

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

PARADOX: Contradicciones encontradas

El Street Style como inspiración de la Alta Costura

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Candela Galarza
- ▶ Cuerpo B del PG
- ▶ Fecha de presentación | 11/09/2017
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño de Indumentaria y Textil
- ▶ Categoría | Proyecto profesional
- ▶ Línea Temática | Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Índice

Introducción	p 3
Capítulo 1: Introducción al Sistema de la Moda	p 13
1.1 Moda, Estilo e Identidad.....	p 13
1.2 Rubros de Moda.....	p 11
1.3 Prêt à Porter vs Alta Costura.....	p 21
Capítulo 2: Cambios sociológicos en Estados Unidos reflejados en la moda	p 26
2.1 Transformación del sistema de la moda.....	p 26
2.2 Cultura joven, ayer y hoy.....	p 31
2.3 Referentes estéticos en la década del 70 y en la actualidad.....	p 36
Capítulo 3: Tribus urbanas y los estilos de moda	p 41
3.1 Nacimiento de nuevas tribus urbanas en Estados Unidos.....	p 41
3.2 Estilos de moda de los 70 en la actualidad.....	p 49
3.3 Estilos de los años 70 adoptados por la marca Rapsodia.....	p 53
Capítulo 4: Análisis de la marca Rapsodia	p 58
4.1 Rapsodia y sus orígenes.....	p 58
4.2 Target, objetivos y competencia.....	p 60
4.3 Proceso creativo de Rapsodia y propuesta de colección.....	p 67
Capítulo 5: Proyecto de colección cápsula: <i>Paradox</i>	p 70
5.1 Concepto y desarrollo de propuesta para la marca Rapsodia.....	p 70
5.2 Resignificación de microtendencias internacionales y de la marca.....	p 77
5.3 Identidad de autor y colección cápsula.....	p 83
Conclusiones	p 88
Lista de Referencias Bibliográficas	p 93
Bibliografía	p 94-95

Introducción

El presente Proyecto de Graduación se titula *Paradox: Contradicciones encontradas, El Street Style como inspiración de la Alta Costura*. Se enmarca en la carrera Diseño de Indumentaria y Textil. Pertenece a la categoría de Proyecto Profesional, bajo la línea temática Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. En él se aplica la siguiente pregunta problema: ¿Cómo adaptar el Street Style de la década del 70 en Estados Unidos en una colección cápsula de Alta Costura, (para la temporada otoño/invierno 2017 de la marca Argentina Rapsodia)?

Para introducir se destaca que el universo de la moda se encuentra relacionado de forma directa con la sociedad y las distintas culturas. Se lo puede describir como un espejo, donde los cambios sociales producidos se reflejan en comportamientos inusuales de los integrantes de la comunidad, los cuales se ven representados en la indumentaria. A partir de un relevamiento cultural y social sobre la década nombrada se busca expresar los cambios sucedidos en el sistema de la moda. Por medio de dicha información se propone como objetivo principal crear una colección cápsula inspirada en los cambios sociales y las consecuencias de los mismos en el campo de la indumentaria focalizando en la década del 70 estadounidense, a través de un análisis de las tribus urbanas surgidas y sus distintivos estilos urbanos, y de los sucesos cambiantes de la época. La colección se va a encontrar presentada en el Cuerpo C artístico del presente proyecto a desarrollar en formato de bitácora, el cual además se acompañara de una muestra material como prototipo representativo de una de las prendas diseñadas. Para lograrlo se van a adaptar las tendencias de los distintos estilos urbanos a la Alta Costura a través de la incorporación de materialidades, tipologías, avíos, y accesorios característicos de los diferentes grupos urbanos.

La colección cápsula va a ser para la marca argentina Rapsodia, la cual se escoge gracias a su impronta inspirada en el género del rock y por capturar la esencia de los años 70. También a causa de las materialidades que utiliza para confeccionar sus prendas cada

temporada, los cuales son géneros que están adaptados al rubro Prêt à Porter pero que contienen un vínculo con la Alta Costura, motivo por el cual se pueden utilizar los mismos géneros en ambos rubros. Se propone presentar la colección como lanzamiento de una nueva sección denominada *Rapsodia Atelier*, que se va a dedicar de forma exclusiva al rubro Alta Costura.

Para poder construir el PG se detallan como objetivos específicos diversos aspectos que serán detallados a continuación. Se busca poder crear una colección de moda con estilo propio a través de la resignificación de tendencias de la década del 70, que refleje el espíritu de la marca y sea viable para la temporada otoño-invierno 2017. Además se pretende adaptar el Prêt à Porter y la moda urbana de esos años en el rubro de la Alta Costura. Por otro lado se quiere generar una comparación entre las tendencias de la década elegida con la moda actual, y de esta manera mostrar las consecuencias del cambio del sistema de la moda en relación con el aspecto sociocultural. Se busca representar una nueva sección para la marca Rapsodia que promueva la inserción de la misma en un nuevo segmento del mercado. Para finalizar se pretende formar una propuesta diferente sobre el recorte seleccionado que genere interés al lector y le brinde una nueva perspectiva sobre la industria de la moda.

A partir de la problemática y los objetivos señalados a trabajar para construir el presente trabajo se detallan temas a investigar que se creen de suma relevancia para poder seguir adelante con la estructura del mismo. Se investiga la sociedad estadounidense en conjunto con los movimientos culturales que han generado quiebres en los paradigmas usuales de la sociedad en el tiempo seleccionado. Se estudia la moda a través del inicio de la producción en serie, y se indaga sobre el cambio de enfoque cultural en Estados Unidos a partir de la producción masiva. También se va a destacar la importancia de los cambios culturales como influencia en la imagen de los jóvenes. La relación entre el sistema de la moda y la variedad de estilos musicales, referentes y celebridades, junto a marcas reconocidas que se han vuelto populares a través de productos comercializados en los 70.

Por otro lado es necesario comparar las tendencias de moda de dicha década con las de la actualidad para poder efectuar un proyecto de colección distintivo con influencia de ambas tendencias. Como así también se va a hacer un análisis de la marca Rapsodia, su usuario, su estilo y el mercado con el cual trabaja para poder crear una colección cápsula. Se escoge la década del 70 en Estados Unidos como recorte del proyecto debido a que se ha producido un cambio cultural magno que ha llevado a una metamorfosis, no solo en la sociedad sino que también en el mundo de la moda. Los cambios han sido acompañados por nuevas tendencias que se han adaptado a lo largo del tiempo y siguen vigentes hasta la actualidad. Se busca con el presente PG aportar una colección cápsula con estilo personal a partir de la combinación de dos rubros contradictorios: la Alta Costura y el Prêt à Porter. Son rubros que conviven en un mismo ambiente pero que representan diferentes pensamientos, valores y apuntan a distintos usuarios. Se va a plantear una fusión de ambos a partir del relevamiento de información acerca de la sociedad, la cultura, y el sistema de la moda con sus cambios e influencias.

Para la realización de este trabajo se detallarán a continuación diez proyectos de grado ya existentes como conocimiento previo del recorte seleccionado. Todos los proyectos elegidos se incorporan al presente proyecto porque trabajan en cierto modo los mismos temas apartados para explorar en este trabajo desde diferentes argumentos, lógicas y finalidades lo cual hace que se diferencien unos de otros. Entre ellos se destacan:

Guillen (2014) *Indumentaria Prêt à Porter. Articulación con valores de Alta Costura*. Es un proyecto de la categoría Creación y Expresión, enmarcado en la línea temática Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. Se trata como tema la moda, su origen y los rubros de moda. Se enfoca en la Alta Costura y Prêt à Porter. Analiza el mercado, las macro y micro tendencias. Su análisis principal es sobre los dos rubros mencionados, como han surgido, quienes lo crearon, las casas de costura y diseñadores destacados, sus características, los tejidos que utilizan. También indaga sobre los rubros en la actualidad. La autora adapta la Alta Costura a diez prendas de Prêt à Porter implementando tejidos,

bordados y textiles de uno en el otro. Se incluye en este trabajo como antecedente del tema seleccionado debido a que analiza los rubros a trabajar, los compara y los fusiona en una colección de moda tomando como iniciativa incorporar características básicas de un rubro en otro.

Jacobi (2016) *El ciclo de la moda. Una mirada social al retorno de las tendencias.* Evalúa la moda en relación con el aspecto sociocultural. La música, las tribus urbanas y los adolescentes son temas abordados por la autora para realizar una investigación desarrollada dentro de la línea temática Historia y Tendencias. Para realizarlo estudia la moda como un reflejo de la sociedad, trabajando como recorte la moda de los años 80 en Argentina y el mundo. El objetivo del proyecto es analizar los procesos cíclicos de la moda y relacionarlos con el contexto social, también estudia las tendencias desde el momento en el cual surgen y las asocia con la actualidad. Su aporte sobre el tema es incluido en el presente Proyecto de Grado gracias a su relevamiento sobre el ciclo de la moda, la relación constante entre moda y sociedad, la importancia de los adolescentes junto a sus influencias y la resignificación de tendencias. De cierta manera el proyecto citado trabaja los mismos temas a expresar en el presente proyecto abordados desde otra perspectiva y con otra finalidad.

Blajman (2013) *El rock como fuente de inspiración. La mutua influencia del rock y la moda.* Se encuentra en la categoría Creación y expresión, en la línea temática Diseño y producción de espacios, objetos e imágenes. El eje del trabajo es la moda en relación con la sociedad. Selecciona como recorte los años 60. Se enfoca en el rock, los íconos y referentes de la época escogida para trabajar. Se incluye como antecedente de conocimiento sobre el tema debido a la relación entre los conceptos moda-sociedad y el recorte seleccionado. En el proyecto se realiza un análisis de la moda a través de las influencias culturales y la influencia de referentes icónicos, en este caso referentes al mundo de la música en los años 60 en Estados Unidos y en Argentina. El análisis es

aplicado a una colección de indumentaria con una fuerte impronta del género musical rock and roll. Trabaja de forma intensa los conceptos música-moda-cultura.

Pleticos (2016) *Nuevo Lujo. Lujo y Exclusividad a través del Diseño de Autor*. Pertenece a la categoría Ensayo, ubicado en la línea temática Historia y Tendencia. El tema escogido es la Alta costura y el Prêt à Porter. Relaciona los rubros con el lujo y la exclusividad. También analiza el mercado nacional actual, y los cambios del sistema de la moda. Todo el trabajo se encuentra dirigido al Diseño de autor. Se busca reflexionar sobre el futuro del sistema de indumentaria. Se incorpora el proyecto como antecedente por su estudio del sistema de la moda y el análisis de los rubros Alta Costura y Prêt à Porter. En este caso analizados desde el punto de vista del lujo.

Grassi (2015) *Del Prêt à Porter a las etnias de África. Revalorización de culturas*. Encasillado en la categoría Creación y Expresión dentro de la línea temática Historia y Tendencias. Reflexiona sobre el Prêt à Porter. Investiga el momento en el cual surge, los diseñadores destacados, el rubro en la actualidad y en la Argentina. Se estudia la vestimenta peruana y las etnias de África, ambas culturas se analizan. Se plantea como objetivo una colección de abrigos para el rubro Prêt à Porter aplicando bordados y estampados influenciados por las culturas analizadas. A pesar de tener un enfoque diferente se incluye este trabajo debido a su relación de la moda con las distintas culturas y por el análisis del rubro Prêt à Porter.

El trabajo de la alumna Souce (2011) *El Star System y la moda. La influencia de los ídolos y las estrellas de cine en la moda*. Se encuentra en la categoría de Investigación. Trata como tema principal el reflejo de la sociedad y la moda en el vestuario del cine. Abarca la década del 30 hasta los 60, y luego realiza una comparación de la primera década con la actualidad. El tema lineal a investigar a lo largo de todo el proyecto es la relación entre las magnitudes moda-cine. Indaga en el surgimiento de estrellas e ídolos cinematográficos y su influencia en los cambios surgidos en la moda; la utilización de diferentes accesorios; la importancia de vestuaristas y diseñadores en las décadas destacadas. A diferencia del

presente PG se cotejan las entidades moda y cine. Es incorporado por realizar un análisis a lo largo del tiempo sobre influencias de la moda teniendo siempre presente el aspecto sociocultural.

Dicola (2011) *Industrial música e indumento. Análisis de una subcultura*. Analiza un género musical contracultural que tiene su efecto en diferentes tribus urbanas. Es un Ensayo que examina el surgimiento del Industrial y analiza el impacto que tuvo en la República Argentina. Sin dejar de lado la influencia que brindó a grupos de adolescentes a la hora de vestirse. Muestra un análisis claro sobre el género musical, la vestimenta de sus seguidores y la repercusión del Industrial en diferentes aspectos artísticos. En este caso se agrega como antecedente sobre tema de identidad, cultura adolescente y sus influencias sobre todo de referentes musicales a la hora de vestir. Trabaja sobre la cultura, música y las tribus urbanas, temas que son re-planteados en el presente PG.

Servente (2011) *Punk y Grunge. Creación de identidad a partir de la moda*. Dentro de la categoría de Proyecto Profesional se encuentra este trabajo, el cual investiga sobre dos géneros musicales, el punk de los 70 y el grunge de los 80/90. En base a un análisis sociológico e histórico se toma a ambos géneros como inspiración para una colección de moda. Nuevamente aparece como antecedente el aspecto sociocultural con influencias musicales, en este caso sobre un género musical específico como es el punk y el grunge.

Silvestre (2011) *Los ídolos musicales de los 80 como influencia estética en la moda*. Analiza la década del 80 en todos sus aspectos, para luego centrarse en las estrellas de la música y su influencia tanto en la vestimenta como en los hábitos y actitudes de los adolescentes de la época. A partir de los puntos nombrados se crea una colección de indumentaria. Este proyecto también es escogido por el replanteamiento de las influencias musicales y de íconos referentes de una década puntual en los adolescentes y además por utilizarlo como inspiración para crear una colección de moda.

Gamboa (2013) *Moda de Masas. Análisis del individuo social influenciado por el Sistema de la Moda*. Se encuentra en la categoría Proyecto Profesional dentro de la línea temática

Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. En él se trata como tema principal la influencia del sistema de la moda en la sociedad, que necesidades satisface, la relación que genera entre la moda y el individuo; estudia los medios de comunicación masivos como agentes de poder. La finalidad del proyecto es la creación de una marca que brinde una opción diferente a las mujeres, lejos de lo que se comercializa de forma masiva, dejando de lado los cánones de la moda. Por último este PG es seleccionado por el estudio del sistema de la moda y su relación con la sociedad.

Una vez detallados los antecedentes escogidos por trabajar con temáticas similares al recorte elegido se expresa una síntesis de los capítulos en los que se encuentra dividido el presente proyecto.

El capítulo uno se denomina *Introducción al Sistema de la Moda*, está formado por tres subcapítulos. El primer subcapítulo se titula *Moda, Estilo e Identidad* se introduce a partir de los conceptos moda y estilo, su relación con la sociedad y con la identidad de cada individuo. La real importancia de la personalización, en base a la adaptación de la moda en un estilo particular por cada persona. El subcapítulo número dos *Rubros de moda* se enfoca en dos rubros de forma particular el Prêt à Porter y la Alta Costura. Se va a presentar una definición de Prêt à Porter, la transformación y aportes que con su aparición brindó a la sociedad estadounidense. Se comparte una definición del rubro Alta costura. También la relación de la misma con el lujo, la ostentación, la clase social alta y las personas de edad adulta. Por otro lado el rechazo del rubro por los jóvenes de la década del 70 debido a sus pensamientos revolucionarios. Por último el subcapítulo número tres denominado *Prêt à Porter vs Alta Costura* presenta un análisis de cómo han convivido ambos rubros en los 70 dentro de la sociedad a pesar de las diferencias sociales, los distintos targets a los cuales apuntan, sus coincidencias y sus diferencias. En conjunto con una opinión personal sobre relación de los rubros en la actualidad.

El Capítulo dos *Cambios sociológicos en Estados Unidos reflejados en la moda* se articula en el subcapítulo número uno titulado *Transformación del sistema de la moda en los 70*,

en el cual se sitúa al lector en la década del 70 en Estados Unidos y se expresan los cambios sociales que han ocurrido y logrado modificar la sociedad del momento transformando a la par al sistema de la moda. En el subcapítulo número dos *Cultura joven, ayer y hoy* se detalla como tema el cambio de enfoque cultural. El traspaso de liderazgo de los adultos a los jóvenes adolescentes. Se detallan las consecuencias que se han generado a través del cambio de enfoque a nivel social y en la indumentaria. Por último en el subcapítulo número tres *Referentes estéticos en la década del 70 y en la actualidad* se representan los diferentes referentes del aspecto cultural de los años 70 que han surgido a través de los cambios sociales, y han sido adoptados por los jóvenes como modelos a seguir, imitando sus acciones y vestimentas. También se destaca como en la actualidad sigue vigente el concepto e incluso se ha acrecentado.

El capítulo tres *Tribus urbanas y los estilos de la moda* se compone a partir del subcapítulo número uno *Nacimiento de nuevas tribus urbanas en Estados Unidos* en el cual se presentan los grupos nacidos en los años 70 que se consideran relevantes para el desarrollo del presente PG. Para iniciar se va a detallar una definición del término tribu urbana, en conjunto con el significado que genera para la sociedad pertenecer a una tribu junto a la adaptación de las mismas en la sociedad. El subcapítulo número dos *Estilos de moda de los 70 en la actualidad*, va a detallar los estilos destacados que han surgido en la década del 70 a través de influencias de la industria de la música. Se van a destacar los estilos *hippie, punk, glam y disco* junto a los cambios que han generado en la moda y su relación con las tendencias de la moda actual. *Estilos de los años 70 adoptados por la marca Rapsodia* es el subcapítulo número tres, en él se van a detallar los diferentes estilos descritos en el subcapítulo anterior que se considera que han sido tomados a modo de inspiración por la marca argentina Rapsodia.

El capítulo número cuatro titulado *Análisis de marca Rapsodia* va a detallar en sus tres subcapítulos la historia, orígenes y raíces de la marca argentina. Se va a hacer un análisis de mercado, de usuario, target y procesos creativos para poder conocer el manejo y trabajo

de la misma. En conjunto se va a indagar en el proceso creativo de la marca al momento de diseñar y a partir de ello se presentará la idea de una colección cápsula.

Por último el capítulo cinco, *Proyecto de colección cápsula: Paradox* representa el concepto de colección, se introduce la propuesta que se genera para la marca. En él se describe la identidad de la autora en el diseño y se acompaña de una recopilación de microtendencias y análisis de la moda actual, en donde se destacan prendas, textiles, avíos, accesorios y tipologías del momento. Una vez completado el proceso de análisis se va a dar lugar a un subcapítulo de desarrollo de colección en el cual se van a presentar tipologías, morfologías, textiles y paleta de color para concluir en la construcción de la colección cápsula a representar en el Cuerpo C artístico del presente trabajo.

En relación al estado del arte podemos nombrar diferentes libros que serán utilizados como sustento, consulta y que brindan información para poder realizar el presente PG. Se va a manejar como marco teórico el libro de Yonnet (1988) *Juegos, modas y masas*. En él se hace hincapié al consumo de la sociedad en base a la producción en masa. Se explica la importancia y cómo ha surgido la Alta Costura. Se dedican capítulos exclusivamente a la música y la moda. Trabaja sobre las influencias culturales que han ayudado a generar cambios sociales, y en consecuencia cambios en la imagen, y la indumentaria. Analiza la moda como un concepto sociológico. Amplia la industria de la moda, la relaciona con la sociedad, la cultura y los movimientos sociales. Detalla los géneros musicales que fueron creándose. Plantea el cambio de enfoque cultural. Detalla el nuevo grupo de adolescentes y las tribus urbanas. Se aplica la moda desde un punto de vista diferente. A demás también se toma el tiempo de detallar los rubros Alta Costura y Prêt à Porter, siempre relacionándolo con la sociedad de cada momento. Es escogido como marco teórico para realizar este proyecto debido a los temas redactados y el punto de vista de la moda como un hecho sociológico.

Se considera el libro de Lipovetsky (1993) *El Imperio de lo efímero*. En el cual se hace énfasis en la indumentaria en relación con la sociedad. Se realiza un trabajo sobre la historia de la moda, sus tipologías y cómo fueron cambiando a lo largo de los años. Se explican las tendencias y la moda según cada década. Trabaja la aplicación de las diferencias culturales de los jóvenes y adultos. Lo mismo se trabaja en Deslandres (1998) *El traje, Imagen del Hombre* y en el libro de Laver (1995) *Breve historia del traje y la moda*. En el cual se relata la historia de la moda basándose en los hechos más importantes de cada década para situar al lector en los estilos que surgieron en cada una de ellas y que era lo que tenía más importancia en cada momento. Son elegidos por el detenimiento en cada detalle del mundo de la moda década tras década, y además por la relación social. A pesar de detallar la moda, los libros cuentan el porqué de cada suceso y lo relacionan con la sociedad.

El libro de Worsley (2011) *100 ideas que cambiaron la moda* detalla cada ítem destacado en la moda a lo largo de los años. También menciona a las tribus urbanas que han ido creciendo y han tomado importancia en el ambiente de la moda. Detalla cada elemento, cada peinado, cada accesorio, cada prenda que tuvo y tiene importancia en el universo de la moda. Forma parte del marco teórico de este trabajo principalmente como fuente de tendencias y de los diferentes estilos.

