

**PROYECTO DE GRADUACION**

Trabajo Final de Grado

**Cultura del sombrero**

La chola y su warawa actual

Daniela Claros Guillen

Cuerpo B del PG

Fecha de presentación

Diseño Textil y de Indumentaria

Creación y expresión

Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

<b>Índice</b>	
<b>Introducción</b> .....	4
<b>Capítulo 1. Moda y Cultura</b> .....	12
1.1. Moda que trasciende .....	12
1.2.1 La cultura satisface necesidades .....	17
1.2.2. La vestimenta como signo cultural .....	19
1.3. Moda Actual cultural .....	21
1.3.1. Consumo y distinción de lo actual .....	23
1.3.2. La moda unisex .....	25
<b>Capítulo 2 Accesorios e identidad cultural</b> .....	29
2.1. Rol del accesorio .....	29
2.1.1 Accesorio distintivo de la época .....	30
2.1.2. Tipos de accesorios .....	31
2.2. Lujo como distinción .....	37
2.2.1. El lujo contemporáneo .....	39
2.2.2. Lujo de lo tradicional en el accesorio .....	42
<b>Capítulo 3. Tendencia y patrimonio cultural</b> .....	45
3.1. Tendencias de los contemporáneos .....	46
3.2. Accesorios con identidad cultural en la actualidad .....	49
3.2.1. Lo artesanal .....	50
3.2.2. Como inspira a la moda .....	52
3.3. Sombreros como tendencias de lo tradicional .....	55
<b>Capítulo 4 Interpretación de la cultura boliviana</b> .....	59
4.1. Cultura boliviana como objeto de deseo .....	59
4.1.1. Indumentaria de la chola .....	61
4.1.2. Accesorios de la cultura .....	64
4.1.3. Textiles aymaras y Simbología .....	67
4.2. Casos de Inspiración de la cultura indígena boliviana .....	71
<b>Capítulo 5. Línea de sombreros "warawa actual "</b> .....	75
5.1. Diseño y procesos .....	75
5.2. Finalidad del diseño .....	76
5.3. Creación de línea .....	77
5.3.1. Proceso de creación .....	80
5.3.2. Descripción de línea de sombreros .....	84

<b>Conclusiones .....</b>	<b>89</b>
<b>Lista de Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>92</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>94</b>

## **Introducción**

La moda es un fenómeno que fue evolucionando a través del tiempo, por lo cual se fueron destacando aspectos de la indumentaria de distintas épocas, dándole así un valor a las prendas y siempre realzando lo mejor de ellas. En el paso del tiempo los individuos de las sociedades también empezaron a evolucionar con la moda, donde las características de cada persona de una misma comunidad considerarían importante como ser: personalidad, los gustos y el estilo de vida entre otros.

Uno de los cambios que se puede percibir en la moda es el mercado de los accesorios, ya que con el transcurso de los años se fueron incorporando diferentes aspectos como ser complementos que representaban ideología religiosa hasta el status social al cual pertenecían las personas. Desde sus orígenes los accesorios fueron acompañando y destacando cada prenda, hoy en día el mercado creció de una manera muy representativa, haciendo que el mercado del accesorio tenga un nivel de diseño muy representativo como el de la indumentaria, siendo así que algunos accesorios se vuelven de uso vital en el uso de las personas, tanto para los hombres como para las mujeres. En el mercado de los accesorios se ve una gran masificación de diseños, tanto en productos de bajo costo como de mayor valor, los accesorios están conectados estrechamente con lo que está de moda en un momento dado (Brand y Teunissen, 2007).

el tema central parte de la reflexión de si bien la existencia de estos accesorios de moda tiene una representación muy significativa entre los nuevos diseñadores emergentes en el rubro de la indumentaria boliviana, la elaboración de una identidad propia en la parte de diseño de accesorios es muy escasa, siendo que diseñadores del área toma como inspiración a la misma cultura boliviana, pero dicha inspiración es tomada como una combinación de tipologías y colores de la cultura en dichos sombreros. Siendo así que se puede resaltar más la intervención que se tienen a la hora de crear prendas de indumentaria, con el uso de

materiales autóctonos en los vestidos de alta costura como en prendas urbana; donde la intervención y creación de nuevas prendas se encuentran representadas de una manera escasa, ya que existen actualmente dos diseñadores bolivianos con venta en el aérea nacional e internacional más reconocidos, teniendo en cuenta por consiguiente que la integración de los ciudadanos con la cultura aymara no muestra un vínculo muy estrecho.

Por consiguiente a lo largo de la historia y de querer diferenciar a los distintos grupos de una misma sociedad, va cambiando esta colectividad, tanto en el pensamiento de querer distinguirse dentro de un mismo círculo social, y el de seguir perteneciendo a este. Diseñadores y marcas de indumentaria juegan un papel paralelo, el cual influye a las necesidades del consumo para lograr la satisfacción de una sociedad consumista o el de intervenir para encontrar falencias.

Es así como surge la pregunta problema de este proyecto de graduación ¿Cómo llegar a crear un estilo en esta sociedad actual, a través de sombreros, considerando la disgregación cultural que existe hoy en día en Bolivia? Este proyecto de graduación tiene como finalidad proponer una línea de sombreros a partir de las diferentes características del diseño tanto del textil como de la simbología de la cultura Aymara, el cual cree un estilo que sirva como anexo de la idea de la unión cultural con el diseño. Se buscará también analizar a los indígenas bolivianos a través de la historia, sus características tanto en la indumentaria como en los accesorios y al mismo tiempo como fueron los inicios de su adaptabilidad en la ciudad, como se va implementando ciertas costumbres que provienen de estos pueblos en la ciudad.

Este Proyecto de graduación se encuentra bajo la categoría de creación y expresión, ya que hace énfasis en una parte reflexiva y creativa, dando hincapié en la recreación de una adaptación de la tendencia de los sombreros con la incorporación de la cultura boliviana, plasmando un nuevo nicho de mercado en dicho país.

Este PG está bajo la línea temática de diseño y producción de objetos, espacio e imágenes, ya que en la última etapa se realiza una colección de sombreros adaptada a las necesidades de los usuarios, elaborando una herramienta de creación y contribución a la indumentaria. Con la primera materia que se relaciona este Proyecto de graduación es de Técnicas de Producción I; donde se plasma diferentes características de textiles, tejidos de punto o plano y da paso a la creación de nuevas propuestas de diseños textiles con estampas y aplicación de diferentes técnicas de estampación dando como resultado final una mejor estética personal.

Por otro lado este proyecto se vincula con la materia de Diseño de Accesorios II dictada por la Diseñadora Cecilia Gadea, donde se implementa la idea de diseño de autor, así mismo las características de dicha diseñadora no se deja de lado, los diseñadores dejarán una estética que los diferencia entre sí, pero siempre respetando la armonía de la marca.

También como característica principal, tomar en cuenta al usuario; dando lugar a incorporar las actitudes, hábitos de consumo, aspectos que se ven relacionados a su diario vivir y dar una profundidad en observar aspectos que sean importantes con relación a su entorno social, cultural, político y así poder conocer mejor las necesidades de este grupo de personas.

Para la elaboración de este trabajo se toma antecedentes de estudiantes graduados de la Universidad de Palermo, que ayudaron al desarrollo del PG, en primer lugar se menciona a Jimenez Bermole, G. (2012) *Moda autóctona*. Este proyecto de graduación tiene como objetivo investigar la vestimenta a través del tiempo de las cholitas bolivianas, planteándose las principales características de estas mujeres y como a través de su vestimenta conservan su cultura. Tienen un vínculo, ya que en este proyecto se busca plantear la colección capsula de sombreros a partir de las tradiciones de las mujeres indígenas bolivianas, por sus características tanto de vestimenta y textiles simbólicos que es utilizada para la realización dicha colección.

Por otro lado se relaciona con el trabajo de Cuadra, J. (2014). *Indumentaria fusión*. Quién hace referencia a la implementación de tres etnias nacionales argentinas para así poder re significar la cultura aborígen nacional e investigar las causas que originaron al introducir conceptos y elementos de diversas etnias como recurso de diseño dentro de la indumentaria actual. Relacionando así este trabajo con la introducción de conceptos tomados de la cultura boliviana a nuevas tendencias que se ven marcadas por diferentes características. Así mismo como poder incorporar los signos culturales de dichos aymaras y adaptarla al nicho de mercado donde se incorporaría la colección capsula.

Por otro lado, Campesi, S. (2011). *Indumentaria como extensión del cuerpo y la identidad*. El principal objetivo de este proyecto de graduación es el de generar fusión y armonía, no una pieza que funcione como lienzo de una obra de arte, sino un conjunto de artistas recreando la trama de la simbología textil como un recurso más de la paleta y la identidad del autor, tomando como relación estos dos trabajos ya que al generar el diseño de accesorios se tomara en relación a la creación de textiles los indígenas que toman diferentes aspectos de su diario vivir fusionándolos, así poder crear algo nuevo al momento de hacer la diferentes tramas.

Rodriguez, E. (2012) *Del consumo al consumismo*, este proyecto de graduación nombra como ahora el modo de consumir de la sociedad no es igual que años atrás, el consumo de las personas crece de manera que ya no solo está relacionado con satisfacer las necesidades de cada persona sino de una idea de acciones que resultan del capitalismo que existe hoy en día, así mismo analiza los intermediarios de estos aspectos como ser la publicidad, marketing entre otros. Teniendo en cuenta los puntos del autor con relación a este PG, el consumo de diferentes prendas o accesorios se da en un determinado tiempo, se lo puede relacionar por una necesidad o los diferentes aspectos que hacen que la publicidad por medio de figuras

públicas de realizar este cambio constante del satisfacer las necesidades que se dan por la influencia sobre la sociedad y las relaciones que se genera dentro de la misma.

También se nombrar Blaquier. M (2014).*Pueblo colla: herencia y tradición*. El cual tiene como objetivo conocer la historia y todas las características de los Collas, cultura situada en el Noroeste Argentino, haciendo énfasis en la tejeduría que realizan en estos pueblos, conociendo desde sus principios las maneras de tejeduría para así poder incorporarlo en una colección de indumentaria ,relacionándolo con este PG, ya que se desarrolla una búsqueda de análisis de cómo fueron estas culturas, para así poder crear prendas accesorios a los cuales se agregó valor a lo moderno con lo ancestral de las culturas indígenas, sobre todo teniendo conocimiento en específico sobre los textiles y los significados de estos sobre los habitantes de estas comunidades.

Buitron,G;Gatelum.L (2013)*Alcances y tendencias de la vestimenta en la sociedad*. Las autoras hacen referencia a la moda y como esta constituye en los lenguajes de expresión de difusión y de más alcance en la actualidad. Como los individuos de los grupos sociales expresan su identidad, creencias y gustos a través de su vestimenta.es así como lo relacionamos, ya que se explica que en la ropa comienza asociarse con la ubicación en la sociedad, dependiendo del lujo o las actividades laborales entre otras, cambiando con el paso del tiempo con otras características como ser la comodidad.

Sauto.A (2013).*Moda Bolivia*. Para el desarrollo de este PG el autor toma como elemento principal para la colección que realizara los tejidos guaraníes; país de Bolivia que se encuentra en el oriente, planteado una estrategia de diseño, la cual el color, tejidos y procesos textiles estarán relacionados con la cultura, y de las personas que van implementado algunas características de su región que las adaptaron. Las relación de los proyectos de grado se ven relacionados por ser un punto de partida para la creación de nuevas formas de diseño implementando la cultura boliviana ya que se demuestra que las diferentes costumbres que



fueron adaptando es de sus antepasados, siendo así que de región en región cambian algunos aspectos, mostrando así las intervenciones desde aspectos de vestir, de la religión y de colores.

Ponce.A (2012). *El tejido como relato social*. El objetivo de esta investigación es de evaluar el nivel que tiene el tejido artesanal en Ecuador actualmente, donde se investiga desde los inicios de estos tejidos, las características y los significados de estos tejidos que son importantes a la hora de empezar a establecer un tejido ya que en Ecuador los grupos indígenas fueron separados en diferentes áreas para crear sus textiles. Así es como los proyectos de grado relacionados por implementar en la actualidad los distintos textiles que son representativos para pueblos que son marginados por la sociedad, retomando la belleza de una cultura rica en historias y en creencias que son adoptadas en alguna manera por todo el país.

Relacionando este proyecto de graduación con Federo.M (2014). *Indumentaria unisex* tocando un tema que fue revolucionando con el área de la moda, donde el género definía la indumentaria, creando diseños para hombres a partir de prendas femeninas, las cuales podrán ampliar las barreras sociales, así mismo se relaciona con los accesorios ya que estos son implementados tanto para hombres como para mujeres en la actualidad, pero visto en accesorios determinados, no en una gran variedad. Proponiendo una colección capsula para el implemento de sombreros tanto en hombres como en mujeres fusionando con las culturas indígenas.

Por último, Garcia Recoaro. N (2012). *Tejido identidades Latinoamericanas- chola y su mundo de polleras*: Buenos Aires. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos.Nº47. El autor desarrolla una investigación en el altiplano boliviano, en esta parte del país es donde la colonia española impuso sus costumbres, habla de cómo el fenómeno de la moda intentan mantener una identidad en los pueblos originarios, de este proyecto de

grado se toma como elemento principal la identidad cultural que mantiene los indígenas desde hace mucho tiempo atrás y que se ve reflejada en la sociedad actual, donde el argumento principal está basado en crear prendas usando como inspiración las características de la vestimenta indígena.

Teniendo en cuenta toda la referencia de los autores mencionados anteriormente, se plantean y desarrollan todos los capítulos de este proyecto de graduación. Determinando el objetivo general y objetivos específicos.

El siguiente PG consta de cinco capítulos, con sus correspondientes subtemas, los cuales se plantearan distintos puntos con el propósito de llegar a un buen entendimiento del tema. Para esto se iniciara con el capítulo uno, el cual hace la introducción como la moda a lo largo del tiempo va variando y modificándose según la sociedad, ya que el uso de ciertos objetos o prendas revelaban a toda una sociedad el nivel económico de esa persona o de toda la familia. Por consiguiente estos factores se van modificando según los cambios culturales, económicos, etc. Uno de los cambios que se demuestra es en el área de los accesorios el uso de este se lo ve en igualdad tanto en las mujeres como los hombres, ya que el incremento del consumo es mayor de las personas por una idea de distinción y los cambios en el rubro de la moda que existen.

En el capítulo número dos se menciona como el accesorio va marcando la idea de distinción y como con el tiempo va cambiando la importancia que las personas le dan, el cual con los años fue tomando más valor tanto en la parte de diseño, como en la repercusión tanto de los hombres como en el de las mujeres y en el uso en común de muchos accesorios. Con el reconocimiento de las marcas, va tomando más valor y relacionándolo así con el lujo.

Para el siguiente capítulo se toma como foco a las tendencias que van relacionadas con lo cultural ya que los nuevos gustos se ven relacionados con la a proximidad de los antepasados, haciendo énfasis en lo artesanal, teniendo en cuenta que cada país tiene como característica

algo representativo como en el ámbito textil, artesanal, etc. Diseñadores que denotan la idea de querer contar la representación de sus diseños con las costumbres, creencias. Tocando distintas áreas de diseño en una cultura.

Para el capítulo cuatro, se hace una interpretación de la cultura boliviana, tomando como eje central a la cultura indígena aymara, ya que esta cultura es una de las más representativas de Bolivia, sobre todo esta cultura tiene como principal característica el uso del diseño y creación de sus textiles, basados en características culturales y sobre todo el uso de materiales y los pasos para la creación de dichos diseños son tomados como enseñanza de las personas mayores a los más jóvenes. También se toma las diferentes características de la vestimenta, accesorios de las mujeres indígenas de la ciudad de Cochabamba y de La Paz. Por otro lado se abordara los casos de marcas de indumentaria como de accesorios que tienen como inspiración la cultura boliviana, tomando diferentes características de esta cultura.

Para el último capítulo, se crea una colección capsula de sombreros para Bolivia. Este tendrá como objetivo lograr el diseño exclusivo y diferenciado de los sombreros, con incorporación de los tejidos de aymaras como diferentes características de representación de esta cultura. Así mismo incorporación de la vestimenta y accesorios de uso diario de los indígenas, Y al mismo tiempo incorporar la impronta personal del diseñador.

## **Capítulo 1. Moda y Cultura**

La moda a lo largo del tiempo se ve ligando con lo que pasa en un momento dado de una sociedad, es así como se ve relacionado con lo cultural ya que existe un cambio constante en esta, la cual va determinando ciertas características de una sociedad, los signos que van destacándose y siendo más representativos en una sociedad se va relacionando con el estatus social, las ideologías, las influencias que van determinadas por los grupos de esta comunidad, el género, entre otros. Es así como la moda con el paso del tiempo fue trascendiendo con altas y bajas en el mercado con relación a los cambios constantes de tendencias, los cambios tecnológicos implementados en una sociedad.

### **1.1. Moda que trasciende**

Desde la época primitiva donde hombres como mujeres buscaban usar prendas o retazos de tela donde lo más importante es la protección del cuerpo contra el clima o las prendas ostentosas acompañado de los accesorios para demostrar un status social; siempre la moda se encarga de transmitir mensajes entre los individuos de una misma comunidad, como también entre las diferentes comunidades; este medio de comunicación se adapta a medida de los cambios sociales que existen en una misma colectividad; a sí mismos menciona, Lurie que "La manera de vestir era una manifestación continua de los pensamientos más íntimos, un lenguaje, un símbolo". (1994, p.21)

Por otro lado San Martín (2009) menciona que el principal causa que el hombre viste, es por tres motivos que son aceptados universalmente; que son el pudor; este es una cuestión de convivencia, por otro lado la protección la sociedad la consideraba favorable y el adorno se convierte en objeto dominante, ya que se encontraba en todas las culturas y en la mayoría de los tiempos sin importar la religión.

El autor hace referencia a estas funciones, donde se hace visible la distinción social de las personas y como se manifiesta a lo largo de los años ;dando paso a que la indumentaria fue

un punto clave de la comunicación donde resalta cada una de las funciones que son nombradas con anterioridad, las cuales tuvieron o se mostraron como una manera de expresar los gustos de una sociedad y las personalidades de cada individuo, demostrando así la importancia de pertenencia a un grupo social, conformado por dichas personas donde los gustos u otros factores son similares.

El crecimiento de estas sociedades genero el cambio de estas funciones a lo largo de la historia, hasta la revolución francesa donde el vestido definía la posición social de una persona. En los años 60, existió toda una generación de personas con personalidades individuales, siendo que fue uno de los cambios más importantes y así mismo se puede mencionar la seducción que atrapa a los miembros de una misma sociedad, a lo largo de los tiempos se ve reflejado este sentimiento hacia los objetos materiales, ya que con este se remite a conectar a cada uno con un grupo específico.

La moda es un sistema particular de producción y organización del vestir que nació en el occidente, con el desarrollo de la modernidad, durante el transcurso del siglo XVI. San Martín (2009, p.16). La moda no escapa de ninguna persona del mundo, es considerado un fenómeno, desde la época más primitiva hasta el día de hoy; como nombra Manneyron (2006) los conceptos dados por la moda fueron creación occidental, ya que se encuentra conectado con la idea que los individuos se convierten en un todo para la sociedad.

Con el crecimiento de las sociedades hasta ahora se ve una evolución, la cual da paso por etapas que son nombras por san Martín, donde la sociedad aristocrática; es con la que se empieza a manifestar, que aparece en el siglo XIV, dando lugar a una indumentaria donde los cambios de sexo ya eran más notorios; para las mujeres las prendas eran anchas y holgadas, para los hombres ajustado y corto; siendo que antes de esta diferenciación tanto hombres como mujeres usaban siluetas similares y vestían con túnicas.

El hombre se lo diferenciaba por adoptar las calzas; ya que estos le favorecían por el trabajo de caza que realizaban, exhibían todo su cuerpo, así mismo fue denominado como el reflejo de su papel dominante en la sociedad, por otro lado la mujer resaltaba todas las curvas del cuerpo que la caracterizaba, con la cintura ceñida y las faldas largas holgadas.

Con los cambios políticos, económicos, culturales y sociales; dado por las invasiones de los bárbaros en occidente, al dar estos cambios en la sociedad la economía da paso al crecimiento de la misma, dada la variación en el crecimiento de la burguesía comerciante y financiera, las cuales se destacaban por el trabajo y el desarrollo que llegaba a tener por este, haciendo riquezas, en comparación con la clase aristocrática dominante.

Tras darse estos cambios en la misma comunidad, el enfrentamiento de las clases sociales era notoria, ya que la burguesía trataba de imitar o parecerse a los nobles, esto hace que la clase noble al ver la imitación de los burgueses, no quiera parecerse y ahí el querer cambiar su forma de vestir y de verse diferentes entre las clases sociales. Al ser tan notoria la idea de querer diferenciarse San Martín hace énfasis en la ley que es dictada en Europa para que la clase noble pueda conservar la idea de lujo.

La imitación es el principio mismo de toda actividad humana y concibe la sociedad como un conjunto de individuos que se imitan entre sí. Monneyron (2006, p.51). La moda es imitación para dicho autor, que hace referencia a Gabriel Tarde, lo menciona como antecesor de la psicología social; dice que la sociedad donde los individuos están interactuando, no solo son considerados como un conjunto de individuos los cuales intentan comunicar algo, sino que cada uno de estas personas desarrollan una idea de la sociedad, pero al mismo tiempo lo que los define es la imitación entre sí.

