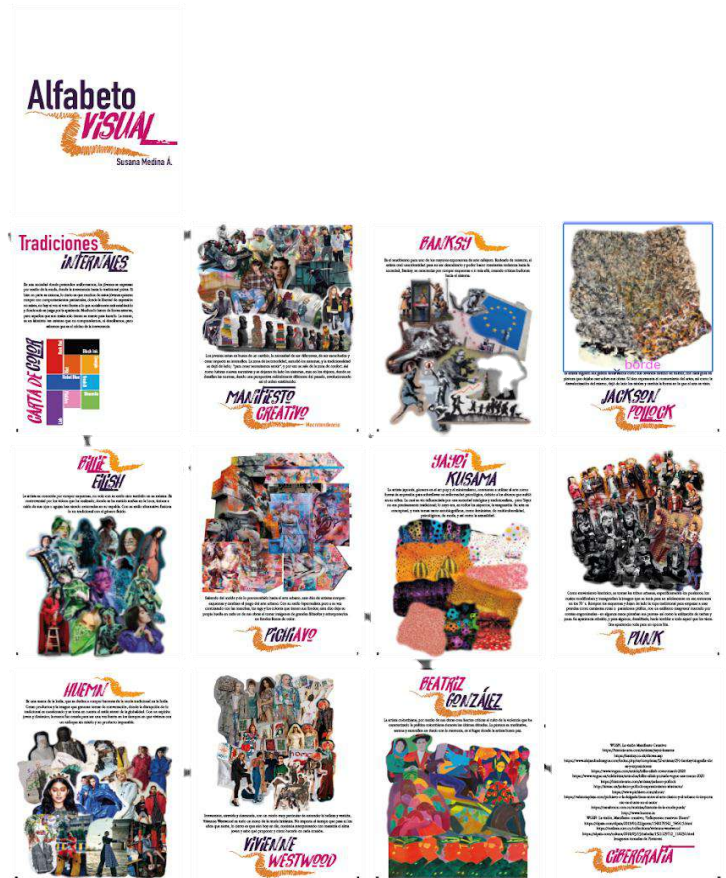
PinckAvo (rosado).

### Macrotendencia "Manifiesto creativo"

Los jóvenes están en busca de un cambio, la necesidad de ser diferentes, de ser escuchados y crear impacto se intensifica. La zona de incomodidad, sacudió los sistemas, y la tradicionalidad se dejó de lado; "para crear necesitamos sentir", y por eso se sale de la zona de confort. Así como habrán nuevas narrativas y se dejaron de lado los sistemas, mas no los objetos, donde se desafían las normas, dando una perspectiva radicalmente diferente del pasado, revolucionando así el orden establecido. (WGSN, 2019)

### Pichiavo

Saliendo del molde y de lo preconcebido hacia el arte urbano, este dúo de artistas rompe esquemas y cambian el juego del arte urbano. Con su estilo hiperrealista pero a su vez contrastado con las manchas, los tags y los colores que tienen sus fondos, este dúo deja su propia huella en cada uno de sus obras al tomar imágenes de grandes filósofos y sobreponerlo en fondos llenos de color. (PichiAvo)



## **Banksy**

Es el seudónimo para uno de los mayores exponentes de arte callejero. Rodeado de misterio, el artista creó una identidad para no ser descubierto y poder hacer constantes reclamos hacia la sociedad, Banksy, se caracteriza por romper esquemas e ir más allá, creando críticas burlonas hacia el sistema. (Art of Banksy)

## **Jackson Pollock**

El artista registró sus gestos tanto físicos como sus diversos cambios de humor, con cada gota de pintura que dejaba caer sobre sus obras. Si bien representa el consumismo del arte, así como la desvalorización del mismo, dejó de lado los tabúes y cambia la forma en la que el arte es visto. (Historia del Arte)

## **Billie Eilish**

La artista es conocida por romper esquemas, no solo con su estilo sino también en su música. Es controversial por los videos que ha realizado, donde se ha metido arañas en la boca, tinta a caído de sus ojos o agujas siendo enterradas en su espalda. Con su estilo alternativo fusiona lo no tradicional con el género fluido. (Vogue , 2020)

## **Punk**

Como movimiento histórico, se toman las tribus urbanas, específicamente los punkeros, los cuales modificaban y transgredió la imagen que se tenía para un adolescente en ese entonces en los 70's. Rompen los esquemas y dejan de lado la ropa tradicional para empezar a usar prendas como camisetas rotas o pantalones pitillos, con un estilismo trasgresor marcado por crestas engominadas - en algunos casos pintaban sus puntas- así como la utilización de tachas y puas. Su apariencia rebelde, y para algunos, desaliñada, hacía temblar a todo aquel que los viera. Una apariencia ruda para un época fría. (Canal Trece, 2018)