Estos autores constituyen parte del marco teórico bibliográfico con el que se construirá una mirada personal sobre el tema explícito de este proyecto. Se espera con el presente PG poder generar un aporte interesante, diferente, ilustrativo y personal sobre el recorte elegido. Así como también lograr expresar a través de una colección cápsula la problemática planteada y poder generar un relevamiento sobre la sociedad estadounidense de los años setenta. Además se pretende generar un aporte a la disciplina que brinde entusiasmo al lector por incorporar conocimientos sobre el recorte seleccionado.

Capítulo 1. Introducción al sistema de la moda

1.1 Moda, estilo e identidad

Cuando se habla de moda se puede aludir a diferentes conceptos de la palabra según el contexto en el cual se encuentra ubicada. La moda se puede definir como todo lo que es aceptado por la sociedad e implementado por la mayor parte de los individuos que la integran. Este concepto nace a partir de una tendencia la cual se considera algo novedoso que es adoptado por pequeños grupos sociales. A medida que pasa el tiempo comienzan a notarse diferentes patrones de esa tendencia en distintos lugares, cuando los patrones logran alcanzar la aceptación masiva se convierten en lo que denominamos moda. Dicho concepto se puede fundamentar a través de Grünfeld quien menciona que la moda "...es todo producto que se torna muy popular y es buscado por un sector de la sociedad o por toda ella, durante un período largo o corto de tiempo, en un lugar." (1997, p.7). Es decir que si se consume un elemento de forma masiva, el mismo se populariza y se transforma en un producto deseado por los individuos. Se convierte de esta manera en el concepto que se va a denominar moda. De forma previa se parte desde el conocimiento de una tendencia como parámetro inicial de un patrón a desarrollar.

Las tendencias pueden ser fugaces, durar solo una temporada, pueden extenderse a varios ciclos o también quedar establecidas en la sociedad por años. Gracias a esto la industria se regenera de forma continua, motivo por el cual se dice que es efímera. La moda es un elemento que brinda belleza a la persona, esto se debe a que más allá de cumplir la función de ser un abrigo la indumentaria se ha convertido en un elemento estético, el cual se encuentra reconocido por toda la sociedad, se consume de forma masiva, le permite a cada persona personalizarse y de este modo generar una identidad propia. Es aceptada y popularizada en la comunidad, es un continuo reflejo de la sociedad y posee una carga psicológica que va más allá de los conceptos mencionados. Cada década y cada lugar se encuentra representado por tendencias determinadas que han marcado la historia. Las

cuales emergen a través de macrotendencias que afectan a la sociedad en un lugar en un momento determinado. “Las macrotendencias surgen y se desarrollan en un contexto social y espacio-temporal concreto, son tendencias sociales que trabajan en función a claves que suceden en la sociedad.” (Doria, 2012, p.104). Son las que van a predecir lo que vendrá no solo en el ambiente de la moda, también a nivel mundial en los diferentes aspectos político, económico, cultural y social. Nacen a partir de una alteración en estos aspectos los cuales afectan el estilo de vida de los individuos de cada sociedad.

Gracias a las macrotendencias es posible analizar la moda dentro de un aspecto sociológico debido a que atraviesa a los individuos que integran todas las sociedades y culturas existentes. Los individuos forman parte de la industria, sin importar el lugar donde se encuentren. Nadie puede escapar de ella; desde el acto de elegir una prenda hasta el acto de no elegirla, o el acto de elegir un estilo o preferir no tener un estilo definido, vestir o desnudarse, son factores que determinan la indumentaria. Yonnet (1988) sustenta que el objetivo principal de la indumentaria es pertenecer al género humano, no la comodidad o la protección frente a los cambios climáticos. El autor expresa que el vestido define al ser, al mismo tiempo transmite la identidad de los hombres y lo diferencia del animal. Es decir que cada uno al elegir a que usuario pertenece se está definiendo dentro de la sociedad, transmite su forma de pensar y de ver la industria, esto se encuentra relacionado con sus valores, cultura y grupo social al cual pertenece o quiere pertenecer.

Cuando el individuo selecciona su vestimenta de manera inconsciente se encuentra formando un estilo propio. A través de la utilización de distintas prendas la persona crea una coherencia en su vestimenta que es lo que demuestra su personalidad y la va a identificar dentro de la sociedad en la cual se integra. Cada prenda elegida va a formar a la persona, la va a ayudar a personalizarse y transmitir su identidad a través de una imagen, o va a comunicar lo que la persona desea transmitirle al otro a través de esa imagen. Aunque al vestir el individuo no lo piense, de forma involuntaria, va a demostrar su forma de ser a través de las prendas. En ocasiones el individuo desarrolla el proceso inverso, es

decir de forma consciente, genera una imagen intencional a través de su vestimenta. Se menciona que cada colección de indumentaria se encuentra pensada por los diseñadores para los diferentes tipos de usuarios, el cliente que quiere innovar y ser el primero en llevar las tendencias a la calle, donde podemos mencionar que el individuo escoge sus prendas de forma consciente; el que una vez que comienza a ver las distintas prendas famosas de cada temporada las empieza a incorporar a su guardarropa, de forma semi-inconsciente; y el público que se desentiende del universo de la moda para demostrar que no se encuentra regido por ninguna ley a la hora de vestir, el cual lo efectúa de manera inconsciente.

A partir de los conceptos mencionados se sostiene que a través de la indumentaria cada persona puede generar un estilo que lo represente y brindar información sobre su personalidad al resto de la sociedad, es decir crear una imagen. Desde el punto de vista del marketing y la publicidad la imagen es lo que el otro percibe de una persona y ese pensamiento recibido es casi imposible de cambiar. La persona a través de su imagen envía información de cómo quiere que los demás creen que es, a través de esto prevalecen diferentes pensamientos: la idea de lo que la persona cree que es, lo que el otro cree que es, y lo que realmente es. Toda esta información el ser humano la envía y la recibe a través de las prendas que utiliza, por medio de su estilo personal.

Según Doria (2012) el estilo es una forma de representarse a uno mismo y al mismo tiempo de diferenciarse del resto. Es la representación visual de una personalidad. El concepto de copiar el estilo del otro para parecerse a él, la idea de mostrar algo que realmente no se es, a veces de forma consciente y otras de forma inconsciente. Aquí el estilo adopta otro concepto, no es solo la representación de un ser, es la imagen que el individuo quiere que el otro tenga de él, lo que le quiere hacer creer. Cada persona con las prendas que elige para vestirse y el estilo que utiliza para expresarse brinda información del contexto en el cual se encuentra ubicada y permite al resto de la sociedad catalogar que tipo de persona es a través de la imagen que desea transmitir.

El estilo adquiere un concepto y permite distinguir diferentes etapas en la moda, diferentes tendencias. Adopta una carga contextual la cual es utilizada como estudio y análisis de las diferentes décadas o momentos sociales. Se puede decir que la moda siempre se encuentra acompañada de un contexto social, debido a que trabaja como un espejo de la realidad. Por eso cuando se habla de ella tan solo como ropa se está transmitiendo un concepto erróneo.

La moda influenciada por las macrotendencias, es decir por el entorno y sus cambios en las tendencias sociales, es la encargada de contar de forma visual lo que sucede en la sociedad a través de los estilos recreados a partir de las microtendencias. Según Doria (2012) las microtendencias a través del análisis de todos los niveles del sistema de la moda como desfiles de los diseñadores destacados de Nueva York, Londres, Milán y París, además del *streetwear*, las editoriales, entre otros, traducen conceptos a siluetas, colores, materiales y tipologías que se van a proyectar a corto plazo determinadas por las temporadas de la moda. En cada temporada se pueden apreciar diferentes conceptos sociales por medio de las prendas representadas por cada diseñador, se pueden observar patrones de tendencias utilizadas por los distintos creadores para generar sus colecciones. Dichos patrones tienen en común un trasfondo social que los une y transmiten información sobre el momento que se encuentran transitando en la sociedad establecida. Los tres conceptos detallados: moda, estilo e identidad son tres conceptos básicos que integran y permiten que funcione el sistema de la moda.

El sistema de la moda según Lipovetsky (1993) se forma por la moda moderna la cual se compone por la moda centenaria y la moda abierta. La moda centenaria utiliza como pilares la Alta Costura y la confección industrial. Lipovetsky la define como un “Sistema bipolar basado en una creación de lujo y a medida que se opone a una producción de masas en serie y barata que imita, poco o mucho, los modelos prestigiosos o ‘firmados’ de la Alta Costura...” (1993, p.77). Dentro de lo que el autor define como moda centenaria la Alta Costura funciona como la encargada de marcar momentos y de producir las prendas que

van a hacer tendencia durante cada temporada, representa el lujo y el prestigio de la *élite* y la aristocracia. Al mismo tiempo la confección industrial se apropia de las tendencias y productos generados por la Alta Costura para producir prendas en serie de inferior calidad a un precio más accesible al cual puede alcanzar otro tipo de público. Por otro lado el autor define como moda centenaria a la moda desde mediados del siglo XIX hasta los años 60, donde se produce un quiebre en el sistema de la moda y se da inicio a la moda abierta.

La moda abierta procede con términos establecidos en la moda centenaria pero los comienza a adaptar a las necesidades de la sociedad actual. Continúa con el proceso de colecciones por temporada, se sigue produciendo en serie, y también se encuentran presente los rubros Alta Costura y Prêt à Porter.

La diferencia comienza con un cambio cultural, la sociedad de los años 60 generó una transformación en las formas de pensar y en la forma de expresarse la cual continuó en la década del 70. Los sucesos que se destacan por haber colaborado con dicha transformación se van a detallar en el capítulo siguiente de este proyecto, donde se va a realizar un análisis de los acontecimientos, de los cambios sociales y culturales producidos. Para concluir se menciona que el cambio sociocultural ha sido acompañado por el traspaso de la moda centenaria a la moda abierta. La moda al ser en cierta forma la representación de la sociedad debía acompañar la metamorfosis generada. Le correspondía representar de forma visual lo que sucedía en el momento, reflejar el cambio radical que realizó un quiebre en todos los sentidos culturales y sociales.

1.2 Rubros de moda

Además de estar formado por la moda moderna que se divide en moda centenaria y moda abierta el sistema de la moda se encuentra dividido en diferentes rubros, los cuales se agrupan por características en común y se pueden identificar de manera sencilla. Los rubros se definen por ejemplo por diferente modo de confección, códigos de uso de las prendas, el target al cual apuntan, los diferentes textiles y materialidades con las cuales se

encuentran desarrollados. Se mencionan como rubros principales a trabajar en este PG la Alta Costura y el Prêt à Porter. Luego se consideran una gran variedad de rubros como *Demi Couture, Casual Wear, Sportwear, Jeanwear, Underwear, Swimwear* los cuales en la actualidad se fusionan y conviven en conjunto en el mismo ambiente. Los mismos se adaptan a las diferentes actividades o situaciones de la vida de cada individuo permitiéndole sentirse cómodo en cada momento, y brindándole un sinfín de posibilidades para escoger su vestimenta. Lo cual le permite a una persona con un estilo definido adoptar sub-estilos según la ocasión de uso. Por ejemplo un *look* para hacer deporte, otro para una reunión laboral o para un evento familiar. Las alternativas son infinitas, y la línea que divide cada rubro es casi invisible debido a que el usuario los combina de modo constante para generar el *outfit* que mejor se adapte a cada situación diaria que se le presenta.

Como se ha mencionado los rubros a los cuales se les suma importancia en este trabajo son la Alta Costura y el Prêt à Porter. La Alta Costura se define por ser realizada a medida y de forma artesanal con productos de alta calidad. Son prendas únicas, exclusivas e irrepetibles. Están diseñadas para un cliente de clase social alta y con un poder adquisitivo elevado. El nacimiento del rubro se produjo gracias a Charles Frederick Worth en París en el siglo XIX. El diseñador comenzó realizando vestidos a medida para personas reconocidas de la sociedad como celebridades del cine y personas pertenecientes a la realeza. Fue el primero al que se le ocurrió realizar exhibición de sus prendas con modelos por temporada, la idea del *desfile*, concepto que se sigue utilizando hasta el día de hoy. Worsley (2011) afirma que la Alta Costura existe gracias a Worth, quien fue un innovador y pionero en representar sus prendas confeccionadas de forma artesanal y exclusiva en una nueva colección cada año. Las prendas eran personalizadas para satisfacer el deseo de cada uno de sus clientes. Al ser personas reconocidas por la sociedad, los vestidos del diseñador se hicieron populares y a medida que transcurría el tiempo Worth adquiría más demanda. Los diseñadores, el fundador de la industria en principal, comienzan a tomar importancia con lo cual alimentan su ego, sienten el poder y comienzan a ser más

exquisitos y rigurosos a la hora de elegir a quien vestir. Así nace el rubro regido por la burguesía y la clase social alta. Desde el principio se puede decir que el mundo de la moda es frívolo y superficial, se deja llevar por la imagen, la belleza y el poder.

Se menciona que la Alta Costura al encontrarse relacionada fuertemente con la clase social alta presenta una conexión notoria con el lujo y el prestigio de la elite. Ambos conceptos se reflejan en la ornamentación y elegancia de las prendas que buscan interpretar y demostrar el estilo de vida y riqueza de cada cliente. Motivo por el cual el rubro se va a relacionar con la ostentación, la exacerbación y la distinción, representando cierto nivel jerárquico dentro de la sociedad, funcionando como una forma de diferenciarse del resto de los individuos no pertenecientes a la jerarquía. Invita a consumir una estética e incita el deseo del querer ser mejor que el otro o al menos parecerlo, "...la base del consumo es la rivalidad de las personas, el amor propio que las lleva a querer compararse ventajosamente con los otros y quedar por encima de ellos." (Lipovetsky, 1993, p.60). Se produce más allá de un rubro del sistema de la moda un nuevo universo estético que refleja el poder y la jerarquía de las clases sociales en la vestimenta.

Continuando con la historia de la Alta Costura se menciona que el sucesor de Worth fue Poiret, quién busco ser el liberador de la mujer. Eliminó el corsé ajustado y sofocante como prenda habitual de las damas. En cambio adoptó los pantalones como prenda básica del vestuario femenino, el diseñador "declara que la moda es una 'provocación al sentido común' y que los pantalones se convertirán inevitablemente en una moda dominante para las mujeres..." (Yonnet, 1988, p.243). El mismo se inspiraba en la cultura oriental remarcando colores, bordados y materialidades, para relucir la sensualidad de la mujer al momento de crear sus diseños. Tanto Worth como Poiret son los diseñadores pioneros que dieron inicio al mundo de la Alta Costura y todo lo que el mismo representa.

Una vez detallado de forma breve el inicio de la Alta Costura se menciona que el rubro hasta la década del 60 fue el que dominó al sistema de la moda. Era la ley suprema, el encargado de dictar las tendencias a nivel global. Con la aparición del Prêt à Porter que se

define como toda prenda que se produce en serie de forma masiva, se desplaza el dominio de poder de la Alta Costura para dar paso a una nueva etapa en la cual la moda urbana tiene más relevancia que la de las pasarelas. El prestigio, la elegancia y lo sofisticado del primer rubro se comienza a dejar de lado para dar paso a una era en la cual se introduce el Prêt à Porter como el máximo exponente de la democratización de la moda.

La producción en serie brinda la opción de poder seleccionar qué prenda utilizar y facilita la posibilidad de generar un estilo propio. Los jóvenes son los encargados de adoptar el nuevo rubro y desplazar a la Alta Costura, son quienes escogen sus prendas de forma individual a la vestimenta de sus padres, y de este modo comienzan a generar nuevos patrones sociales que se ven reflejados en el sistema de la moda. Se argumenta que “Las chicas ya no querían vestirse como sus madres, con elegantes trajes ceñidos. Querían ropa más amplia e informal, que acentuara su juventud y su independencia.” (Worsley, 2011, p.114). La cultura de los adolescentes comienza a liderar la moda y en consecuencia el nuevo rubro se convierte en el dominante construyendo tendencias a partir de los estilos generados por los usuarios. Permite que el adolescente explore su personalidad y se pueda expresar de manera libre y sencilla. Le ofrece la posibilidad de pertenecer e identificarse a través de la creación de un estilo propio, sin reglas y con la oportunidad de rebelarse contra el mundo de los adultos.

En el Prêt à Porter se producen prendas que son repetidas a medida que la demanda aumenta, se encuentran realizadas con textiles de inferior calidad que en el rubro Alta Costura con lo cual presenta un valor más accesible. Sin embargo existen dos ramas dentro del rubro mencionado, una realizada con prestigio y lujo que funciona como adaptación de la Alta Costura y se encuentra dirigida a personas de clase media con un poder adquisitivo elevado; la cual se puede encontrar en colecciones sofisticadas confeccionadas por diseñadores, principalmente en Estados Unidos, que brindan comodidad y un estilo relajado pero sin perder elegancia. Junto a otra de calidad intermedia pensada para el uso

diario y para un usuario de clase media, la cual se puede hallar en las tiendas de ropa de las principales ciudades.

De forma inevitable el Prêt à Porter debía dividirse en estas dos ramas debido a que la población adulta comienza a querer estar a la moda, y para ello debe imitar las tendencias reflejadas en los looks urbanos de los jóvenes. El lujo y el prestigio serán adaptados por los adultos mientras que las prendas de la *moda rápida*, descartable, serán tomadas por los jóvenes. De este modo se comienza una nueva era en la cual se inicia la transformación del sistema de la moda como consecuencia de un cambio en el enfoque cultural de la sociedad.

1.3 Prêt à Porter vs Alta Costura

En la década del 70 en Estados Unidos los jóvenes comienzan a adoptar un pensamiento diferente, son autónomos, no desean que otras personas piensen por ellos o les impongan qué hacer o cómo vestir. En relación a este vuelco de ideología en la cual el joven quiere elegir qué prendas usar y al mismo tiempo busca desprenderse del pasado y con ello de sus mayores, se comienza a dar protagonismo a la producción en serie. Lipovetsky (1993) sostiene que se produce una transformación en el sistema de la moda. Se traslada de una moda centenaria a una moda abierta, en gran parte debido a la producción industrial.

La producción industrial en su origen era la encargada de producir vestimenta de forma masiva siguiendo los cánones de la moda, bajo las últimas tendencias y sobre todo a precios accesibles. En otras palabras imitaba a la Alta Costura para confeccionar prendas de forma seriada, las cuales podían ser consumidas por un usuario joven. Por este motivo la innovación se trasladó a la calle, generando estilos eclécticos y distintivos.

El Prêt à Porter brindó la posibilidad de elegir con libertad que prendas vestir, generar nuevas estéticas y estilos a un menor costo y con variedad de elección. En cierto punto produjo el fin de la confección a medida como se la conocía hasta la década del 70, y también el fin de la creación de tendencias de moda bajo el poder exclusivo de la Alta

Costura. De manera contraria la Alta Costura tuvo que comenzar a buscar influencias en la producción masiva para poder sostenerse en pie. Se puede mencionar el pantalón por primera vez adaptado en el rubro mostrándolo en las pasarelas, hecho reflejado en las colecciones de diferentes diseñadores destacados como por ejemplo “Yves Saint-Laurent hace llevar a su clientela la casaca, el hábito del Sahara, la boina, el esmoquin, el *blue jean*...” (Yonnet, 1988, p.265).

El rubro nombrado ya no rige como pilar supremo de creación de tendencias, deja de ser el líder indiscutido de la moda y pasa a estar un segundo plano. Las firmas intentan sobrevivir bajo el concepto de marca ideal, con el prestigio y lujo de la Alta Costura. Se comienza a intentar adaptar tendencias de la moda urbana para poder atraer clientes y seguir comercializando, con el fin de evitar que la marca desaparezca. Como las prendas a medida eran excesivamente costosas y limitadas al momento de escoger un *outfit*, además de estar fuertemente relacionadas con el mundo de los adultos, los jóvenes dejan de lado el rubro para dar paso a la era de oro del Prêt à Porter.

Rubro que en la actualidad se fusiona con la Alta Costura para generar combinaciones, las cuales se pueden ver en la calle con looks creativos e innovadores de individuos que buscan representar su forma de ser a través de la elección y composición de diferentes prendas. Como ejemplo de la fusión de los distintos rubros en un vestuario distintivo, se puede mencionar una tendencia que encontró su expresión máxima en la ciudad de Buenos Aires en el año 2015 bajo el nombre *sport luxe*, la cual tenía como objetivo combinar el lujo con prendas de sport. Una oposición de ideologías que congeniaba para formar un atuendo desestructurado, donde se distinguían vestidos de fiesta elegantes con zapatillas o remeras deportivas con pantalones de jean y zapatos de tacón. Otra tendencia que se puede destacar que refleja la combinación de ambos rubros, comenzó en la temporada primavera/verano 2016-2017 y continúa en la temporada otoño/invierno 2017 en la ciudad de Buenos Aires como así también a nivel internacional. La misma presenta prendas de uso diario como por ejemplo cazadoras de denim o de cuero con excesiva

cantidad de apliques de tela que representan flores o diferentes motivos y además despliegan bordados con piedras, lentejuelas y canutillos. Esto se puede apreciar de igual forma en pantalones de jean, fusionando de este modo el lujo y carácter de prenda única propuesto por la Alta Costura en prendas realizadas de forma masiva con cierta exclusividad. También se puede ver la utilización de vestidos con breteles finos, expresando escotes en v o redondeados y con largos modulares por la rodilla o totales; en varios casos todos bordados o estampados, y en otros de un color pleno como el negro, realizados con materialidades como satén o seda y con terminaciones de encaje o puntillas, los cuales se utilizan con remeras manga corta en colores acromáticos de corte básico que aparecen por debajo de la prenda. De este modo se busca demostrar que la combinación de ambos rubros destacados es constante, y que un rubro depende del otro ya que se complementan. Sin alguno de ellos el sistema de la moda no estaría completo con lo cual no podría funcionar y estar al alcance de todos los usuarios.