Con estos casos de imitación, al surgir un crecimiento de la sociedad, las personas de esta también cambian la manera de pensar, siendo que desde los años 60 se ve un cambio por la individualidad; donde tanto las mujeres como los hombres son capaces de dar a conocer sus

ideologías, creencias y mucho más, es así como la indumentaria da un paso de cambio beneficiando a las personas y dando se una identidad o una forma de expresarse a partir de la ropa, por otro lado Monneyron nombra que la imitación recae por el hecho que el individuo se libra de decidir sobre algo, quedando en un grupo donde recibe todo tipo de información para así comprender de este. La individualidad que es percibida en diferentes años de la historia como por ejemplo los años 60; las imitaciones era vistas ya que siempre la sociedad percibe un conjunto de personas donde pueden sentirse identificadas entre sí.

Dada las situaciones entre querer distinguirse entre las clase sociales, se ve cómo nace la idea de cambio constantemente de la moda y con el paso de los siglos, esto tiene un desarrollo más persistente. Esto también supuso que la clase social aristocrática llegara a tener la idea de un derroche ostentoso de acuerdo a los cambios para la diferenciación de clases.

Por consiguiente en la mitad del siglo XIX, por la revolución Francesa los hombres renuncian a la moda y todos llevan el traje oscuro, siendo así que la mujer era la que se distingue por seguir la moda y como menciona San Martin las mujeres mediante la alta costura, se convirtieron en el escaparate del poder masculino, transformadas en portadoras de lujo y seducción (2009, p.20) Siendo así que la alta costura obtuvo un lugar en los consumidores de la época, el cual se basaba en la distinción de clases sociales.

La tendencia que identifica Monneyron(2006) son las de distinción funcional, la que refiere a la relación lógica con la imitación, ya que la moda es el producto de división de clases. Al ser moda como una tendencia de igualdad o de individualización.

Cuando las mujeres intentan individualizarse y destacarse de una misma sociedad, encuentran el sector privilegiado, el cual se destaca por tener las tendencias más amplias de la sociedad actual y el de la ornamentación como individualidad. Al dar cuenta de esto, no solo la moda es la que se ve afectada por las tendencias sino algo que también se destaca por incluir los peinados, complementos, joyas, maquillaje y adornos corporales.

La decoración en la vestimenta es muy atractiva según San Martín, al mismo tiempo es un modificador de los signos de las prendas, por consiguiente menciona que teniendo en cuenta que los adornos y complementos de una época son componentes de indumentaria de otro. (2009, p.28), como por ejemplo en un tiempo los zapatos eran atados con hebillas y botones de las chaquetas, hoy en día estos adornos se ven incorporados en zapatos de las grandes marcas de moda como ser Gucci, éstos zapatos quedan la reliquia de otros tiempos, y la función con la que empezaron, hoy no cumplen ninguna de las que se fue designadas; siendo así que se ve los materiales menos convencionales se destacan entre las diferentes marcas, las cuales no solo son llevadas en los zapatos si no en una infinidad de accesorios que ya no realzan por su funcionalidad sino como un complemento de belleza.

En los años 40 y 50 los complementos eran esenciales, ya que una mujer no podía salir de su casa sin usar algún complemento, esto significaba que no estaba correctamente vestida. Así como hoy en día llevar un accesorio puede representar un sinnúmero de comunicados a otras personas, las prendas también cumplen con esa función de transmitir, hoy es una opción llevarlos pero distinguir un estilo, un ejemplo que señala San Martín (2009) uno de los estilos que está presente en las comunidades es el de llevar prendas de vestir y accesorios de manera muy sobrecargada, esto da la sensación de que el individuo es muy estridente, es pretencioso o desconcentrado, por lo contrario solo a veces cada uno de los elementos y efecto resalta, haciéndolo que se distinga por ser un conjunto de elegancia, lujo y sensualidad.

## **1.2. Identidad cultural**

Schiffman, define a la cultura como el conjunto total de creencias, valores y costumbres aprendidas, que sirve para dirigir el comportamiento de los miembros de una sociedad específica de los consumidores. (2005, p.67)

Dentro de esta perspectiva se toma a la cultura como un conjunto de conocimientos de una sociedad sobre su creencia y costumbre, por lo tanto es el sello distintivo de un grupo social.



Estos pueden verse influenciados por el idioma, conocimientos, leyes, música, arte, patrones de trabajo, productos, etc. Tanto los valores como las creencias influyen en la actitud de los individuos y sus criterios para realizar una evaluación frente a la decisión de compra dentro de una misma categoría de productos o su preferencia por alguna marca.

El concepto que nos da este autor sobre la cultura, se encuentra en un cambio constante; ya que el tiempo es un factor de influencia para las personas de un nuevo desarrollo, con esto a lo largo va marcando una relación entre los individuos y viéndose implementada en las clases sociales de una misma comunidad, en la cual se encuentran personas que congenian con ciertos grupos de características o valores similares.

Schiffman (2005) percibe que en una sociedad existe una mano invisible, es decir esta percepción da referencia a la influencia que ejercen las prácticas sociales aprendidas de forma natural de generación en generación a través de la vida en sociedad. Como ejemplo del autor: cuando se hace la pregunta a diferentes personas de ¿Por qué hacen determinadas cosas?, la respuesta de una gran mayoría es: porque es lo que se debe hacer. Por lo tanto esta respuesta puede ser aplicada en el contexto de la moda. Dando lugar a los individuos que tengan la necesidad de usar prendas que todas personas usan, primero la idea de imitación va por un acto cultural, la cual se da por que las personas necesitan, sentirse pertenecientes de algún grupo o de la misma comunidad.

### 1.2.1 La cultura satisface necesidades

Schiffman, fundamenta "la cultura como una herramienta para satisfacer la necesidad fisiológica y social" (2005, p.411). Las diferentes perspectivas que una sociedad puede percibir como conceptos de necesidades están relacionadas con el lujo, demostrando que cada cultura tiene ciertas guías de conocimiento, vestimenta o reglas aplicadas al diario vivir.

Estas normas que son adaptadas por la sociedad se ven reflejadas en la satisfacción de las necesidades de cada una de las personas que integra dicha sociedad. Cuando estas normas

ya no satisfagan, serán sustituidas por otras que complazcan sus necesidades, las cuales en la moda estaría definidas como las tendencias, la incorporación de esta idea de los cambios constantes se recrea a través de tipos de aprendizaje, el cual va a influenciar en cada individuo, desde muy pequeño o de diferentes edades y en diferentes circunstancias.

Como menciona el autor Schiffman(2005), desde muchos años atrás y hasta ahora la sociedad transmite a los individuos desde muy pequeños todo el conjunto de ideas y valores de su cultura.

Nombrando tres tipos de aprendizaje. Aprendizaje formal: la enseñanza que la familia le da al nuevo integrante. Aprendizaje informal: la enseñanza que el niño toma puede ser de la familia, súper héroes, televisión y otros.

Aprendizaje técnico: el cual está influenciado por maestros en el ámbito académico.

Estos patrones de conducta son reflejados a lo largo de la vida, pero también puede que se adopte aprendizajes de una cultura nueva. Schiffman(2005) determina dos tipos de cultura que son llamados como culturización que significa; que es la idea de aprendizaje de la cultura propia y la aculturación es el aprendizaje de una cultura nueva. Con un pensamiento de contribuir a la expansión de las necesidades en masa bajo la ley que plantea Lipovetsky, que es la de obsolescencia, de la seducción y de la diversificación. Esencialmente haciendo referencia a que las necesidades de consumo en masa, son las que balancean la economía en la sociedad. (1990, p179-180). Estos patrones de consumo de una misma sociedad, cómo de otra que no se conoce; hace que el individuo se interese por conocer dicho planteamiento, tanto por el rubro de la moda, la tecnología, etc.

Los cambios que están siendo incorporados ante esta sociedad de consumo, está dada por la oferta y demanda en función de un plus que es agregado a los productos. Como nombra Lipovetski "vivimos en una espiral en la que reina la innovación" (1997, p.23); siendo así que la publicidad, va tomando un papel importante ante los consumidores, logrando así una seducción total ante estos, llegando a cubrir necesidades que las marcas de indumentaria

deben cubrir ante su mercado, usando figuras públicas o personajes que sean atrayentes y que puedan identificarse con su público.

Como es mencionado por Brand y Teunissen (2007) más allá de todas las necesidades que los individuos necesitan para llegar a tener un objeto deseado, la imagen es el valor que añade al producto, siendo relacionado con diferentes factores como ser: la carencia de status, juventud, sexo, amor o autoestima. En este punto la imagen con tal de atraer al cliente donde va dirigiendo el target del producto, todo vale. La cual se relación con el tiempo donde un diseñador joven y emergente no tiene la misma imagen que un diseñador que ya estuvo tiempo en el rubro.

Uno de los productos que juega un papel importante es del accesorio, ya que gracias a este el funcionamiento de la imagen es más impactante, para el consumidor estos objetos en una imagen están relacionados por el valor que se le da, puede ser de lujo donde cada uno de ellos puede ser valorado por su producción. Esto también explica Brand y Teunissen, los accesorios son la parte más exitosa de las casa de moda ya que proporciona a los consumidores objetos de culto que los llevan a otras épocas, donde su focalización está en la idea de distinción.

#### 1.2.2. La vestimenta como signo cultural

A lo largo del tiempo la re significación de la indumentaria se ve plasmada en los cambios que va exigiendo la sociedad sobre la vestimenta tanto para hombres como para mujeres, y cada vez que surgen cambios tanto en el entorno sociocultural, la indumentaria es el medio de adaptación.

Esta vestimenta a su vez aporta una marca personal, tanto en el modo de actuar como en diferentes aspectos que son vividos, Saltzman afirma: "un individuo actúa sobre su ser, hacer y parecer en el contexto de una sociedad" (2004, p117), mencionando así que este contexto

cambia o varía ante la visión de una sociedad y se ve plasmada en su forma de actuar, de realizar distintas acciones y de la apariencia que este refleja ante dicha sociedad.

Los diseñadores van creando prendas que involucran una identidad, la cual está basada en la innovación periódica de la novedad del diseño. Siendo así que en una misma sociedad se percibe a distintos individuos, los cuales se diferencian por distintas circunstancias, como la moda de actuar o pensar.

La moda está expuesta a los cambios culturales, se puede observar a lo largo de la historia cómo se incorporan las tendencias (hipismo, punk, skaters, etc.) a la forma de expresión de un determinado grupo social, y de esta manera surge el referente para la creación de nuevas prendas adaptadas a las necesidades y características de otros usuarios.

Por lo general las personas tratan de imitar a otras del mismo estrato social, o a aquellas del siguiente nivel social superior, comprando un producto a la moda, tratando de asemejarse a dichos sujetos con prendas que pueden ser adquiridas a menor costo o a adquirir las prendas del mismo valor.

La adopción de la moda es una serie de olas de compra. Que surge cuando un determinado estilo es aceptado por un grupo y por consiguiente pasa a la aceptación de otros grupos sociales reflejándose como una ola, este movimiento que se genera es denominado por el marketing como la introducción, el surgimiento, la culminación y la declinación en la aceptación del mercado de un estilo. Stanton(1988, p233)

Es así como un individuo mediante la construcción de una relación con personas de los mismo gustos y con elementos que estén relacionados a nuevos diseños, los cuales generen un significado para la buena apariencia de dicho grupo social y para el individuo o por el contrario visto de una manera inadecuada. Y como referencia a una visión mundial de la sociedad un ejemplo es que un traje de tres piezas no es lo mismo que llevar una remera, un jean y un buzo, ni llevar una camisa de vestir dentro del pantalón que fuera de él; esto va relacionado con las ideas de grupos sociales los cuales se interactúan en un diario vivir o llevar estas prendas designadas a un mismo local o acontecimientos; donde unos con otros no

concuerdan, pero la interacción de los grupos sociales con mismos gustos y las similitudes en personalidades hacen que las situación se vea reflejada en su vestimenta y donde se genera la interacción de estos.

El vestido y la apariencia descansan sobre códigos y convenciones, muchos de los cuales son sólidos e intocables, defendidos por sistemas de sanciones e incentivos capaces de inducir a los usuarios hablar de forma gramáticamente correcta el lenguaje de vestido bajo pena de verse condenados por la comunidad. Eco, (1976, p112)

Es así como el autor afirma ciertas características que son delimitadas por percepciones de una sociedad y el cuerpo expresando un significado; con la idea de comunicar acerca de la edad, la sexualidad, el modo de vida y hasta el carácter del individuo, mediante diferentes signos como ser el movimiento o postura y como aporte final la vestimenta que es adoptada. Los signos de vestimenta que se rige por una sociedad, pueden ser discriminados, pero existen diferentes parámetros los cuales se ven ligados con la cultura y el escenario en el que desempeña el usuario.

Saltzman (2004), establece que existen tres sistemas los cuales se puede interpretar como signo de la vestimenta:

El cuerpo soporte: se encuentran los aspectos de la apariencia como tatuajes, maquillaje, peinados, etc. El de la vestimenta: incluye los elementos de vestido como ropa, calzados y los accesorios En el contexto de referencia: son la cultura social, económica, situación, tiempo, etc.

Cualquier signo que sea modificado cambia por completo el sentido de discurso de diseño, y se crean contextos distintos, hoy en día la sociedad todavía tiene prejuicios como anteriormente se mencionó, pero la indumentaria va creando una cierta conciencia sobre la igualdad en una misma sociedad, dejando a un lado los perjuicios y mejorando un ambiente social.

### 1.3. Moda Actual cultural

Si se define moda, se podría empezar diciendo que la moda no solo está en lo que uno viste o lo que está en las vidrieras de indumentaria, sino en diferentes aspectos de la vida cotidiana

como en la tecnología, comida, arte entre otros que nos rodea día a día, por un lado la moda se refiere a la industria de la indumentaria y del lujo (Crane y Bovone, 2006).

Desde el inicio la moda siempre fue una forma de distinguirse; de un grupo social, dada estas situaciones a lo largo de los años, las tendencias surgieron, dando inicio a que las clases sociales se distinguieran entre sí; que los de la clase alta tengan una mayor distinción, las tendencias se podrían denominar como el diferenciador de estas clases sociales por un tiempo determinado.

Por otro lado como nombra Monneyron (2006) la moda es algo universal, en cual vemos como tras varios ciclos el vestido no solo cumple la función de protección sino también de adorno, donde las civilizaciones más antiguas, así como hoy en día toman al adorno como un signo más característico, existen otros factores que se establecen por una sociedad desde lo político, económico y social.

Uno caso social que más resalta ante la moda de la historia y considerado como uno de los más representativos que se experimento fue en los años 20, cuando Coco Chanel incorpora tejidos de punto para los conjuntos de prendas femeninas, hasta ese entonces solo se había utilizado en prendas masculinas. Para esa época la mujer se enfrenta a cambios de la sociedad que la llevan a salir de todo un mundo diseñado, es así como posteriormente Chanel diseña para una mujer independiente donde necesita el confort y el poder caminar, trabajar y moverse dentro de sus prendas, pero al mismo tiempo la elegancia que siempre caracteriza a la mujer.

San Martin (2009) nombra a una de las etapas históricas como moda abierta, tras las Segunda Guerra Mundial, debido a los avances tecnológicos y el aumento de mano de obra, nace una sociedad de consumo, donde el querer ser parte de la moda transita por las clases sociales, dando firmeza y desarrollo al *Pret a porter*, el cual democratizo la moda.

Hoy en día la sociedad moderna, toma la moda como el conjunto de estas dos ideas del pasado y el presente, esto está representado por las vanguardias, las cuales necesitan la comodidad y la distinción de esas épocas, ahora se vive en un mundo tecnológico, donde los cambios ya no solo se adhieren a la política y economía sino que se van sumando factores que influyen a los cambios constantes de los individuos de una sociedad.

La sociedad toma a la moda como algo más complejo que el solo vestir, San Martín(2009) , sino que esta complejidad viene tras años de querer relacionarse con la sociedad de lujo, donde el día a día, se destacan por el uso de la indumentaria o llevar el encaje más caro o la falda de seda más fina, ahora se detecta otro tipo de variaciones en la sociedad, donde las personas necesitan ser diferenciadas por el uso de indumentaria que llevan pero al mismo tiempo estos productos sean adaptados a la rapidez de esta nueva era y por esta sociedad individualista, las personas dejan a un lado el signo de clases, el signo de la seducción, el cual no solo representa lo que llevan puestos, sino que los valores personales, el estilo de vida que llevan.

#### 1.3.1. Consumo y distinción de lo actual

La moda es el centro de toda la contemporaneidad, ya que este se ve en relación al consumo, al derroche y a los cambios repentinos de una tendencia a otra. Croci y Vitale la necesidad del vestido es una necesidad eminentemente espiritual o superior. (2011, p.63) esto hace referencia a que el consumo del vestir es algo esencial en la sociedad sin importar que, y el vestir, no hace referencia a un conjunto básico de remera y pantalón, sino que el vestir de la nueva sociedad moderna está constituida por el vestir de manera ostentosa, de tal modo que es notorio y sea un punto diferenciador de cada persona o el común de un mismo grupo social. Los individuos de la sociedad actualmente, gastan más en las vestimentas de la época o lo que están de moda a diferencia del gasto de las necesidades de consumo básico. La necesidad que tiene el individuo de esta sociedad va dirigida a la idea del derroche, ya que

para este individuo como pasa en la mayoría de las personas, el vestir prendas de bajo costo está vinculado con lo malo, por lo contrario lo costoso se lo relaciona con la elegancia. El vestido no solo tenía que tener todas las características anteriores, sino que también este supone que dichas prendas tendrían que ser las últimas en el mercado de la moda.

Es por esto que el consumo excesivo de moda, conduce a una gran cantidad de derroche, esto supone que el plazo corto que tiene cada prenda conduzca a la idea de querer manifestarse la necesidad de la conformidad de un estilo en específico dado en determinado tiempo.

También se denota una conexión con nuevas influencias, que las menciona Croci y Vitale(2001), estas influencias se encuentran pendientes de mantener la moda, entre estas se encuentra la económica; que da a conocer como la moda se va difundiendo hacia abajo de todas las clases, los intereses comerciales haciendo que la demanda crezca para el sector industrial, haciendo que haya un estímulo en la valoración de la moda, que será el de la producción masiva , la del transporte y distribución, hicieron que el abastecimiento en el crecimiento de la moda en diseños con precios relativamente bajos.

Los ocupantes de las diferentes posiciones en el espacio social, no es otra cosa que el balance, en un momento dado de las luchas simbólicas que tienen como apuesta la imposición del estila de vida legítimo. Croci y Vitale (2011, p.75)

Esto de conocer el abastecimiento de la moda, nos da un punto de referencia sobre el cambio de tendencias que hoy surge de manera más rápida. La rapidez de esta moda implica la eliminación de los signos de distinción de una sociedad; haciendo referencia a esto Croci y Vitale, la moda como cultura en masa, debe ser abolida, ya que la lógica de distinción va con relacionado que cada grupo de la sociedad tiende a reconocer su propios valores de grupos; el valor es dado por características que otros grupos no tienen.

Uno de los signos de distinción tanto social como de genero se dio en la época de los años 20 donde las mujeres llevaban tipologías que eran característicos de los hombres , cuando



las mujeres no solo buscaban la distinción sino que buscaban el confort que tenían los hombres para trabajar, ahora el consumo desmesurado se ve por la capacidad de compra que tienen estos individuos tanto hombres como mujeres, diseñadores de moda recrean tipologías, estampas, materiales similares para los dos géneros, haciendo que el consumo de estos dos lados en la actualidad sea más amplio y no tengan una norma que seguir entre hombres y mujeres.

### 1.3.2. La moda unisex

Tanto hombres como mujeres se preocupan por el vestir diario, buscan tendencias y las adoptan, entre las que tenemos que destacar; el diseño de accesorio. Las marcas más reconocidas no dejan pasar de lado este complemento de indumentaria, dándole mucho valor de diseño, desde perfumes que destacan la época de colección, como el bolso que se ve en pasarela tanto para hombres como para mujeres.

La vestimenta como se sabe y se fue desarrollando en subtítulos anteriores, no solo es algo que cubre el cuerpo sino que cumple otras de sus funciones, sino que también puede ser el de querer demostrar u ocultar algo, como las características físicas relacionadas a la edad o al sexo, como también factores culturales, la cultura, la religión entre otras.

En el pasado antes de la aristocracia, tanto los hombres como las mujeres usaban túnicas hasta el piso, las cuales solo las diferenciaba que algunas eran más largas que otras y las cintas que llevaban en la cintura. En el antiguo Egipto especifica Luriel (1994) que no se diferenciaban por el uso de la vestimenta; sino que, las personas que tenían dinero se vestían y las que no tenían dinero, no se consideraba impuro que anden desnudos. A mediados del siglo XVI aparece una indumentaria que se diferenciaba por los sexos, para las mujeres siguió manteniendo la idea de cintura ceñida, en cambio para los hombres cambiaron las prendas, pantalones más pegados a las piernas, los cuales les permitía la movilidad en sus actividades.