## **Yayoi Kusama**

La artista japonesa, pionera en el art pop y el minimalismo, consensó a utilizar el arte como forma de expresión para sobrellevar su enfermedad psicológica, debido a los abusos que sufrió en su niñez. La cual se vio influenciada por una sociedad misógina y tradicionalista, pero Yayoi no era precisamente tradicional; lo suyo era, en todos los aspectos, la vanguardia. Su arte es conceptual, y trata temas tanto autobiográficos, como feministas, de multiculturalidad, psicológicos, de moda, y así como la sexualidad. (Historia del Arte)

## **Huemn**

Es una marca de la India, se dedica a romper barreras de la moda tradicional en la India. Crean productos y la imagen que generan temas de conversación, donde la

disrupción de lo tradicional es cuestionado y se toma en cuenta el estilo street de la globalidad. Con un espíritu joven y dinámico, la marca fue creada para ser una voz fuerte en los tiempos en que vivimos con un enfoque sin miedo y un producto impecable. (HUEMN)

### **Vivienne Westwood**

Irreverente, atrevida y descarada, con un modo muy particular de entender la belleza y vestirla, Vivienne Westwood es todo un icono de la moda británica. No importa el tiempo que pase ni los años que sume, lo cierto es que aún hoy en día, continúa interpretando con maestría el alma joven y sabe qué proponer y cómo hacerlo en cada ocasión. (El País, 2019)

### **Beatriz González**

La artista colombiana, por medio de sus obras crea fuertes críticas al culto de la violencia que ha caracterizado la política colombiana durante las últimas décadas. La pintura es meditativa, serena y escenifica un duelo con la memoria, es el lugar donde la artista busca paz. (El País, 2018)

## **La rebeldía del coronavirus (situación Covid - 19)**

Identifica a mediados de diciembre del 2019, el Covid - 19, se ha convertido en esa célula letal que quiere penetrar en nuestras vidas. En un principio se muestra como una gripa, que posteriormente se complica y los síntomas pueden llegar desde tener altas fiebres hasta no sentir hambre, así como en algunos casos no se presentan síntomas, por lo que también es un virus silencioso (BBC News Mundo, 2020). Es una pequeña célula, no puede ser detectada al ojo humano, pero puede ser tan letal que ya hay 847.465 casos en el mundo (Rtve.es, 2020)- a la fecha en la que se realiza este informe.

Para muchos, este virus ha detenido su “vida normal”, la ha paralizado y llegado al punto del encierro y aislamiento, para prevenir contagios, por lo que los hábitos de consumo han cambiado. Se sabe, que por este motivo las compras se realizarán de forma diferente, y esto, en el caso de tener la manera económica de hacerlo, pero lo cierto, es que la economía de muchos caerá al suelo, lo que parara el mercado. (Coronavirus: Aceleradores del cambio a nivel global, 2020)

Algunos creen que este será un tiempo de reflexión, donde los consumidores se volverán más conscientes de sus hábitos de consumo, de la forma en la que trataron al planeta y la manera en la que usaban todos sus recursos - sobre todo en el sector financiero. Así como también se visualizarán problemáticas como la contaminación generada por el ser humano en varias partes del mundo, si se tiene en cuenta cosas

como el hecho que en un par de días el río de Medellín este limpio - para algunos cristalino, si se compara con su “color normal” (Vivir en el Poblado, 2020) o que los canales de Venecia, estén limpios y a su vez se pueden ver peces retornando (La Vanguardia, 2020) o la reducción del CO2 en el aire, que se puede ver en países como China , o en ciudades como Nueva York y Londres (BBC News Mundo, 2020), ya dice mucho sobre lo perjudicial que puede llegar a ser el ser humano. Pero hay algunas preocupaciones más profundas, como el hecho que se estima que una gran parte de la población estará en sus estados de ánimo más negativos, pues su salud mental y emocional se verá afectada a causal de aislamiento. (Coronavirus: Aceleradores del cambio a nivel global, 2020)

Esto genera incertidumbre pues no se sabe hasta cuanto se continuará de esta forma; así muchos se quieran mantener positivos, lo cierto es que en este instante no sabemos cómo se va a reaccionar. Hay unas situaciones con base a lo que se ha pronosticado, pero hasta que esta crisis no termine no se puede determinar que se hizo bien y que se hizo mal; lo que sí se sabe es el hecho que se puede contener, con acciones como la cuarenta, el lavar las manos, así como estar lo más protegido posible - en cuanto a utilización de prendas que cubran el cuerpo.