Asimismo se menciona que la etapa de oro de la producción en serie ha provocado que se reduzca la demanda de prendas de Alta Costura, con lo cual el rubro además de acompañar la adaptación de tendencias para poder coexistir en la industria, ha tenido que encontrar otros métodos para poder subsistir. De este modo se destaca que, sumado al concepto de marca ideal y del lujo, la Alta Costura se mantiene en pie gracias a la venta de productos accesorios y sus spots publicitario.

Su vocación es perpetuar la gran tradición del lujo, de virtuosidad del oficio, esencialmente con fines de promoción y de política de marca para el prêt à porter de gama alta y los diversos artículos vendidos bajo su firma en el mundo. Ni clásica ni vanguardista, la Alta Costura ya no produce la última moda, sino que reproduce su propia imagen de marca 'eterna'. (Lipovetsky, 1993, p.121)

Las empresas en busca de mantener sus legados crean una imagen perdurable de marca la cual se ve manifestada no solo en las prendas sino en todo producto desarrollado por la misma. Empiezan a comercializar todo tipo de productos a modo de complemento de cada colección exhibida, y además a publicitarlos en todos los medios posibles. Este acontecimiento producido en la década del 60 y continuado en los años 70 es muy similar

al manejo de las grandes marcas de diseñadores reconocidos en la actualidad. Marcas como Chanel, Carolina Herrera o Nina Ricci viven de la venta de productos accesorios y fragancias, junto al movimiento publicitario que generan en gráficas o vía redes sociales. Se genera con estos hechos una nueva fase de la Alta Costura en donde prevalece además de la calidad, elegancia y exclusividad de las prendas un concepto de fondo, donde aparecen el lujo y el prestigio mencionados de forma previa como principal ideología de una imagen de marca que busca permanecer a través del tiempo.

Debido a dichos acontecimientos se dice que la producción en serie provocó a la Alta Costura y produjo una rebelión en el manejo del rubro lo cual ayudó a que surjan nuevas firmas. Es decir que se genera por un lado más competencia dentro de la industria y las marcas pierden cierto prestigio por ser mayor cantidad, aunque gracias a ello se enriquece el sistema de la moda. En consecuencia se comienzan a fusionar corrientes, y la moda comienza a poseer focos de inspiración expandidos a diferentes aspectos culturales y sociales. Se crean nuevos estilos influenciados por la cultura lo cual emite inspiración por numerosas fuentes, como por ejemplo influencias musicales, celebridades, o íconos referentes de la sociedad del momento, se adaptan tendencias según el estilo y forma de vida de cada individuo. “No obstante, el sistema de licencias y sobre todo la aparición de nuevos focos creadores han conllevado la desestabilización del sistema de firmas y la *fluctuación* en la representación social de las marcas.” (Lipovetsky, 1993, p.131).

Por este motivo la producción en masa se logra instaurar y permite que el rubro se expanda de modo amplio. La expansión ha ayudado a que la moda sea personalizada, que cada persona pueda elegir qué prendas desea usar y sea libre de combinarla, jugar y crear un estilo que lo personifique o que lo diferencie del resto. Se vuelve democrática, de fácil acceso y de piezas pequeñas que se pueden combinar entre sí.

A través de la amplitud de las fuentes de inspiración, como se ha mencionado, los diseñadores comienzan a buscar tendencias en la moda urbana y de esta forma encontrar nuevas ideas adaptables a sus colecciones. Este suceso en parte es el resultado del

surgimiento de nuevos estilos producidos por las tribus urbanas iniciadas en la década, las cuales utilizan a la indumentaria como forma de expresión. Las tribus no buscan imponer moda, de modo contrario, pretenden hacerse notar en una sociedad la cual se encuentra transitando una variedad de cambios. Se van a adaptar las prendas y estilos dados por las agrupaciones nombradas y se las va a transformar en tendencias. De este modo cada estilo se manifiesta como una tendencia la cual tiene una referencia histórica, un motivo de existencia. A continuación en el siguiente capítulo se van a expresar los sucesos que se consideran importantes y se cree que han marcado la década del 70. Los movimientos destacados son los que promueven el inicio de diferentes tribus urbanas que han surgido en la década nombrada y han afectado a la sociedad estadounidense, produciendo cambios sociológicos que con el tiempo han logrado modificar la sociedad en diferentes aspectos, y en consecuencia también han modificado el sistema de la moda el cual funciona como un reflejo de los sucesos ocurrentes.

Capítulo 2. Cambios sociológicos en Estados Unidos reflejados en la moda

2.1 Transformación del sistema de la moda

Los años 70 han sido revolucionarios debido a acontecimientos que se detallarán más adelante en este escrito. Los mismos han marcado un antes y un después en la sociedad estadounidense en los distintos aspectos sociales, culturales, políticos y económicos. En el presente capítulo se va a hacer hincapié en los aspectos sociales y culturales que se ven reflejados en la transformación del sistema de la moda. La mayoría de los cambios que se han producido generaron un quiebre en costumbres, conductas y pensamientos de la sociedad los cuales además se expresan en la industria de la indumentaria en los distintos cambios que se produjeron, tanto en estilos como en tipologías y materialidades utilizadas. Dichos cambios han sido tan imponentes que se han adaptado a lo largo de los años y siguen vigentes en la actualidad.

Una de las transformaciones que se considera relevante para el desarrollo del presente PG es la importancia que obtienen los pensamientos e ideologías de los adolescentes. Es uno de los sucesos que fomentó una metamorfosis social la cual impactó de forma notoria en el sistema de la moda. Si bien se consideran las consecuencias y el efecto que dicho acontecimiento tuvo en la década del 70, hay que mencionar que el cambio del pensamiento joven fue un proceso que no se dio de un día para otro. De lo contrario tuvo sus indicios en la década del 50, avanzó en los años 60 y se profundizó en los 70, es decir que junto al transcurso del tiempo fue evolucionando. Yonnet argumenta los orígenes de este cambio en los años 50 mencionando que "...los adolescentes se constituyen en un grupo separado en virtud de su despolitización activa; escapan a su anterior destino rechazando la organización política como expresión colectiva, base tradicional de cierto credo 'democrático'." (1988, p.141).

A partir del cambio mencionado, en los años 70 se destaca cómo los jóvenes se animan a rebelarse contra los adultos y pedir por que se respeten sus derechos. De este modo reclaman en primera instancia el amor y la paz como consecuencia de la situación de

guerra que afrontaba el país hasta el año 1975 con Vietnam. Más allá de un ambiente bélico se comienza a ver el cambio social en el pensamiento de los jóvenes que incitaba una revolución; desafían al gobierno para pedir que finalice el enfrentamiento y de este modo evitar víctimas. Comienzan a expresar sus propios pensamientos de forma independiente a la ideología de las personas adultas. Pretenden diferenciarse del resto, pertenecer a la sociedad y llamar la atención. Debido a esto comienzan a expresarse de forma diferente, y se enfrentan a los valores preestablecidos de la sociedad. Sucesos que se encuentran expresados poco a poco en el sistema de la moda, motivo por el cual el mismo se altera y empieza a adaptarse a los cambios sociales presentados, brindándole al adolescente una forma libre de expresión.

Este concepto de revolución adolescente se puede comparar con la dialéctica de la estética del amo y el esclavo expresada por Zátanyi “Cuando el esclavo comienza a tomar conciencia, nombrándose, comienza el proceso de su concientización, de su independización...” (2002, s.p). El adolescente se da cuenta de su aprisionamiento ante una sociedad regida por adultos y comienza a rebelarse ante ello, demostrando su interior a través de sus acciones. Busca ser un individuo independiente y formar sus propios valores, a pesar del mandato recibido por parte de los adultos. Comienza a *sublimarse* en sus hábitos, vestimenta y estilo de vida. De esta forma el adolescente pasa a ser el líder de la sociedad produciendo una transformación sociocultural necesaria para acompañar el suceso producido.

Como se menciona en el Capítulo 1 del presente proyecto, los acontecimientos detallados son los encargados en cierto modo de la transformación del sistema de la moda. Gracias a la revolución de los jóvenes donde se implementan nuevos estilos a modo de manifestación contra la sociedad de los adultos, acompañado del auge de la producción industrial, se comienza a dar prioridad a la moda urbana y se deja de lado al rubro de la Alta Costura el cual ya no rige como ley suprema de las tendencias. Primera instancia en donde se aprecia cómo el aspecto sociocultural afecta al sistema de la moda.

Al transformarse los valores culturales de la sociedad a causa de los jóvenes de forma inevitable se transforman los valores del sistema de la moda, a causa de que él mismo funciona como espejo de la realidad. A través de los adolescentes “Se estableció una cultura que manifestaba inconformismo y predicaba unos valores de expresión individual, de relajación, de humor y libre espontaneidad.” (Lipovetsky, 1993, p.134) a diferencia de la cultura establecida por los adultos que escogía el lujo y el prestigio como base fundamental. En conclusión la metamorfosis desarrollada en la década del 70 estadounidense genera una cultura joven, la cual se fue formando a través de las décadas del 50 y del 60, en donde se alteran los principios que se encontraban establecidos hasta dicho momento y se comienza a desarrollar una nueva cultura liderada por los jóvenes.

Se destaca que en la actualidad se continúa con este concepto, tanto la sociedad como el sistema de la moda se van re-adaptando a las modificaciones que surgen de forma diaria pero siempre con la impronta de un mundo joven donde los adolescentes son los que marcan las tendencias. De este modo el Prêt à Porter se convierte en un aliado de los jóvenes, quienes se divierten con la búsqueda de su identidad a través de sus acciones, hábitos y actitudes, y por medio de la creación de una estética en su vestimenta la cual representa su libertad a través de la combinación de prendas, colores, estampados, texturas y materialidades. Así nace el concepto del *street style*, gracias a los look distintivos de los adolescentes que se convierten en un nuevo foco de inspiración para los diseñadores de la Alta Costura; quienes deben apropiarse de los estilos y la moda que ven en la calle para presentar sus colecciones en las pasarelas.

Por otra parte se menciona que los años 70 se han encargado de continuar con el desarrollo de conceptos nacidos en la década anterior. Además de la transformación del grupo adolescente y las consecuencias que contrajo, se registran otros sucesos que tampoco han surgido de un momento a otro, de modo a que fueron desarrollándose poco a poco hasta encontrar su punto máximo en el cual estallar y generar el quiebre ocasionado. Se toma a los avances científicos y tecnológicos como otro hecho importante

de la sociedad estadounidense de la década mencionada. La misma se encuentra en continua búsqueda de ampliación, en busca de un avance y de un descubrimiento por cosas nuevas. Si se focaliza en la industria de la moda se destaca la producción en serie de forma masiva que se logra gracias a nuevas técnicas de fabricación y permite que las tendencias se expandan a mayor velocidad, lo cual acompaña el cambio cultural mencionado de forma previa, permitiendo a los adolescentes escoger sus prendas a un valor accesible y generando consigo un gran cambio en el sistema de la moda.

Además hay que mencionar las nuevas tecnologías que han aparecido que se relacionan con la ciencia debido a que también marcaron un antes y un después, permitiendo que se realicen investigaciones en lo referente al universo y de este modo expandir a la sociedad.

Por un lado se estima que el hombre ha llegado por primera vez a la luna, se descubren planetas que se creían inexistentes, también se emiten mensajes al espacio exterior indagando en la vida fuera del planeta Tierra, y se destaca la teoría del agujero negro.

Según Yonnet (1988) la sociedad de los años 70 se encuentra en ampliación. Busca extenderse y por este motivo se indaga en la comunicación sin importar las distancias.

Surge la curiosidad por el universo, el espacio exterior, buscando vida en otros planetas, intentando que el ser humano no se sienta solo en el mundo. El autor publica como ejemplo el personaje icónico de la película *E.T.*, como símbolo de representación de un ser extraño que es convertido en alguien amigable a quien no se le debe tener miedo. Con este pensamiento se intenta generar una conexión entre el hombre y el espacio exterior, ampliar la sociedad, en otras palabras extender la raza humana más allá del planeta Tierra.

En la actualidad se sigue buscando vida en el espacio e interactuar con el universo exterior. El hombre continúa investigando e intenta seguir expandiéndose. Analiza el universo a través de nuevas tecnologías más avanzadas que le permiten realizar descubrimientos sobre la creación del cosmos y al mismo tiempo lo ayudan a descubrir la infinita incógnita de si existe o no la vida en el espacio. Al generar la ampliación de la sociedad, las personas se comienzan a sentir perdidas y por ese motivo buscan pertenecer, formar parte de algo.

Rechazan la soledad e intentan agruparse con individuos que compartan gustos o costumbres similares a ellas para no sentir un vacío interior. Como efecto contradictorio las personas buscan diferenciarse del resto y sentirse únicas. Generan su propia identidad hecho que se ve reflejado en las prendas que utilizan. “Lo que se valora es la diferencia, la personalidad creativa y la imagen sorprendente y ya no la perfección de un modelo. Ligado al desarrollo del psicologismo y a los deseos de creciente independencia y expresión propia...” (Lipovetsky, 1993, p.144). De forma ajena a la necesidad de presentar una identidad y desarrollo de una personalidad distinguida, hoy en día la sensación de soledad y el hecho de querer pertenecer siguen presentes y se acrecientan cada vez más.

La sociedad se sigue expandiendo gracias a las nuevas tecnologías con redes sociales como por ejemplo *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* que brindan la conexión constante entre los individuos y al mismo tiempo les permite crear un perfil con estilo definido y particular como representación de cada ser humano. La tecnología le da la posibilidad a cada integrante de la sociedad de estar conectado en el mundo cibernético y proyectar la imagen que desean de ellos mismos, pero también al realizar dicha conexión se pierde la conectividad, la relación, con el individuo que se tiene cara a cara. Admite que cada persona se muestre de forma diferente de cómo es realmente, le da la posibilidad de inventar una imagen irreal.

Gracias a esto el ser humano cada vez acrecienta más su reacción a la soledad y en consecuencia se intensifica la sensación de querer pertenecer. Este sentimiento produce que se creen nuevos grupos urbanos, subculturas, tribus en donde contactar con individuos que compartan gustos, estilos, costumbres; y se les da la posibilidad de apoyarse uno con otro. Las redes sociales mencionadas brindan herramientas para acompañar la ilusión de pertenecer a un grupo. Por ejemplo en Facebook existen grupos y páginas determinadas por gustos, culturas, costumbres, necesidades. Uno puede unirse y ponerse en contacto con las personas que los integran, así se forman diferentes grupos sociales. En Twitter también se puede ver el concepto adaptado en *hashtags* los cuales se utilizan por las

personas para resaltar una tendencia del momento y de este modo los integrantes pueden conectarse y debatir en la red sobre determinados temas.

De haber mencionado las redes sociales, también es pertinente destacar cómo se ha logrado manipular a las mismas como herramientas de marketing y de venta. La industria de la moda en la actualidad logra generar impacto a través de las redes, genera contacto directo con los usuarios y puede ofrecerle todo lo que necesita a través de un clic, brinda información, crea un clima de marca, llama la atención para atraer al cliente potencial. Abren un campo muy amplio donde cada marca puede expresarse y brinda de un nuevo espacio para presentar los productos. De este modo la venta online se presenta como una herramienta accesible y eficaz, a veces complementaria o en otros casos como único método de venta. Esto afecta al sistema de la moda provocando otra alteración del mismo, lo cual enfatiza su carácter efímero y destaca como logra re-adaptarse constantemente a los cambios sociales establecidos.

Para concluir con éste subcapítulo se reflexiona que los acontecimientos mencionados han logrado producir un cambio radical en la sociedad de Estados Unidos en la década del 70 en todos sus aspectos. Dicho cambio fue mutando a lo largo del tiempo y expandiéndose hasta llegar al día de hoy. Se puede decir que la sociedad va a mutar y se va a acomodar a las alteraciones de forma continua inevitablemente sin importar la década, los avances tecnológicos o los diferentes grupos urbanos. De más está decir que algunos cambios serán más relevantes que otros, pero siempre van a estar conectados entre sí y se van a acompañar de manera mutua. En esta ocasión se destaca la década del 70 por creerse una época revolucionaria que da el pie a acontecimientos que a partir de ese momento se comienzan a desarrollar de forma notoria a lo largo de las décadas sucesoras.

2.2 Cultura joven, ayer y hoy

Como se establece en el subcapítulo 2.1 en la década seleccionada los jóvenes se rebelan contra la sociedad de los adultos produciendo cambios sociales notables los cuales se

establecieron de forma intensa en la sociedad del momento, se han trasladado a lo largo del tiempo y han ido mutando hasta llegar a la actualidad transformando a la par el sistema de la moda. Gracias a los cambios efectuados la sociedad cambia su enfoque cultural, se traspa del liderazgo de los adultos a una cultura gobernada por los adolescentes; "...a partir de fines de la década de 1960 la cultura de los jóvenes comenzó a contaminar y a disgregar la cultura adulta, con lo que trastornó toda la escala de valores y gustos."(Yonnet, 1988, p.139) Los jóvenes poseían poder adquisitivo, tiempo de ocio y libertad de elección. Sumado a sus propios puntos de vista, podían elegir como vivir, que indumentaria usar, que comida adquirir y el lugar al cual frecuentar. Debido a esto lograron alcanzar el control libre de su estilo de vida, no se encontraban sometidos bajo ningún mandato y no permitían que tomen decisiones por ellos. Comienzan a ser los líderes de la sociedad, se imponen ante los adultos, se hacen valer y piden por sus derechos, en otras palabras se independizan.

El adulto es desplazado porque el joven se considera capaz de tomar sus propias decisiones y lo refleja en sus actos sin pedir permiso. Se genera un nuevo mundo completamente diferente, se cambia el enfoque cultural que regía hasta los años 60 para dar inicio a una nueva era. Un mundo adolescente en el cual los integrantes se encuentran influenciados en gran nivel por el género musical del *rock and roll*, que los invita a consumir de forma masiva. La publicidad comienza a estar dirigida al público joven, motivo por el cual la misma seduce al adolescente para que consuma. Ellos se dejan encantar e invierten su dinero en vestimenta, discos de música y objetos de deseo.

A fines de los años 60 comienzan a surgir reuniones de grandes multitudes en festivales de música los cuales duraban día y noche. Se resalta *Woodstock* como el primer festival icónico de gran magnitud en el año 1969. El evento reunió a una infinidad de personas, las cuales se encontraban reunidas puramente para disfrutar de la música "...el festival se manifiesta como una reunión necesaria en la busca del vértigo." (Yonnet, 1988, p.126) Se

menciona a una cultura del vértigo, la cual se puede decir que se encuentra dada por una sociedad que está al borde del abismo de manera constante.

El cambio de ideas, conductas, costumbres y consumo dado por los jóvenes ha contribuido a un quiebre cultural que produjo un desequilibrio en la sociedad, lo cual se puede comparar con la sensación del vértigo. Según el autor los eventos como Woodstock que han reunido a multitudes, en cierto modo, se expresan como la unión de vértigos colectivos. El joven se libera, se enfrenta y se rebela para poder ser la persona que quiere ser, acompañado de dichas sensaciones se encuentra el mirar al abismo, estar todo el tiempo en riesgo y sin un lugar seguro. En la búsqueda de independizarse se arraigan al vértigo como forma de vida para poder sobrevivir.

A partir de los conceptos tratados se puede decir que la sociedad de Estados Unidos en los años 70 se transformó en una sociedad consumista. La juventud no se encuentra atada a ninguna responsabilidad económica, motivo por el cual el dinero que lograba obtener era destinado a consumir. Como consecuencia del consumismo, a mediados y fines de la década, la industria de la música crece cada vez más. Aparte de producir discos con canciones dedicadas a los valores de la nueva cultura, la música adapta a la televisión como medio de expansión. "Esta permite agregar a la audición una imagen inmediata, así como ofrecer la música."(Yonnet, 1988, p.143) Permite generar una estética, una referencia visual que represente y transmita los conceptos que aparecen en cada canción.

En la sociedad actual se plantea que la televisión como medio de expansión de la industria musical, ha sido reemplazada por la plataforma audiovisual virtual denominada *Youtube*, la cual permite al individuo acceder a una red sin fin de videos musicales de sus bandas favoritas en cualquier lugar y en cualquier momento siempre y cuando se tenga conexión a Internet. El sitio permite conectar con el canal del artista, ver videos inéditos o ediciones especiales lanzadas únicamente por la web. Incluso permite compartir la información a través de las redes sociales, como por ejemplo Facebook o Twitter, en donde el individuo demuestra su gusto musical a la sociedad e interactúa con otras personas. Al poder

compartir con otras personas una imagen audiovisual con una estética marcada el individuo puede formar su identidad e imagen a través de su perfil online.

El universo de la juventud sigue conectado profundamente con los géneros musicales y encuentra a través de ellos una forma de expresarse, comunicar lo que piensa, sus valores, y también mostrar su forma de ser. El adolescente no deja de consumir información cultural, de hecho lo hace cada vez más e incluso contagia el hambre por consumir novedades a los adultos y adultos tardíos. Se denomina adulto tardío al individuo que cumplió la edad suficiente para dejar de ser adolescente pero que aún no traspasa el umbral para ser un adulto. En la actualidad la vejez se ha extendido, debido a que ha aumentado el promedio de vida, junto a ello el joven alarga su período de juventud. Eso no quiere decir que el adulto tardío se ha considerado un joven, de lo contrario es un joven adulto y no forma parte de la cultura juvenil.