En el siglo XIX, la idea de dimorfismo sexual europea, se cree que es uno de los cambios más bruscos de todas las épocas, para el hombre, siendo que al principio se veía una negación al creer que las prendas no pueda informar sobre el sexo de las personas.

Los pantalones atestiguarían una especie de profunda incompreensión sobre las condiciones de su sexo. La mujer se consideraría como un hombre y, en el caso inverso, el hombre se consideraría una mujer en el desnudo masculino. (Autor año, p.234)

Desde nuestro nacimiento, Lurriel (1994) refiere que desde este punto los colores son indicadores de lo que somos, el color rosa para las niñas y el azul para los niños, los adornos que también son representación de esta división en lo sexual. Al mismo tiempo estas características en otras épocas, colores y tipologías fueron tomadas para identificar la fuerza de los hombres y la vulnerabilidad de las mujeres.

El *pret a porter* como explica Monneyron (2006) fue interpretada como un sistema unificar de los modelos de vestir de la sociedad burguesa, ayudando este a reducir la diferencia entre las clases sociales del vestir. Esta ya se ve más reducida a inicios de la década de los años 20, con el dandismo, que eras los hombres más refinados de la burguesía y su alto conocimiento de la moda los identifica, como también los colores sobrios que utilizaba, la intención de identificarse era muy grande y uno de los accesorios que era muy representativo era el sombrero y el bastón, este se convirtió un referente para la época.

Las diferencias estaban dadas por el tipo de tela y la de los cortes en especial en los 60 y sobre todo en los años 70, como en mencionado por Monneyron, el numero eleva en estas épocas el uso de las tipologías masculinas por parte de las mujeres, sobre todo el total de ventas en Francia es mayor que las ventas del vestido, de los emblemas que realzan al hombre en su guardarropa, es el pantalón, la mujer es la prenda que más valor le dio, hasta el día de hoy existen cambios por las tendencias que van cambiando, pero es algo de uso habitual.

Elementos que antes eran reservados solo para las mujeres, hoy en día estos constituyen en las pasarelas de las colecciones de hombres, por ejemplo vemos los colores vivos, los tejidos que pueden ser sedas, gasas o satenes, las formas; esto refiere a prendas no tan estructuradas y da una mayor flexibilidad para el hombre y uno de los que se caracterizó en los últimos años fueron los accesorios, desde las joyas que pueden llevar hasta bolsos de uso diario. Entre las marcas de moda que hoy en día se destacan por romper las barreras entre las prendas de hombres y mujeres, en las colecciones del año 2012 y 2013, como menciona la revista Hola (Silva, 2012) se encuentra:

La marca Dolce & Gabbana, en su línea de otoño invierno, dan a destacar los maxiblaizers, los colores planos tanto para hombre como para mujer, las prendas se encuentran bordadas con hilos color oro, los terciopelos y brocados que resaltan las prendas, estos bordados son iguales para ambos sexos. Los accesorios que son representados en esta colección los más destacados por ser unisex son los zapatos.

Otra de las marcas que se señala, es el cuero y los apliques metalizados de la colección de Yves Saint Laurent; el cual a través de los materiales, los sacos están dados por colores planos que resalta el brillo en solapas, recortes, bolsillos, tanto en prendas de mujer como en las de hombre. Donde las constantes son los pantalones de cuero, la colección es de otoño invierno, en cual el diseño de guantes para ambos sexos tiene el mismo diseño, cubriendo la mano hasta arriba de la muñeca.

Una marca que se apodera por completo de las pasarelas demostrando a un usuario completamente unisex, las prendas pueden ser intercambiables para estos dos sexos en tanto tipologías, materiales de la creación de colección, de la marca de moda Hermes la cual hace que la silueta de la mujer desaparezca por completo, haciendo que se encuentre una muy fina línea entre géneros, las tipologías XXL, con gabardinas oversize, los pantalones son

rectos y anchos con pinzas, y como en todas las colecciones mencionadas anteriormente los colores planos.

Las líneas de pasarela del 2012 y 2013 muestran la variación en la sociedad, y el crecimiento de cada individuo por una idea creativa de sobresalir, las influencias, los cambios tanto políticos, sociales y culturales, son uno de los tantos ganchos de la idea de los cambios de la moda, haciendo que estos quieran más productos de distinción, que lo ostentosos y el lujo sea parte de su diario vivir, de representar como un ser individual en un grupo social.

## Capítulo 2 Accesorios e identidad cultural

Los accesorios durante mucho tiempo fueron característicos de las culturas, algunos fueron símbolos de distinción, otros diferenciaban a los de las clases sociales, hoy en día los accesorios son complementos de indumentaria, dónde diseñadores de moda rescatan diferentes características que los distinguen, como también los materiales que serán usados los cuales pueden representar el lugar de origen o aspectos que están dispuestos a representar según las ideas de diseño.

### 2.1. Rol del accesorio

Así como la moda, el accesorio va dirigiéndose a un público más amplio con el pasar del tiempo, desde mediados del siglo XXI, la moda vive la evolución de hacia la funcionalidad. Es así que los accesorios son elementos claves para los diferentes atuendos, siendo así que las marcas de indumentaria, apuestan por realzar y mantener estas líneas, ya que ocupan las primeras líneas de negocios (Hidalgo y Martin, 2010)

El rol del accesorio se origina hace mucho tiempo atrás, desde los instrumentos de caza, pasando por las pelucas que utilizaban los egipcios y en el siglo XVII los abanicos y las pelucas contribuyeron a esta década, así como afirma Brand y Teunissen (2003). Con el paso del tiempo esto va teniendo más relevancia en la sociedad, donde los accesorios que eran específicos para actividades de la vida cotidiana, ahora se utilizan para resaltar en las pasarelas de las distintas temporadas. Los pensamientos también fueron cambiando acerca de lo que representa el accesorio en general.

Al pasar los años, como por ejemplo los egipcios o mucho tiempo antes de estos, las personas se han caracterizado por su vestimenta y accesorios siendo que estos fueron creadas para una función practica sobre las prendas, hoy en día esta función puede ser adoptado al momento de crear una colección de indumentaria; pero sobre todo el que cada diseñador adopte por usar un sinfín de accesorios en sus prendas de colección, viéndola como una

forma de representar un estilo. En pleno siglo XXI la moda ha llegado a sobresalir en todo el mundo, que se crea la tendencia de los accesorios para poder personalizar cada uno de los atuendos.

Cada accesorio cumple una función distinta, puede ser de ornamentación o de protección; una de las ideas con el cual se empezó a implementar los accesorios fue que termina de cerrar un *look*; por otro lado, el uso de los accesorios en una persona puede llegar a crear la idea sobre los gustos de una persona o sus características personales. Las más fáciles de detectar son de las tribus urbanas, que se caracterizan por la indumentaria o realzan su vestimenta con la ornamentación, como ser los *punk* o los *hippies*. Como también se puede usar diferentes accesorios con prendas semejantes y la lectura que crea esa persona con respecto a su vestimenta es diferente, detectando también sus gustos o características de cada uno.

#### 2.1.1 Accesorio distintivo de la época

En la actualidad, el sector del accesorio está formado por: los bolsos, calzados, gafas, cinturones, bufandas, joyas y sombreros. Dónde las piezas únicas y de diseñador son consideradas como básicos impredecibles del guardarropa, es así como menciona Hidalgo y Martin afirman: los accesorios actúan como piezas de *merchandising* u objeto complementario a las prendas de vestir. (2010, p.15)

Al remontarse a otros tiempos, donde los accesorios eran símbolos de elegancia o demostraba un status social, en el cual también existían diferentes códigos, los cuales se podían relacionar con el amor o con expresar diferentes aspectos emocionales.

Cuando se implementaba esta serie de acontecimientos, las personas no pensaban en diferenciarse con las demás para sobresalir; sino que, lo más importante en ese momento era la impresión que se causaba. Terminando en el siglo XIX, donde existe la idea de la democracia, así menciona Brand y Teunissen (2003) que se dio un significado diferente sobre

los accesorios y paso a ser de un símbolo de status o manera de distinción, a la búsqueda del alma y la personalidad de las personas.

Tras los cambios que habían ocurrido en la sociedad y como la mujer se fue incorporando y teniendo más representación en esta, el accesorio no solo se podía considerar de lujo, sino que también era considerado como confort e innovación, es así como la historia de la moda marca uno de los acontecimientos más importantes en la industria. En 1955, una de las diseñadoras más destacadas; Coco Chanel consideraba que los accesorios contribuían al confort, ya que la comodidad de la mujer nunca fue algo que se destacara en la indumentaria femenina y esta diseñadora lo considera por primera vez importante.

Los accesorios tomaron más de un rol en la sociedad, el de la elegancia, de la distinción, funcionalidad, en esto influenciaron un sinnúmero de asuntos que tuvieron relación con la sociedad, como por ejemplo el surgimiento de la industrialización como la democratización y es así como los diferentes accesorios van tomando importancia a lo largo de las épocas, hasta el día de hoy, que tras cada temporada los diseñadores toman un accesorio para que sobresalga en la pasarela.

#### 2.1.2. Tipos de accesorios

Dentro de los accesorios se pueden nombrar las joyas, bisutería, gafas, cinturones, zapatos, bolsos, carteras, sombreros, relojes, pelucas, entre otras. Al mismo tiempo cada uno de estos accesorios nombrados, se caracterizaba por el nivel de representación que tuvo durante diferentes épocas, estos complementos fueron característicos de la mujer durante años.

En la actualidad, la representación del hombre en el mundo de los accesorios tiene un grado muy elevado, en este siglo los diseñadores toman en cuenta tanto al hombre como a la mujer para el diseño de accesorios. El poder que fue adquiriendo el hombre en el ámbito de los accesorios fue creciendo, en el presente se demuestra también el interés de los hombres a la idea comodidad en la moda y esta es una de las caracterizaciones que tiene el accesorio.

Por lo tanto marcas o diseñadores de indumentaria y de accesorios son los que trabajan con ideas creativas; apuntando a un usuario unisex, como también la realización de accesorios que sean de uso exclusivo para mujeres o para hombres. El diseño de accesorio masculino fue de gran escala con el paso de los años, pasaron de ser de uso concretos como por ejemplo: para el ejército, para trabajos que solo hombres realizaban a ser accesorios para distintas finalidades en la que se caracterizó más por ser símbolo de moda y de identidad; la representación que se destaca actualmente es en joyería, zapatos, bolsos.

Los accesorios, varían de tipología para ambos sexos pero al mismo tiempo se puede tomar las características uno del otro para realizar accesorios de uso unisex como algo representativo de marca, sino son las aplicaciones de diseños o características como color o materiales que hacen que resalte cada accesorio moderno. Hidalgo y Martin (2010) dan a conocer algunos de los accesorios que se destacan con el tiempo:

Los zapatos, siempre tuvieron una función de protección como de ornamentación; también fue el reflejo de un status social, como de una posición económica. Tras el paso del tiempo los zapatos se diferenciaron por su comodidad o por la sofisticación que tenían, los primeros modelos unisex que se muestran están dados por los griegos y romanos que utilizaban con algún tipo de ornamentación, más tarde en la edad media; el calzado se distinguía por cubría el pie apenas y al mismo tiempo ser elegante y de materiales como piel o tela.

Las zapatillas de tacón; representaba el status de una sociedad, debían ser admiradas ya que eran zapatillas elaboradas con materiales de primera calidad, donde las mujeres de una clase social más baja las imitaba con plataformas de madera. Los zapatos de tacón en las mujeres de la clase social más alta, no solo se los representaban a la hora de demostrar a la comunidad un nivel de vida, sino que también era representado a la hora de estar en sus hogares. El uso de las chinelas con tacón, donde estos zapatos apenas cubrían el pie y era hecho por artesanos, las mujeres de la época resaltaban su elegancia en cualquier momento de su día.



Cuándo la mujer se incorporó al ámbito más laboral; se tenía que optar por modelos más cómodos que darán mucha más facilidad a esta nueva mujer, los cuales consistía en botas de cordón y con el tiempo fueron evolucionando. Como ejemplo de esto son las *pinet*, llamadas así a las botas de seda en 1865 a 1870; un modelo de calzado que predominó, las botas tanto de hombre como de mujer estaban muy decoradas, en esta época se volvió a usar el tacón donde vuelve a tener un cierto nivel de altura, siendo también que se añade la diferencia del pie izquierdo con el derecho.

En el año 1983, menciona Brand y Teunissen(2009) que la comodidad que demandaba las mujeres era grande se ve la incorporación de las zapatillas deportivas, *Karl Lagerfeld* el diseñador de la casa de moda Chanel, crea una combinación del confort que se desarrolla por la misma Coco Chanel con lo más iconográfico de la marca, que son la combinación de colores blanco y negro, el acharolado, las punteras negras de los zapatos; así mismo estas zapatillas no se asociaban con el deporte sino con el confort de las mujeres.

Bolsos, las mujeres de clases más privilegiadas las usaban, para llevar cosas de la vida cotidiana; estos eran pequeños, por lo cual se fueron adaptando y variando con el tiempo, como por ejemplo: en el tamaño, se fue incorporando más detalles y el objeto se vuelve de uso femenino y masculino.

Estos bolsos empiezan a ser usados en la época del *new look* de Christian Dior de 1947, que era una elegante cartera de mano, que el usar uno de estos bolsos debería ser acompañado con los guantes, un cambio radical fue cuando los bolsos eran colgados en el hombro y las mujeres llevaban trajes militares, Paco Rabbane, retoma los bolsos de hombro, incorporando lentejuelas y brillo que acompañen al estilo de la época.

El bolso como signo de practicidad es tomado en los años 20, cuando la mujer empieza a trabajar y empieza también a llevar una vida mucho más independiente. Este es uno de los objetos de mayor interés en esta nueva época, siendo que se volvió un accesorio que no se

debe dejar pasar en ningún momento, todas las mujeres lo llevan, siendo un objeto de máxima ayuda en el diario vivir; Existiendo sin fin de marcas de moda que lo adaptan a su estilo, donde los materiales ya no se hacen de las telas sino que se realiza también con materiales sintéticos y de plástico, usando diferentes formas que fueron dictados por movimientos artísticos como el cubismo y el surrealismo. Siendo uno de los accesorios que destaca Brand y Teunissen (2009) que en ningún objeto se ve tan presente la logomanía.

El bolso masculino empieza a tener relevancia en el 2006 como menciona el blog emol de tendencias (2015), que según el director de la revista CQ; revista de moda de hombres, asegura que la mayoría de los hombres van adquiriendo estos accesorios y considerándolos indispensables, ya que con los avances tecnológicos, para poder llevar los celulares o diferentes elementos que hacen difícil el manejo de ellos en los bolsillos, al mismo tiempo estos individuos al estar en un momento de cambio constante, no quieren volver a una época donde el uso de los maletines de trabajo sea lo más apto para una comunidad que busca confort y moda.

El sombrero, símbolo de la representación de una clase social y de proteger a las personas que lo llevaban tanto psicológicamente como físicamente; como lo zapatos, tras la segunda guerra mundial, se convirtió en decoración y funcional. Los sombreros fueron utilizados tanto por hombres como mujeres.

En las mujeres los sombreros en la primera mitad del siglo XX se va convirtiendo en un complemento ideal para los conjuntos de indumentaria, después de los sesenta se convierte en un accesorio para eventos puntuales. En los hombres desde principios de siglo XIX; se llevaba el sombrero o gorra para actividades deportivas, para las clases más populares se utilizaba casco, a principios del siglo XX se pone de moda el sombrero bombín, que fue popularizado por Charles Chaplin en sus películas, en los sesenta el sombrero ya empieza a perder la popularidad.

Actualmente los sombreros son de muy poco uso, las culturas van adoptando diferentes elementos que resaltan la cara, como los gorros que en 1973 lo usaban los obreros, luego se vieron con una oleada de la música hip hop, marcas de indumentaria como Moshino toma estos gorros que pueden ser usado tanto por hombres como por mujeres adaptándolos a su estética, donde vemos el uso de estampas y colores que lo caracteriza.

Por otro lado estas los turbantes que fue retomado por Prada en el año 2007 en su colección primavera-verano. Los turbantes originales como menciona Brand y Teunissen (2009), consistían en piezas largas que enrollaban toda la cabeza, en esta colección de Prada se muestra, su línea de indumentaria donde lo que realza cada prenda es el accesorio en la cabeza, con telas de colores planos pero telas brillosas, que hacen referencia a las hindúes, las cuales son las que llevan en su diario vivir, el mismo año para su colección otoño- invierno presentan la misma característica de los turbantes en su colección, pero remplazando las sedas de verano por tejidos de lana que hace referencia a estos accesorios para la cabeza, caracterizándose por la combinación de dos colores tanto para hombre como para mujer.

El cinturón, tuvo como primera finalidad uso militar, donde se utilizaba para sostener las armas. En 1950 se destaca por la influencia del *Art Nouveae* ; movimiento artístico que tuvo inicio a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, se caracterizó el cinturón con hebilla decorativa; destacándose más en los cincuenta, donde el diseñador Christian Dior crea el *New Look*; donde la colección resaltaba lo femenino, la cintura ajustada, hombros suaves y faldas largas. Ahora el cinturón es usado tanto en hombres como en mujeres, el cual puede ser usado como detalle o darle un uso a su principal funcionalidad que es el de sostener las prendas, puede ser llevado de día o de noche.

Los guantes, estas prendas son usadas desde el siglo XVIII, con telas suaves y flexibles; durante un periodo de tiempo estos fueron confeccionados con materiales muy costosos y poco accesibles para las personas o se fabricaron guantes para trabajos obreros, en el siglo

XX los guantes son fabricados para lo cotidiano, gracias a grandes marcas de indumentaria; como Chanel que incorpora los guantes de largos a principios del siglo XXI, donde Karl Laagerfel combina los sacos de mangas tres cuartos, con los guantes largos, es así como diferentes diseñadores dan lugar a diseños que son guantes sin dedos o sino son largos que cubren como manga.

Las gafas de sol, accesorio que se caracteriza por su funcionalidad, fueron tomados por la moda, en el siglo XX empezó a usarse como signo de identidad individual, en algunos el deporte sobresalió en la calle, otros empezaron a usar detalles de fantasía para marcar tendencia o como moda clásica estuvieron y hoy en día se siguen caracterizando en la calle los aviadores; gafas creadas por la marca *Ray Ban*.

Las gafas de sol ya son casi dos décadas que sobresalen en el mercado actual de la moda, donde estas casas tras diferentes variantes de las tendencias, recrean nuevas gafas de sol como también se crean las monturas de lentes, los cuales llevan inscritos en las patillas el nombre de la marca, las gafas son uno de los accesorios más imitados.

Aseguran Brand y Tennesie (2009) que su incremento es muy alto cada año, las de imitación llevan el nombre de gafas graduadas las que pueden ser adquiridas en cualquier lugar; el incremento se debe a que estas pueden ser desechadas, la protección que proporciona es nula a comparación de las que son de marca, pero al mismo tiempo estos autores explican que el daño que más se genera actualmente es por la tecnología, los teléfonos celulares o cualquier instrumento electrónico.

Otro de los accesorios que es muy representado en la moda en este nuevo siglo, es la funda de celular u otros objetos para el uso del celular, que da lugar a conocer una característica de acuerdo a las personalidades de cada persona en su uso diario, estos accesorios que caracterizan al siglo XXI, la época de la tecnología, donde las grandes marcas y diseñadores de moda, siguen la tendencia que está presente en la sociedad, creando así diseños que

representen la moda y al mismo tiempo los diseños se relacionan con el estilo de cada diseñador y de cada marca, dándole también una representación característica a la funcionalidad y comodidad de llevar un teléfono celular.

Los diferentes accesorios fueron tomando otro tipo de caracterización durante el paso del tiempo, como también cambio la sociedad, al llevar desde una cartera hasta el uso de una funda de celular, con la idea de representación de la personalidad de uno mismo y de caracterizarse o diferenciación con la sociedad. Un punto de diferenciación era considerado como la distinción del lujo tomando como valor agregado por los diseñadores para agregar mayor atractivo a la marca.

## 2.2. Lujo como distinción

En la actualidad, por un lado la palabra lujo vienen de luxuria, abundancia y extravagancia en el latín, y este también a la vez hace referencia a luxus que significa dislocado, por lo que se interpreta que el lujo es como una luxación, una excentricidad que busca saciar necesidades de superioridad Hernández (2011), pero a lo largo de la historia se puede decir que el ser humano se ha identificado con determinados objetos con el fin de reafirmar su status e identidad.

Toda la variedad de accesorios que se distinguen por ser un complemento a la hora de vestir tienden a marcar tendencia ante un sector muy amplio del mercado; donde la imitación es algo que se ve muy a menudo entre marcas que sobresalen en el mundo de la moda y diseñadores que representan esta industria.

Uche Okokwo(2007) establece que el concepto del lujo y su relación con el status e identidad se remonta a épocas de la civilización muy antigua. Egipto 3.200 aC a 80 aC, es un ejemplo, donde las mujeres y hombres La ropa y los accesorios tales como joyas y coronas de oro, revelan la importancia de esta sociedad, también es nombrado por el autor que tanto hombres como mujeres se sometían a diferentes tratamientos de belleza, como ser masajes, el

maquillaje algo se usaba, el perfume y aceites para el cuerpo; lo cual no aleja la visión de bienestar de la sociedad actual.