Ahora, bien, la pregunta sería ¿cómo ciertos consumidos, que su vida en cierta forma, “dependen” de la realización de intervenciones en el cuerpo, va a responder? Sabemos que en este momento la sanidad y la salud prevalece, lo que genera que los comportamientos de este nicho de consumidores cambien sus hábitos comunes. (Coronavirus: Aceleradores del cambio a nivel global, 2020) Ya no interviene su cuerpo, que sino una hoja de papel, la cual se ha convertido en el método de escape frente a esta situación.

Si bien no genera la misma sensación, en este momento es lo único que se puede realizar, así como el hecho de tener pequeños momentos para reflexionar sobre la situación actual. Algunos pintan sobre paisajes así como otros hacen rayones sin sentido que por algunos expertos pueden ser considerados obras de arte abstracto. Así que en cierta medida es lo que realizan en este momento... ¿pero qué será de ellos en un futuro post-Covid 19?

Hasta cierto punto, se tienen dos posibles escenarios. El primero, habla sobre el hecho que este nicho de mercado deje un poco de lado las intervenciones en su cuerpo, que hasta cierto punto se consideran como accesorios, y hagan más visibles sus sentimientos, pues en este tiempo de aislamiento reflexionaron sobre la que solía ser su realidad y como en ella, hasta cierto punto, no habían sentimientos ni emociones, o bueno, si estaban pero se ocultaban con base a sus traumas de infancia. (Coronavirus:



Aceleradores del cambio a nivel global, 2020) Y la otra, un poco más oscura, es que este nicho de consumidor seguirá con su vida como si nada, pero tendrá más precauciones a la hora de realizar sus intervenciones, sobre todo en cuanto a sanidad se refiere. (Coronavirus: Aceleradores del cambio a nivel global, 2020) En las dos, se cree que siguen siendo rebeldes, pues forma parte de su esencia, de lo que son y de lo que quieren, pero también sus prioridades serán otra, pues sentirán más interés por su familia, independientemente de lo que solían sentir hacia ellos - basado en sus traumas de infancia.

Pero a ciencia cierta, no se puede decir de qué forma reaccionara este nicho de mercado, pues son suposiciones basadas en lo que fueron a previamente al momento del Covid - 19, así que estas suposiciones, hasta cierto punto, son basadas en lo que fueron o solían ser. Así que está esa es una pregunta difícil de contestar, pero esos son los posibles dos escenarios que ocurran.

¿Será de vital importancia lo que puedan llegar a ser estos consumidor después del Covid- 19? si, pues su mente se verá afectada por los estragos del aislamiento, y si tenemos en cuenta que la mente es el núcleo tanto de su rebeldía como de su irreverencia, hasta cierto punto es preocupante saber que puede pasar con ellos y comprender como un evento como este, afecta su psiquis, y hasta qué punto cambiaran algunos de sus principios.

Lo cierto es no se sabe al 100% de lo que vaya a pasar, y puede que el resultado final ni se pase por la mente de las personas, tanto del nicho de mercado como la investigadora, así que serían suposiciones que se perderían en el tiempo. Por lo que, literalmente, se debe esperar para saber cómo el consumidor se verá afecto al 100%, y no hacerlo con base en suposiciones.

Finalmente, el Covid- 19, si o si, afecta la vida de todos tanto en el momento en que estamos, así como en el futuro. Si bien no sabemos al 100%, lo que vaya a pasar, sabemos, o al menos esperamos, que de alguna forma las personas se vean afectadas por lo que ocurre en este momento. Sobre todo por las repercusiones generadas por el aislamiento, pues sabemos que el ser humano es social por naturaleza. En definitiva, no sabemos qué puede pasar, pero nos queda la esperanza que cada quien se cuide y crea en la situación que se está pasando en este instante, así como, al menos yo, espero que sea algo que nos ayude a comprender cómo entre todos, como comunidad, nos podemos ayudar.

## **Materialización**

Se realizará, una revista digital, donde en el primer tomo se hablará sobre este nicho

de mercado, que les gusta, como son, la manera en la que interactúan, como se diferencian los reales de los no reales, algunas entrevistas con estos jóvenes; así como editoriales que rompan con los estereotipos socialmente establecidos y con inspiración en este nicho de mercado.

Al ser una revista digital, se encuentra en la internet. Tendrá tres presentaciones, una página web, donde estará toda la información y habrán artículos de interés, será variado, y se encontrarán diferentes formas de interactuar, desde editoriales diversas hasta artículos y noticias importantes; una versión de revista, donde está lo más importante de mes, hay artículos, entrevistas, editoriales... etc.; y un Instagram, que será el puente de comunicación entre la revista y el cliente, éste será de vital importancia para crear un engagement.