Según Yonnet (1988) la cultura adolescente forma un continente cerrado, que resulta incomprendible para cualquier individuo que no forme parte de él. Posee un sistema de comunicación peculiar diferente al habla tradicional, se crean términos o se le adjuntan significados diferentes a palabras ya existentes, indescifrables para personas que no integran el continente joven. Esto produce una barrera que el joven adulto y el adulto no pueden atravesar y nunca van a poder alcanzar debido a que se encuentra regido por una franja de edad la cual no es posible modificar. El adulto va a tratar de formar parte, va a intentar ser *cool*, de estar a la moda pero no va a poder alcanzar el objetivo de ser igual que el adolescente.

Si se analiza el mundo de los adultos se puede ver que si antes se buscaba que el joven imite al adulto ahora va a pasar lo contrario. “Se ha impuesto un nuevo principio de imitación social, el del modelo joven. No se busca tanto dar una imagen de la posición o de las aspiraciones sociales como dar la impresión de ‘estar en la onda’.”(Lipovetsky, 1993, p.137)

Los adultos comienzan con la ideología del ser jóvenes, acontecimiento que se va a notar

más en el género femenino pero no deja exento al masculino. Los adultos buscan estar en tendencia, por ello imitan las acciones, actitudes y vestimenta de los jóvenes.

En la actualidad la tecnología acompaña la búsqueda de mantenerse joven, gracias a las redes sociales que son utilizadas por la mayor parte de la sociedad a nivel mundial, las cuales le permiten al adulto estar en el mismo ambiente que el joven. El adolescente le escapa a la sociedad adulta a través de la incorporación de redes sociales inéditas. Cuando una aplicación es adoptada por ambos continentes, el adulto y el adolescente, se convierte en moda y deja de ser una tendencia. En consecuencia el joven va a buscar otro lugar en donde refugiarse, una nueva red, lejos del alcance de los adultos.

También el adulto intenta conectarse a través de la música, imita y adopta los mismos gustos musicales, siguen a las mismas bandas y cantantes, e incluso concurren a los mismos eventos. Por ejemplo se puede destacar el festival *Lollapalooza*, que se encuentra dirigido a un público joven pero familias enteras suelen concurrir al evento. Lo mismo sucede en el ámbito de la indumentaria, el adulto comienza a imitar e incorporar a su vestuario estilos y prendas utilizadas por los adolescentes. El objetivo final es pertenecer a una cultura joven. Como consecuencia de la locura por no envejecer se comienzan a hacer populares las cirugías estéticas. De este modo el adulto no adquiere visualmente los requisitos naturales de la vejez, se elimina arrugas, se estira la piel, y moldea su cuerpo para que se asemeje al de una persona de menor edad sin importar los riesgos que pueda causarle a su salud.

En consecuencia se adopta la ideología inconsciente de imitar al adolescente en todos los medios posibles como símbolo figurativo de pertenecer a una sociedad liderada por una cultura en la cual el joven es el que decide y emite los patrones a seguir; y el adulto es dejado de lado junto a sus valores y creencias. A partir de las décadas del 60 y del 70 el grupo adolescente se dedicó a llevar el rumbo y marcar los pasos que los adultos debían seguir, acontecimiento que sigue vigente en la actualidad. Se han dedicado a imponerse para que se respeten sus valores, y de esta forma han obligado a la sociedad a

transformarse a través de la producción de diferentes movilizaciones revolucionarias. Se han agrupado y llevado a cabo los levantamientos culturales necesarios para imponer dicha transformación.

2.3 Referentes estéticos en la década del 70 y en la actualidad

En Estados Unidos los años 60 han dado inicio a diferentes movimientos que luego se han intensificado en la década del 70. Para poder situar el contexto y detallar los referentes estéticos que surgieron en la década hay que mencionar que los jóvenes se enfrentaban y reclamaban por sus derechos, exigían la igualdad y el respeto para cada integrante de la sociedad a pesar de sus diferencias, ya sean por color de piel, variedad de pensamientos o valores. De este modo pretendían eliminar la discriminación social a causa de la desigualdad y el juicio de valor. En busca de lograr cumplir dichos objetivos los jóvenes se presentaban y agrupaban en multitudes, con la finalidad de producir de esta forma diferentes movimientos sociales que incitaban una revolución, un cambio a la situación que se encontraban transitando. La autora Caffarelli sustenta que los jóvenes “Se enfrentaron vigorosamente a las terribles derivaciones de la guerra de Vietnam, al militarismo y al nacionalismo exacerbado de la época y, en general, a toda manifestación de violencia.”(2008, p.59) A través de estos conceptos se destaca un espíritu anti-socialista, el cual comienza a cuestionar los parámetros ya establecidos en la comunidad estadounidense. Al ubicarse en una etapa en la cual se transita un contexto bélico, los jóvenes buscan terminar con la violencia y luchar para que finalice la guerra. Se animan a enfrentar el poder y exigir lo que les corresponde. Se presentan pensamientos e ideales que se han acumulado a lo largo del tiempo y en esta década han tenido oportunidad de expresarse y liberarse. Este movimiento en el que los individuos realizan manifestaciones reclamando la no violencia y el respeto por la vida se lo va a denominar *hippismo*.

El movimiento del *hippismo* producido por los adolescentes además de ejecutar manifestaciones a modo de demostrar su desacuerdo con la situación vivida, se caracterizó

por utilizar la música como medio de expresión principal a través de las letras escritas en las canciones creadas por los referentes musicales del momento. “Escuchaban rock psicodélico, y también canciones de protesta y pacifistas, aquellas que denunciaban injusticias y proclamaban la necesidad de unión y comprensión entre los hombres...” (Caffarelli, 2008, p.63). Con la finalidad de transmitir sus opiniones y pensamientos buscan lograr un mayor alcance de sus ideas y valores, motivo por el cual se genera una conexión con la música dónde la misma se convierte en un acontecimiento cultural destacado, el cual los jóvenes van a consumir de forma inconsciente.

Además del concepto de revolución utilizado para exigir por sus derechos los adolescentes transmiten ideales de libertad, amor y paz, presentan un espíritu libre y una conexión con la naturaleza. El vínculo con la música se acrecienta cuando comienzan a surgir eventos a los cuales asisten multitudes de personas las cuales aclaman sus principios en conjunto y cantando canciones con letras significativas. A través de la conexión con la música mencionada, se genera un lazo con los integrantes de las distintas bandas y con los cantantes populares de la década; de este modo comienzan a destacarse personas que se convierten en referentes culturales, quiénes van a ser tomados por los adolescentes como modelos a seguir. Los jóvenes van a querer ser como ellos, motivo por el cual los van a imitar de forma principal en su vestimenta como así también en sus acciones y actitudes. Dentro de la década se pueden destacar gran cantidad de bandas y cantantes gracias a la diversificación de géneros musicales, se mencionan como los más destacados *Pink Floyd, Queen, Kiss, Abba, Bee gees, Village People, Sex Pistols, Ramones, Bob Marley, Bob Dylan, y David Bowie.*

Los referentes también comienzan a aparecer en programas televisivos, en el cine, en los deportes, e incluso surgen personalidades las cuáles hoy en día se catalogan bajo el concepto de *it girls*, es decir en personas públicas que generan atracción por su estilo, belleza o forma de vida. Por ejemplo se resaltan *Farrah Fawcett* reconocida por su actuación en la serie televisiva *Los Ángeles de Charlie* y por su cabellera rubia lucida con

ondas voluminosas; también se destacó *Faye Dunaway* como actriz cinematográfica y por su sensualidad. Las parejas de Mick Jagger, el cantante de los *Rolling Stones*, una de las bandas que se destacó en los años 60 y que continúa vigente en la actualidad, han tenido su momento de esplendor en la década a través de sus estilos

Las glamurosas esposas de Mick Jagger alcanzaron un influyente estatus de estrellas: Bianca Jagger promocionó a Yves Saint Laurent y a Ossie Clark y fue famosa por sus frecuentes apariciones en la discoteca Studio 54, mientras que la modelo texana Jerry Hall también llegó a dominar los titulares de los periódicos. (Worsley, 2011, p.128).

Si bien en las décadas pasadas también hay estrellas que se han destacado y se han transformado a través del tiempo en referentes de los distintos momentos sociales, se destaca que en los años 70 al transformarse en una cultura joven se produce mayor cantidad de referentes y en todos los aspectos culturales. Por un lado a causa de que los adolescentes se identifican y comienzan a imitar a los distintos personajes, como así también debido a que consumen todo lo que el sistema les ofrece a pesar de estar en contra del consumismo. De este modo se profundiza en una sociedad mediática la cual comienza a perseguir y darle importancia a los medios como revistas, diarios o programas televisivos en donde aparecen las estrellas de la música, de la televisión, del deporte, de la moda, e incluso las *it girls* convirtiéndolas en puntos de atracción a través del estilo de vida y los looks con los cuales aparecen en la calle, otro motivo por el cual la moda de la calle se toma como referencia e inspira a los diseñadores a crear distintos atuendos con la aspiración de que se transformen en tendencias. Se adapta una sociedad de consumo masiva y mediática, en la cual la publicidad cumple un rol muy importante en todos los aspectos culturales, sobre todo en el mundo de la indumentaria.

Las llamadas *it girls* sobre todo van a cumplir un rol notorio en el mundo de la moda, las mismas como se ha mencionado nacen a partir de su belleza, de su personalidad, simplemente por tener ese *algo* que las diferencia del resto y permite que se destaquen del resto de los individuos, la mayoría de ellas son fugaces y se destacan durante períodos cortos de tiempo hasta que luego aparece otra chica que la reemplace. Los diseñadores

de las grandes marcas van a aprovechar y las van a utilizar a modo de publicidad, realizando campañas con ellas como modelos y vistiéndolas con prendas al último grito de cada temporada sabiendo que las jóvenes van a querer adquirirlas solo para parecerse a ellas. Lipovetsky sustenta que “La cultura de masas es una cultura de consumo, fabricada enteramente para el placer inmediato y el recreo del espíritu” (1993, p.238).

En la actualidad este concepto de utilizar a los referentes y a las *it girls* de modo publicitario sigue vigente, las marcas de ropa suelen adaptar a personajes públicos como imagen de marca en busca de que representen el perfil del consumidor de la misma y atraerlo. La variedad de referentes es mucha debida a que se generan en todos los aspectos culturales, de hecho se han multiplicado en comparación con los años 70, produciendo gran variedad de referentes los cuales tienen sus estilos propios. Al existir variedad de referentes con sus distintivos estilos van a permitir que las personas pueden escoger con quiénes se sientan identificadas por adecuarse a la personalidad o el ideal de cada individuo.

En la sociedad actual se pueden mencionar distintas estrellas de la música las cuales se destacan dentro de la cultura juvenil como por ejemplo Rihanna, Miley Cyrus, Katy Perry, Bruno Mars, Justin Bieber, Harry Styles, a la cuales se suman actrices cinematográficas y de series televisivas como Jennifer Lawrence, Kristen Stewart, Blake Lively, entre otros, la lista es infinita con lo cual no se considera relevante nombrar a todos ellos. Si se puede mencionar que no solamente hay gran variedad de referentes sino que todos ellos conviven dentro del mismo ambiente, y junto a referentes de décadas anteriores quiénes se toman como referencias estéticas históricas dentro del sistema de la moda por ser personas que han marcado los distintos años con sus estilos y looks.

Además el término *it girls* continua a través del tiempo, siguen surgiendo personajes los cuales en su mayoría son escogidos por los medios. Los diseñadores de las grandes firmas las escogen como aliadas en cada temporada para atraer la atención tanto de los medios como del público, y en la mayoría de los casos las utilizan como la cara de la empresa. Por ejemplo podemos mencionar a las modelos Kendall Jenner y Gigi Hadid quiénes se han

transformado en las chicas del momento en el año vigente, las cuales todos los diseñadores quieren vestir y quieren lucir en sus pasarelas. La lista es muy larga y cambiante, lo que sí está claro es la importancia de los referentes de la sociedad en el mundo de la moda, tanto como marcadores de tendencias como de forma publicitaria para generar un vínculo entre las distintas marcas con sus consumidores.

Para concluir se puede decir que los referentes que han nacido en la década del 70 se consideran relevantes en el aspecto social y cultural debido a que han acompañado a los jóvenes a producir un quiebre que modificó paradigmas sociales. Gracias a ellos la sociedad se fue transformando y al mismo tiempo fue modificando el sistema de la moda. Por otro lado se puede decir que los acontecimientos producidos, se van a encontrar acompañados por la aparición de nuevos grupos sociales, que para manifestarse van a comenzar su estado de rebeldía el cual se va a ver reflejado en la indumentaria. Cada grupo va a incorporar una imagen referencial, la cual va a afectar el sistema de la moda sin duda obligándolo a incorporar nuevas tendencias a partir de la rebelión social que se estaba transitando. A continuación se van a destacar los diferentes estilos que se creen relevantes para el presente PG, cómo han surgido y cómo han sido adaptados por la industria de la indumentaria.

Capítulo 3. Tribus urbanas y su adaptación en la moda

3.1 Nacimiento de nuevas tribus urbanas en Estados Unidos

La sociedad de los años 70 estadounidense además de alterar los paradigmas sociales ha sido ecléctica. La magnitud de cambios producidos en dicha década ha sido acompañada por el nacimiento de diferentes tribus urbanas inexistentes hasta ese momento. La diversidad de corrientes convivían juntas unas con otras y han evolucionado a través del tiempo para sobrevivir en la actualidad. Se definen según Lefineau (2012) como una agrupación de personas que se relacionan en su tiempo libre o tienen gustos y estilos de vida similares. Que buscan expresarse, pertenecer a un grupo, y crear una comunidad de forma independiente al universo de los adultos. Motivo por el cual cada tribu urbana cumple una función de pertenencia, y representación.

Como se ha mencionada en el capítulo 2 las tribus se han generado a raíz de conflictos sociales e influencias musicales, a partir de las cuales los jóvenes se han inspirado y así han creado nuevos estilos urbanos. Dichos estilos se reconocen como característicos de las agrupaciones, las cuales se diferencian además por sus diferentes creencias, valores, actitudes, y acciones. Gracias a la diversificación cultural existente se pueden describir una infinidad de grupos que conviven en la sociedad el mismo tiempo.

A continuación se van a detallar solo las tribus urbanas que se consideran relevantes para el desarrollo del presente proyecto debido a su importancia dentro de la década del 70, su relación con el sistema de la moda y la importancia de cada una de ellas para el desarrollo de la colección cápsula a presentar como objetivo del presente PG destinada a introducirse en la marca Rapsodia.

Por un lado se puede mencionar la corriente *pop* regida por el movimiento del hippismo mencionado en el capítulo anterior, el cual originó a la tribu urbana que se denominó *los hippies*. En contra de las características de la sociedad del momento, buscan un estilo de vida despojado de toda situación de consumo, pretendiendo de este modo entablar una conexión con la naturaleza. Adoptan un estilo de vida libre, regido por el lema de disfrutar

la vida y lo acompañan con un espíritu vivaz y alegre, contradiciendo la situación de guerra vivida en el país en dicho momento. Esta búsqueda será cortejada por la utilización de todo tipo de drogas, las mismas les permiten a los jóvenes alejarse de la realidad, distorsionarla. Sumado a esto se incorpora la incursión de creencias budistas tomando como prácticas diarias la meditación y el yoga, generando así la conexión especial con el medio ambiente a la cual aspiraban. La esencia del movimiento es la esperanza de alcanzar un futuro prometedor. La pasión, el disfrute, y el amor por la vida son los conceptos principales que integran los valores del grupo social establecido. “Se pregonaba la importancia del contacto con la naturaleza tanto como la libertad del espíritu, del cuerpo y de la mente. Creían en el amor libre.” (Caffarelli, 2008, p.63)

A causa de dicha conexión con la naturaleza los jóvenes comienzan a adaptar técnicas artesanales sobre todo en la confección de su vestimenta, hecho que se puede ver reflejado por ejemplo en la introducción de prendas tejidas al crochet con lanas e hilos, como vestidos de largos modulares hasta la rodilla y hasta los pies, mini y maxi faldas tubo y acampanadas, tops y bikinis. Se menciona que las siluetas utilizadas por la tribu urbana suelen ser amplias o en ocasiones combinan siluetas estrechas con amplitud en los extremos tanto en figuras *top* como *bottom*. Lo cual se encuentra representado en la utilización de pantalones de denim con patas acampanadas por debajo de la rodilla hasta la botamanga, o en blusas con mangas anchas del codo hasta las manos. Además se pueden apreciar flores estampadas, bordadas con hilos, o usadas como complemento en forma de coronas para el cabello, lo cual refleja la conexión con la naturaleza y el estilo de vida buscado. También se destaca la utilización de apliques bordados con hilos sobre las prendas, que determinan la personalización de la vestimenta convirtiéndola en una forma de expresión. La autora Worsley certifica este concepto a través de la siguiente afirmación: “Los hippies de finales de la década de 1960 y principios de los setenta también abrazaron la idea de la indumentaria artesanal y sencilla, decorando sus vaqueros y chaquetas con parches y cuentas.” (2011, p.101).

Los jóvenes adaptan sus estilos representativos a través de la incorporación de dichos recursos, que son los que influyen los looks diarios producidos por la moda urbana. También se incorpora como primera piel en los looks el cuerpo humano dejando parte del mismo al desnudo. De este modo se instalan prendas como los *crop tops* y los *mini shorts* los cuales permiten que se vea piel de las piernas y de la cintura. Se menciona que en parte la utilización del desnudo como primera piel se asocia con la liberación del cuerpo femenino que ocurre en los años 70, lo cual es un hecho que se establece por medio de sucesos que se han ido destacando a lo largo de los años, hasta que la mujer logró prevalecer su rol en la sociedad. “Las mujeres han conquistado el derecho al voto, el derecho al sexo, a la libre procreación y a todas las actividades profesionales...” (Lipovetsky, 1993, p.152). Por medio de este concepto se puede mencionar que a través de la tribu urbana hippie el género femenino dejó de lado el pudor y afrontó la liberación sexual que se destacó en los comienzos de los años 70. Además cómo forma de expresión en la vestimenta se elimina el corpiño, símbolo representativo de la opresión de la mujer, lo cual llevo a una explotación de la sensualidad femenina.

De manera paralela se destaca la indumentaria unisex, otorgada por la producción en serie la cual brinda al mercado tipologías de prendas como vaqueros, remeras y camisas que son adaptadas por ambos géneros, y son confeccionadas con las mismas materialidades. De este modo el *blue jean* se convierte en una de las prendas más destacadas de la década utilizada por ambos sexos y por todos los jóvenes. Además se incorpora el uso de estampados floreados, geométricos o con arabescos sobre todo en camisas en ambos sexos. En esta tribu el hombre y la mujer se van a identificar por una imagen uniforme, no solo por medio de la vestimenta, sino también por ejemplo por la utilización de cabelleras largas o accesorios como las gafas de sol o productos artesanales como pulseras tejidas con hilo. Se comienza a ver un estilo marcado por un *total look*, es decir por la imagen de la totalidad de las prendas más los accesorios e incluso incorporando el cabello y sus distintos peinados, y no solamente por la combinación de prendas. Se cree que la

unificación de un estilo entre el hombre y la mujer se relaciona con sus principios de igualdad y los reclamos efectuados hacía la discriminación por el hecho de ser diferentes; sucesos por los cuales manifestaban, "...la indumentaria femenina –de trabajo, abrigos y chaquetas- mostró a lo largo de los 70 y los 80 un deliberado corte masculino: un intento de enfrentarse al hombre en su propio terreno; lo mismo ocurrió con la ropa unisex..." (Laver, 1995, p.273).

A diferencia de otras tribus urbanas se puede describir que los integrantes del grupo se muestran con un estilo relajado, dejan de lado el maquillaje para mostrar una estética natural que acompaña la ideología de conectarse con el medio ambiente. Además, como se ha destacado, la tribu rechaza el consumo masivo con lo cual se va a imponer contra las costumbres adaptadas por la sociedad y junto a ello va a enfrentar al sistema de la moda. Debido a dicho rechazo los jóvenes se encargan de confeccionar sus propias prendas, personalizándolas de forma artesanal y utilizando combinaciones que los identifiquen, que les brinden comodidad y les permitan sentirse libres.

Si se reflexiona sobre los valores que establece el grupo social, se vuelve irónica la adaptación del estilo representativo de los individuos que han formado parte de la tribu, por los diseñadores de moda como una tendencia atemporal en la industria textil. Como todo hecho revolucionario el movimiento hippie dejó su marca en la sociedad estadounidense, suceso que produce la resignificación constante del estilo a lo largo del tiempo. De esta forma se convierte en una tendencia a la cual se recurre de forma cíclica como inspiración en las pasarelas. Debido a que la Alta Costura y el Prêt à Porter de la década del 70 incluyó el estilo urbano como fuente de inspiración, el estilo *hippie* se convirtió en moda.