Desde la antigüedad el lujo se fue relacionando con la idea del precio que tenía un objeto, siendo exclusivo para la aristocracia, mientras más alto era el costo significaba que era de mejor calidad, donde estos objetos resaltaban por las telas o eran considerados preciosos y caros.

Así mismo asegura San Martín (2009) que se lo relaciono con el tiempo que tenía el producto, esta creencia se basaba en la historia de un producto, de donde vino o cuánto tiempo tenía desde su fabricación. A mediados del siglo XIX, cuando los diseñadores se encargan de diseñar de acuerdo a su propio estilo, y ya no diseñan de acuerdo a la clientela que compraba, la idea de lujo cambia aplicándose directamente con el diseñador o la casa de moda.

Ratificando que con esta relación que hacen los individuos de una sociedad con relación al producto, las casas de moda hacen el anclaje con estos productos, creando un lazo más fuerte para darle valor al status con relación al paso del tiempo. En los años 20 fue donde más se vio la figura dominante del diseñador, el ejemplo más claro fue Chanel.

Chanel, no solo resalto el sentido del lujo en sus accesorios sino que también se caracterizaron y tuvieron gran aceptación por la idea de confort e innovación, Brand y Teunissen (2009) aseguran que esta diseñadora, consideraba que en los accesorios lo más importante estaba dado por la modernidad que aportaban y por el confort, algo que antes nunca había tenido importancia en la indumentaria femenina.

Una marca considerada lujo en Bolivia es Almanza, esta es una marca de indumentaria de primera categoría para hombres y para mujeres, con 33 años en el mercado boliviano se encuentra muy bien posicionada en Bolivia(), hoy en día cuenta con locales en cinco departamentos de Bolivia, en Cochabamba se encuentra la fábrica de producción; esta marca de ropa es considerada por su clientela y los cuales tienen el conocimiento sobre el mercado

que se dirige y su producto por el cual es muy representativo, logrando así que tenga la imagen de ser una de las marcas con indumentaria con un sello que representa a las clases más altas, ya que empezó como uno de los primeros sastres reconocidos en Bolivia(), ahora que el encargado de las producciones en todos los departamentos están dados por dos generaciones posteriores al primer sastre reconocido de Bolivia. Dando también a su clientela distinción por la calidad de las prendas, por el confort que ofrece cada una de ellas y sobre todo el uso de materiales de la mejor calidad para la sastrería.

### 2.2.1. El lujo contemporáneo

Tras la producción industrial la definición de lujo fue cambiando, se incorporó el semilujo, así mismo menciona Brand y Teunissen(2009), que se podía categorizar en dos partes que era el *kitsch* que era denominado a algo de mal gusto o pasado de moda y por otro lado estaba la imitación pero de una inferior calidad. Al pasar esto las cosas podían ser más asequibles para las personas, por lo tanto esta misma sociedad condujo a la moda de la vanguardia, donde cada diseño se caracterizaba por ser novedoso y romper totalmente con el pasado.

Al ser una era donde el semilujo era la oleada de producción tanto de cosméticos, como de joyas e infinidad de productos, durante este periodo se benefició a un porcentaje grande de clientela. El lujo al ser democratizado, transforma algunos artículos que son designados para las elites que conforman una comunidad, modificando dichos productos en artículos de consumo cotidiano, y promocionar el interés a las masas siendo lo más importante para la democratización.

En la actualidad, la sociedad posmoderna crea la idea de lujo mezclado las ideas que se tuvo durante la historia como en el siglo XIX, el lujo era considerado por la belleza de los objetos y por la casa donde se las adquiría, en el siglo XX el lujo era dado por la persona que tenía la capacidad de creación de lo novedoso y como consiguiente en los años setenta se dio el lujo por el ideal que creaban los medios de comunicación.

En una época de individualismo, afirman la idea de destacarse de los demás, de sentirse un ser particular. Croci y Vitale (2012) lo relacionan con la idea que al querer ser un sujeto autentico y único, es debido a querer la construcción de una imagen buena de sí mismo, el lujo está más representado al promocionar una imagen personal, ya no el de una imagen de las clases sociales.

Para los individuos de la clase alta se diferenciaban por tener la preferencia por los lujos y los la clase más baja por las preferencia de las necesidades, al cambiar la idea; de que el lujo no es para una clase social por las posibilidades económicas, fue un hecho de crecimiento para la sociedad, siendo que la clase baja podía elegir las cosas que fuesen prácticas, sencillas o necesarias.

Siendo que cada persona debido a sus impulsos de individualización, el mercado detecta esta situación, haciendo relucir las nuevas formas de consumo, que tienen que ver con las emociones, por lo tanto mujeres como hombres prefieren ser seres que experimentan diferentes sensaciones emocionales y no tanto por exhibir la riqueza. Croci y Vital enuncian: la época contemporánea ve afirmarse un lujo tipo inédito, un lujo emocional, experiencia, psicologizado, que sustituye la primacía de la teatralidad social por la de las sensaciones íntimas. (2012, p.99)

Motivaciones y las necesidades evolucionan, tal y como exponía Maslow en su pirámide y, para poder conectar con los consumidores, será imprescindible comprender sus hábitos, motivaciones y aspiraciones. (Hernández, 2011, p.57). La conexión que existe entre el lujo de las emociones con el lujo de la antigüedad que representaba el despilfarre, está tendencia permanece intacta, solo lo que cambio es la visión del nuevo mercado, donde la representación de riqueza está anclado con las emociones que se tiene sobre un objeto y la participación en el mercado, dónde se puede ver dividido en diferentes sectores como:



Perfumería y cosméticos, moda, bebidas alcohólicas, joyería y relojería, marroquinería y calzado, complementos de moda, restauraciones

Descritas por San Martín (2009), las cuales no dejan de expandirse gracias a los nuevos consumidores del mercado, sobre todo realzan los productos de marroquinería, calzados, joyería son los que se expanden en un porcentaje más amplio, que otros rubros. Al mismo tiempo que se ve el crecimiento, el plan de las marcas sobre la venta de productos cambia, de ser ventas a un grupo pequeño de clientes, a vender menos productos, pero con una gama amplia, a muchos clientes, es así como el consumo elitista se pierde y se pasa a la idea de consumo democrático.

El consumo desmesurado de una sociedad de todas las clases sociales se ve en diferentes aspectos del mercado; como la indumentaria, ahora no es simplemente algo que se usa como protección del clima u otras características, teniendo en cuenta otra parte de la indumentaria son los accesorios ya que también es uno de los más demandados por la sociedad. A partir del siglo XX el crecimiento en el interés sobre la idea de implementar el lujo en los accesorios es mayor que otras épocas, ya que con el paso del tiempo se ve una evolución hacia objetos que van de la mano con la tecnología y al mismo tiempo de lo tradicional, siendo que la fabricación de artículos ya no se caracterizaba por modelos exclusivos sino por la producción en masa o por la creación de artículos que son hechos industrialmente pero no terminan su producción si no que es mandado a otros países para que el acabado sea de forma artesanal y así estos serán vendidos como hechos en lugares que las comunidades aprueban su mano de obra; como por ejemplo en Italia cuando la marca de indumentaria o de accesorios tiene como referencia este país, se forma un concepto de las comunidades que este país tiene muy buena mano de obra, pero la realidad es que este país finaliza con la mano de obra y fue hecho en otro lugar.

Pero esto hace que la sociedad quiera subir de categoría, llevando a que el lujo tienen como elemento de diferenciación el status social, y esto se relaciona con las aspiraciones y motivaciones de cada persona; dónde el eje central se ve en la percepción de una identidad como valor de apreciación de un ser y al mismo tiempo este valor agregado se identifica como el medio de comunicación del mismo ser con el resto del mundo.

Que los accesorios, hoy en día, son menos funcional y más narrativo, y ya ha sido comparado con el adjetivo o el adverbio dentro del lenguaje de la moda; ahora, su finalidad es contar historias, del mismo modo que lo hacen las prendas. (Brant y Teunissen, 2009, p.44)

Al mismo tiempo que el consumo de productos va teniendo vital importancia, el crear productos que sostengan una historia cultural, es uno de los puntos de diferenciación de las grandes marcas, ya que esto permite que lo tradicional sea utilizado como un medio de comunicación entre los mismo individuos de una comunidad, ya que se basa en que el accesorio no solo representa valor simbólico como objeto; sino que también, la realización de estos objetos están conectados con otro tipo de información; que al mismo tiempo puede estar vinculado con el comportamiento o pensamiento de una sociedad tradicional.

### 2.2.2. Lujo de lo tradicional en el accesorio

Con la nueva era moderna; donde el lujo esta idealizado por la combinación del derroche, con el estado de emoción y con la relación que se tiene sobre la cercanía de un objeto y del diseñador de renombre. Así mismo, se da a conocer uno de los puntos más influyentes del lujo en la era de la modernidad, es la cercanía que se tiene a la historia sobre la creación el objeto deseado, desde prendas de indumentaria o así mismo de un accesorio como también otros artículos que sean de interés y cuenten sobre su pasado.

Las tendencias de lo tradicional, va con la noción de lo natural y artesanal, siendo más valorada en la joyería, donde la búsqueda de la autenticidad, en esta época del consumismo. Donde se toma a los nativos como signo de representación; ya que la mayoría de las culturas

donde se registran las técnicas artesanales, de prendas son caracterizadas con mucha ornamentación, como joyas o bordados, asociado también a la relación con la valoración que se tienen hacia el oficio de lo tradicional.

El accesorio, es uno de los objetos más atractivos en los individuos de una sociedad, la incorporación a lo largo de los años en una misma comunidad, se ve reflejada por la evolución de democratización de las tendencias, siendo que en un comienzo se destaca en las prendas de alta costura, actualmente no van más acompañados de prendas características o a rubros de la indumentaria en específicos, sino que se caracterizan de ser piezas únicas, con diseño a la par de las grandes colecciones de indumentaria, siendo así que se las señala como objetos distintivos de una sociedad.

El lujo de lo tradicional, es reivindicado por la idea de lo auténtico como lo natural, hoy en día esa tendencia no solo en el rubro de la moda sino en diferentes aspectos que se relacionan a las tendencias va vinculado con la idea del lujo de la emoción. En los años 80 esta tendencia de lo tradicional era vista como un procedimiento asequible, pudiendo recrear distintos objetos desde sus hogares.

La creación de piezas únicas como tendencia, son más valorados por la colectividad, donde cada artesano recurre a materiales de uso cotidiano o de desechos, la atracción que se tiene evoca que las personas que realizan trabajos manuales. Como es nombrado por el artesano francés Codina (2004) estos individuos deciden recrear piezas con los objetos más cercanos a su vida diaria, para que se conviertan en algo característico de la comunidad y con una característica afín a la persona que la adquiera.

Tras la valoración de los accesorios en este nuevo siglo, la esencia de las distintas culturas y el lujo que tras los años fue variando por cada sociedad y por los mismos individuos que la conforman, se ve dado por la variación que se detecta por los coolhunter denominados así a las personas que tienen la capacidad de detectar lo que lo individuos de una sociedad

demandan, y es así que estos pronostican las tendencias que vendrán en los ámbitos tanto de moda como en otros.

### **Capítulo 3. Tendencia y patrimonio cultural**

Las tendencias son designaciones que se da a un objeto, lugar o temas serios como también a temas frívolos, haciendo que se genere el gusto colectivo de una sociedad. Asegura así Erner (2014), que esta aceptación de la sociedad es la percepción propia de la época y de la situación por la que pasa la sociedad en ese momento.

Así mismo se vive en el cambio constante de las tendencia de moda, entre los cambios que se ve con mucha frecuencia, se detecta una de las tendencias que se ve incorporada, desde hace mucho tiempo es la tendencia de integrar y conocer más sobre la tradición de una ciudad o a la investigación de la cultural tradicionales de un país.

Diseñadores de indumentaria toman como referencia culturas de donde ellos provienen o de países que desconocen, al mismo tiempo que integran temas nuevos sobre una cultura, en cada colección, se ven caracterizados temas de las culturas aspectos puntuales que distingue a esta o que son esenciales e importantes para la misma.

Con el tiempo las culturas cada vez van tomando un campo significativo en las personas, tanto en el ámbito de la indumentaria y en los accesorios, como en otros campos que no se relacionan con el diseño. Erner especifica que comprender las tendencias significa penetrar los mecanismos de la imitación, la difusión de gusto y del papel de marcador social que pueden desempeñar (2014, p.10)

Tanto las Marcas de indumentaria como las líneas que se realizan de accesorio; realzan la belleza de un país, lo más significativo, es el valor que se le da a incorporar ideas culturales que remiten a un pasado y a nuevas técnicas de incorporación de diseño que nos remiten a la tradición, llegando a ser esto distintivo para cada individuo de las sociedad, donde el valor agregado en la identidad que cada prenda u objeto le puede dar, con respecto al resto de los individuos de una misma sociedad.

### 3.1. Tendencias de los contemporáneos

Estas se encuentran en todo lado, se relaciona con la vida cotidiana con la que anticipa lo que se ve en una sociedad, pero al mismo tiempo estas tendencias van cambiando tiene un ciclo de vida donde nacen y mueren, no siempre la tendencia son vista como un objeto sino que se la encuentra en diferentes cosas, como: textura, color o formas. (Siciliani, Chiesa y Cirelli, (2012)

Así mismo Erner (2010) afirma, cómo nace la idea de tendencia a finales del siglo XVIII, en la modernidad, donde las variaciones son resultado de los cambios tecnológicos, económicos y sociológicos. La evolución de esto es la consecuencia que los individuos quieren novedad, tras la revolución industrial se tiene la posibilidad de ofrecer algo novedoso para una sociedad y es así como las tendencias se mantiene en marcha por la idea de innovación contrastante. Uno de los cambios que tiene mucha importancia en la sociedad es el de la economía, entonces es así que los cambios constantes de las tendencias se dan por las clases más altas de una sociedad, una de las tendencias que se podría mencionar es la de los zapatos de punta alargada y estrecha, la cual fue dada por el capricho de una persona de la clase más alta en el siglo XVI, al mismo tiempo este menciona, que en la época actual, las personas están de acuerdo con los cambios repentinos de las tendencias, como consecuente de esto, la implementación de los cambios rápidos de moda, hace que crezca la necesidad de productos con precios bajos.

La sociedad actualmente demuestra dos sentimientos encontrados; que es, la necesidad de distinción y el de pertenecer a un grupo de la sociedad. Al ser las tendencias democratizadas, donde Erner subraya, que esta democratización está dada por la forma de organización social, estas tendencias están representadas por la opinión de los individuos. Así mismo menciona que el individuo es considerado irracional, ya que este sigue modas, siendo que cada persona se vea obligado por la época o por la clase social que pertenece.

Erner habla sobre dos tipos de tendencias, las confidenciales y las masivas, las cuales refieren a los grupos reducidos de consumidores y a un gran grupo de individuos. En el área de los accesorios, estos complementos fueron tendencia confidencial, siendo que dichos objetos hacia que los individuos tuvieran un poder de distinción, pero con la democratización se volvieron de uso masivo y la democratización de las tendencias el uso del accesorio fue creciendo.

El efecto a los cambios de moda, hace que los individuos quieran estar siempre pendiente de lo que presentan las tendencias y la moda sobre todo diferenciarse los unos con los otros, pero esto no es posible por la democratización de las sociedades, las personas se parecen más aún. Erner dice: cuan más próximas estén las clases sociales unas de otras, más intensas es la carrera de la imitación, en los niveles bajos, y más intensa la huida hacia la novedad, en los niveles más altos. (2010, p.101)

Por otro lado, se vive en una época donde lo digital es algo importante, sectores de la moda se promocionan por este medio, por otro lado las tendencias se van dirigiendo hacia el ámbito tecnológico desde los nuevos accesorios de moda que son los teléfonos celulares, como las prendas inteligentes, para distintas actividades.

Para hablar sobre las tendencias que permanecen en los años o tendencias que son pasajeras, se debe mencionar sobre como el *coolhunting*; es definido por Dominguez como: un método de investigación cualitativa que estudia las costumbres, las creencias, los mitos, las genealogía y la historia de una comunidad determinada (2009, p.17)

Los coolhunters pueden apuntar a diferentes disciplinas; para realizar dicha investigación se lo relaciona con la macro y micro tendencias, donde las primeras hacen referencias a manifestaciones concretas de consumo y las segundas se relaciona con las ideas colectivas o de valores que las inspiran.

Los estudios que se obtienen por medio de estos *coolhunter* menciona Gil (2009), que los consumidores que otorgan mayor valor a los objetos está sujeto a la idea de mejorar la experiencia de ocio, por lo general se tomaba la idea que este ocio se ve implementado desde el hogar, hoy en día la experiencia de ocio también puede ser vista como el tiempo libre de cada individuo para hacer lo que quiera, como quiera.

Una de las misiones de los coolhunters es saber detectar e interpretar las grandes tendencias globales para que después los diseñadores de moda adquieran alguna de estas tendencias y de acuerdo a dichos factores locales se implementen algunas tendencias o características de estos. El coolhunting no puede llegar a concretar los cambios constantes de una tendencia en los consumidores, pero si entiende las motivaciones que explica esos cambios, detectando esto los planteamientos de innovación son más rápidos.

Después de la época de la industrialización, donde empezó a crearse todo en masa y dar paso a nuevas experiencias con la tecnología, se incorpora una época donde los coolhunters notan, una variación en los individuos de las grandes ciudades, ven que las industrias crecen cada vez más globalizadas, al principio de toda la democratización, la industria estaba dado por los artesanos los cuales creaban los objetos donde los hacían de modo que nadie supiese como, al realizarlo era entregado directamente con el consumidor final, estos consumidores fueron aumentando, dado que estos no podían cubrir con todo el mercado demandante, es así como las nuevas tecnologías los van desplazando.

En el inicio del siglo XXI se produce la segunda revolución industrial. Se fabrican tal cantidad de objetos de tantas marcas diferentes que se ha generado una competencia desleal entre los productores. Y no solo en eso, y aún más alarmante la contaminación tanto ambiental como visual generada por la producción y existencia de productos proyectados desde un punto de vista únicamente industrial. (Gil, 2002, p.27)

Entre estos aspectos, las personas de los países desarrollados son los más afectas en este caso, pero los países que se van desarrollando, también toman conciencia de esto, las



grandes industrias con el tiempo van desarrollando nuevos ámbitos tecnológicos, y el crecimiento de los países se ve gracias a este surgimiento tecnológico.

Es ahí donde el 2013 tras el poder que se obtienen por las casas más grandes de moda que son punteras para difusión de nuevos acontecimientos, se menciona así por Odrizola (2013) de la revista Glamour; que la época dorada del logo como sinónimo de venta asegura quedo atrás, ahora las casas de moda como Chanel, Gucci muestran que está detrás del lujo, está formula que llevaron a las pasarelas es llamada como *handmade*; donde se ve el valor de cada prenda u accesorio.

### 3.2. Accesorios con identidad cultural en la actualidad

Los accesorios empezaron siendo usados con distintas ideas de las que hoy en día se usan, la identidad de un accesorio sobre una persona en el siglo XV se basaba en protección en el caso de los sombreros y zapatos; y las joyas en forma de distinción por la clase social o el poder que se tenía ante una sociedad. En la actualidad una forma de distinción es el uso de accesorio dando un toque personal a cada uno de nuestros *looks*.

En 1996, Brand y Teunissen (2009) indica que el diseñador Galliano durante los primeros años en la casa de moda Dior, afirma que tras viajes que desarrolla a lo largo de los años, toma como fuente de inspiración para las colecciones, abarcando desde la indumentaria de diferentes periodos históricos combinada con todo tipo de estilos étnicos. La incorporación de los estilos étnicos; a una misma cultura, no solo es tomado como medio de inspiración, sino como forma de innovación en las mismas comunidades donde ya se pierde la idea de tradición.

La reestructuración de un tiempo de moda, en una reinención y reinterpretación del pasado utilizando la lógica de la moda del presente. (Brand y Teunissen, 2009, p.26). Algo que se va tomando, es la idea de volver al pasado y retomar lo de otras culturas, realizando las

características de estas. Al momento de recrear estas ideas, se tiene algo nuevo o inusual, pero siempre relacionando con lo moderno.

Para la innovación de las colecciones modernas, en el ámbito de los accesorios, las marcas de moda toman la idea de la tradición, con una mezcla de la tecnología, siendo así que los individuos perciben a los objetos modernos con una idea de pertenencia a la actualidad que van con la relación a los aspectos tecnológicos, pero al mismo tiempo tener características tradicionales, los individuos se relacionan con el conjunto de ideas sobre la valorización de una misma comunidad, por cómo es creada cada pieza de dichos accesorios.

### 3.2.1. Lo artesanal

La representación de las distintas culturas, diseñadores tanto en la parte de indumentaria como también en el campo de los accesorios, dan a conocer la importancia de representar una cultura de diferentes países, que tienen una gran diversificación, como también la historia y atributos para la innovación de sus productos, donde el principal objetivo es realzar sus características.