La revista, brinda una nueva perspectiva a este nicho de mercado, al ser llamativa y de temas de su interés. La consumirán, pues en un solo sitio encontrarán diversas noticias, acciones, entrevistas y editoriales, que hablen de su estilo de vida, lo que hace y cómo lo hace, así como tips para hacer más fácil su vida. A su vez, es un espacio para cambiar los sucesos de su día a día, un escape de su realidad y un sitio donde se puede expresar.



## Bibliografía

- APF. (13 de 03 de 2020). *El Tiempo*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/mundo/mas-regiones/ya-hay-mas-de-5-000-muertes-por-coronavirus-en-el-mundo-472394>
- Art of Banksy. (s.f.). *Art of Banksy*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Art of Banksy: <https://banksy.co.uk/shows.asp>
- ArteAC. (19 de 04 de 2018). *ArteAC*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de ArteAC: <http://arteac.es/jackson-pollock-expressionismo-abstracto/>
- Barrucho, L. (24 de 03 de 2020). *BBC News Brasil*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de BBC News Brasil: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52028901>
- BBC News Mundo. (20 de 03 de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52069525>

BBC News Mundo. (02 de 03 de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51713162>

BBC News Mundo. (31 de 03 de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 01 de 04 de 2020, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52111586>

Cué, E. (24 de 06 de 2014). *Alejandra de Argos*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Alejandra de Argos: <https://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/291-banksy-biografia-obras-y-exposiciones>

Espejo, B. (19 de 03 de 2018). *El País*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de El País: [https://elpais.com/cultura/2018/03/15/babelia/1521129712\\_110230.html](https://elpais.com/cultura/2018/03/15/babelia/1521129712_110230.html)

Garsán, C. (28 de 01 de 2018). *Cultura Plaza*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Cultura Plaza: <https://valenciaplaza.com/pichiavo-o-la-delgada-linea-entre-al-arte-clasico-y-el-urbano-lo-importante-es-el-arte-no-el-autor>

Gil, T. (01 de 04 de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52114455>

González, A. L. (19 de 11 de 2018). *Canal Trece*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Canal Trece: <https://canaltrece.com.co/noticias/historia-de-la-moda-punk/>

Haskell, R. (03 de 02 de 2020). *Vogue*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Vogue: <https://www.vogue.com/article/billie-eilish-cover-march-2020>

Historia del Arte. (s.f.). *Historia del Arte*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Historia del Arte: <https://historia-arte.com/artistas/yayoi-kusama>

Historia del Arte. (s.f.). *Historia del Arte*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Historia del Arte: <https://historia-arte.com/artistas/jackson-pollock>

HUEMN. (s.f.). *HUEMN*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de HUEMN: <http://www.huemn.in>

J, E. (20 de 03 de 2020). *La Vanguardia*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/natural/20200317/474234537648/canales-de-venecia-con-aguas-limpias-y-peces-por-el-confinamiento-del-covid-19.html>;

Marian, P. (2020). Coronavirus: Aceleradores del cambio a nivel global. *WGSN*, 1-19.

Melissa.com.co. (s.f.). *Melissa.com.co*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Melissa.com.co: <https://melissa.com.co/collections/vivienne-westwood>

Navas, M. E. (30 de 03 de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52069525>

Oraá, M. S. (22 de 01 de 2019). *El País*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de El País: [https://elpais.com/elpais/2019/01/22/gente/1548170542\\_546415.html](https://elpais.com/elpais/2019/01/22/gente/1548170542_546415.html)

Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

PichiAvo. (s.f.). *PichiAvo*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de PichiAvo: <https://www.pichiavo.com/about/>

Rtve.es. (02 de 04 de 2020). *Corporación de Radio y Televisión Española*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de Corporación de Radio y Televisión Española: <https://www.rtve.es/noticias/20200401/mapa-mundial-del-coronavirus/1998143.shtml>

Sánchez, A. S. (03 de 02 de 2020). *Vogue España*. Recuperado el 20 de 03 de 2020, de Vogue España: <https://www.vogue.es/celebrities/articulos/billie-eilish-portada-vogue-usa-marzo-2020>

Vivir en el Poblado. (27 de 03 de 2020). *Vivir en el Poblado*. Recuperado el 31 de 03 de 2020, de Vivir en el Poblado: <https://vivirenelpoblado.com/aguas-transparentes-en-el-rio-medellin-no-significa-una-reduccion-de-la-contaminacion/>;

WGSN. (2019). La visión - Manifiesto Creativo. *WGSN*, 1 - 15.