Por otro lado la segunda parte de la década del 70 dejó de lado la estética hippie, para adaptar la inclusión de otra tribu urbana que también generó un estilo referencial. Dicha tribu se denomina los *punks*, la cual comienza a aparecer en Reino Unido, y luego se extiende a Estados Unidos, específicamente en Nueva York. "El punk, como una expresión

de violencia contra una época de fuerte paro juvenil, influyó en el mundo musical. La 'nueva ola', *New Wave*, denominación que se dio a los grupos *punk*, exportó la imagen de Gran Bretaña al extranjero." (Laver, 1995, p.276) El espíritu esperanzador del primer grupo mencionado, es sucedido por un grupo que ha perdido todo entusiasmo por el futuro, y se sitúa en un presente el cual encuentra desfavorecedor. Al igual que los hippies rechazan a la sociedad y al consumismo masivo, gracias a ello se van a refugiar en la música dentro de nuevas bandas que surgen en la década. Fundamentan sus bases y encuentran su sensación de pertenencia a través del hecho de compartir los mismos valores, y por medio del seguimiento de sus referentes.

A pesar de rechazar la sociedad del momento y plantear la problemática del consumismo, los individuos son los encargados de alimentar la industria de la música, contribuyendo a profundizar el hecho al cual rechazan. Los jóvenes consumen discos, eventos y *merchandasing* de sus grupos referentes alimentando el consumo a pesar de estar en contra del mismo, motivo por el cual forman parte del sistema al cual se resisten.

Son los representantes del rechazo a la cultura pop, lo cual refleja la oposición hacia la sociedad, suceso que se va a poder ver sobre todo en la personalización de su vestimenta.

"En un principio, el movimiento se apoyaba fundamentalmente en una serie de actitudes de transgresión estética y musical (vestimenta, peinado, etc.), a las que se sumaron conductas de disconformidad cotidiana."(Caffarelli, 2008, p.95). Debido a esto la tribu urbana realiza un quiebre con lo establecido, pretende que los individuos puedan pensar por sí mismos. Presentan repudio hacia el sistema y todo establecimiento con poder, se resisten al mandato, al hecho de acatar las órdenes de otros. Pretenden ser libres y tener poder de decisión. Lo cual se encuentra relacionado con el traspaso de una cultura de adultos a una cultura joven.

Como se ha mencionado, la vestimenta del punk se opone a los parámetros sociales, se establece así la contrariedad a la sociedad consumista. Esta oposición se ve representada a través de la utilización de peinados extraños como por ejemplo las denominadas crestas,

las mismas se encuentran acompañadas del cabello pintado con tintes estridentes como por ejemplo en color rojo, verde o azul. Para acompañar utilizan prendas con roturas, o en casos con parches de telas superpuestas. Se destaca el estampado escocés con predominancia del color rojo en pantalones, camisas y faldas. Como prenda se acentúa la cazadora de cuero negro, la cual es el ítem más relevante del estilo junto a los chalecos de denim. Es una tribu que repudia a la moda, a lo superficial, con lo cual establece un look desalineado, desprolijo, rebelde, violento y trasgresor en el cual predomina el color negro, que hace referencia a una situación de oscuridad.

Cresta; imperdibles; camisetas desteñidas; pantalones *bondage*, entubados, de cuero o vinilo; faldas elásticas; aspecto de enajenado, y mucho guitarreo. Todo ello caracteriza el estereotipo punk; no obstante, su postura antisistema ofreció a la juventud de la década de 1970, principalmente en el Reino Unido y Estados Unidos, una ideología política progresiva que cuestionó las convenciones sociales y conceptos como el capitalismo, el racismo, el sexismo y el nacionalismo. (Sims, 2014, p.92)

Como si fuera en estado de burla a los valores determinados por la tribu urbana, el estilo del grupo punk, al igual que el estilo hippie, se ha convertido en uno de los estilos más relevantes en la historia de la moda. Readaptándose a lo largo del tiempo para acompañar a la sociedad consumista a que adquiriera por ejemplo prendas o accesorios inspirados en el estilo de la tribu mencionada.

Las tribus urbanas *hippie* y *punk* son las más destacadas dentro de la sociedad estadounidense de la década elegida, debido a que se considera que gracias a ellas se ha logrado un cambio en la sociedad del momento, el cual se refleja en una transformación en el sistema de la moda, como se ha explicitado en el capítulo 2 del presente proyecto. De todas formas se debe mencionar la existencia de una diversidad de tribus que se han producido en los 70 a través del desarrollo de nuevos géneros musicales. A partir de este hecho se nombran tribus como el *heavy metal*, el *reggae*, el *funk*, el *glam* y el *disco*. Según Yonnet "...a cada término musical corresponde un tipo definido de práctica social, económica y tecnológica."(1988, p.109). Con lo cual se sostiene que cada género se encuentra acompañado de una tribu urbana en particular que en cierta forma ha contribuido a los cambios socioculturales estipulados. A continuación se detallan dos tribus urbanas

mencionadas que surgen a través de estilos musicales las cuales se consideran relevantes para el presente trabajo gracias a sus características en relación con la indumentaria, las cuales funcionan como inspiración al momento de desarrollar el concepto de la colección cápsula a detallar en el capítulo 5 del PG.

El género musical *glam*, según Worsley (2011) surge en Inglaterra en la década del 70 y ofrece a los hombres una oportunidad para vestirse como las mujeres por medio de la adaptación de géneros, prendas y accesorios; motivo por el cual se considera un estilo extravagante. El cantante David Bowie fue uno de los artistas destacados de la década del 70 que desarrollo este estilo a través de la adaptación de tacones con plataformas, maquillaje excéntrico y vestuario teatral. Su música se encuentra acompañada de una estética particular con cierta inspiración en las personas de género indefinido a las que se denomina transexuales. Hecho que se ve reflejado en la incorporación del maquillaje utilizado en gran cantidad, expresando colores como el rojo y el azul en su estilismo de forma exagerada; imagen que se vuelve icónica y representativa del propio músico.

Luego la estética de la tribu fue adoptada pero no de forma tan extravagante por Freddy Mercury el cantante de la destacada banda Queen, y posteriormente a fines de la década por el grupo musical Kiss. Sin ir más lejos el glam es un estilo particular en dónde el hombre desdeña su impronta machista para acceder a un estilo desinhibido, atrevido y osado. Adopta una imagen femenina en el hombre, la cual trasciende los modelos masculinos y femeninos estereotipados, demostrando un estilo indefinido, dando lugar a una estética andrógina. En relación a las prendas que utilizaban se pueden destacar tipologías como el mono enterizo, *bodys*, pantalones muy ajustados como así también muy acampanados. “En la vestimenta no podían faltar purpurina, lentejuelas, bisutería, camisetas con mangas de murciélago, pantalones de satén ajustados, tejidos metálicos, extremos superacampanados [sic.], monos de ciencia ficción, botas de plataforma hasta las rodillas...” (Sims, 2014, p.88). También se destaca la incorporación de plumas, junto a estampados de leopardo, geométricos y rayados en momentos combinados entre sí.

Se puede decir que el estilo glam fue el encargado de quebrar con los estereotipos del hombre establecidos, con lo cual ha revolucionado la moda introduciendo la androginia inspirada en una estética futurista. El sistema de la moda adopta el estilo de la forma más comercial posible para lograr la aceptación social masiva del nuevo estilo, incorpora recursos, siluetas, tipologías y estampados de forma principal en la vestimenta femenina. Por este motivo el estilo glam se cree de relevancia ya que los mismos se van a utilizar como inspiración y se van a re-adaptar para desarrollar la colección que tiene como objetivo el PG.

Por otro lado hay que destacar que en la década del 70 se han generado ritmos bailables que han contribuido a la existencia cultural de las discotecas. Dentro de los ritmos bailables el más destacado es el género musical *disco*, el cual se encuentra influenciado en parte por el estilo *soul* y *funk*. Se destaca el inicio de la idea popular de *ir a bailar*, "...el ambiente sexual de la discoteca –llevado al extremo en antros de perdición como el célebre Studio 54 neoyorquino- incitó la aparición de lo que se dio en llamar específicamente ‘ropa disco’.” (Sims, 2014, p.90). Los jóvenes comienzan a frecuentar discotecas nocturnas en donde se reúnen para escuchar y bailar al son de la música disco. Este acontecimiento produjo que se popularice el estilo musical y se genere un estilo de moda referencial.

Una de las diferencias del disco con el resto de los géneros es que la música era realizada por personas adultas, se destacan bandas como los Bee Gees o Village People, hecho que en parte se puede mencionar como una discordia en el pensamiento de la cultura joven que buscaba separarse del ambiente de los adultos. En relación a la indumentaria este estilo se encargó de mostrar los excesos, fue un estilo recargado que se animó a lucir el cuerpo a través de materialidades como el *lurex*, la seda, la *lycra* y el cuero, las cuales resaltan los atributos del cuerpo al ser estrechas. Fue una moda dedicada pura y exclusivamente para las discotecas, en donde los jóvenes se producían para concurrir a las mismas, utilizando prendas sensuales y atractivas como mallas ajustadas al cuerpo, tops y mini shorts que dejaban ver piel, pantalones estrechos y monos enterizos que

resaltaban el cuerpo. Sims argumenta que la vestimenta "...de las mujeres, incluía *tops* de licra ajustados, pantalones sexis y telas transparentes para resaltar las formas del cuerpo, así como monos *catsuit* y 'pantalones disco', sobre todo de tejidos sintéticos de colores..." (2014, p.90). Las materialidades y tipologías utilizadas por esta tribu urbana y el estilo sobrecargado se creen relevantes para el desarrollo de la colección a presentar; cómo así también la superficialidad y frivolidad del verse bien a diferencia de las tribus descriptas anteriormente las cuales presentan profundización de conceptos y valores.

Los géneros musicales y los estilos de las tribus urbanas mencionados son una pequeña referencia a la amplia e infinita gama de estilos musicales y tribus nacidos y popularizados en la década del 70. La información es muy amplia debido a que se han ido extendiendo y fusionando en diferentes ramas musicales e incluso se siguen extendiendo en la actualidad. A través de las tribus destacadas se espera poder situar el momento cultural vivido en la década elegida y a partir de allí poder mencionar la relación de los estilos de la década del 70 mencionados con los estilos urbanos de la actualidad, lo cual se podrá ver en el siguiente subcapítulo.

3.2 Estilos de moda de los 70 en la actualidad

Como se ha mencionado en el subcapítulo anterior, las tribus urbanas se encuentran reflejadas por vestimentas en particular que las identifican y al mismo tiempo funcionan como forma de distinción de las mismas dentro de la sociedad. Además brindan un sentido de pertenencia debido a que cada estilo va a ser reconocido por la sociedad como perteneciente de cada grupo determinado de forma automática. A través de esto se pueden resaltar distintas tendencias que han marcado la época y funcionan como referencia estética en la actualidad para los diseñadores al momento de presentar las colecciones de cada temporada. A lo largo del tiempo los estilos han mutado y se han adaptado a los cambios sociales, debido a que son utilizados por los integrantes de la sociedad como una forma de expresión y representación personal. El sistema de la moda se ha nutrido de

dichos estilos urbanos, a través de los cuales se han creado tendencias cíclicas que se reinventan de manera constante dentro del sistema de la moda. Si se toma a los hippies, los punks, el disco y el glam se puede mencionar que son tribus que en parte se han disuadido, pero sus estilos han logrado ser perdurables en el tiempo y reinventarse asiduamente. Se los puede ver convivir en distintas temporadas de moda y fusionarse en los looks urbanos generados por los ciudadanos de forma diaria. Lo cual refleja como las tendencias y los estilos se resignifican década tras década, generando que el sistema de la moda sea cíclico.

Se logra apreciar e incorporar a la industria de la moda gracias al *coolhaunting* nuevas tendencias adaptadas a través de la captación de outfits innovadores, generados por integrantes de la sociedad que combinan prendas de diferentes estilos con la finalidad de expresarse y distinguirse. Es decir que por medio del coolhaunting se hace una investigación sobre el *Street Style* para poder diferenciar los patrones de vestimenta que se repiten en las distintas ciudades y de este modo adelantarse a las nuevas tendencias. Gracias a dicho proceso las marcas de indumentaria pueden hacer un análisis de los estilos en auge, cuales son los que tienen mejor aceptación por los usuarios, que combinaciones son persistentes, que prendas o estilos han aburrido y por eso se han dejado de usar, o buscan reinventarse. A través de ese relevamiento se logra captar las microtendencias que dictan lo que se va a ver en las pasarelas en la siguiente temporada.

Se puede destacar que en la industria actual se encuentran vigentes tipologías, textiles, estampados, accesorios, maquillajes y peinados de las tribus urbanas destacadas. Los mismos se presentan re-significados, es decir que se aprecian tipologías de los 70 confeccionadas con diferentes materialidades a las cuales se presentaron en dicho momento, lo mismo sucede con los textiles los cuales son adaptados a otras tipologías que trasladan a las prendas a la actualidad. En caso de aparecer la misma tipología con la misma materialidad es posible que se encuentre combinada con algún accesorio o peinado u otra prenda que lo contextualice en el sistema de la moda actual.

Recapitulando los estilos de indumentaria de las tribus urbanas destacadas se resignifican y se incluyen como inspiración de cada ciclo de moda, en algunas se destaca más un estilo que otro pero de todas formas coexisten y se complementan. Se pierde de cierto modo la relevancia que han presentado las tribus urbanas en los años 70, para dar paso a looks superficiales en donde se readaptan estilos pero sin un concepto de fondo revelador, se transformaron en corrientes estéticas históricas.

Los estilos al ser resignificados aparecen en la sociedad acompañados de otros conceptos. Por ejemplo se puede destacar la fusión del estilo hippie con una impronta de lujo, de esta forma se genera el denominado *hippie chic*, el cual se va a detallar más adelante en el presente trabajo. También se lo puede ver en tendencias actuales a través de tipologías como el pantalón pata de elefante que se puede encontrar adaptado en diferentes materialidades. En las últimas temporadas de la moda nacional se destacó en *lycra* presentándose con colores estridentes y estampados llamativos, textil que se encuentra en auge en este momento y no es casualidad que sus comienzos hayan sido en los 70. Además en las marcas reconocidas de Argentina se puede ver en la temporada primavera/verano 2016-2017 la misma tipología representada en denim, reflejando una fuerte conexión con la década analizada. Otra prenda que se puede nombrar gracias a su adaptación morfológica es el *crop top*, el cual se comercializa en algodón o en lycra en ocasiones lisos y en otras estampados. También se adaptan técnicas utilizadas por la tribu urbana como el tejido al crochet o con la técnica del macramé, el cual se destaca de forma específica en bikinis las cuales se combinan y fusionan en looks diarios. Los maxi-vestidos con largos modulares hasta el piso son otra tipología destacada de la tribu urbana que sigue en vigencia, en este caso se los va a encontrar con estampados floreados, o con arabescos, en ocasiones ambos combinados, o de lo contrario lisos en color negro o gris. Los accesorios como las gafas de sol con marco redondeado y vidrio espejado son otra tendencia traída del grupo hippie que tiene su lugar en el presente.

Por otra parte se pueden destacar tendencias de la tribu urbana de los punks que en ocasiones aparecen en compañía de prendas de tipologías militares. Por ejemplo se muestran parkas con diferentes largos modulares, en situaciones hasta la cadera y en otras hasta las rodillas. Para las temporadas de verano se detallan confeccionadas en gabardinas y para las temporadas de invierno con distintos tipos de pieles por dentro para cumplir la función de abrigo, por lo general se las puede ver en color verde o azul oscurecido y se utilizan combinadas con pantalones pitillo confeccionados en denim o con leggings realizadas en lycra. También la cazadora de cuero negro es un clásico que se traslada a lo largo de las temporadas, la misma aparece con cierre cruzado, con cuello solapa o cuello mao, y a veces con tachas de metal incrustadas.

Se puede ver el estilo punk con una fuerte bajada de línea, en donde se puede apreciar la impronta del mismo en cada prenda y se consigue comercializar de forma masiva. Otro ítem a destacar relacionado con la tribu urbana nombrada que tuvo su auge nuevamente en los últimos años es la aparición de cabelleras con tintes saturados como azules, verdes, rosas o violetas. También se incorpora la influencia del grupo en accesorios como carteras, collares, anillos e incluso en zapatos manipulados con tachas de metal o elementos similares que se readaptan del punk.

Por otra parte de forma notoria se destacan tipologías morfológicas del disco y del glam como por ejemplo el mono enterizo largo y corto confeccionado en general con lycra, los escotes en v pronunciados que aparecen tanto en los enterizos como en vestidos confeccionados con géneros metalizados o con paillettes. Se destaca también la manga murciélago, los *body's* y el escote halter que son característicos de las tribus mencionadas. Para finalizar se menciona que todas las tendencias destacadas se reinventan, se manipulan, se combinan y se desarrollan de forma constante en la industria de la moda. Se cree que son referencias estéticas históricas que van a seguir presente a lo largo del tiempo gracias a que el sistema de la moda es cíclico y siempre se está resignificando.

Puede que aparezcan nuevas ideas, estilos, y conceptos pero las referencias de las tribus urbanas de la década del 70 han marcado un antes y un después, a partir del cual la diversificación del aspecto sociocultural en diferentes ramas dejó su marca de forma notoria y permite que los estilos destacados funcionen como influencia en la moda actual. Este concepto se va a encontrar expresado en el subcapítulo siguiente en dónde se detalla cómo la marca Rapsodia adopta los estilos y tendencias mencionadas para trabajar en el diseño de sus prendas.

3.3 Estilos de los años 70 adoptados por la marca Rapsodia

Como se ha mencionado en el capítulo dos se puede destacar a partir de una sociedad estadounidense consumista, en parte gracias a la producción en serie, y con énfasis en el aspecto cultural donde se le da importancia a la moda, a la música y al género cinematográfico, una variedad de personajes que se han convertido en referentes para los jóvenes del momento inspirándolos y contribuyendo en la personalidad y formas de expresión de los mismos. Se resalta que a fines de los años 60 y comienzos de los 70 las bandas emblemáticas, como por ejemplo *Los Beatles* o *Los Rolling Stones*, solían realizar viajes por los diferentes países y continentes expresando su música. La tribu urbana de los hippies se dedicó también a seguir a sus referentes y al mismo tiempo aventurarse en viajes alrededor del mundo. De este modo a medida que se trasladaban iban incorporando a su vestimenta prendas de los lugares recorridos, así cada vez que iban a un lugar distinto se encargaban de inculcar información de una cultura en otra por medio de la indumentaria.

Worsley resalta:

Los *hippies* volvían de sus aventuras orientales con chalecos bordados, abrigos afganos, caftanes y blusas gitanas. Se paseaban con amplias faldas de colores vivos y las prendas vaporosas y superpuestas que se llevaban en los climas cálidos. Los diseñadores tomaban nota e, incorporando estilos globales de otras culturas, desarrollaron una estética *hippie* de lujo. (2011, p.37)

La estética del hippie de lujo o denominada en la actualidad como el *hippie chic*, es un estilo que opta por la influencia de la tribu urbana hippie adaptada a un consumidor de

clase media o media-alta, fusionando los conceptos bohemios de la tribu con el lujo y la ostentación para generar una estética sofisticada pero sin dejar de tener la impronta hindú característica del mismo. El estilo mencionado se destaca por ser utilizado como espíritu de marca de Rapsodia, que es la empresa escogida para trabajar en el presente PG, la cual se va a analizar en el capítulo 4. De este modo la marca genera un estilo que la va a representar dentro de la segmentación específica de mercado a la cual apunta.

A Rapsodia se la puede identificar como una firma argentina que introduce el estilo hippie chic, con influencias en la cultura India y en los referentes culturales popularizados en la década del 70, dentro de la industria de la moda nacional. Se escoge a la marca debido a que presenta en el diseño de sus prendas una influencia musical notoria que se inspira en el género del rock junto a una impronta de la década del 70, lo cual se puede fundamentar en base a las colecciones presentadas por la marca y a través de un estudio de campo efectuado sobre la misma el cual se encuentra en el Cuerpo C del proyecto.

A través de esto Rapsodia busca representar un estilo definido que perdure en el tiempo, no solo una moda, de lo contrario desea representar un estilo de vida que acompañe a su usuario potencial. Se define de este modo que la esencia de la marca se encuentra regida de forma principal por un espíritu bohemio aportado por la influencia cultural hindú y además por la estética captada de las bandas musicales de los 70. Asimismo se inculcan tendencias de las tribus urbanas denominadas hippie y punk, las cuales se fusionan en busca de generar un estilo único. Es por este motivo que la firma no adapta una temática en particular, de lo contrario se inspira en el género del rock y del pop adoptando aires de libertad y de revolución desarrollando prendas diferentes a las de la competencia. Del mismo modo se pueden apreciar influencias en el *glam* y en el *disco* en la utilización de tipologías y materialidades, como también en el uso de estampados y bordados que se destacaron en la vestimenta de los mismos, como por ejemplo el *animal print*, la incrustación de piedras, y los bordados con lentejuelas.

Una vez mencionado el espíritu y estilo de marca definido, se destaca que como toda marca de moda debe adaptar las tendencias que surgen cada temporada dentro de sus colecciones para poder generar prendas que puedan competir en el mercado. De este modo Rapsodia se encarga de generar un vestuario desestructurado, bohemio e innovador en el cual se pueda ver la importante influencia de las bandas musicales referentes y los estilos de las tribus urbanas mencionadas junto a las referencias estéticas de la India y las tendencias actuales. En relación a la estética hindú adoptada por los hippies se menciona que “La ropa era generalmente suelta, de telas livianas como sedas, gasas y bambulas: blusas anchas, pantalones llamados ‘Oxford’, también conocidos como ‘de patas de elefante’, de tiro alto; faldas largas hasta los tobillos, con vuelo y recortes, estampadas...” (Caffarelli, 2008, p.64). Rapsodia adapta dichas tipologías, materialidades y recursos al momento de diseñar.