Desde la época donde los humanos Vivian en tribus, la caza era una de las principales aspectos de su vida diaria, los accesorios también fueron fuente de su diario vivir, así mismo menciona el diseñador de joyas Legg (2009) que la raíz de todo es la naturaleza, la humanidad desde sus principios quiso representar con la ayuda del cuerpo humano la simbología como medio de comunicación.

Es así como en la actualidad, se ve la implementación en algunas comunidades de los pueblos que recurren a los materiales y técnicas de lo natural, un ejemplo claro es la cultura aymara de Bolivia, que recurre a trabajar con materiales naturales y la implementación de la estructura de trabajo, para realizar diferentes textiles; se aplica el uso de materiales que están al alcance de la misma comunidad.

Y la diversificación de materiales y de técnicas manuales, se ve destacado a lo largo de las comunidades indígenas de Latinoamérica, donde las identidades y las valorizaciones de los diseños, son muy diferentes entre culturas de un país con otro, y también cambia entre cada comunidad, destacándose por su identidad.

Legg manifiesta que la habilidad de inventar y crear símbolos es una de las características que distingue la humanidad de las demás especies, y la joyería fue una de las primeras manifestaciones de este rasgo. (2009, p.9).

Los decorados y adornos corporales que se incorporan con el paso del tiempo hasta llegar al uso de la ornamentación, es la creación estética de simbolismo y actualmente los ornamentos tienen la misma finalidad, ya que están hecho para representar algo que la sociedad demanda. En el proceso del desarrollo de los diferentes accesorios artesanales se ve la incorporación de diferentes objetos, tanto naturales, como también el uso de la tecnología. En el caso analizado de los diseñadores de la casa de moda Dolce & Gabanna, en la colección que destacan la cultura española. Se ve la incorporación de lo tecnológico con lo artesanal resaltando la belleza de una cultura.

Los productos que son artesanales tienen la capacidad de transmitir, representar; todo lo importante sobre una comunidad, al momento que estos artesanos destacan sus conocimientos sobre los materiales o técnicas que los antepasado realizaban; como realza Gómez y Aconcha diseñadores de textil, que los nuevos diseñadores de moda tienen la oportunidad de comprender a cabalidad el proceso artesanal para documentarlo y darle difusión previamente y el artesano tiene la oportunidad de aprender nuevas técnicas que le ayuden a potencializar su proceso creativo.(2014,p.118)

Por lo tanto las nuevas marcas de indumentaria, ya van tomando este factor de representación a diferentes aspectos de los diseños de moda; ya que al incluir dichas características en las marcas se ve caracterizado por la idea de lujo a un objeto; esto como ya es mencionado con

anterioridad , los factores que se ven atribuidos a las marcas con , teniendo en cuenta el valor de creación que cada autor resalta, al incorporar técnicas artesanales que vienen desde los ancestros de una comunidad o se ven más relacionados con procesos tecnológicos.

### 3.2.2. Como inspira a la moda

Una de las formas más interesante que se va tomando desde hace mucho tiempo, es la inspiración cultural, tanto marcas de indumentaria como diseñadores de moda, estos suelen destacar diferentes rasgos de una cultura, con una identidad propia de diseñador. Las tendencias van variando sobre la demostración de existencia de estas tendencias, una temporada se demuestra en pasarela la cultura japonesa, donde cada diseñador toma diferentes características de esta; como ser: mangas, largos modulares y las distintivas flores de Japón.

Una de las marcas donde se ve la incorporación de los aspectos culturales, es de los diseñadores de moda Domenico Dolce y Stefano Gabbana, destacando en continuas colecciones a las diferentes culturas, sobre todo de donde provienen, una de sus inspiraciones de colección del 2003 es la cultura española, dónde la referencia se ve muy marcada por lo que representa España, como ser los toreros el baile flamenco y los símbolos católicos.

Esta colección tanto como para hombre y para mujer se caracteriza por los colores rojos, bordos, blanco, negros y rosa, que se destaca en la indumentaria tradicional de los toreros. Lo más resaltante de cada prenda son las estampas que remiten al catolicismo, las motas del flamenco y las rosas bordadas que se ven mucho en esta cultura; como en el flamenco, sobre todo en el uso del tocado femenino en este baile originario de España.

En la colección femenina, resaltan las prendas inferiores como pantalones que llegan a la cintura, tomando como punto visual las fajas adornadas con pedrería que resalta el brillo y color de la prenda. Las faldas en A con mucho volumen y movimiento, otro tipo de prendas características es la falda tubo y en la parte inferior un volado; otro aspecto que es tomado

de la cultura es el saco bolero que se distingue por ser un saco corto, la camisa y el chaleco con diferentes estampas y bordados.

Tras la indumentaria que se visualiza en la pasarela femenina de la marca *Dolce & Gabbana*, es remitente a una identidad visual que caracteriza a estos diseñadores, teniendo un punto de partida que es la adaptación española a la actualidad. Tomando como distinción de lujo a la valorización de la historia de España, y adaptando algunas prendas a tipologías de la actualidad.

Para los diseñadores de la casa de moda *Dolce & Gabbana* como para los diseñadores actuales, los accesorios son imprescindibles para cada colección; ya sea que resalte más que las prendas; como también sean complementos de las prendas o estén a la par de diseño, si bien en la actualidad vemos que los accesorios tienden a tener la misma importancia de diseño, se ve que la incorporación de ideas culturales con relación a la mano de obra que los artesanos pueden incorporar tiene mucho más valor sobre los consumidores.

La incorporación de estos diseñadores sobre los accesorios de esta colección, se detecta el uso de las mismas características de diseño de las prendas, donde una de las características más sobresalientes es el uso de la incorporación de la mano de obra artesanal Española, para así crear diferentes bordados y sobre todo la realización de los tocados del cabello de las mujeres del baile flamenco.

Entre la colección de accesorios se destacaba: las joyas las cuales salieron a destacar tanto para hombres como para mujeres; el uso de aros, collares en color oro o con pedrería incorporado color rojo, por otro lado también hacen referencia a la iglesia católica a través de grabados de los símbolos más importantes para la iglesia Española.

Para las mujeres los tocados en el pelo eran adornos de rosas de color rojo que caracterizan a las mujeres que bailan flamenco, medias pantys hasta la rodilla bordadas con el mismo tema

de flores rojas o con encaje, los bordados remitentes a las flores también se relacionan con la sensualidad de este baile.

Se ve incorporado lo tradicional como lo moderno en el área de creación de estampas en bolsos; que hacen referencia a la indumentaria de las bailarinas de flamenco y sobre estas se destaca el bordado de flores de diferentes tamaños, haciendo juego con pedrería que es colocada de forma manual de colores rojos y negros.

Los diferentes materiales para la creación de bolsos, por un lado están las de telas, cuero y materiales más rígidos que son pintados a mano con referencia al colorido de la ciudad de España; también incorporado a los tacones de zapatos.

Por otra parte la intervención cultural, se puede incorporar en las colecciones desde diferentes aspectos, tomando en cuenta otros factores de representación de las diferentes culturas, como es tradicional la idea de diferenciación de esta casa de moda *Dolce & Gabbana*, otra colección que se reconoce con la idea de plasmar su lugar de crecimiento y sobre todo realizando su belleza con diferentes características.

La Colección inspirada en *Sicilia*, donde toman como inspiración los paisajes que son representativos de esta ciudad, sobre todo la fauna que representa esta ciudad, resaltando ante todo las actividades diarias de las clases bajas como las clases altas, en el cual es más representado a las personas con más poder adquisitivo; que son los reyes de España, como la implementación de los materias con los cuales la clase baja recurría a las actividades económicas diarias.

La incorporación de estampas de flores y los colores náuticos que representa esta ciudad son característicos de esta colección, como también el uso de tipologías que representan a la mujer nativa, al incorporar tipologías como ser faldas largas, y blusas en A, dando lugar a la intervención de los textiles con diferentes materiales, como pedrería o de encaje con forma de flores.

Otro de las características que se toma es el trabajo artesanal del tejido de mimbre que tiene la mujer en esta ciudad; es representado en los accesorios, incorporado, en las plataformas de las sandalias y también como terminación que resalta de la materialidad que da referencia al material del tejido de canastas; por otro lado se ve incorporado la pintura de los reyes de España y como partes de los días que Vivian estos.

Como materia distintiva de la actualidad en el ámbito de la moda, el valor que se da una prenda o un accesorio, tiene que ver con el valor artesanal, mientras más sea el valor agregado de lo artesanal, tienen una mayor apreciación por los individuos de una sociedad, ya que esta sale del uso común, donde la idea de las creaciones de accesorios con lo tradicional tiene mejor impacto en esta era tecnológica, ya que este se identifica como algo que no está al alcance de todos y lo identitario que cada cultura aporta a la hora de la de su creación.

### 3.3. Sombreros como tendencias de lo tradicional

Uno de los accesorios que sobre sale en esta época es el sombrero, donde la tendencia dicta que es uno de los accesorios de moda ,el cual puede ser usado tanto en el día como en la noche, en el invierno o en el verano, es llevado como accesorio tanto para hombre como para mujer.

Brand y Teunissen dan a conocer, que en el siglo XIX, las mujeres todas las mujeres sin importar la clase social llevaban sombreros, y que no podían Salir a la calle sin esto; ya que se consideraba una mujer con etiqueta. Existían diferentes diseños para cada ocasión de uso, como: de día de noche, para una fiesta en el jardín o una visita al museo.

Entre las formalidades que demostraban los diseños de sombreros, en los años sesenta, se van abandonando estas ideas, donde esta época se destaca por la libertad y la expresión de los jóvenes, el pelo era el que poseía un mayor atractivo más que un sombrero, diferentes estilos geométricos, las melenas que eran de gran tamaño.

En los años 70; la época de los hippies, donde la relación de mensajes hacia la sociedad se veían a través de sombreros con blandos, con alas anchas; así nombra el mensaje de nostalgia, inconformista y anti estatus que se detectaba por el medio de estos sombreros Brand y Teunissen (2009). En las décadas más nuevas vemos como resalta las gorras de hip-hop, también las vísceras, hasta las gorras de béisbol hasta estilos que tenían mucho volumen.

Otros de las tipologías que se incorpora a estos días, es la de los sombreros de vaquero, algunas personas que llevan sombreros de fieltro, de manera que los inclinan dando o la sensación de liberación y despreocupación. Los sombreros genuinos que llevaban las damas, son llevados en eventos que gran importancia.

El sombrero fedora, fue un clásico para los hombres occidentales, este modelo no experimenta transformaciones hasta el día de hoy. Los sombreros blando son hechos de fieltro, de paja o de algodón; este se usaba por los mosqueteros hasta los hippies, considerados muy apropiados para comunicar drama.

En los últimos años como es nombrado por las Del rio y Mateu (2009).los sombreros se ven en las pasarelas, una pieza que trasciende con la tradición y ahora llega a estar incluida como pieza de los guardarropas; vemos como la el chambergo de paño de Giorgio Armani, la capelina blanca de Chanel y el bombín de Alexander Mcqueen, representando el glamur en las pasarelas, con distintos apliques que realzan la belleza, convirtiendo a los sombreros como sinónimo de elegancia contemporánea.

Entre los diseños de la actualidad que se destacan, que son mencionados en Brand y Teunissen(2009) están la boina de John Galliano que presento una boina amplia y blanda, que remite a los siglos XVI era el tocado característico de los humanistas, entré uno de los usos que tienen ahora son usados por militares y obreros.



Hidalgo (2010) describe como históricamente los sombreros tuvieron mucha importancia al momento de vestir, ahora diseñadores de moda llegan a crear estos accesorios con diferentes materiales, colores y formas para poder convertirlos en un accesorio especial para destacar en las pasarelas.

Las Características de estos pueden cambiar tanto para hombre como para mujer, que sobresalieron en la antigüedad como sombreros de copa alta, otros llevaban en la copa una cinta, los sombreros confeccionados con paja que los llevaban en verano. Existía todo un ceremonial al llevar un sombrero, ya que era signo de respeto, admiración y de cortesía; según el grado de inclinación que se hacía del sombrero y de la cabeza.

Por otra parte en las mujeres con el paso del tiempo fueron cambiando el estilo; así mismo, con el tiempo algunas bases quedaron y se sigue usando; como, las pamelas que el ala suele ser más transparente en verano y más opaca en invierno.

Del rio y Mateu(2009) destacan que el sombrero dejó de ser el complemento indispensable del guardarropa del hombre elegante para convertirse en el accesorio que lo distingue del resto y se adapta a las condiciones impuestas por el clima. (2009, p.46). Los contemporáneos van adaptando los diferentes complementos que son considerados desde hace mucho tiempo como distinción, siendo que los sombreros no son de uso común en los individuos de una sociedad, poco a poco el cambio de diseños van adquiriendo mayor valor.

Esta tendencia de dar foco en la parte superior de la cabeza, realizando diferentes características del rostro, empezó con los sombreros, pero con el tiempo se optó por otro tipo de accesorio en la parte superior; desde los tocados que consistían en turbantes, hasta la búsqueda de una identidad con diferente cortes de cabello.

Una de las características que es hincapié a la investigación e interpretación de las diferentes culturas, es dar campo a la nueva visualización de técnicas y materialización de un producto con otro, y sobre todo satisfacer la búsqueda de este mercado de consumo constante. A si

mismo existe un criterio de la sociedad sobre los géneros y la igualdad que existe entre hombre y mujer, diseñadores han apostado por un usuario unisex, donde los materiales y colores son muy variados; dando así un variante distinguido en la moda de los sombreros, donde esta tendencia terminaba de cerraba el *look* de las personas.

## **Capítulo 4 Interpretación de la cultura boliviana**

Bolivia es conocida por sus etnias culturales, donde destacan las costumbres tradiciones que con el paso del tiempo se va repercutiendo en los más jóvenes de las etnias; estas son conocidas por el área de la agricultura y el área textil. Tanto las personas jóvenes como las adultas aprenden día a día como sus antepasados realizaban cada producción agrícola como textil para poder realizar un buen trabajo como ellos y tener buenos productos finales, en la parte textil hasta el día de hoy se caracterizan estas comunidades, para la creación de este se toma muy en cuenta lo que se quiere representar y lo que se desea transmitir una vez acabado cada textil, entre las características que de los textiles está el color y quien teje ese textil.

### **4.1. Cultura boliviana como objeto de deseo**

Bolivia se sitúa al centro de América del Sur, conocida también como el corazón de América del Sur, los países que lo rodean son: Chile, Perú, Paraguay, Argentina y Brasil. Bolivia es uno de los países con mayor población indígena en Latinoamérica, siendo así que hoy en día se destacan por los trabajos artesanales que realizan, partiendo de una visión de los antepasados.

Destacándose por la diversidad de culturas, entre las más sobresalientes se encuentra la cultura Aymara y la Quechua, gran parte de los indígenas Aymaras se encuentran situados en el altiplano boliviano y en el lago Titicaca, el cual se encuentra en territorio peruano y boliviano, entre las tribus de indígenas que encuentran en esta zona geográfica están los Urus y los Taquile.

Las ciudades donde actualmente viven los Aymaras y quechuas son: La Paz, Sucre, Potosí, Oruro y Cochabamba. Para los Aymaras uno de los factores económicos es la producción de alimentos y la de textiles, estos indígenas se caracterizan por utilizar herramientas artesanales, que son adquiridas por herencia de sus antepasados.

En el área de producción de alimentos, lo más destacable es el cultivo de cereales como ser: quinua, trigo, maíz, arroz, entré otros. Por otro lado están los textiles, los cuales son realizados por las mujeres de esa región, el fuerte de estas mujeres se destaca por la construcción de estos textiles; desde el proceso de teñido, hasta la construcción de cada trama y urdimbre de estos textiles originarios.

Tras las elecciones presidenciales del 2006 en Bolivia; Evo Morales, siendo elegido por más de la mitad de la población, es así como los bolivianos tienen por primera vez un presidente indígena boliviano, se encuentra ya hace nueve años como mandatario de este país. El licenciado García, N (2014) explica; como uno de los elementos que lleva el presidente en actos oficiales de todo el mundo, este marca un antes y un después en la revalorización de las culturas de los indígenas bolivianos.

En el 2010, Evo Morales proclama una nueva constitución, donde Bolivia será declarada como Estado Plurinacional; con el objetivo de difundir esta nueva constitución, el presidente trata de instalar un protocolo descolonizador, mostrando la pluralidad que vive la sociedad boliviana, con prendas distintivas ,como un suéter de lana de alpaca, con rayas de colores bordo, azul y beige, por otro lado prendas que van representado al mandatario, se caracterizan por ser prendas que llevan recortes con textiles aymaras, con diferentes simbologías y colores(ver imagen1, pag 3, cuerpo C).

Desde su primer año de mandato del presidente Morales, apoya de una forma muy particular a la cultura indígena de Bolivia, tras la migración de los indígenas a la zona rural, éstos empiezan a realizar productos artesanales; como ser los textiles, accesorios como cartucheras, monederos, entre otros; siempre destacando sus textiles autóctonos.

Siendo que es un nuevo comienzo para esta cultura, y también es el comienzo para las personas que viven en la ciudad. Para conocer más sobre los aymaras tanto espiritualmente como las costumbres que ayudan a establecer su economía recreando características de sus

antepasados, poco a poco un porcentaje pequeño de la sociedad boliviana de la parte rural adopta ciertos textiles de esta cultura, haciéndolos parte de su diario vivir, pero en pequeños objetos que son recreados por la cultura, como ser: cartucheras, llaveros, algunas prendas con recortes de estos textiles, y es así como empieza a tener una representación más grande ante los ojos de los ciudadanos y como a extranjeros que visitaban este país, los textiles fueron tomando una gran importancia ante la población boliviana; como también la indumentaria de las mujeres y hombres indígenas; sobre todo, de las mujeres siendo que se destacaba por los colores, por la incorporación de accesorios de costo muy elevado y las telas que usaban para la realización de estas prendas tradicionales.

#### 4.1.1. Indumentaria de la chola

Tanto los hombres como las mujeres indígenas aymaras y quechuas, resaltan en las ciudades de Bolivia por sus cualidades de trabajo y sacrificio, donde se ve la aplicación de ciertas prendas de su cultura por las actividades que hacen, durante la semana la vestimenta es de pollera, blusa, los suéteres de lana; el día domingo es un día de fiesta o de reuniones familiares, donde la elegancia es una prioridad; donde la pollera se destaca por su brillo, la blusa de encaje y los accesorios que son llevados para estos días está el sombrero, los aros y adornos en las trenzas.

Con el transcurso de los años esto fue un estilo que fue cambiando, pero el traje fue adoptado a partir del siglo XV, cuando llegaron los europeos a ocupar el alto Perú, al llegar a estas tierras los indígenas de Bolivia adoptaron la indumentaria de la clase española popular de los siglos XVII y XVIII. A pesar de estos cambios que obtuvieron los indígenas, mujer y hombre mantuvieron algunos rasgos de identidad cultural, prendas o accesorios que realizaban de forma manual. Como explica la licenciada en antropología Sahonero, L (1987)

Las mujeres y hombres de la clase popular se los llamaba Chulo; que según la real academia de España significa: individuo del pueblo bajo de Madrid, que se distingue por cierta afectación

y guapeza en el traje, y en el modo de producirse. El traje de la chola era similar al de la chula; se vestían con una pollera larga, plisada, una blusa adornada de encajes y volados, sobre los hombros lleva una mantilla. (Ver imagen 2, pag 3, cuerpo C)

Para distinguirse se encontraban las cholas de primera y las cholas de segunda; se diferenciaban por la forma de vestirse, las de segunda llevaban muchas polleras súper puestas que pasaba por debajo de las rodillas, sus blusas eran adornadas con lentejuelas, bordado en oro con un escote, los zapatos eran de tacón alto con la punta redondeada, el peinado consistía en dos trenzas y llevaban un sombrero de fieltro; este sombrero era de color negro, a sí mismo llevaban dos mantas, una cubre la parte del torso prendida con un gancho de metal, y la otra la llevaba encima y se enganchaba por la parte de la espalda.

Las cholas de primera, eran las que se vestían con más sobriedad; inspiradas en las mujeres españolas del siglo XVI, la falda llegaba hasta los pies, llevaba entre tres y cuatro alforzas en la pollera, ya que al tener una amplitud muy grande era pesada, las blusas eran de cuello alto, de mangas amplias con abotonaduras.

El calzado eran botas de taco alto con cordones, usaban dos mantas de las cuales la del interior era oscura y la exterior que usualmente la usaban para Salir a la calle, está por otra parte era más grande que llegaba a cubrir toda la espalda, el peinado eran dos trenzas que se cubrían con un sombrero grande de fieltro en color negro o de paja blanco o negro.

Hoy en día las mujeres indígenas no cambiaron su forma de vestir solo lo fueron adaptando, a la actualidad y por el clima del país donde viven, las mujeres de Cochabamba usan la pollera hasta el nivel de las rodillas; ya que esta ciudad presenta un clima más templado, con comparación a las mujeres de la ciudad de La Paz, que tiene un clima más frío todo el año, ahí las polleras son hasta el nivel de los tobillos. Por otro lado las telas con las que se confeccionan todas las prendas, fueron cambiadas por telas de mejor calidad, como las sedas y los brocados.