También opta por la utilización de la técnica *patchwork*, que se destaca por la confección de un género a partir de diferentes parches de tela, la cual los jóvenes utilizan para construir sus propias prendas artesanalmente en busca de personalizarlas y hacerlas propias. Esto es incorporado por la marca para trabajar en sus colecciones, sobre todo a través de la utilización de textiles importados de la India. Además se trabaja la aplicación de bordados con diferentes tipos de hilos sobre las prendas representando figuras de flores y elementos decorativos de la cultura hindú que aparecen labrados sobre los géneros, manipulándolos de este modo para representar prendas distintivas. En compañía se puede encontrar la incrustación de piedras o lentejuelas que funcionan como ornamentación por ejemplo de vestidos, blusas, y chaquetas; lo cual se puede apreciar en los paneles referenciales de la colección otoño/invierno 2017 de la marca analizada e incorporada al Cuerpo C.

Otro ítem a enfatizar que tuvo su momento culminante en la década del 70 y es adaptado por Rapsodia, es el pantalón de jean. Es un producto generado originalmente como prenda de trabajo por su resistencia y practicidad, que luego se instala de forma masiva y es utilizado por ambos sexos. Se presenta como una prenda cómoda y de uso diario para toda

ocasión. Se utiliza en diferentes formatos como por ejemplo con un corte clásico, ceñido al cuerpo o con pata de elefante, entre otros. Al mismo tiempo el denim también se encuentra presente en otras tipologías como shorts, camisas, chalecos y camperas.

De forma definitiva se declara que el género, sobre todo utilizado para la confección del pantalón, tuvo sus indicios en Estados Unidos y ha logrado instaurarse y expandirse de forma internacional para transformarse en uno de los textiles más popularizados en la moda actual. Se fundamenta a través de Yonnet que el pantalón de jean es la prenda que "...atestigua la extraordinaria seducción que ejerce el estilo de vida norteamericano, la fascinación que despierta su mito y sobre todo atestigua la progresiva constitución de la juventud como clave internacional a partir de mediados de la década de 1950."(1988, p.232)

La manifestación de dicha tendencia es trabajada por Rapsodia a través de la inclusión del denim como un textil principal, al cual se dedica una línea exclusiva dentro de cada colección. En los inicios de la marca se resalta el pantalón de jean como la prenda *it* de sus colecciones, incorporando en los bolsillos traseros de cada modelo lanzado el logo de la marca bordado en hilo dorado, hecho representativo de la misma.

Por otro lado se destaca de la tribu urbana punk la incorporación de materialidades como el cuero, utilizado de forma principal para la confección de chaquetas y cazadoras que son otras de las tipologías vitales de cada colección de la marca. Se logra inculcar cierto espíritu inspirado en esta tribu de forma delicada para fusionarlo con lo hindú y lo representado por lo estimulado a través de los hippies.

Como desenlace se define que los acontecimientos descritos en el presente sub-capítulo declaran la impronta e incorporación de temáticas producidas a partir de las tribus urbanas de los años 70 en un estilo diferencial que se encuentra acompañado de cierta influencia hindú. Rapsodia logra fusionar los conceptos de forma concreta y clara, lo cual le permite trabajar con una estética marcada que resulta útil como diferenciación y ventaja dentro del mercado. La misma ha logrado generar un espíritu de marca inalterable que se traslada

temporada tras temporada en todas las secciones propuestas por la empresa. Suceso que produce en el usuario potencial un fácil reconocimiento y asociación de la marca, lo cual permite obtener una imagen dentro de la mente del consumidor que va a ser una de las ventajas competitivas de la compañía.

Ya detallado el espíritu y estilo definido de Rapsodia se presentará en el siguiente capítulo sus orígenes, usuario potencial y las estrategias que propone la marca para poder expandirse y ser una de las firmas más importantes de la industria nacional.

Capítulo 4. Análisis de la marca Rapsodia

4.1 Rapsodia y sus orígenes

Cómo se menciona en el sitio web de la marca *Rapsodia Inside* la firma es creada en el año 1999 por Sol Acuña y Josefina Helguera, con el soporte económico de Francisco de Narvaéz. Quiénes han encontrado una oportunidad de mercado para introducir el proyecto en una industria de la moda argentina en la cual el estilo bohemio de *Rapsodia* no se encontraba en tendencia. Los autores Saviolo y Testa argumentan que "...un mismo estilo, en una circunstancia de vida concreta o en una temporada más que en la siguiente, pueden comunicar algo completamente distinto respecto a las tendencias existentes en un momento determinado." (2007, p.37). Con este concepto se cree que el éxito de la marca se encuentra relacionado con haber introducido un estilo distinto a los que estaban establecidos en dicho momento en el segmento del mercado en el cual se incorporó la misma. Se destaca a la marca por fusionar y combinar diferentes culturas y estilos en un estilo único el cual se traslada como esencia de marca acompañado de un espíritu libre y aventurero, cómo se describe en el capítulo 3 del presente PG. Dichos conceptos se pueden apreciar, a través de una observación realizada por la autora a lo largo de las colecciones presentadas por la firma desde sus comienzos hasta la actualidad; tanto en las tipologías y materialidades utilizadas como así también en la estética de las mismas la cual es adaptada en todo lo que concierne a la marca como tiendas, redes sociales, página web, hasta incluso en el *packaging*. Se considera que la empresa supo identificar al cliente potencial, generar una imagen de marca, encontrar la locación acorde, lograr la ambientación adecuada para su target, entre otras cuestiones necesarias para introducirse y establecerse en el segmento del mercado escogido respetando una misma imagen y concepto. Creando de este modo una identidad de marca que la diferencia de la competencia y le permite al usuario identificarse. Es relevante mencionar que obtuvo ventaja con la imagen lograda la cual fue y es acompañada por el concepto del *universo Rapsodia*. "La marca se ve impulsada a comunicar no sólo un producto, sino un mundo de

referencia, el estilo de vida implícito en el producto...” (Saviolo y Testa, 2007, p.295). Es por eso que se ha introducido a la marca pensando en su usuario, lo cual le ha permitido a Rapsodia representarlo por medio de la esencia transmitida y al mismo tiempo generar una fusión entre un estilo bohemio y la idea de un estilo de vida, brindado el confort necesario a su usuario para que el mismo se sienta identificado y consuma la marca. Las fundadoras de la empresa resaltan en una entrevista realizada por Ylarri (2013) como comenzó su plan de negocio a través de un cuaderno al cual denominaron el *libro violeta*, el cual se integró por diez páginas en dónde describieron a su target, cómo iban a posicionarse y hasta la proyección de su primer tienda la cual se ubicó en el barrio Las Cañitas en Buenos Aires; la misma se presentó como un ambiente cálido y hogareño dónde el consumidor logró sentirse cómodo.

Rapsodia desde el momento en el que se creó logró definir los objetivos que pretendía alcanzar como empresa de moda; se puntualiza en el desarrollo de un estilo referencial y una imagen de marca que brinda identidad a la firma atrayendo al consumidor a adquirir no solo prendas que lo identifiquen, sino que también lo invita a consumir el *universo Rapsodia*, el cual se profundizará en el apartado 4.2 del presente trabajo.

Por otro lado se destaca que el estilo bohemio de Rapsodia mencionado, de forma principal se encuentra influenciado por la cultura India que funciona como eje principal del espíritu de la marca, lo cual se refleja en tipologías y en textiles estampados y bordados que la misma usa para confeccionar los productos. Se argumenta que “Rapsodia fabrica mitad de su mercadería en el exterior, principalmente China y la India, y el resto en el país, pero con mayoría de materia prima traída de afuera. Las prendas tienen una impronta oriental muy fuerte” (Diamante, 2016). Se opina que a pesar de utilizar materialidades de excelencia con una impronta tan marcada, la confección de las prendas disminuye la calidad del producto final. Motivo por el cual se puede mencionar que el fuerte de cada colección se encuentra dado por la importación de textiles como algodones o sedas distintivos. Rapsodia trae los

textiles, los fusiona y logra mantener su esencia adaptándolos a una colección rentable en el mercado nacional.

4.2 Target, objetivos y competencia

Desde el origen de Rapsodia se presenta un personaje ficticio creado por las diseñadoras como cliente potencial al cual se ha denominado *Azucena*. Sol Acuña y Josefina Helguera, las creadoras de la marca, definen al target *Azucena* como "...una mujer libre, segura de sí misma, que le gusta experimentar y portar lo último en moda, pero siempre en colores y textiles alegres y atractivos." (Vela, 2010). Además se contempla que es una mujer que no posee límites de edad, tiene un espíritu libre, aventurero y se anima a ser ella misma sin temores. Es autónoma, independiente, se encuentra en constante movimiento, siempre está en busca de nuevas tendencias, viaja por el mundo, conoce diferentes culturas, ama la música y es influenciada por ella; dichos conceptos y valores se encuentran representados en un panel de usuario de autoría propia de la diseñadora el cuál se incorpora en el Cuerpo C del PG.

A partir del usuario mencionado se crea el universo imaginario de Rapsodia, dicho concepto plantea brindar no solo prendas sino un estilo de vida con el cual el cliente se sienta identificado, de esta forma la marca genera su identidad propia y una estrategia en la cual busca ofrecer más que solo un producto. Pretende conectar con su consumidor y establecer un vínculo personal, el cual se encuentra destinado a crear fidelidad entre Rapsodia y su cliente. A través de un estudio de campo efectuado por medio de un análisis FODA de la marca y un marketing mix, los cuales también se incluyen en el Cuerpo C, se considera que la imagen e identidad lograda es una fortaleza para la empresa debido a que ayudó a lograr un fuerte posicionamiento en la segmentación escogida y se integró en la mente del consumidor con alto reconocimiento en el mercado.

Para complementar se debe continuar con el concepto del universo Rapsodia para afianzar la imagen e identidad de marca en cada local de la misma, a través de visitas realizadas a

diferentes tiendas ubicadas en la ciudad de Buenos Aires se puede destacar que en primera instancia se presentan las fachadas pintadas en color verde con el logo de la firma representado en dorado, colores representativos de la empresa. Se encuentran ambientadas de tal forma que le permiten al usuario sentirse cómodo y libre como si estuviera en su propio hogar, por ejemplo presentan estanterías de estilo *vintage* donde se encuentran exhibidos los accesorios que comercializa la marca cómo también percheros en la mayor parte del espacio físico de la tienda, simulando un gran vestidor femenino, los probadores se presentan divididos por cortinas realizadas en textiles étnicos con largos desde el techo hasta el piso y se complementa con sillones; lámparas de techos y mesas respetando la estética hindú. La imagen es muy cuidada, desde la decoración hasta la actitud de las vendedoras, quienes deben ser invisibles hasta que la persona las solicite con alguna inquietud. La marca busca brindar a su usuario un estilo de vida definido y además incorporar al mercado prendas diferentes con un espíritu bohemio, alegre, artesanal y distintivo. Se sostiene:

El punto de venta ya no es sólo canal de distribución y meta final de la cadena textil, sino más bien el lugar donde se concreta la estrategia comercial de todo el sistema a partir de la fibra: se hace comunicación, se ofrecen productos, se propone un servicio y, sobre todo, se construye y se refuerza la relación de fidelización con la clientela. (Saviolo y Testa, 2007, p.78)

A partir de esta cita se argumenta que no es casual la estética e imagen brindada por la marca en sus locales, en sus redes sociales, es su página web y en todos los ámbitos en donde aparece. De lo contrario todos los medios y canales se encuentran conectados con la finalidad de generar una identidad de marca referencial, con la cual gracias a ella el consumidor adopte y reconozca a Rapsodia en el mercado.

A través del estilo, esencia e imagen como se ha mencionado Rapsodia busca diferenciarse en un mercado en el cual compite con múltiples marcas, algunas con estilos similares y otras diferentes. A partir de un relevamiento de información obtenido por medio del análisis de páginas web, redes sociales y locales, como así también gracias al estudio de campo efectuado, se detallan dentro de la competencia directa marcas como Kosiuko,

Benito Fernández, Bendito Pie, o India Style. Se pueden identificar las mismas como competencia directa debido a que abarcan el mismo target y poseen un estilo similar, trabajan mismas tipologías, mismas técnicas, hacen uso de la confección artesanal, del bordado, y del estampado en módulos parecidos. Además resignifican y se inspiran en la cultura India.

Kosiuko por su lado apunta al mismo target, sostiene un estilo con impronta en el género del rock y con cierta influencia bohemia. Dentro de las colecciones se destacan como prendas las realizadas en denim, la cual se puede apreciar una sección en su página web dedicada exclusivamente a las prendas realizadas en este textil. Se consideran como tipologías destacadas de cada temporada los pantalones en denim, además los mismos son acompañados por cantidad igualitaria de remeras. Incorporan una sección de cóctel en la cual se pueden distinguir prendas como minifaldas, vestidos y blusas en su mayoría bordadas con lentejuelas o canutillos. También cuentan con una sub-marca a la cual denominan *Herencia* dedicada a la indumentaria masculina.

Además genera el concepto de un estilo de vida e incluso incorpora la venta de accesorios. Los creadores de la marca lanzaron un emprendimiento el cual han incorporado para comercializar en los locales de la marca, el cual se denomina *casa chic* y contiene productos de decoración como almohadones, velas y aromas ambientales. En relación al canal de distribución contienen puntos de venta online a través del e-shop que se destaca en la página web. Junto a locales que se encuentran en Buenos Aires, en el resto del interior del país, y en el exterior en Paraguay, Bolivia y Uruguay. Además cuentan con locales outlets en los cuales se puede acceder a prendas de temporadas anteriores a valores accesibles para un usuario con menor poder adquisitivo.

Por otro lado Benito Fernández, compite de forma directa con su línea de Prêt à Porter la cual incluye prendas para uso diario en las cuáles se destacan estampados en colores saturados que combinan entre sí. Se encuentra vinculada por la influencia hindú que genera el estilo de la marca, la diferencia se encuentra en que la marca desarrolla de forma

principal el rubro Alta Costura con lo cual el usuario al que se dirige también va a ser diferente. La ubicación de las tiendas son acotadas, una de ellas se encuentra en el shopping Alcorta y la segunda en Palermo, además la marca presenta un shop online.

En cuanto a Bendito Pie e India Style se posicionan como competencia directa debido a su estilo inspirado en la cultura india, la diferencia en este caso es que utilizan la indumentaria como un complemento. En el caso de Bendito Pie el fuerte son los zapatos y en India Style collares, pulseras, bolsos, entre otros productos accesorios. Ambas marcas cuentan con diferentes formas de comercializar, Bendito Pie contiene venta online, se encuentra distribuida en Buenos Aires, en ciertos puntos en el interior del país y en el exterior en Chile, México y Paraguay. Por otro lado India Style se encuentra distribuida en toda la Argentina, no contiene venta online, vende de forma mayorista y también vende franquicias.

Por otro lado en la competencia indirecta se presentan Paula Cahen D'Anvers, Maria Cher, Akiabara, Jazmin Chebar, Cook, Wanama, y Las Pepas. Son marcas que reflejan el mismo target, la misma ideología de brindar un estilo de vida y hacer sentir cómodo al cliente, pero que representan estilos diferentes. Por lo general siempre se las va a encontrar ubicadas en lugares similares debido a que manejan el mismo canal de distribución.

Una vez distinguida la competencia se puede decir que es difícil lograr diferenciarse en un mercado nacional en el cual hay diversidad de marcas que conviven en el mismo circuito, sobre todo debido a la crisis económica que se encuentra transitando el país. Aun así Rapsodia logra ser una de las marcas relevantes y concurridas dentro del target segmentado, gracias a su trayectoria y su forma de mantener una imagen establecida en la mente del consumidor. Esto se puede ver reflejado en la distribución nacional e internacional, y en su facturación anual.

En una entrevista realizada a Diego Barbagallo, el CEO de Rapsodia, se sostiene que "...la marca fue consolidando una red comercial que hoy incluye 41 locales en la Argentina y otros 43 en el exterior, y que este año proyecta una facturación de US\$ 252 millones, de

los cuales el 55% proviene de sus ventas internacionales.” (Diamante, 2016). Además se destaca que la empresa va a debutar en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, Barbagallo citado en otra entrevista realizada plantea que “Por el tamaño de la empresa, es lógico que se termine un proceso de oferta pública para colocar deuda o acciones...” (El economista américa, 2016). Se puede mencionar que la facturación de la marca se encuentra relacionada con el cliente potencial, el cual se ha descrito de manera previa. El mismo se encuentra en una buena posición económica con lo cual no presenta inconvenientes de abonar los valores elevados de las prendas ofrecidas. Pero a través de un análisis de mercado se reflexiona que para que la marca sea rentable, Rapsodia tiene que apuntar a otros segmentos de mercado fuera del cliente potencial.

En consecuencia a partir del desarrollo de un estudio de campo realizado por la autora, se menciona que se producen nuevos *targets* que generan una grieta en la ideología planteada. Los sub-segmentos de mercado comienzan a aparecer en tiendas *outlets* a las cuales se denomina *Rapsodia Vintage*, allí se pueden encontrar prendas fuera de temporada a precios más accesibles aunque no dejan de apuntar a un cliente en una buena posición. En este caso el cliente a veces puede ser el usuario ficticio creado por las diseñadoras denominado Azucena, pero el usuario fuerte es una mujer que presenta el espíritu libre y audaz de la marca y se siente identificada con él, le gustan las prendas y desea formar parte del universo Rapsodia, el mismo presenta un poder adquisitivo inferior al del cliente frecuente y prefiere invertir su dinero de forma diferente, más racional aprovechando las rebajas, sin importar si la prenda que elige no es de la temporada vigente, la escoge porque le gusta y al adquirirla pasa a formar parte del universo Rapsodia.

Por otro lado estos dos tipos de *targets* se van a unificar en un tercer segmento del mercado: la venta online. Rapsodia presenta una página web con tienda online en la cual se pueden adquirir prendas de la temporada vigente junto a prendas de temporadas pasadas. En la web se encuentra una presentación de la campaña de la nueva temporada con sus distintas líneas de inspiraciones, se presenta una sub-página de moda con todos

las prendas de la colección, otra denominada denim en donde se incluyen los artículos realizados con dicho textil, además se destacan secciones para los accesorios, ropa íntima y *Rapsodia for girls* en donde se pueden encontrar prendas destinadas a niñas. Por último Rapsodia Vintage, como ya se ha mencionado, destaca prendas con rebajas por ser de temporadas anteriores.

El sitio representa el universo de la marca y abarca a todos los segmentos del mercado a los cuales apunta. De forma paralela se destaca un segmento clandestino en el cual circulan prendas discontinuas realizadas en denim que son vendidas a otro tipo de target. De esta forma Rapsodia es comercializada en showrooms o ventas informales produciendo una dualidad en la imagen de la marca. En este caso se quiebra el universo de Rapsodia permitiendo que el target se extienda a un cliente de clase media que busca prendas accesibles, sin importar si se encuentran al grito de la última tendencia o no. Se debe mencionar que la competencia como por ejemplo Wanama o Cook también forman parte de este segmento.

En relación a la ubicación de las tiendas, la marca cuenta con locales en Buenos Aires y en distintas provincias de Argentina: Chaco, Chubut, Córdoba, Mendoza, Neuquén, Salta, San Juan, Santa Fe y Tucumán. Además se extiende a otros países. Se encuentra en Chile, Colombia, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela. La empresa plantea introducir en las diferentes locaciones una marca de ropa que se adapte en los distintos ambientes al mismo target potencial. Pretende encontrar en cada rincón al usuario para poder vestirlo y hacerlo sentir cómodo, como en su hogar, brindándole un estilo de vida. Se sustenta:

El espíritu es el mismo, aunque tiene diferentes comportamientos, diferentes formas de vida. Y eso se ve en la ropa que elijen. Nuestra colección es la misma en toda la región, pero según el país se elije una u otra cosa. Es algo cultural, algo propio de cada país. La mujer argentina prefiere ropa tal vez un poco más ajustada, explota al máximo su físico, le da importancia a su imagen. Y en otros países tal vez son más relajadas y elijen vestirse con ropa más holgada. (Ylarri, 2013).

Con respecto al posicionamiento en el exterior se puede destacar a la empresa establecida en Chile como una marca de lujo, por ejemplo cuenta con un local en Parque Arauco en donde se encuentra escoltada por locales de las firmas Burberry, Louis Vuitton, Gucci,

Dolce & Gabbana, entre otras. Se le brinda cierto prestigio a diferencia de la marca en Argentina. Con la propuesta a presentar en el capítulo 5 del presente PG se espera poder cambiar el pensamiento del mercado hacia la marca en dicho sentido. Se busca elevar el valor de Rapsodia a una marca exclusiva, al mismo nivel que las firmas de diseñadores reconocidos, tal y como es vista en el país mencionado. En relación a los países en donde la marca logró expandirse y cuenta con distintas tiendas, se presentan las mismas colecciones de moda debido a que se apunta al mismo target. Pero como se ha explicitado se tiene en cuenta una leve adaptación cultural, para ello se escogen las prendas que se destacan como las más utilizadas en cada país, o que completan la necesidad de cada sociedad.

Además en la actualidad la empresa busca seguir creciendo y abarcar diferentes segmentos del mercado. En el mes Noviembre del año 2016, la marca lanzó una nueva línea, que se encontraba en proyección, a la cual se denomina *Rapsodia Home*. La sección se encuentra dedicada a objetos de decoración para el ambiente de cada cliente potencial. Se propone brindar al usuario potencial productos para su hogar que representen el espíritu bohemio de la marca, y de este modo lograr llegar al lugar personal de cada uno de ellos. Al comienzo solo se podían adquirir los objetos de la nueva línea en la tienda ubicada en Las Cañitas, destacando un proceso cuidado y paciente, para evaluar la aceptación de la línea en el mercado. Hoy en día la línea ya se ha expandido a todas las tiendas de la marca incluso se encuentra en la página web. Por medio de esta amplitud la marca refleja su propósito para el futuro de la empresa. El cual Diego Barbagallo destaca en la entrevista realizada por Diamante (2016) como el Plan 2020, en el cual se propone duplicar el tamaño de la compañía de acá a cinco años, y para ello debe sumar nuevas líneas de negocio dirigidas a nuevos segmentos del mercado, sin olvidarse de continuar con el desarrollo de la marca en el exterior.

Luego del análisis de marca y de mercado realizado se va a dar paso a una reflexión sobre el proceso que trabaja Rapsodia al momento de presentar una colección, con el cual se

busca entender el funcionamiento creativo de la empresa para poder presentar una propuesta rentable y distintiva que se pueda incluir en el plan de la marca.

4.3 Proceso creativo de Rapsodia y propuesta de colección

Como se expresa a lo largo del presente capítulo, la marca Rapsodia se inspira en la cultura India y en la década del 70 para componer el espíritu de la marca. A través de ello logra generar un estilo particular que a pesar de las tendencias cambiantes en las diferentes temporadas, perdura a lo largo del tiempo. Para poder permanecer en el mercado la marca debe realizar de forma constante en cada nueva colección un proceso creativo que acompañe al plan comercial de la misma. Según Saviolo y Testa "...la creatividad se define como el proceso a través del cual las nuevas ideas se generan, desarrollan y transforman en valor económico." (2007, p.43). De este modo se sostiene que el concepto del producto es primordial para el sustento de la marca en cada temporada, debido a que gracias a él se comienza a desarrollar una propuesta la cual se va a generar de forma física y se va a convertir en la ganancia de la empresa.

Para innovar en cada nueva colección el equipo de diseño de Rapsodia se debe ocupar de efectivizar el proceso creativo en busca de inspiración, nuevos textiles y tipologías para trabajar, proyectando de este modo las novedades que va a presentar la marca en cada temporada para atraer a su usuario. Parafraseando a los autores Saviolo y Testa (2007) se sustenta que la innovación vista desde el punto de vista de una empresa es el desarrollo y la difusión de nuevos productos que son los que van a ofrecerle al cliente lo que está buscando atrayéndolo por medio de la novedad e invitándolo a que consuma. Desde este punto de vista la creatividad se menciona como el punto inicial y el lugar donde se desarrolla el proceso de dicha innovación, y se convierte en instrumento dentro de una estrategia de mercado y de producto. Debido a esto es fundamental que se realice un proceso creativo que brinde a la marca ideas novedosas y atractivas para poder desarrollar productos que llamen la atención del cliente temporada tras temporada.

Para poder lograrlo Rapsodia recolecta inspiración en distintos lugares, culturas, géneros musicales y en lo artístico, re-adaptando nuevas ideas y generando conceptos para trabajar los cuales se re-adaptan al espíritu y estética de la misma.

En relación a los textiles desde el comienzo Rapsodia trabaja con materiales importados desde la India, hecho que en los últimos años fue una complicación debido a la situación de Argentina. Además la producción era fabricada en el exterior con lo cual el cierre a las importaciones fue una problemática a resolver,

“...llevó a la marca a avanzar con un proceso de integración vertical y la puesta en marcha de Punto Cruz, una fábrica textil propia que hoy cuenta con 150 empleados, produce 360.000 unidades al año y abastece a siete marcas, además de Rapsodia.” (Diamante, 2016).

La empresa se adaptó a los obstáculos establecidos por la situación del país y tuvo que comenzar a fabricar sus prendas en la Argentina, se ha tenido que crear en cierto modo con productos locales de inferior calidad a los cuales la marca se encontraba acostumbrada a trabajar. Este tipo de complicaciones se tienen en cuenta al momento de profundizar sobre el proceso de colección debido a que influyen en el resultado final de cada temporada.

Aparte de la adquisición de materialidades, las diseñadoras se encargan de realizar un relevamiento de tendencias a partir de los centros de moda europeos y estadounidenses, que reflejan las últimas tendencias dictadas por la moda urbana. A partir de dicho análisis la marca se inspira para planificar sus colecciones. Lo cual se refleja en la elección de tipologías, géneros textiles, y paleta de color que se muestran en prendas destacadas de marcas extranjeras, las cuales son adaptadas para que sean funcionales en el mercado nacional, y al mismo tiempo que sea acorde con el estilo de Rapsodia.

En ocasiones se puede mencionar una dualidad entre dicha inspiración y la imitación. Debido a la similitud del producto rector con el producto realizado, suceso que se suele frecuentar en el proceso creativo de Rapsodia y de marcas como las de la competencia. En el sistema de la moda tanto nacional como a nivel mundial, se encuentra en gran cantidad de ocasiones la dualidad mencionada. Se cree que forma parte de la industria de

la moda el hecho de inspirarse en trabajos de otros para realizar el propio, y que en ocasiones llevado por una estrategia comercial se termina dejando de lado el diseño de autor con el fin de priorizar la cantidad de ventas. Con lo cual comienza a aparecer en la mayoría de las marcas existentes, excepto en las de vanguardia, el plagio en la adaptación de prendas para incorporar determinadas tendencias a las colecciones. El proceso clave se encuentra en incorporar tipos de prendas determinadas al estilo de la marca y que se fusionen con el concepto planteado en cada temporada sin la necesidad de imitar lo ya existe.

Se puede decir que Rapsodia en su proceso creativo trabaja con un mix de tendencias con lo cual para ello se inspira, como se ha mencionado, en la cultura India. A veces se incluyen bordados o tratamientos de tribus aborígenes específicas en la colección que se fusionan con la influencia de las tendencias presentadas por marcas que se exhiben en las pasarelas de París y Nueva York, y que proponen un estilo similar al representado. En ocasiones también suele ocurrir la dualidad entre la inspiración y la imitación sobre la inspiración de los bordados. A través de esto se resalta como problema en el proceso creativo de Rapsodia la fácil adaptación de los elementos utilizados como inspiración en las prendas confeccionadas, lo cual genera un problema cuando las prendas o los detalles se consideran iguales a las tomados como rectores de inspiración. A través de esto se propone con el presente PG una propuesta distintiva en donde el estilo de la marca se vea reflejado en prendas con un proceso de elaboración distinto al cual se trabaja de forma normal en la marca y en el mercado argentino.

Rapsodia trabaja dentro del rubro Prêt à Porter, presentando un estilo urbano bohemio, sofisticado y elegante. Para poder crear utiliza textiles como seda, encaje, jackard y cotton voiled. Incorpora estampados y bordados étnicos, por ejemplo se suelen utilizar flores mexicanas que aparecen bordadas en chaquetas, junto a la incrustación de piedras y perlas que funcionan para generar la ornamentación característica de la marca. Además se destaca como punto fuerte en el proceso creativo la utilización de tipologías claves que

se repiten en todas las temporadas, como las chaquetas corte Dior con detalles bordados, las cazadoras de cuero, los vestidos vaporosos y etéreos en distintos largos modulares, las blusas con corte evasé, como así también se distingue el uso del denim como protagonista para la confección de los icónicos pantalones de la marca que se presentan ceñidos al cuerpo dedicados a resaltar la figura femenina, al mismo tiempo se detallan otros modelos con patas acampanadas desde la rodilla hasta los pies que reflejan la influencia de la década de los 70 mencionada a lo largo del proyecto. Confeccionadas con el mismo género se aprecian camperas y camisas, las cuales son minoría dentro de la colección pero se encuentran presentes.

A partir del relevamiento realizado se va a manipular el proceso creativo de la marca con la finalidad de presentar una colección cápsula para la temporada otoño/invierno 2017. La cual va a estar incluida en el rubro Alta Costura y recreará el estilo hindú moderno en vestidos de fiesta. Para ello se tomarán las tipologías, textiles y técnicas trabajadas por la marca en conjunto con un relevamiento de microtendencias internacionales, las cuales se re adaptaran para generar la propuesta establecida. Se propone brindar al usuario una opción diferente a lo que se encuentra acostumbrada a comprar. Se pretende que la colección sea de fácil acceso y esté disponible en todas las tiendas de la marca, incluso en el sitio online. La misma será integrada por prendas confeccionadas artesanalmente de forma exclusiva que se pueden realizar a medida para cada cliente. Se continúa con el estilo bohemio y sofisticado planteado por la marca acompañado de la comodidad que se le busca brindar al cliente, pero trabajado desde el rubro de la Alta Costura. En el último capítulo del presente PG a desarrollar a continuación se presentará la idea de colección cápsula y su proceso de desarrollo para lograr introducirse dentro de la marca seleccionada y alcanzar los objetivos propuestos al comienzo de este trabajo.

Capítulo 5. Propuesta de colección cápsula: *Paradox*

5.1 Concepto y desarrollo de propuesta para la marca Rapsodia

Antes de comenzar a describir el concepto que se va a utilizar como inspiración de la colección cápsula a desarrollar en este trabajo, se mencionan elementos a tener en cuenta al momento de desplegar el proceso creativo, el mismo se encarga de representar el paso a paso del desarrollo del diseño, es dónde se efectúan las decisiones desde el concepto, temáticas, líneas hasta materialidades, avíos, tipologías, siluetas y recursos a utilizar.

Según Seivewright (2011) los elementos de diseño a tener en cuenta se definen como la silueta, la proporción y la línea, la función, los detalles, el color, el tejido, los estampados y bordados, las referencias históricas, las tendencias contemporáneas, el mercado, niveles y géneros en moda. Los componentes nombrados se destacan a través de un concepto determinado, que es el encargado de determinar la dirección estética de cada elemento, es el que va a ordenar y estructurar el proceso creativo. Sin un concepto definido la colección carece de innovación y se desdibuja transformándose en una copia de microtendencias, que son como ya se ha expresado en el capítulo 1 los recursos que se van a proyectar en cada temporada de moda y surgen a través de un análisis de la misma. Es decir que para poder desarrollar un plan de colección se debe presentar una idea con sustento, que permita formar una estética y una estructura a trabajar.

Para lograrlo en este trabajo se van a presentar tres corrientes diferentes que se fusionarán en un concepto único, el cual servirá como inspiración para generar la colección cápsula que se propone como objetivo principal del presente PG, y además permitirá formar la estructura y estética deseada. El concepto enunciado se va a denominar *Paradox: contradicciones encontradas*, a causa de que la palabra Paradox se traduce en español como Paradoja se escoge la misma para titular la colección a modo de representar el concepto a trabajar el cual se crea a partir de temáticas opuestas. Las temáticas se encuentran inspiradas en la década del '70 estadounidense, en su sociedad y en el reflejo de sus características en el sistema de la moda. En busca de representarlas se presentan

tres *mood-boards* en el Cuerpo C artístico de este apartado que esperan detallar la inclusión de las corrientes elegidas, sus distintas ideologías y como se logran conectar a pesar de sus diferencias. Buscan complementar de forma visual las temáticas mencionadas, los mismos se encuentran originados a través de la edición de un grupo de imágenes seleccionadas, que han sido modificadas y readaptadas para formular una sola imagen en formato de collage por medio de programas de edición fotográfica. Son los que funcionan como rectores de ideas, a partir de los cuales surgen los recursos a utilizar, donde se define la paleta de color, los géneros y diferentes tipologías. “Se pueden definir como las portadas de la colección porque cuentan la historia de la investigación mediante una selección de sus elementos. Su propio nombre sugiere lo que intentan llevar a cabo: crear una atmósfera, contar una historia y explorar un concepto.” (Seivewright, 2011, p.1). A través de dichos paneles se muestra la estética que se quiere trabajar junto a los conceptos readaptados de la sociedad estadounidense de los años 70.

A partir del relevamiento sociocultural de la década seleccionada desarrollado en el Capítulo 2 de este trabajo, como medio de entender el recorte acotado para resolver la problemática planteada y sostenida a lo largo de todo el proyecto, se toman distintas temáticas que se creen relevantes y se las adapta para trabajar como concepto de la colección cápsula a presentar. De este modo se escoge la vida, el consumo y la muerte como tópicos contradictorios a complementar. Cada uno de ellos representa una serie dentro de la colección que se puede apreciar como parte uno, dos y tres en la bitácora que integra el Cuerpo C artístico del proyecto.

La parte uno se denomina *Life* y se encuentra inspirada por la tribu urbana denominada los hippies, recordando la descripción efectuada en el capítulo 2 se menciona que a través de la misma se obtienen valores a representar como la libertad, el amor, el desapego y la paz. Se sostiene una fuerte conexión con lo naturaleza, con un espíritu alegre y esperanzado de un futuro prometedor. Se representa el pensamiento de que al estar conectado con la naturaleza el individuo está conectado con su propio ser, se produce un conocimiento

personal de cierto nivel el cual permite que encuentre su paz interior, sea feliz y logre disfrutar de cada momento sin tener preocupaciones. De cierto modo expresa rebeldía y coraje, a causa de que se expresa de forma libre, mostrándose tal y como es. El ser no tiene nada que ocultar, hace caso omiso de los prejuicios sociales que se puedan presentar. Se encuentra en estado de armonía lo que le permite ser sin pensar en la mirada del otro. Comparte, se expresa y demuestra sus emociones sin miedo, es transparente. Esta temática busca reflejar dichos valores, representando en la parte uno de la colección cápsula los conceptos felicidad, valentía, pureza y armonía.

En la segunda parte titulada *Lose* se expresa como tópico la sociedad inducida lentamente en un universo en donde el consumo comienza poco a poco a convertirse en un todo. La sensación de deseo sumerge al individuo en un círculo vicioso en donde su mente lo invita de manera constante a adquirir objetos para satisfacerse y sentir placer. Engaña al individuo y lo aleja de sí mismo. Esta línea temática se encuentra inspirada en un principio por la música disco y sus aficionados, como así también por el glam y sus representantes. Quiénes en los años 70 se han dejado llevar por los excesos y las excentricidades.

Se adquiere una postura libre y de disfrute pero a diferencia de la primera serie, se encuentra causada por el consumo masivo. El individuo se desconecta de la naturaleza y se comienza a alejar de su interior, se transforma y está dispuesto a consumir lo que le brinda el sistema. Con esta ideología se representa como el ser comienza a olvidarse, a perderse de sí mismo por dejarse llevar, por consumir, por caer en la sensación de deseo la cual nunca va a lograr satisfacer a causa de que está intentando llenar sus vacíos emocionales con objetos materiales que carecen de un sentido, que no son realmente lo que a la persona le está faltando. Se genera una definición de necesidad en donde el individuo cree que necesita poseer todo elemento introducido al mercado. Se plantea la idea de adquirir un objeto por necesidad, cuando en realidad lo que se expresa es su necesidad por consumir, el individuo se ciega ante un sistema social regido por el marketing estipulado por las empresas que necesitan promover el consumo para poder subsistir. Se

puede presentar como ejemplo la cantidad de personas que atraen los eventos de lanzamiento de productos tecnológicos, como los encabezados por la compañía *Apple Inc.* para cada producto nuevo que inducen a la venta; cada evento acumula gran cantidad de personas que espera poder adquirir la novedad, ser el primero en obtener el nuevo producto para presentarse en la sociedad como un seguidor de la tecnología, para demostrar que está a la moda. Lo mismo sucede con cada nueva colección de indumentaria o con cada película promovida por la industria cinematográfica. El sistema social se ocupa de vender, y la sociedad se dispone a comprar.

A partir de esto se genera el concepto de la parte dos de la colección en donde se presenta al individuo sobrecargado, asfixiado, sumergido en un universo en donde no sabe quién es, se plantea que el ser comienza a violentarse y busca volver a conectarse con su yo interior pero no puede hacerlo debido a la sociedad en la cual se encuentra establecido. De esta forma la libertad y vitalidad mencionada en el primer tópico se suprime inconscientemente para formar parte de una comunidad en el cual el individuo se encuentra encadenado al hecho de consumir, se presenta ahogado por una sociedad que lo obliga a pertenecer a través de la adquisición de productos, lo introduce en un círculo vicioso de consumo. El individuo para pertenecer a la sociedad consume, se conecta con un mundo despojado de la naturaleza y de la liberación emitida por el pensamiento anti-consumista. Como desenlace en la última línea llamada *Gone* que conforma la parte número tres de la colección cápsula, se refleja la pérdida de la esperanza, se entra en un proceso acelerado en el cual el individuo nunca está satisfecho. Se distorsiona la realidad, abarcando hábitos superficiales que se encuentran acompañados por una sensación de pérdida y frustración. En dónde el ser ya no busca dar pelea, de lo contrario se rinde y se deja morir. Deja entrar a la oscuridad y pierde conexión total con él mismo. La inspiración de esta temática se encuentra establecida por la tribu urbana de los punks, quienes han establecido valores opuestos a los de los hippies, cansados de esperar un futuro mejor se sumergen en un presente decadente en donde no encuentran un lugar y se sienten perdidos, pero no les

concierno, sino que abrazan lo oscuro y lo invitan a entrar, desconectándose, aislándose, desintegrándose, muriendo por dentro, dejando de ser.

Las tres series destacadas se encuentran establecidas como se ha mencionado por tres ideologías opuestas entre sí, que han logrado unificarse y funcionar como un concepto consistente. Son las que dan inicio al proceso creativo de la colección cápsula, dicho proceso como se ha descrito es el paso a paso de las acciones que realiza cada diseñador para desarrollar sus prendas, es la representación de la búsqueda de inspiración, del análisis, del plan de diseño y el que ayuda a efectuar decisiones creativas y estratégicas para poder trabajar y desarrollar una colección acorde a la marca, el concepto y el tiempo-lugar donde va a ser presentada. A partir de esto se menciona que la colección cápsula a presentar en el presente proyecto se integra por diez prendas del rubro Alta Costura. Los looks se representan en diferentes figurines, que están acompañados por sus geométrales y fichas técnicas correspondientes; los cuales se van a encontrar expresados en la bitácora del Cuerpo C artístico. En la misma se puede ver el proceso creativo de forma compleja, se fusiona inspiración, microtendencias, con paleta de color, géneros, tipologías y el resultado final: la colección. Además se incorpora un prototipo de una de las prendas diseñadas como muestra material y representación física de la propuesta generada.

Una vez realizada la recopilación de información, de haber reflexionado sobre ella y establecido el proceso creativo en busca de resolver la pregunta problema establecida, de cómo adaptar la moda urbana a una colección de Alta Costura, se propone la presentación de la colección como lanzamiento de una nueva sección de la marca seleccionada a la cual se denominada *Rapsodia Atelier*. Acompañando el plan 2020 designado por la empresa, mencionado en el Capítulo 4, la línea pretende expandir la marca a otros segmentos del mercado. De este modo Rapsodia Atelier se va a dedicar de forma exclusiva a la confección de prendas del rubro Alta Costura. La propuesta consiste en la inauguración de un nuevo sector que se va a encontrar dentro del local de la marca ubicado en Patio Bullrich, y que en un futuro si resulta exitoso se extenderá al resto de tiendas pertenecientes a la marca

dentro de Argentina y en los diferentes países donde la empresa se ha expandido. La misma busca brindar al consumidor la opción de escoger sus prendas en un sector exclusivo y agradable, en donde se sienta cómodo al igual que en su hogar.

El sector de la tienda donde se presentarán las prendas será un ambiente en donde el usuario pueda acceder y sentirse en confianza, se propone que la ambientación continúe con la estética hindú de la marca al igual que todas sus tiendas, que sea una extensión del universo Rapsodia y que le permita al usuario participar en todas las etapas de creación de su prenda. “El punto de venta también ha evolucionado hacia la *concept store*, es decir se ha convertido en el vehículo de transmisión más directo e inmediato de la identidad de marca.” (Saviolo y Testa, 2007, p.128). A través de este concepto se expresa la intención de acompañar al usuario en su experiencia de compra, demostrando con este concepto la continuidad y conexión de la identidad de marca en todos los aspectos de la empresa. Lo cual permite una fusión entre el diseño, las prendas, la marca y el cliente.

Además en el sector se incluyen muros con gran variedad de telas importadas de la India y textiles exclusivos para el rubro Alta Costura, que se encuentran accesibles para que el cliente escoja su opción preferida. Se propone establecer un ambiente donde el consumidor viva una experiencia *vip*, se sienta único y diferente al resto, invitándolo a elegir sus prendas de forma exclusiva. El cliente puede seleccionar los modelos ya confeccionados como inspiración de los propios, ver la calidad de confección de los mismos y adaptar, modificar y reestructurarlos para ajustarlos a sus necesidades. Más allá de introducir al cliente potencial en el universo Rapsodia el objetivo principal de la línea es que el usuario pueda diseñar su propio vestido a medida con asesoramiento de una diseñadora. Para ello el lugar contará con modistas disponibles para trabajar con las medidas de cada cliente, asesorarlo en la elección de textiles, y el modelo acertado según las necesidades y gustos de cada uno.