Otra característica de estas mujeres, tanto la indumentaria como los accesorios son seleccionados por las ocasiones de uso; festejos culturales, festejos familiares o fines de semana, las cholitas usan sus mejores trajes, la vestimenta resalta por los colores o funciones características.

Los zapatos, ya no se utilizan las botas para las ocasiones especiales sino zapato plano que es denominada plantilla la producción de este zapato se realiza de una forma standart, es sin taco y en la mayoría lleva una aplicación como adorno, el color negro acharolado y colores claros son llevados en los festejos y de forma diaria usan variedad de colores y también aplican el negro acharolado.

Por otro lado están las blusas; compuestas de dos piezas confeccionado de la misma calidad de tela, la cual está compuesta por la superior adornado con encajes o cintas de colores y la inferior es llamada saya, que es el largo de la cintura para abajo, antiguamente se realizaba con telas de menor costo, actualmente se confecciona de la misma, también se sustituye esta blusa por sueters de lana de diversos colores.

Para la parte inferior se encuentran las enaguas o centros, antiguamente eran blancas; con puntilla, esto llevaban las mujeres para que las polleras tengan mayor vuelo. En la actualidad están hechas de nylon, algodón, llevan la puntilla y en su mayoría están bordadas sobre el ruedo, son de corte estándar y se encuentran superpuestas en gran cantidad para poder generar el vuelo.

La última pieza de la indumentaria es la pollera, estas cambian las telas según la ocasión de uso y la edad, pueden ser de gros, pana, terciopelo; los colores son diversos, van del morado al rojo, lleva una faja angosta de seda roja llamada hilera, la cual consiste en sostener la pollera. (Ver imagen 3, pag 4, cuerpo C).

En el caso de los hombres la vestimenta una forma más sencilla; antiguamente, en la llegada de los españoles, los indígenas vestían con un poncho largo que llegaba hasta debajo de la

rodilla, con camisa blanca por debajo, un pantalón negro, los zapatos eran sandalias negras(Ver imagen 4,pag 4,cuerpo C);hoy en día los hombres son los que más dejaron la cultura de lado, esta vestimenta que los identificaba ahora es usada para ceremonias especiales, el uso del poncho que se distingue por tener materiales naturales y simbólicos. Los hombres de estas culturas que viven en la ciudad sobre todo los adolescentes adoptan una vestimenta de ciudadano, por otro los niños y los mayores de edad como los ancianos incorporan prendas de sus antepasados, como ser los ponchos de un tamaño más chicos, que llegan hasta la cadera.

#### 4.1.2. Accesorios de la cultura

Los accesorios fueron lo más significativo en esta cultura, con el transcurso de los años se fueron distinguiendo más, por la incorporación que tenían los indígenas llegados a la ciudad, también las ocasiones de uso son importantes tanto hombres como mujeres, la indumentaria que se utiliza en la semana tiene diferentes características a las que son usadas los fines de semana como en los días festivos; y esto acompaña la distinta ornamentación.

Para las cholas llevar los adornos es esencial en la vestimenta entre esto se encuentran: los aretes o pendientes que se distinguen por ser de oro y plata con incrustes de piedras preciosas o perlas; al momento de usar las mantillas algo que tiene mucha importancia; es el uso de los alfileres para sujetar estas, llamadas topo que son realizadas en materiales como el oro y la plata en forma de cuchara, estos ganchos llevan piedras preciosas que adornan la vestimenta de las mujeres.

Otro accesorio importante son los anillos que se hacen de oro o plata con los que realzan las manos de estas mujeres ya sea usando uno en cada dedo o hasta dos anillos por dedo; para estas mujeres los días festivos tienen mucha importancia, muchas veces las mujeres suelen adornar sus dientes sanos con oro, por lo cual deben encontrarse con una cantidad significativa de accesorio, esto simboliza su poder económico.



Las medias es otra parte de su vestimenta estas deben ser de color piel o rosado de seda japonesa, una de las distinciones de la chola que posee mayor poder económico utiliza escarcelas; qué son carteras de gran tamaño que las llevan colgando de un brazo para portar dinero; por otro lado, está el monedero el cual tienen el mismo fin que la escarcelas pero más común entre esta sociedad.

Otro accesorio esencial de estas mujeres es el de las mantillas, las cuales explica Sahonero(1987); que existen dos tipos de mantas, la manta de encima o de abrigo y la manta de pecho. La manta de abrigo es rectangulares, tejidas de lana fina, en su mayoría están hechas artesanalmente, creadas en comunidades que se dedican a este trabajo exclusivamente, se realizan en telares rústicos. La manta de pecho, estas se destacan por ser de seda y bordadas, son aseguradas sobre el hombro con un gancho llamado topo o *tupu* de oro o de plata que es trabajada de forma artesanal.

Esta prenda fue adoptada como prenda nacional por las mujeres de diferentes zonas de España. Llegando América, se incorporó en la sociedad de una manera muy rápida, sobre todo por las mujeres que iban a las iglesias. Sahonero afirma: El nombre de la prenda cambiaba según quien la usaba: las españolas la llamaban mantón, las mestizas manto y las indígenas rebozo. (1987, p.40). Manto es como actualmente la llaman las cholas cochabambinas y paceñas, los bordados en cada prenda son muy característicos, los topos es algo que se usa solo en eventos especiales.

Accesorio que se considera indispensable para las cholas desde la época de la colonia, los sombreros, se convierten en elemento indispensable de las mujeres de pollera, a partir del siglo XVII que estos sombreros fueron cambiando en formas y colores. Así asegura la página *Blogger Template(s/n, 2012)* que se distinguían dos variedades de sombreros. La de copa alta y la de copa baja, con el ala ancha o corta (Ver imagen 5, pag 5, cuerpo C). El material era de fieltro u ovejón, teñido con tintes naturales de color negro, marrón claro, oscuro o gris. Ya en

el siglo XX fueron rústicos, hechos de lana de oveja, uno de los más buscados por las mujeres era el de color blanco y con la copa alta.

Con el paso del tiempo los sombreros experimentaron muchos cambios, al inicio de 1920 describe la página *Blogger Template* (s/n, 2012) la copa baja causo una moda popular, pasando por transformaciones hasta llegar a la copa elevada; en esta misma década llego la partida de sombreros tipo bombín de la marca italiana Borsalino(ver imagen 6 ,pag5,cuerpo C), donde se presentaron como producto novedoso, generando un gran impacto hasta el día de hoy, por lo cual posteriormente se fue incorporando en otras regiones del país.

Los diferentes se van diferenciando según la región, como ser las mujeres cochabambinas se destacan por el sombrero más alargado de ala(ver imagen7,pag 6,cuerpo C),En Cochabamba es un región cálida, el cual hace que las mujeres utilicen sombreros de distintos materiales, las mujeres de la ciudad de La Paz tiene un clima más frio, destacándose así por usar sombreros de lana con materiales de densidad más alta, como ser la lana de alpaca.Por otro lado también se encuentran las regiones más pequeñas donde tienen normas las cuales deben cumplir, una de ellas es la combinación del sombrero con la blusa y los zapatos; otro punto a seguir, es del estado civil de cada una de las mujeres el sombrero debe tener un lugar específico según la portadora de este.

El uso del sombrero en las cholitas es una marca de identidad que distinguen a la chola "auténtica" de la denominada "transformer" o "trucha", aquella que se disfraza. (s/n, 2012) Toman más caracterización estos sombreros al resaltar por los apliques que se ponen, depende de la ocasión de uso; por lo general son utilizados en actos religiosos y políticos. Este aplique consta de adornos de joyas de oro o de fantasía y por lo contrario, los sombreros de uso diario llevan una cenefa entre la copa y el ala.

Otros complementos que las cholitas que se distinguían en la época de la colonia, como ahora son: él *chumpi* o faja las cuales se usa entre la pollera y la camisa; se realiza en telares de

lanas multicolores, el corpiño que no tiene ningún detalle, es de algodón y por otro lado están los delantales que usan para labores domésticas o para vender en las ferias.

#### 4.1.3. Textiles aymaras y Simbología

La importancia que tienen los tejidos andinos y la diversidad de ocasiones en las cuales es usado, supera a la utilidad ornamental y de indumentaria cotidiana. Los usos también remiten a aspectos como identidad étnica en los grupos jerárquicos, así como oficiales de ceremonia; entre los más importantes se ven relacionados en la política y en lo religioso.

La realidad del patrimonio del textil tradicional en una visión diacrónica que recorra su importancia y relevancia para la vida de los pueblos aymaras y quechuas (Jordán, 2001, p.202). Una de las características más sobresalientes de las culturas originarias de Bolivia, es la del desarrollo textil y la simbología que lleva en cada textil; actualmente las personas que trabajan de forma manual se las encuentra en pequeños pueblos de las ciudades de Bolivia.

Gundermann y Gonzales (2015) explican, la producción de textiles se desarrolla desde antes de la prehistoria, los indígenas que todavía crean textiles mantienen los métodos tradicionales, el telar se destacan cinco diferentes; entre los cuales cuatro son usado por mujeres y uno por los hombres los textiles que se diseñan varían según las regiones.

Por otro lado el antropólogo boliviano Jordan,W(2001). En estas regiones lo que más destacaba de los textiles era la técnica del trenzado; considerado en la actualidad como arte, este tipo de trenzado y entrecruzado eran hechos de fibras naturales como ser el algodón, siendo así que la estructura de estos pasaron a ser constituyentes de las prendas de vestir como también de imágenes y muros de los pueblos.

Estas técnicas de construcción de tejido, en los andes bolivianos sirvió para el abrigo de muchos pueblos indígenas, siendo que paso a ser importante en las ceremonias como en los rituales, teniendo una elaboración más detalle. Al paso que los pueblos mejoraban las técnicas y cada detalle del textil, buscaban determinadas fibras textiles y colores que representaban

cierto simbolismo, hasta el día de hoy, explica Jordan,W(2001) que si el textil es realizado hacia la izquierda en forma de una S, este significa para alejar a los malos espíritus y a la mala suerte.

Entre los Aymaras se destaca una las culturas que se encuentra vigentes en la realización de diferentes diseño de textiles es la de los Tarabucos; más conocidos con el nombre de "Tarabuqueses".Este pueblo que se ve disperso en los departamentos de Bolivia, donde una gran mayoría de la población se ve acentuada en Rio Grande, el cual limita con el departamento de Cochabamba. Esta población a lo largo del tiempo fue adoptando diferentes costumbres, lenguas, vestimentas de otras poblaciones más dominantes en el terreno Boliviano; como ser los aymaras y quechuas.

La indumentaria constituye elementos representativos de la identidad étnica y la geo cultura, en las cuales hacen referencia a diferentes situaciones de los pueblos como el de las de mandato, la ocupación, la edad, estado civil.

Estas culturas siguen trabajando con materiales naturales; cómo la lana de vicuña, alpaca, oveja y de algodón, en algunos lugares todavía se sigue manteniendo los tintes naturales. Estos textiles eran imaginados con un fin en específico; existían dos tipos básicos de tejidos los *qumbi*; eran tejidos de máxima finura, que era realizado por hombre y mujeres los cuales se los reclutaba en recintos cerrados para la creación de estos, ya que se los consideraban especialistas en este trabajo, por otro lado se encontraba el *awasqu*; era considerado como burdo y era realizado por la mayoría de las mujeres destinado al uso del pueblo en general.

El acto de tejer se inicia con la selección del colore y grosor de la lana hilada. Preparar el telar supone fijarlo, disponer la urdimbre, los lisos (llawa) y la trama (kepa). (Gunderman y Gonzales, p.18), por otra parte Lopez,U(s/f)establece que en la parte del altiplano boliviano; la actividad cotidiana es la hilatura, donde el instrumento es una rueca, una varilla de madera, esta se la pude llevar en todo momento y lo más normal es ver a estas mujeres hilando

mientras hacen actividades de pastoreo o una caminata. Los varones que hilan se denominan *mismiña*, generalmente se encargan de hilar sogas y hondas que sirven como instrumento de pastoreo.

El tejido que caracteriza a las diferentes comunidades; se la lleva acabo como un proceso religioso, esto es llevado por las mujeres. Desde un inicio menciona Lopez,U(s/f) que el telar debe empezar a prepararse antes de la salida del sol, donde el sol estando en el horizonte se clavan las estacas, durante el estirado de las urdimbres se mastica la hoja de coca, tras seguir otras pasos sobre la liberación de energía, se cree que si se hace con gran devoción estos pasos los guardianes tejedores femeninos y masculinos, hacen que la persona avance rápido con el telar, para que los hilos no se acaben, para que el viento no sople, como también se cree si en los sueños de los tejedores aparece el sol influye en la manera de realizar positivamente el textil.

Otro creencia en esta cultura es que el textil es celoso, se refieren así las personas mayores de la comunidad, los textiles que se están creando debe ser tocado solo por la tejedora, si sucede lo contrario, el textil no se acaba fácilmente. En la actualidad se recrea estas tradiciones en pueblos muy pequeños del altiplano, donde las mujeres crean textiles para el uso personal o para los mandatarios de las comunidades más cercanas, las cuales ayudan con su situación económica.

La decoración en estos textiles es un aspecto fundamental, entre los que encontramos figuras zoomórficas, geométricas y lineales. Entre las figuras lineales, se encuentra el *ahuayo*, esta prenda tejida en telar, cuenta con un parte figurativa central, bordada por dos áreas de tejido llamado (*pampa*) y con otros dos lados figurativos al costado de la prenda; se clasifica por diferentes aspectos, entre ellos están el de figuras animales silvestres (*Liq'ura awayu*), figuras de mariposas (*pilpintrar awayu*) y figuras de vizcachas (*wisk'achrar awayu*). Así mismo están los ahuayos que se destacan por la composición de diseño que son: el ahuayo de color

tornasol, el de superficie jaspeada, al aguayo con dos líneas angostas de color, el ahuayo con varias líneas medianas de color, entre otros. (Arnold, Espejo y Yapita, 2014).

Por otro lado Lopez,U(s/f), menciona que el aguayo demuestra la relación que tienen de dinámica los caminos terrenales y los celestiales, es decir que los caminos terrenales los relacionan con los cargos ceremoniales que debe cumplir una persona, para convertirse en una persona respetada y por otro lado este debe ser de un color ya que representa un campo agrícola de cultivo; del cual saldrán imágenes, que no solo representan diseños, sino que cuentan una historia.

Los tejidos son una especie de documentos donde están escritas las historias de cada grupo étnico, además de las diferencias entre ayullos(Lopez,s/f,p.6). Generalmente estas historias se reflejan de forma lineal, la que se representa líneas de figuras y líneas de color entero, los colores son copiados del color de las plantas y flores o de los tipos de tierra.

Las barras son las más importantes de los grabados, ya que en las combinaciones que realizan las mujeres se asocian a los terrenos que se tienen y también al arcoíris que tiene que ver con los rituales que conectan con los días lluviosos, para mejorar sus campos de cosecha. Los colores que también se llegan a representar en estos textiles son los colores brillantes, por otro lado las líneas más delgadas representan los días de preocupación sobre los días de lluvia, por otro lado, el autor nombra que las líneas que están hechas específicamente para los ponchos pueden señalar líneas familiares o de productos de cosecha como ser papa, maíz, trigo, habas y cebada.

Por otro lado se encuentran las geométricas, las que destacamos: el diseño *chara aywira*; que se destaca por tener formas de la letra v con bifurcaciones, el *Chua* que hace referencia a platos cóncavos que usan para beber sopa, *chara misturita*; son círculos dentro de una v que representan la mistura que lanzan a la cabeza por celebración y la *ñawi kancha Nawii*; que son

ojos representados en forma de círculos dentro de otros círculos, en espacio cerrado de un rombo. (Textiles originales, 2010).

#### 4.2. Casos de Inspiración de la cultura indígena boliviana

Bolivia se destaca por sus diferentes paisajes naturales, donde se realzan sus diferentes culturas, en estas culturas lo más sobresaliente son las técnicas manuales que actualmente en algunas regiones del país se siguen implementando, tanto en la agricultura como en el sector textil. Mientras transcurre el tiempo en Bolivia como en otras partes del mundo vemos como los textiles que caracteriza a la cultura aymara o las prendas que caracterizan a hombres como mujeres indígenas se incorporan en diferentes prendas modernas, en la producción nacional como en la internacional.

Hace cinco años que se incrementa la idea de diseñadores independientes de indumentaria *casual* o *prêt-à-porter* en Bolivia, la incorporación cultural es un factor que nuevos diseñadores tratan de incorporar en el rubro de la moda (2014), implementan tipologías de las mujeres y hombres indígenas, en una pequeña proporción incorporaron textiles que estos pueblos realizan pero de una forma industrializada.

##### 4.2.1. Caso de accesorios

La matriz analizada está basada en tres marcas de accesorios bolivianas, los cuales se caracterizan por la representación de sus sombreros, tomando como base de inspiración a la cultura aymara, representado por un público nacional como internacional, reconocidos por trabajar con materiales de buena calidad que es el fieltro de lana. Cholita circus, (ver imagen 8, pg. 6, cuerpo C), Made in chola (ver imagen 9, pg. 7, cuerpo C) y Cholita chic. (Ver imagen10, pg. 7, cuerpo C)

El mercado boliviano actualmente en producción de accesorios y sobretodo en el área de la creación de sombreros como tendencia es muy reducido, teniendo en cuenta el nivel de producción que se tiene para la creación masiva de accesorios para el segmento de la cultura

indígena aymara, teniendo en cuenta que la población indígena actual boliviana es un 62,2% de toda Bolivia según estudios realizados por UNICEF (2012), los cuales más de la mitad siguen implementan la vestimenta originaria.

Uno de los criterios tomados para el análisis de estas tres marcas es concretar que en el mercado boliviano como en estas marcas donde se incorpora adimentos característicos de la cultura son importantes para llegar a un mercado que adquiere valor agregado dado por la relación cultural que tiene con el producto, así asociándolo con el lujo que puede aportar este accesorio, obteniendo características de diferenciación con relación al diseño de accesorios. Uno de los puntos analizados en la matriz de observación es el estilo clásico actual que tienen las marcas. La marca Cholita circus (ver tabla 2.1, pg 10, cuerpo c) y Cholita chic (ver tabla 4.1, pg 17, cuerpo c) se ve como constante que las dos marcas se asemejan por la toma de combinaciones de colores, resaltando sus tonalidades y la variación de detalles como las cintas que son incorporadas. Adquiriendo así como significado la incorporación de colores que interpretan las piezas textiles originarias; como el aguayo por otro lado también resalta la estética de cada diseñador quiere lograr. Cholita circus va relacionado a un usuario más relajado con su apariencia, teniendo una a proximidad con el arte de los malabaristas pero siempre mostrando interés en la moda actual, por otro lado la marca Cholita chic demostró tener el fuerte en el área de colores, donde los colores van relacionados con el estilo pop representados por la marca como su estilo. La marca Made in chola (ver tabla 3.1, pg 14, cuerpo c) y Cholita circus no presentan una idea de diseño similar, pero comparten la misma idea con relación al uso de colores para hombre como para mujer, Clarín(2016) actualmente la idea de paleta de color de un usuario unisex se llega a incrementar en un segmento muy reducido del mercado boliviano, pero los colores que incorporan estas marcas se ven anexado por la venta realizada en otros países como Argentina, Chile, Estado Unido, Brasil donde la moda se ve muy integrada con la moda Unisex, alrededor de un 60% EEUU. De las marcas argentinas que



podemos nombrar ,así mismo mencionado en el diario Clarín(2016) como *Kostume* apuesta por prendas unisex, no obstante el implemento de tantos colores en el diseño de sombreros tanto en hombres como mujeres en el mercado de Bolivia puede ser respaldado con relación al colorido que brinda la cultura en la creación de sus textiles, los cuales se caracterizan por las historias contadas dejando a un lado el sexo de la persona.

El colorido base de los sombreros en las tres marcas tiene como relación los colores crema, negro y marrón, las cuales se ven determinados por los mismo indígenas; ya que en las prendas se ven reflejadas las combinaciones de color. Entre estas combinaciones que destacan la cultura, se ve la implementación de una variedad de texturas que conforman su vestimenta, de tal modo que las marcas no toman como herramienta de diseño esta característica, la combinación que se muestra como referente a la incorporación de textura está dado por una cinta de poliéster que tiene como característica la implementación de los sombreros originarios, el más representativo es la marca Cholita circus destacándose por tener diseños con una variedad de combinación de colores de acuerdo al gusto, tanto en la base del sombreros como en la forrería y en la cinta en la copa del sombrero, está marca presenta en su colección una cantidad muy reducida de tipologías, el cual se relaciona tipológicamente con la chola paceña, manifestando otro tipo de criterio al momento de diseñar donde se hace más énfasis en los colores, esta es una de| las tipología más conocidas por interpretar la cultura y la elegancia de estas mujeres. Por algunas características estas marca y la marca Cholita circus se relacionan ya que la incorporación de colores es su base de inspiración , cholita chic basándose en su estética pop representada mayormente por el color rosa y azul en tonos brillantes agregamos las texturas de cinta pero en tono de color de base, por otro lado Made in chola tiene una estética más hispter, clásico, hace incorporaciones de texturas entre las que se encuentran la combinación de paño con cuero, las cintas tanto de cuero como de poliéster. Las variantes que muestra como marca van más allá de solo interpretar a la cultura

indígena aymara, sino que al mismo tiempo los diferentes sombreros se los puede relacionar con sombreros que son utilizados a diario por personas que integran las ciudades de Bolivia, como ser: un policía de tránsito, teniendo siempre como constante el material base para todos los sombreros. Entre las tres marcas analizadas, Made in chola tiene un concepto cultural que va destacando a través de la moda y de las tendencias, donde se va incorporando a las diferentes personas tanto nacionales como internacionales, con relación a las otras dos marcas, este quiere destacar por incorporar aspectos de todas las características que Bolivia le puede transmitir, siendo que Bolivia es un país donde la diversificación es característica, da paso a la creación de nuevos objetos, en diferentes rubros.

## Capítulo 5. Línea de sombreros "warawa actual"

En este capítulo se verán aplicados todos los conceptos que se desarrollaron a lo largo de los anteriores capítulos, donde se realizaron el proceso creativo del proyecto de grado que serán realizado por el autor, caracterizando ideas con relación a un tipo de usuario, así mismo la se incorpora un tema de inspiración el cual dará paso a la creación de nuevos objetos de moda, donde también se verá la identidad de autor.

Crear una colección de accesorios supone traducir una idea original, o concepto, en un prototipo real. No existe una fórmula única para conseguir el éxito, pero el sector de la moda ofrece, a quienes deseen crear su propia colección de complementos una serie de herramientas para alcanzar el resultado deseado. (Hidalgo, 2010, p.23).

Para la creación de esta colección, la autora toma conceptos de diseño según distintos autores y los cuales se implementarán sobre el proceso de una colección que se encuentran dentro del contexto de la moda actual. Del mismo modo se incorporará temas de tendencias culturales, destacando la cultura indígena boliviana haciendo énfasis en los textiles y simbología de los aymaras.

### 5.1. Diseño y procesos

Para hablar sobre los procesos de diseño, deberá ser definido el concepto del mismo.

Scott, menciona que "diseñar es como un acto que el ser humano realiza por alguna razón, como el de lavar los platos, pintar un cuadro, etc.". (1970, p3) Así mismo dice que son acciones no solo intencionales, sino que también pueden terminar creando algo nuevo, entonces la acción de crear algo que cumple con una finalidad puede ser llamada diseño. Al dar la definición de diseño este autor, se hace una pregunta sobre lo que es crear; es así como llega a la definición de crear; que sería hacer algo nuevo a causa de una necesidad de las personas en un lugar determinado.

Por otro lado Wucios menciona que el diseño es un proceso de creación visual con un propósito que debe cumplir, refiriéndose también que el diseño es la esencia de algo, si esté

es encontrado por el diseñador significa que es un buen diseñador, y que se debe de encargarse que ese algo sea conformado, fabricado, distribuido y usado. El cual no solo debe ser estéticamente bello sino al mismo tiempo funcional.

Los dos autores mencionados anteriormente tienen como idea similar que el proceso de diseño está muy vinculado con diferentes elementos de diseño, que da a establecer un proceso para llegar a un objeto que sea más que una cosa bella. Para poder desarrollar esta idea de proceso de diseño, la autor tomara a Wusios Wong como referente, dando paso a la creación de los sombreros, los cuales estarán vinculados estrechamente con los textiles aymara, dando así un valor agregado a la re significación de sombreros que son considerados como tendencia en la moda. Cual se basa en el estudio de capítulos anterior dando paso a que accesorios pueden ser versátiles a la hora de formar un look, dando la comodidad a las personas para las distintas actividades a realizar en un día común, determinando lo que quieren transmitir a través de su imagen tanto para hombres como para mujeres.

## 5.2. Finalidad del diseño

Wong(1996) señala que por lo general el diseño cumple con un propósito y una finalidad que es identificado desde un comienzo por el diseñador o por la marca que desea posicionar en un mercado en específico.

La finalidad del diseño se ve interpretado por el diseñador, que recrea todos los términos que son nombrados por Wong, al realizar una colección que mantenga una conexión tanto con el usuario como en las circunstancias de su entorno sociocultural, dando una armonía en los diseños que realiza. También Riviere que "un diseñador surge a partir de un problema demandado por un individuo". (1998, p79)

El diseñador al detectar dicha necesidad, materializa el objeto de diseño llegando a convertirlo en un producto de interés ante un grupo pequeño de la sociedad, poco a poco este pequeño grupo comienza a crecer haciendo que este diseño se convierta en moda. Es desde este

punto que el objeto de diseño que fue creado para cubrir una necesidad, ahora pasará a cubrir diferentes aspectos que las personas van identificando; aquí nace el ciclo de la moda, que en su primera fase, la moda se difunde mediante campañas de publicidad en diferentes medios de comunicación.

Los líderes de tendencias adoptan la moda y en esta etapa el producto tiene un precio elevado basado en la innovación y en la producción de un pequeño stock. Después de un tiempo se ve un acomodamiento del producto del mercado donde la producción va creciendo colmando vidrieras de los productos de moda en distintas marcas, dando lugar a la masificación del producto; por último se produce un declive donde las prendas ya no se consumen ni se producen.

La finalidad del diseño es determinado por el diseñador, basado en distintas necesidades y tomando en cuenta la identidad cultural de una sociedad de consumo, la cual la convierte en tendencia y luego en moda durante cierto periodo de tiempo.

Las culturas que inspiran a los distintos diseñadores, se muestran como tendencia o adaptas a las tendencias actuales; Pero siendo así que los diseñadores en las colecciones tanto de primavera-verano o de otoño –invierno basen sus diseños en una cultura rectora en común, cada uno ve a la cultura desde un punto de vista diferente, tomando en cuenta también el estilo de cada diseñador.

### 5.3. Creación de línea

Para la creación de esta colección capsula de sombreros, fueron tomados distintos puntos de partida en el concepto, uno de los elementos que más se destaca de esta colección será la adaptación de los distintos artículos de una comunidad, que son los principales elementos de producción económica para muchas personas de la cultura aymara de Bolivia

Con la recopilación de colores, imágenes, texturas, formas, referentes de inspiración se construye un *mood board* (ver imagen12, pg 8, cuerpo C) que es el punto de referencia para

seguir una línea inspiraciones armónico con el planteo del diseñador, es un plan visual para poder comprender el concepto que se va a diseñar y lo que se encuentra alrededor que influya en las características de diseño en esta colección.

El presente proyecto se enfoca en la elaboración de una colección capsula, el cual consta de tres prototipos de sombreros de moda para el rubro tanto femenino como masculino, inspirados a partir de las técnicas de fabricación manual de la cultura aymara. Los diseños que conforman esta propuesta, llamada *Warawa* actual; que hace referencia a un adorno superfluo actual de las mujeres indígenas denominadas cholos, al cual se le da valor agregado con la identidad cultural boliviana. (Ver imagen 13, pag 9, cuerpo C).

Se lleva a un mercado donde las tendencias enfocan a la distinción y se conseguirá esto con el proceso de producción artesanal; ya que se tomara como característica principal al momento de crear esta colección, la tipología del sombrero de dos mujeres indígenas de Bolivia y la representación del sombrero llamada Chullo (ver imagen14, pag 9, cuerpo C), el cual es incorporado tanto en la vestimenta femenina como masculina de las zonas más templadas del Bolivia. Otro de los puntos será la incorporación del textil, el cual es creado por las mismas artesanas de la comunidad aymara, estos textiles se destacaran por el proceso de creación de las mujeres, ya que nunca podrá ser iguales, ellas explican que al recrean un textil puede parecerse pero nunca será el mismo, dado por las creencias de elaboración al momento que se realiza la actividad de tejer y las manos que la tejan (Sahonero, 1987).

La colección capsula de sombreros; hace referencia como mujeres y hombres bolivianos que viven la problemática cultural actual pueden adaptar sus gustos hacia esta cultura, llevándolo a la creación de un estilo original en un accesorio como el sombrero; el cual pueda ser usado en diferentes situaciones, sin importar la ocasión de uso, haciendo que la palabra y el significado de *Warawa*; destaque no solo en las mujeres indígenas al momento de resaltar en

algún acontecimiento, sino el usuario de esta nueva colección resalte por un estilo único e original.

Para la definición del usuario fue basado en la matriz realizada para el análisis de casos, el cual se relacionan marcas de accesorios que se caracterizan por la venta de sombreros. La colección Warawa actual va dirigida a un usuario de 18 y 35 años de edad; ya sea hombre o mujer, que buscan comodidad, versatilidad, practicidad, funcionalidad en el momento de arreglarse, acentuando su personalidad, su imagen, estilo, elegancia y la seguridad en sí mismo que los caracteriza y que esto sea proyectando en su diario vivir.

Estas personas del siglo XXI buscan adquirir una moda que colabore con ellos; es decir que pueda adaptarse a la situación actual, ya que los individuos de esta sociedad viven con la idea de rapidez y por dichos factores que se relacionan con la sociedad, necesitan que los accesorios sean versátiles, que el juego de los accesorios se relacionen con distintas prendas que puedan llevar en cualquier momento haciendo que se destaquen, por lo tanto dichos accesorios deberán acompañar a la vestimenta de cualquier momento o en las actividades diarias que el usuario realice, ya sea en el día o en la noche.

El estilo de vida de los usuarios, se transforma de acuerdo al lugar donde se encuentre, se debe a que ellos quieren sentir siempre que destaca de los demás, en cualquier momento o situación que se enfrenten, destacando por su elegancia y estilo; sin cambiar su naturaleza, pero buscando una mezcla y una variación en su vida. Estos son consumidores que por su personalidad, su nivel socio económico es medio alto, el cual proporciona que estos individuos sean compradores frecuentes, buscando productos de buena calidad, que sean modernos, de buen diseño, que haga lucir y sentirse siempre bien. Por consiguiente también un punto donde tiene un interés profundo es en expresar la imagen que quieren comunicar al resto de los individuos que los rodean.

Estos individuos tienden a tener motivaciones de compra, el cual se da por los cambios de tendencia, la felicidad, triunfos, eventos especiales, entre otros como es nombrado por Rodriguez; los individuos interpretan y organizan de manera subjetiva según sus necesidades, expectativas y experiencias personales. (2012, p.55)

A partir de lo analizado en los capítulos anteriores, se obtuvo información para la realización de una colección capsula de sombreros unisex. Donde la diversidad de la cultura boliviana, y de la cultura aymara en específico permitirá jugar con una amplia gama de diseños, ya que cada textil será recreado de acuerdo a la ideología de las mujeres de una misma comunidad, sabiendo que lo fundamental del proceso de elaboración son las técnicas artesanales que son aplicadas, denotando así exclusividad, calidad y prestigio por parte del producto.

### 5.3.1. Proceso de creación

Los elementos de diseños que serán aplicados, partiendo de las teorías de Wong (1996), serán los elementos prácticos, donde explica que estos son los que van más allá de una teoría exacta sino que se representa por conceptos dados que son: la representación que se refiere a un objeto dado por la naturaleza o que es modificado por el ser humano, por otro lado está el de significado, este se ve reflejado en el diseño que transporta un mensaje y por ultimo explica el elemento de función que el autor toma dado que el diseño debe tener un propósito

Al momento de empezar a diseñar se toma en cuenta la interrelación de las formas que plantea Wong (1996), demostrando ocho maneras diferentes para una interrelación de formas, que son:

Distanciamiento: cuando ambas formas quedan separadas. Toque: cuando las formas tienen nada de espacio entre sí. Superposición: cuando las formas se cruzan entre sí. Penetración: cuando las formas parecen que tienen una interrelación de superposición pero no hay una relación obvia de cual este arriba o abajo. Unión: al igual que la superposición, ambas están unidas y crean una nueva forma. Sustracción: cuando una forma invisible se cruza con otra visible, de esta resulta la sustracción Intersección: al igual que la penetración, con la diferencia que ambas partes que cruzan entre sí siendo visibles. Coincidencia: es cuando las dos formas se convierten en una.



Estos elementos ayudan al autor ya que se da por la incorporación de los diseños con relación a las tipologías tomadas sobre la inspiración en este proyecto. La partida inspiracional de este proyecto de grado se ve muy relacionada con la integración de sus textiles y como estos se establecen tanto en la vestimenta como en diversos accesorios que utilizan con la incorporación de interrelaciones de formas. Así proporcionando más herramientas de los nuevos diseños.

Por otro lado la creación de los sombreros serán tomados de dos ciudades de Bolivia que destacan las mujeres con pollera, que son la ciudad de Cochabamba y La Paz. La mujer indígena cochabambina, es una de las pocas mujeres indígenas que no llevan a diario los sombreros que destacan en esta ciudad, se caracterizan por tener un copa alta y ala ancha siendo confeccionadas con una base que es hecha por las mismas mujeres que realizan con croché e hilo, después pasa por la fábrica de un artesano donde se crea la cubierta con tiza molida, óxido de zinc y cola.

El sombrero de la chola paceña de la ciudad de La Paz se sigue caracterizando por la materialidad con la que se trabaja ya que son hechos de lana de alpaca o de oveja. También se ven materiales como el fieltro, los sombreros bombines u hongos son muy representativos de estas mujeres, actualmente existen dos fábricas en esta ciudad que exportan estos sombreros a Europa.

Por otro lado se encuentra el Chullo, llamado así al sombrero que es de uso unisex, el cual se diferencia de estos dos sombreros por cubrir por completo la cabeza y ser producido por la mayoría de las comunidades indígenas ya que los materiales son de bajo costo. Éstos son tejidos que la mayoría de las indígenas de las regiones más frías utilizan, ya que es utilizado por debajo del sombrero, para así poder resguardarse de este clima. Una de las características de los chullos es el colorido que brinda cada tejido, teniendo en cuenta que las imágenes que se concretan en cada tejido no tienen un seguimiento específico; se muestran distintos

elementos de la religión o de la fauna y flora como también las figuras geométricas relacionadas a la naturaleza, ancestros o líneas que se toma como guía para saber el estado civil tanto de hombres como de las mujeres.

Para esta colección se tomaran las tipologías de sombreros de la chola cochabambina, de la chola paceña y los chullos, usando los dos tipos de copas con alas de dimensiones extensas, y el chullo en una base equivalente a los dos anteriores, Una de las constantes que se demostrara en la creación de la colección será el uso de formas geométricas. El material con las que se realizan estas bases es de fieltro; el elemento usado para la producción es menos costoso y al mismo tiempo la elaboración de las bases se realizara de forma más eficaz por el manejo ligero del material. Este material también es usado ya que evoca a la técnica tradicional de Bolivia que fue llevada a la ciudad de La Paz, la cual fue incorporada por europeos con la idea de enseñarles a las mujeres indígenas las zonas más pobres, el oficio para mejorar su calidad de vida.

Para la creación de los sombreros en general, son confeccionados en gran parte artesanal, existe una parte de confección en maquina pero la mayor parte es realizada por artesanos, como es mencionado por Hidalgo (2010)

Menciona también, la página especializada en material textil indígena Ayni; como la contribución de los europeos, ayuda a incorporar las técnicas con fibra de alpaca en el a fieltro, con la combinación de técnicas como el *nuno felting* y el *needle felting*, desarrollando a si mismo trabajos con fibras de ovejas para el desarrollo de prendas o accesorios, que permite resultados de suavidad y valores térmicos.

En la colección también se incorporar como inspiración cultura indígena aymara, destacándose por las técnicas de realización de los textiles antiguamente; este es el uso de instrumentos de urdido y tejido se caracterizan por los palillos, qué resultan ser finos para un mejor manejo y los telares, para las mujeres de esta cultura el instrumentos más emblemático

es el telar horizontal o el del suelo para la producción de textiles, para el hombre es el telar con pedales llamado también telar vertical. Yapita, Arnold y Espejo (2014) Estas etnias siguen manteniendo las técnicas artesanales como teñidos de forma natural, como ser los tintes vegetales, tintes minerales.

La diseñadora quiso destacar en esta colección, el uso de la simbología de esta cultura, ya que al momento que las mujeres empiezan a tejer ellas en su cabeza tienen diseñado lo que se realizara como los colores que se elegirán para la creación del textil. De esto surge la idea que cada diseño textil siempre será diferente, llegando así a productos totalmente originales y únicos. El color que las mujeres eligen es siempre con relación a los colores que las rodean; los cuales se incorporaran en los sombreros que tendrán un color como base, para que resalte cada textil.

Como la idea de rescatar la esencia de la cultura Aymara de Bolivia, entre el diseño se destacara los símbolos religiosos y los signos que plantean la relación con la naturaleza. En la paleta de color se presentara por colores vibrantes como el rojo, azul, rosa, amarillo y naranja; para la base de los sombreros se verá variación entre los colores crema, negro y café, colores que usan como base en los sombreros originarios de las mujeres y hombres indígenas. Siendo así que los colores como azul, rojo, amarillo y naranja; se destacaran en contraste a los colores bases de los sombreros, representando así a la indumentaria de las cholitas, que usa colores lisos y los destaca con los adornos, ya sea bordado o el mismo textil andino. Las texturas juegan un papel importante en esta colección; entre las que se apreciaran son borlas, trenzas que es distintivo del peinado diario de las cholitas, diseños de textiles creados por las propias mujeres indígenas.

Se tomara mucho de la tendencia actual que es lo geométrico, por otra parte hacer referencia a los textiles originarios que evoca esta cultura; textiles fundamental, en los que se caracterizan las figuras zoomórficas, geométricas y lineales.

### 5.3.2. Descripción de línea de sombreros

Esta línea de sombreros estará representado por tres sombreros, una de las variables que se obtiene en esta colección es la de las tipologías; los cuales serán usadas en combinación de los sombreros de la chola paceña y la chola cochabambina, las cuales se diferenciarán por las copas de sombrero, el ala de ambas se basará en el sombrero de la chola cochabambina. Por otro lado el chullo que es representado por ser de una consistencia más ligera, este será de materia similar de las dos tipologías anteriores, teniendo una variación en su base con relación al original, siendo asimétrico. La unión de estas tipologías está pensada con una relación simbólica de la unión de culturas, pensando en que la cultura indígena está dividida por diferentes tribus pero la relación que existe entre todos está basada en la relación con las costumbres hasta la similitud en tipologías de prendas. La colección capsula de sombreros de fieltro con materias textiles de la cultura aymara se adapta a un usuario unisex, la características que se incorpora es la geométrica, las líneas que se utilizan para ser referencia a la simbología religiosa aymara.

El diseño del primer sombrero llamado *uma* en aymara que tiene como significado cabeza en español, explicado así por Lefebure(2015) este será la interpretación de un chullo, el cual estará confeccionado del material de paño, ya que la colección tendrá como constante el uso del paño como material en las bases. Este sombrero de base asimétrica se diseñó con la idea de poder realizar una intervención con textil para poder llegar a crear una base similar a la base original del chullo, la intervención del tejido más ligero y un material más rígido está dado para re significar las características de las personas de la cultura indígena ya que se demuestra de manera de status social, por un lado los materiales utilizados para la creación de un chullo tienden hacer de calidad accesible, por otro lado el tejido más grueso se ve en el uso de las mujeres indígenas de una clase social más alta.

El tono elegido para esta base es el color crema, el uso de este color fue en base al análisis de la matriz de marcas de sombreros por ser un constante tanto en las marcas como en ser uno de los colores característicos por las mujeres de esta cultura; la intervención de estos dos tejidos están intervenidos desde la parte delantera a la trasera, donde se crea una superposición de ambos tejidos. El textil es un recorte de forma redondeada de igual tamaño que la base, el textil tiene grabado de zigzag, con la intervención de líneas rectas asimétricas que se relación con la subida al cielo y el bienestar en el recorrido a este. Bueno.(2016). En la interpretación del antropólogo Oscar Bueno, interpreta que la combinación de algunos colores tiene distintos significados en comparación a los colores plenos. El colorido de este textil es el colores representativos de la cultura, los tonos de una paleta primaria mezclados con tonos complementarios va relacionado a la abundancia de la vida, la felicidad, la fiesta que se hace al sol para agradecer. El color crema tiene como significa dinero. Por la parte interna del sombrero se le incluye dos trenzas de color naranja de un ancho de tres centímetros en cada lado, el cual en la parte inferior muestra un pompón, este hace referencia al trenzado de cabello que se realizan las mujeres indígenas, el cual suele llevar moños de diferentes colores combinando con las prendas que llevan, siendo muy característico al adornar con muchos objetos, se realizar la intervención de canutillos del mismo color ,para generar brillo e luminosidad en dicha área, ya que en la vestimenta de las mujeres es un complemento, como los aros que logran atraer mucho las miradas. En el área de la copa se hace una intervención con lana del mismo color que se usó para las trenzas, simulando el mismo recorte agregado asimétrico, se toma el mismo tejido recreando el mismo recorrido pero se crea una especie de e que hace referencia, por último se implementa las mostacillas del mismo color, creando dos círculos uno hecho por lana y el otro por mostacillas, recreando la idea de las espirales que denotan a la los recuerdos sagrados. Bueno (2016). (Ver imagen 15.pg 20,cuerpo C).

Para el segundo diseño de sombrero se lo nombra como *siki* que es determinado como el movimiento que se realiza para sacar el sombrero al saludar en la cultura aymara Lefebure(2015). Tomando como base la tipología de los sombreros de la chola cochabambino que tiene una copa cuadra y el ala grande, el color que se define para este es el negro, ya que etnográficamente es definido por Bueno, (2016) como un color de respeto, sagrado para los aymaras, al mismo que es tomado como un color que durante muchos años es signo de lujo, representado elegancia; siempre teniendo un repercusión en el ámbito de la moda.

El diseño en la parte delantera de la copa está relacionada con la asimetría del tejido del aguayo el cual está determinado por las líneas que son denominadas como las líneas que guían a lo terrenal y lo celestial; lo terrenal como se explica en el capítulo cuatro está relacionado con el camino que debe seguir una persona para ser una persona respetada por la comunidad. Este es representado en una forma lineal de cinco centímetros de altura, con bloques seguidos que van en combinación; estos colores están determinados según el lenguaje cromático analizado por el antropólogo Bueno(2016). Los colores serán colores vibrantes que son representativos del ahuayo, se eligió el amarillo que representa al oro, el carmesí representa al inca y la combinación del amarillo es interpretada como la fiesta que se realiza al sol. Tomando estos tres colores en representación de la idea de lujo descrita en el capítulo tres, que es el simbolismo cultural que cada comunidad aporta a Bolivia en la parte artesanal. En la parte central del sombrero se ve implementada una parte de la cruz de esta cultura (ver imagen16,pg 21,cuerpoC); esta cruz estará formada por un textil que representa la parte zoomórfica de esta cultura en una paleta bicolor blanco y negro con una línea de color rojo. Por otro lado los bloques de hilado de colores se ven separados de forma horizontal por canutillos de color negro, representando la cinta que una constante en el análisis de la matriz de marca de sombreros como representante tradicional y característico de la época. En la parte superior de la intervención de la Chakana se eligen unos canutillos en forma de espiral

que se los relaciona con dos aspectos, primero con la unión de la religión en la república boliviana, y por otro lado los giros positivos. Bueno (2016) esto se relaciona con el camino que Dios quiere para cada uno, tener una buena culminación al terminar el camino en la tierra. (ver imagen 17, pag 22, cuerpo C)

Para el diseño final de los sombreros se toma la integración de dos tipologías de sombreros originarios de las mujeres indígenas. La combinación de esta viene de la copa redonda de la chola de la ciudad de La Paz y del ala de la chola cochabambina en esta colección es llamado *maki* el cual representa en la cultura aymara como la superposición de dos o más prendas Lefebure(2015). Este sombrero representa a la unión de estas dos ciudades ya que son las más pobladas de comunidades indígenas, por otro lado la investigación de la matriz de marcas se ve la constante en color de bases de sombreros es el marrón, el cual determina el antropólogo Bueno(2016) que la gama de marrones está representada desde la época pre incaica, la cual está relacionada con la ganadería y lo terrenal. La base de este sombrero como en los otros dos prototipos será del mismo componente; que es el fieltro. En el diseño de la copa se caracteriza por tener un valor más espiritual, así mismo se muestra dos símbolos. Por un lado se encuentra el rombo, que es representado con una base textil de figuras geométricas por dentro, el cual representa el ojo y si dicho rombo tiene distintas figuras esta es llamada *rucana*(ver imagen 18, pag 22, cuerpo C) la cual es interpretado por la licenciada Lefebure(2015) que se representa el área de la agricultura que es realizado por las mujeres de estos pueblos, como también podemos agregar que en los textiles encontramos un rombo con simbología más cargada y el siguiente se caracteriza por ser más limpio y mostrando pequeños rombos que no llega a saturar. El hilo con el cual es intervenido el textil en forma de superposición se lo encuentra con hilos de color marrón, Bueno,(2016) menciona el color marrón sin combinación representa al gobierno del pueblo. En el diseño también se realiza una interrelación de formas que es el toque, se encuentra representado por la relación que existe

entre las texturas que es el rombo y se intercala por un aro de color bronce, según la Doctora Zamudio(2016) es llamado como punto cósmico, el cual conectaría los puntos de la cruz cuadrada inca y la unión que existe entre estas variables de la cruz(ver imagen 19,pag 23,cuerpo C).La combinación de textura serán intervenidas por hilos una constante en los prototipo; se incorporara en el diseño del circulo una intersección en línea recta de canutillos de un color marrón, el cual se crea con un concepto de interrelación de clases sociales, las distintas variables que se genera en cada diseño hacen referencia a la variedad de características de una cultura y versatilidad que es capaz de generar características de una cultura, con relación a los colores, texturas, simbologías e ideologías de sus ancestros.



## **Conclusiones**

Al realizar las distintas observaciones sobre el cambio de la moda y como con el paso del tiempo empieza a crecer por el manejo industrializado, dejando atrás los métodos artesanales. Se ve como las personas de una comunidad desean sobresalir de su círculo social y al mismo tiempo pertenecer a este, tomando distintas decisiones sobre la vestimenta, teniendo en cuenta la comodidad y las ventajas de llevar prendas para los usos en diferentes ocasiones. Al conocer las distintas maneras que dicha sociedad va tomando estas decisiones una de las constantes que se se observa es el uso de prendas similares tanto hombres como mujeres en el colorido, en los tejidos y las texturas o del mismo modo usando accesorios que van determinando su estilo, se ve la relación de accesorios similares entre hombre y mujeres, los cuales se van destacando cada vez más por su diseño.

Para la propuesta de este PG se crea una fusión de la cultura boliviana, como distinción se incorpora lo artesanal en el mercado de los accesorios, donde se logra crear cada sombrero a través de lo artesanal, desde la base del sombrero que fueron confeccionados según criterios de investigación en el capítulo cuatro , los textiles que se encuentran intervenidos se eligieron según relatos contados por mujeres indígenas que venden dichos textiles, y la realización de la intervención de cada sombrero se realizó con criterios de diseño ,así mismo para llegando a construir aspectos de lazos de estas dos divisiones , teniendo en cuenta la pregunta problema que se relaciona con crear un estilo implementando la cultura boliviana conociendo el rechazo que existe por la sociedad.

La llegada del presidente Evo Morales y al incorporar a cargos elevados del gobierno a dichas mujeres y hombres, llega a tener cierto descontentó con la ciudadanía, pero al mismo tiempo las personas y diseñadores tienden a buscar características que ven sobresalientes en cada uno de esto integrantes del gobierno es así como empiezan los diseñadores a involucrarse más con esta cultura, y se deja atrás el pensamiento de solo usar textiles en objetos de regalo

que representan a Bolivia o la idea de llevar textiles aymaras en las prendas con el estilo hippie.

En la matriz realizada se encuentran tres diseñadores tanto de alta costura como indumentaria de uso casual. Beatriz Canedo Carrasco (ver tabla,pg 26,Cuerpo C) o Pedro Fedora(ver tabla ,pg29,Cuerpo C) los cuales van incorporando ciertas texturas que hacen referencia a los indígenas, pero al conocer las prendas que realizan van más allá del uso diario de las personas por lo mismo que las prendas son para determinados lugares y en ocasiones específicas.

El diseñador Pedro Fedora toma tipologías que asemejan a las tipologías de las mujer aymaras, donde las prendas inferiores son del doble del tamaño normal, dando a un uso menos frecuente para las personas, los colores son relacionados a lo más usado por esta cultura como el color rojo, naranja, negro, blanco. Colores que también implementa la diseñadora Beatriz Canedo, la cual se va más por el diseño de vestidos con superposiciones de textiles, pero sin dejar el rubro de alta costura. Así mismo se encuentra la marca Narcisa de la ciudad de la paz (ver tabla,pg32,CuerpoC) donde se dirige a un usuario más sport casual, la implementación de las prendas de esta marca se ve implementada de manera de textura en prendas que se pueden implementar en todo momento, el cual incorpora colores significativos de la cultura, como también prendas con representación de animales relacionados a la cultura indígena, como la llama.

Al tener en cuenta estas marcas que son muy representativas en el mercado de la indumentaria por incorporar aspectos que resalte la belleza indígena boliviana, decidí generar una línea capsula la cual pueda implementar en el mercado boliviano, tomando en cuenta que los accesorios pueden ser usados como distinción al crear un conjunto de indumentaria moderno y resaltar al mismo tiempo mediante la intervención de textiles aymaras. En mi punto

de vista al implementar textiles originarios en prendas enteras que se genera en la alta costura o en prendas que incorporen textiles que puede ser relacionado con un estilo más hippie, denota a un rechazo por la comunidad ya que se quiere generar una distinción a través de lo usado pero sin determinar a las personas un estilo. La elección de sombreros me lleva a recrear un tema con la vestimenta originaria, ya que el sombrero es un accesorio infaltable en el look de las mujeres y hombres aymaras, lo usan para trabajar, para eventos especiales. Al elegir accesorios doy paso a que las personas tengan más opciones a crear un look, señalando que la incorporación de estos textiles están relacionados con la tendencia de lo geométrico y lo actual, tomando distintos materiales que retoma a la cultura boliviana en un lado más simbólico y no de una forma muy literal, recreando la unión de esta división que existe en Bolivia, uniéndolas, dando paso a que las personas que gusten y sean partidarios de llevar algo moderno, cómodo, versátil, originario de su cultura.

## Lista de Referencias Bibliográficas

- Arevalo,S(2015),*La Rebelion de las cholas*. Bolivia. Disponible en:  
[http://elpais.com/elpais/2015/04/10/eps/1428661748\\_198900.html](http://elpais.com/elpais/2015/04/10/eps/1428661748_198900.html)
- Arnold,D.,Espejo,E.,Yapita,J.(2014),*Los términos textiles aymaras actuales de la región asanque, vocabulario semántico según la cadena productiva*(1°ed.)La Paz:Gama azul
- Ayni Bolivia (2010).*Ayni Bolivia: Textiles originarios*. Bolivia. Disponible en:  
<http://www.aynibolivia.com/fair.trade/es/content/28-textiles-originarios>
- Becher.D(2016).*¿Hombre o mujer?A la moda no importa*. Argentina. Disponible en:  
[http://www.clarin.com/sociedad/Hombre-mujer-moda-importa\\_0\\_1543045976.html](http://www.clarin.com/sociedad/Hombre-mujer-moda-importa_0_1543045976.html)
- Bueno.O(2016).*Lenguaje simbólico Andino*. Bolivia. Disponible en:  
[http://casadelcorregidor.pe/colaboraciones/\\_biblio\\_Bueno-R.php](http://casadelcorregidor.pe/colaboraciones/_biblio_Bueno-R.php)
- Brand,J.,Teunissen,J.(2009),*Moda y accesorios*.(1°ed). Barcelona-España: Gustavo Gilli
- Calle,M (2014, 22 de Abril). *Made in chola, el estilo hípster para vestir*. Los tiempos
- Chiesa,M.,Cirelli,P.,Siciliani,P.(2012),*Buenos Aires es tendencia*.(1°ed) Buenos aires: Sudamericana
- Dominguez,M.(2009),*Coolhunting*,(1°ed)Barcelona-España: Parramo S.A
- Eco,U(1976),*Los modos de la cultura., En los cuerpos dóciles* (p 121-23).Artes Gráficas Buschi S.A
- Erner,G(2014),*Sociología de las tendencias*.( 1°ed)Barcelona: Gustavo Gili
- Erner,G(2010)*Sociología de las tendencias*.Gustavo Gili,SL:Barcelona Citado en: Simmel,G (1999)*Concepto y tragedia de una cultura*.Alaba:Barcelona.
- Gil,J(2003).*El nuevo diseño artesanal.Analisis y prospectiva en Mexico*.[versión electrónica].Barcelona. Disponible en:  
<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/11CAPITULO5.pdf?sequence=11>
- Hernández, J. (2011). *El Marketing del Nuevo lujo*. Zaragoza: Primera Avenida.
- Hidalgo,M.,Martin,G.(2010),*Diseño de accesorios de moda*,(1°ed.)España: Parramo S.A
- Jenkyn Janes,S (2005), *Diseño de la moda*,(1°ed) China: Blume
- Lefebvre.C(2015).Los textiles aymaras. Bolivia. Disponible en:  
[http://casadelcorregidor.pe/colaboraciones/Lefebvre\\_6.php](http://casadelcorregidor.pe/colaboraciones/Lefebvre_6.php)
- Legg,B (2009)*Materiales Naturales. En joyería*. Promopress.S.A: Barcelona

- Lipovetsky,G(1990). *El imperio efímero de la moda*,(1°ed)Barcelona: Amgram S.A
- Manneyron, F.(2006).*50 respuestas de moda*. 1ed. España:Gustavo Gili
- Odriozola.A(2013)Glamour. *Vuelta a lo artesanal: la crisis potencia el valor de la moda handmade* [revista en línea].Disponible en: <http://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/vuelta-a-lo-artesanal-con-la-crisis-la-moda-potencia-el-valor-del-trabajo-manual/18749>
- Riviere,M(1998),*Crónicas Virtuales* (ed),Barcelona: Amagrama S.A
- (S/N)(2014).*Ayni Bolivia.Fieltro en lana de oveja y alpaca.Bolivia:Fair Trade*.  
Disponible: <http://www.aynibolivia.com/fair.trade/es/content/33-fieltro-en-alpaca-y-oveja>
- S/N(20 de agosto de 2012).*Cholita paceña. De copa alta o baja, lo importante es lucirlo* [posteo en blog].disponible en: <http://www.cholitapacena.com/2012/08/de-copa-alta-o-baja-lo-importante-es.html>
- S/N (2015). Emol.*tendencias. Murse:la cartera para hombres que vende millones como accesorios* [revista en línea].Disponible en: <http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2015/03/21/741547/Murse-La-cartera-para-hombres-que-vende-millones-como-accesorio-de-moda.html>
- S/N(2012).*Los pueblos indígenas en América*. Colombia. Disponible en: [https://www.unicef.org/lac/pueblos\\_indigenas.pdf](https://www.unicef.org/lac/pueblos_indigenas.pdf)
- Sahonero.L(1987),*El traje de la chola Paceña*,( 1°ed) La Paz:Los amigos del libro
- San Martin, M (2009).*El todo en un mundo del diseñador de moda*. (1ed).Promopress.S.A
- Saltzman, A (2004), *El cuerpo diseñado*, (1°ed) Buenos Aires: Paidós SAICF.
- Scott,R(1997),*Fundamentos del diseño* (1°ed) Buenos Aires: Víctor Lure
- Schiffman,L(2010),*Comportamiento del consumidor*,(10°ed)Mexico: Person
- Stanton,W(1988),*Fundamentos de mercadotecnia*,(14°ed)Mexico:Mc Graull Hail(p, 233)
- Wong,W(1996), *Fundamentos del diseño* (1°ed)Barcelona: Gustavo Gili,
- Zamudio.T(2016).*Derecho del pueblo indígena.La chakana*. Disponible en: <http://indigenas.bioetica.org/base/chakana.htm>

## Bibliografía

- Alcocer,G(2011,19 de Febrero). *El ultimo fabricante de sombreros qhochala*. Los tiempos
- Arevalo,S(2015),*La Rebelion de las cholas*. Bolivia. Disponible en:  
[http://elpais.com/elpais/2015/04/10/eps/1428661748\\_198900.html](http://elpais.com/elpais/2015/04/10/eps/1428661748_198900.html)
- Arnold,D.,Espejo,E.,Yapita,J.(2014),*Los términos textiles aymaras actuales de la región asanque, vocabulario semántico según la cadena productiva*.(1°ed).La Paz:Gama azul
- Ayni Bolivia (2010).*Ayni Bolivia: Textiles originarios*. Disponible en:  
<http://www.aynibolivia.com/fair.trade/es/content/28-textiles-originarios>
- Brand,J.,Teunissen,J.(2009),*Moda y accesorios*.(1°ed). Barcelona: Gustavo Gili
- Calle,M (2014, 22 de Abril). *Made in chola, el estilo hípster para vestir*. Los tiempos
- Chavez,L(20 de agosto de 2012).*Cholita paceña. De copa alta o baja, lo importante es lucirlo* [posteo en blog].disponible en: <http://www.cholitapacena.com/2012/08/de-copa-alta-o-baja-lo-importante-es.html>
- Chiesa,M.,Cirelli,P.,Siciliani,P.(2012), *Buenos Aires es tendencia*.(1°ed) Argentina: Sudamericana
- Conde,P (2015). *Emol.tendencias. Murse:la cartera para hombres que vende millones como accesorios* [revista en línea].Disponible en:  
<http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2015/03/21/741547/Murse-La-cartera-para-hombres-que-vende-millones-como-accesorio-de-moda.html>
- Dominguez,M.(2009),*Coolhunting*.(1°ed) España: Parramo S.A
- Eco,U(1976),*Los modos de la cultura., En los cuerpos dóciles* (p 121-23).Artes Gráficas Buschi S.A
- Erner,G(2014),*Sociología de las tendencias*.( 1°ed)Barcelona: Gustavo Gili
- Erner,G(2010)*Sociología de las tendencias*.Gustavo Gili,SL:Barcelona Citado en: Simmel,G (1999)Concepto y tragedia de una cultura .Alaba: Barcelona.
- Gil,J(2003).El nuevo diseño artesanal.Analisis y prospectiva en Mexico.[versión electrónica].Barcelona.disponible en:  
<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/11CAPITULO5.pdf?sequence=11>
- Hernández, J. (2011). *El Marketing del Nuevo lujo. Zaragoza: Primera Avenida*.
- Hidalgo,M.,Martin,G.(2010),*Diseño de accesorios de moda*.(1°ed.)España:Parramo S.A
- Jenkyn Janes,S (2005), *Diseño de la moda*.(1°ed) China: Blume
- Legg,B (2009)*Materiales Naturales. En joyería*. Promopress.S.A: Barcelona

- Linera, A.(2006).*El evismo: la nación popular y la acción*. Buenos aires: CLACSO. Disponible en:<http://bibliotecavirtual.clacso.or.ar/ar/libros/osal/osal19/linera.pdf>
- Lipovetsky,G(1990). *El imperio efímero de la moda*. (1°ed) Barcelona: Amgram S.A
- Loyola,G(21 de Mayo de 2013).Atelier fashion fababulous finds:“Peruvian Fabulous inspiraton:Christian Dior FW 2005
- Manneyron, F.(2006).50 respuestas de moda. 1ed. España:Gustavo Gili
- Mendoza.R(30 de agosto 2012).*Educacion y cultura.las señales en la cultura aymara*.[posteo blog].disponible en: <http://educulturaconros.blogspot.com.ar/2012/08/educacion-la-educacion-es-un-proceso-de.html>
- Odrizola.A(2013)Glamour. *Vuelta a lo artesanal: la crisis potencia el valor de la moda handmade* [revista en línea].Disponible en:  
<http://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/vuelta-a-lo-artesanal-con-la-crisis-la-moda-potencia-el-valor-del-trabajo-manual/18749>
- Riviere,M(1998),*Crónicas Virtuales* (ed),Barcelona: Amagrama S.A
- Rivero,V(2014).*Ayni Bolivia.Fieltro en lana de oveja y alpaca.Bolivia:Fair Trade*.  
Disponible: <http://www.aynibolivia.com/fair.trade/es/content/33-fieltro-en-alpaca-y-oveja>
- Silva,E(2012),*Milan: Otoño-Invierno 2012-2013 Dolce& Gabana* [revista en línea].Disponible en: <http://www.hola.com/moda/modistos/milan-oto-inv2012-13/dolce-and-gabbana/1/>
- Sahonero.L(1987),*El traje de la chola Paceña*,( 1°ed) La Paz-Bolivia:Los amigos del libro
- San Martin, M (2009).*El todo en un mundo del diseñador de moda*. (1ed).Promopress.S.A
- Saltzman, A (2004), *El cuerpo diseñado*, (1°ed) Buenos Aires: Paidós SAICF.
- Saulquin,S(2010),*La muerte de la moda,el día después*,( 1°ed) Argentina: Paidos
- Scott,R(1997),*Fundamentos del diseño* (1°ed) Buenos Aires: Víctor Lure
- Schiffman,L(2010),*Comportamiento del consumidor*,(10°ed) Mexico: Person
- Stanton,W(1988),*Fundamentos de mercadotecnia*,(14°ed) Mexico:Mc Graull Hail(p, 233)
- Squicciorino, N (1990), *Moda y sociedad* (1°ed)
- Pinto,F(2014), Barzon, Ramírez con toque Lubitsh (34,34)

Valencia,M.(2015). *Viste la calle: Entrevista a Cholita Chic, colectivo de artistas anónimos andinos: "Es una propuesta de rescate y permanencia de las tradiciones locales en un espacio de fronteras"*. [Posteo en blog]. Disponible en:  
<http://www.vistelacalle.com/136212/entrevista-a-cholita-chic-el-colectivo-de-artistas-anonimos-andinos-es-una-propuesta-de-rescate-y-permanencia-de-las-tradiciones-locales-en-un-espacio-de-fronteras/>

Veneziani.M(2007), *La imagen de la moda*, (1°ed) Buenos Aires: nobuko

Wong,W(1996), *Fundamentos del diseño* (1°ed)Barcelona: Gustavo Gili, SL

Zamudio.T(2016). *Derecho del pueblo indígena. La chakana*. Disponible en:  
<http://indigenas.bioetica.org/base/chakana.htm>