Lo que se plantea a través del lanzamiento de esta nueva sección es la fusión del rubro Prêt à Porter, utilizado por la marca, con la Alta Costura. De esta forma ambos rubros

conviven dentro del mismo espacio y funcionan en conjunto en lugar de competir entre sí. Se cree que es un nicho el cual puede ser utilizado por la marca como una oportunidad para expandirse y posicionarse para lograr un mayor alcance de la firma dentro del mercado nacional e internacional. Brindando de este modo una propuesta nueva a sus clientes donde se les manifiesta la oportunidad de personalizar la totalidad de la prenda con plena exclusividad. Para poder concretarlo se debe analizar las microtendencias que van a dictar el camino de la colección cápsula a presentar para que la misma se pueda insertar en el mercado actual, teniendo presente el estilo y espíritu de la marca como así también el de la diseñadora, y de esta forma presentar una colección en donde se puedan ver ambos estilos junto a las microtendencias del momento de forma armoniosa.

5.2 Resignificación de microtendencias internacionales y de la marca

Cómo se ha indicado, forma parte del proceso creativo para la construcción de una colección realizar un relevamiento de tendencias para poder re-adaptarlas al segmento del mercado seleccionado. En este caso se analizan microtendencias de Alta Costura de diferentes diseñadores que han desarrollado una utilización de recursos similares a los cuales se busca manipular en este proyecto, y además se reflejan en el diseño de las prendas presentadas por la marca Rapsodia. Dentro de todos los diseñadores que se presentan en las pasarelas cada temporada, se ha optado por analizar colecciones de Alta Costura de la temporada otoño/invierno 2016-2017 de las firmas Dolce & Gabbana, Zuhair Murad, Elie Saab, y Alexander McQueen. Además se tienen en cuenta como referencia las colecciones de la temporada otoño/invierno 2017/2018 de las marcas Gucci, Marc Jacobs, Valentino y Christian Dior.

Las firmas mencionadas presentan en sus colecciones los mismos recursos aplicados con diferentes temáticas según el espíritu de cada marca. Dolce & Gabbana por ejemplo opta por los bordados de piedras, canutillos y lentejuelas en gran cantidad resaltando el color dorado; demuestra su inspiración en la realeza destacando la figura de Sophia Loren reina

de Nápoles tal como se puede ver en la Figura 3 del anexo situado al final del presente proyecto. También en la colección se utilizan como recurso los estampados floreados maximizados a gran escala. Como paleta de color además del dorado, se destaca el color negro, rojo y celeste, aplicados de forma equilibrada en todos los looks presentados en la pasarela por la marca. Con respecto a la colección de Christian Dior tomada como referencia estética, se utilizan prendas con estructuras visibles, confeccionadas con textiles transparentes donde se aplican bordados de frases en francés entre otras figuras como mapas de calles, y además se aplican representaciones de insectos como moscas o abejas generando relieve sobre la tela. En relación al color se trabaja con una base desaturada en tonos pasteles como el celeste y el rosa aplicados a través de los bordados y los apliques. Por otra parte Elie Saab con su delicadeza representa vestidos traslucidos acompañados por apliques sobre las telas que simulan en su mayoría flores y aves, los cuales se aprecian junto a bordados que abarcan casi la totalidad de la prenda, recursos que se pueden apreciar en la Figura 2 del Cuerpo C.

En el caso de Zuhair Murad también se presentan transparencias, bordados con lentejuelas y piedras de flores, y estampados de tribales metalizados. Pero en esta ocasión lo que se puede destacar como relevante para el presente proyecto son las tipologías con fuerte impronta de la década del 70 como por ejemplo el mono enterizo, las mangas con puños acampanados, y tops con escotes en V pronunciados. A través de la Figura 4 traída de la colección mencionada, se puede ver reflejada una fuerte conexión con la moda disco a través de la tipología y del género utilizado, combinado con una paleta de color dorada y relieves metalizados que se pueden comparar con el exceso propuesto por la tribu urbana de la década del 70. Se puede mencionar que la utilización del bordado como recurso prevalece en todas las colecciones seleccionadas como así también las transparencias, lo cual se encuentra ejemplificado en la Figura 1 y en la Figura 5 del Cuerpo C que pertenecen a la firma Alexander McQueen. En ellas se resaltan vestidos confeccionados en géneros

traslucidos cubiertos con estampados, bordados o con apliques sobre la tela utilizando como elemento diferentes tipos de mariposas.

Si se hace un análisis general de las colecciones pre-seleccionadas para relevar tendencias se puede mencionar en relación a la paleta de color que en todos los casos se destaca el color negro como color principal acompañado de tonos oscuros como el bordo y el azul, que se complementan con prendas en blanco, en ocre y dorado. Se hace énfasis en una paleta de color basada en una gama de tonos pasteles opacados con tintes grisáceos lo cual se puede ver especialmente a través de la inclusión de estampados o apliques bordados sobre las prendas, como así también se destacan los metalizados. En relación a las tipologías de las microtendencias relevadas se pueden apreciar túnicas readaptadas, vestidos con largo modular total hasta los pies que en ocasiones incorporan la superposición de faldas, una ceñida al cuerpo y otra envolvente, se aprecian capas incorporadas a los vestidos o monos enterizos. Las siluetas que se destacan son lánguidas y contornean al cuerpo destacando la cintura femenina, del mismo modo se aprecian escotes pronunciados, tendencia reflejada en la Figura 6 con un diseño de la marca Zuhair Murad. Se puede ver en ciertos modelos una estructura visible de la prenda.

Además por otro lado se resaltan como recursos estructurales la sustracción, la cual se puede ver en los looks de Alexander McQueen en los tops de algunas prendas, y la superposición destacada en gran cantidad de bottoms de las series seleccionadas. La sustracción se ve trabajada a través de la eliminación de textil y también por medio de una ilusión óptica dada con los estampados y bordados. Gracias a ello otro recurso que se destaca es la utilización de figuras bordadas, que brindan relieve y textura, incorporándose en la totalidad de la prenda, las cuales se encuentran confeccionadas en textiles translucidos. Técnica que al estar utilizada de forma íntegra en las prendas transmite ostentación y una estética de lujo recargado. Además se intercalan en menor medida vestidos estampados los cuales también abarcan la prenda de forma completa. Se resalta que las estampas y

apliques o bordados presentados hacen referencia a símbolos de la naturaleza como flores o aves, aunque también en ocasiones se destacan de forma abstracta.

Una vez detalladas las microtendencias a nivel internacional que se creen relevantes para el proceso de diseño de la colección cápsula, se deben mencionar las tendencias emergentes en la colección de Prêt à Porter de Rapsodia en la temporada otoño/invierno 2017, para poder efectuar una adaptación e inclusión de las mismas en el rubro Alta Costura a representar en la propuesta a desarrollar como objetivo del presente proyecto. En primer lugar se puede apreciar inspiración en el género de música *Rock and Roll* concepto que prevalece en el espíritu de la marca, como se ha detallado en los capítulos 3 y 4, por medio de la utilización del cuero como materialidad sobre todo en chaquetas que aparecen con incrustaciones de tachas de metal, las cuales también se pueden ver en faldas y pantalones. Además se puede apreciar dicha inspiración en el total look que se presenta en la campaña de la colección, la cual se puede ver en paneles representativos en el Cuerpo C de este proyecto. Por otro lado se puede ver inspiración en la cultura oriental la cual se manifiesta en las tipologías utilizadas como los kimonos o vestidos con manga murciélago; y en la cultura mexicana que se distingue a través de los bordados florales y tribales que aparecen realizados en hilo o en ocasiones combinados con incrustaciones de piedras, lentejuelas, canutillos y mostacillas.

En relación a las materialidades utilizadas resaltan el encaje, el terciopelo, el jacquar, la organza bordada, la gasa plisada, y la gasa con lurex de modo principal en las diferentes prendas. Entre la paleta de color se encuentra el dorado, plateado, negro, rojo, naranja, turquesa, crema y blanco; además se acompaña con *animal print* a modo de estampado. Las transparencias y el metalizado son otros recursos que se pueden ver en gran parte de la colección. En su totalidad resalta el brillo mostrando una estética del lujo, con dejes *vintages* y *rockeros*. Si bien los recursos detallados de Rapsodia pertenecen a la colección de otoño/invierno 2017 se menciona que son utilizados por la marca de forma constante, en este caso se puede apreciar una impronta de las microtendencias internacionales

mencionadas fusionadas con la inspiración oriental y mexicana unificadas al mismo tiempo con el estilo hippie chic de la marca.

A partir del relevamiento de información sobre las microtendencias efectuado, se escogen las que se creen adecuadas para poder comenzar con la estructura de la colección cápsula a introducir en la temporada otoño/invierno 2017 en el rubro Alta Costura. Como se ha mencionado de forma previa la colección se compone de tres series diferenciadas, para poder realizar cada una de ellas se seleccionan los recursos adecuados para cada temática tomando como referencia las microtendencias analizadas, el estilo de la marca y el estilo propio de la diseñadora. Se busca fusionar los aspectos detallados para generar de este modo looks de acorde a la propuesta establecida.

Para la serie uno denominada *Life* se escoge como recurso principal la utilización de apliques sobre tela con formas de elementos relacionados con la naturaleza como distintos tipos de flores y hojas, con lo cual se busca demostrar la conexión del individuo con lo natural y se adapta la microtendencia utilizada por las diferentes firmas de Alta Costura mencionadas. También se considera el recurso de la estructura visible de la prenda acompañada de transparencias con la finalidad de mostrar el interior de la persona, y de esta forma demostrar que no esconde su identidad, que se muestra tal cual es. Para complementar se utilizarán bordados delicados y la técnica del tejido con elementos no convencionales a modo de fusionar el espíritu de Rapsodia con el estilo de la diseñadora en el cual se va a profundizar más adelante, se van a manipular elementos como por ejemplo cintas aterciopeladas, cintas con lurex o de seda combinadas con hilados de fantasía y trenzados. Además se escogen tipologías y siluetas etéreas que son similares a tendencias de la década del 70 donde se puede ver la conexión entre las tendencias de ambas décadas, a pesar de la diferencia temporal entre una prenda y otra, gracias al sistema cíclico de la moda que permite ver la resignificación de las mismas.

En la serie número dos denominada Lose, en busca de representar al individuo invadido por el concepto del consumismo, se opta por la utilización de tipologías con largos modulares que oculten la mayor parte del cuerpo. Se selecciona el recurso de la superposición en busca de reflejar el exceso, que además se va a encontrar escoltado por el uso exuberante de apliques y bordados que se utilizarán para recubrir la mayor parte de las prendas. A diferencia de la primera línea se busca demostrar la desconexión del individuo y el abuso de las excentricidades, motivo por el cual se escogen como referencia las microtendencias con mayor cantidad de texturas y que tengan cierto vínculo con la moda disco y glam de los años 70 estadounidenses, recursos que también se pueden apreciar en la colección analizada de la marca Rapsodia por ejemplo en chaquetas o tapados realizados de forma íntegra con lentejuelas y mostacillas dibujando flores, mariposas, hojas y aves.

Para finalizar en Gone, la última línea de la colección, se pretende reflejar la pérdida del individuo, y cómo poco a poco va dejando morir su ser interior por dejarse convencer y caer en el vacío existencial que brinda el sistema social. Para lograrlo se escoge como recurso esencial la sustracción, utilizada por Alexander McQueen, dónde se propone representar la desintegración de la persona, la pérdida de identidad de la misma. Se manipulan apliques realizados en tela y tejidos con hilos de seda de mariposas y flores muertas, con destellos de bordados de lentejuelas y piedras a lo largo de la prenda. Las tipologías en este caso serán similares a las de la primera serie, lánguidas, vaporadas y etéreas.

Concluyendo con este sub-capítulo se busca poder resignificar las tendencias de las tribus urbanas de la década del 70, teniendo en cuenta las microtendencias actuales en donde se puede apreciar un vínculo con los años nombrados y la moda del presente, resaltando como objetivo principal demostrar cierta coherencia dentro de la colección cápsula a desarrollar en base a las temáticas contradictorias seleccionadas, la esencia de la marca y el estilo de la diseñadora.

5.3 Identidad de Autor y colección cápsula

Para comenzar a detallar el proceso final de la colección cápsula a presentar y entablar una fusión concreta entre los elementos escogidos para trabajar a través de las microtendencias y la marca Rapsodia, es necesario describir la identidad de la autora como diseñadora. “Las colecciones se construyen habitualmente a partir de una combinación de siluetas, colores y tejidos, con un énfasis variable en función de la estética concreta de cada diseñador.” (Renfrew y Renfrew, 2010, p.11) En primer lugar su identidad se destaca por relacionar temáticas contradictorias entre sí al momento de generar un concepto rector a modo de inspiración para desarrollar el diseño de cada colección, juega con las dualidades y la yuxtaposición a modo de generar una fusión que brinde como resultado un producto reflector de las distintas temáticas de forma armoniosa. Estos conceptos los efectúa por medio de la incorporación de elementos no convencionales dentro del rubro en el cual se encuentra trabajando ya sea por materialidades, avíos o tipologías los cuales se re-adaptan para poder incluirse y pertenecer al rubro que corresponda.

El recurso más utilizado por la diseñadora es la alteración de los textiles a partir de la inclusión de texturas con materialidades que dan relieve y transforman cada género brindándole una identidad distintiva, para lograrlo utiliza la superposición y técnicas artesanales como el tejido en sus amplias variantes, en ocasiones a modo de bordados, apliques, y en otras a modo de confección de las prendas. De este modo busca brindar personalidad y exclusividad a cada uno de sus diseños. Por otro lado utiliza una combinación de colores saturados y desaturados implementando contrastes en la paleta escogida para trabajar, dónde se puede ver nuevamente la utilización de los opuestos y contradicciones mencionadas. En relación a las tipologías usa una moldería básica debido a que la impronta de la prenda se encuentra adquirida por el desarrollo de texturas y textiles importantes, además se aprecia la simetría y una silueta X donde se acentúa la cintura femenina en la mayoría de sus diseños.

Ya mencionadas las características principales de la identidad de la autora al momento de diseñar, se menciona que para seleccionar las tipologías morfológicas a trabajar en la colección cápsula denominada *Paradox* también se debe tener en cuenta el concepto establecido por medio de las distintivas dialécticas seleccionadas para cada serie de la colección, que son las encargadas de brindar la inspiración y coherencia necesaria para escoger los recursos a utilizar; además de brindar la estética representativa de la colección cápsula en general. El concepto se combina con las microtendencias analizadas en el subcapítulo 5.2, junto al proceso creativo de la marca Rapsodia analizada en el capítulo 4, y con el estilo personal de la diseñadora conformando de este modo las herramientas necesarias para que comience a surgir el desarrollo de los *looks* que van a conformar la colección. Según Doria (2012) los diseñadores son los encargados de buscar ideas rupturistas e innovadoras que puedan aportar un toque distintivo a una colección, es decir, identificando las microtendencias y canalizándolas según su identidad y estilo personal. Cada elemento mencionado es parte del conjunto de elementos que ayudan a conformar el proceso creativo que se produce de forma sistemática en cada diseñador al momento de comenzar a crear. Si se focaliza en la colección cápsula se va a comenzar a detallar como se definen las tipologías adecuadas para trabajar, cómo se escogen los géneros textiles y los avíos, también cómo se determinan los recursos de diseño aplicables en cada línea que son los que van a ayudar a representar las temáticas propuestas. Por último cómo se define la selección de paleta de color. Una vez definidas dichas herramientas a utilizar según cada temática se puede comenzar con el proceso de diseño.

Como se ha descrito de forma previa, la colección se compone de tres partes que expresan diferentes características conceptuales, las cuales se conforman por tres conjuntos definidos que son los que van a representar y relatar la historia de cada temática. Además de lo mencionado se escoge adaptar en la propuesta una de las tipologías clásicas utilizadas por Rapsodia a lo largo de sus colecciones en las diferentes temporadas, que son los vestidos de influencia oriental con silueta evasé en distintos largos modulares. Se

plantea dentro de las diez prendas a desarrollar en el Cuerpo C artístico del presente trabajo, regidas por el rubro Alta Costura presentar diferentes formatos de la tipología mencionada.

A partir de esto se establecen las características de cada línea. Life, la parte número uno de la colección, adapta siluetas lánguidas y etéreas, con largos morfológicos por encima de la rodilla y en otros casos totales. Se enmarca la cintura para destacar el cuerpo femenino y se acentúan escotes pronunciados para resaltar la sensualidad y la audacia de la mujer. Se resignifican tipologías de la década del 70, como las faldas o mangas acampanadas combinadas con tops ceñidos al cuerpo. Se designan como recurso los bordados delicados y minuciosos aplicados sobre los textiles con paillettes y mostacillas, recurso recurrente de Rapsodia en sus colecciones, en este caso en colores saturados como el naranja, el rosa, y el verde. También se aplican técnicas artesanales sobre las prendas, el cual es otro recurso usado por la marca pero en esta ocasión se fusiona con el estilo de la diseñadora y se incluye el bordado a modo de textura realizados con hilados de seda, hilados con lentejuelas, cintas aterciopeladas, y cintas de fantasía con lurex. Del mismo modo se expresan apliques simulando elementos naturales pre-diseñados como flores y hojas realizados con diferentes técnicas de tejido como por ejemplo el crochet, que son los que van a transmitir la conexión del individuo con la naturaleza planteada en la temática, técnica que además de incorporarse por el estilo de la autora se encuentra influenciada por la tribu de los hippies que confeccionaban sus prendas de forma artesanal como se ha detallado en el Capítulo 2. Se representan transparencias con lo cual la mayoría de los conjuntos despliegan estructuras visibles, se busca reflejar que el individuo se muestra tal cual es, se aferra a su interior y no tiene nada que esconder.

En relación a los textiles se presentan géneros como paillettes, microtul, satén elastizado, tul bordado y gasa, los cuales se combinan entre sí para generar diferentes texturas en cada prenda, se escogen debido a que logran resaltar la temática establecida como así también se pueden introducir en el rubro Alta Costura y en la marca sin inconvenientes.

Como paleta de color se elige una base de tonalidades en color dorado, rosa y azul desaturados con blanco, y se aplican colores saturados como rosa, naranja y verde. En busca de representar luminosidad y alegría, conceptos que se destacan en la temática planteada.

La parte número dos denominada Lose, se encuentra protagonizada por las excentricidades. El tópico presenta a la sociedad consumista como concepto, tratada como la pérdida del ser. A través de esto se adapta como recurso frecuente a la hora de efectuar el proceso creativo de la colección la superposición como representación del exceso, como un reflejo del individuo inmerso en el consumismo masivo. De este modo se busca representar los conceptos mencionados en las prendas a través de texturas sobrecargadas, lo cual es una característica de la identidad de la autora. Se vuelve a utilizar el recurso del bordado y del tejido pero a diferencia de la primera línea se incorporan más elementos como piedras y gemas que se destinan a cubrir la totalidad de la prenda o un sector de la misma, resignificando de este modo las microtendencias analizadas. Las estructuras de las prendas no serán visibles, de lo contrario se encontrarán cubiertas. La superposición se utiliza dentro de las tipologías por ejemplo en faldas que aparecen una sobre las otras; como así también en puños de mangas. Por otro lado el recurso también aparece en la aplicación del bordado. En relación a los textiles se escogen géneros más pesados como el terciopelo combinados con distintos tipos de encajes labrados, el tul también aparece pero con textura aplicada sobre el mismo y utilizado sobre o por debajo de la prenda. La paleta de color que se trabaja en este caso presenta una base acromática combinada con tonos saturados de azules, rojos, violetas, naranjas y dorados que buscan representar la excentricidad y el exceso.

Por último en la parte tres de la colección denominada Gone, se destaca como recurso característico la sustracción detallada en la composición morfológica de la prenda. Se escogen para trabajar tipologías etéreas en busca de expresar la desintegración, la pérdida del ser. Inspirada en la tribu urbana del punk se selecciona como base en la paleta de color

el negro, con detalles en colores saturados como el naranja, el fucsia o el azul representados a través de apliques y bordados al igual que en el resto de la colección. Se proponen como géneros textiles microtul, paillettes, gasas, y el cuero como textil representativo de la tribu mencionada; que también incorpora Rapsodia en todas sus colecciones. En esta ocasión la diseñadora lo re-adapta en lugares de la prenda no convencionales, a los cuáles la marca no se encuentra habituada como en el top de la prenda, y además se incorporan bordados con lentejuelas y cintas sobre el mismo.

Una vez desarrollado todo el proceso creativo de diseño el cuál se encuentra representado en el bitácora del Cuerpo C del PG, se cree que se ha logrado generar una fusión entre las temáticas inspiradas en los 70s, incluyendo de este modo las tribus urbanas seleccionadas; junto al estilo de la autora el cuál incorpora texturas y materialidades distintas al rubro Alta Costura y a la marca, siguiendo al mismo tiempo las microtendencias internacionales analizadas y adaptándolas al estilo de Rapsodia. Se cree que las 10 prendas diseñadas se complementan y unifican todos los recursos y conceptos desarrollados a lo largo del desarrollo del proyecto.

Conclusiones

Luego de transitar un extenso proceso de reflexión sobre las temáticas seleccionadas se puede destacar la resolución de la pregunta problema planteada al comienzo de este proyecto, reflejada en la idea de incorporar una nueva sección de mercado para la marca argentina Rapsodia. De esta manera se logra establecer una fusión entre el Prêt à Porter y la Alta Costura combinando a su vez materialidades, avíos y tipologías de un rubro en otro. Debido a esto se introduce a la marca nombrada en un nicho del mercado nacional al cual no se encuentra incluida actualmente dentro de su segmentación habitual. Se propone no solo generar una colección cápsula sino también extender la marca a diferentes segmentos donde pueda ampliarse y adquirir más ventas.

Por otro lado retomando los objetivos específicos planteados al inicio del PG se menciona que a través de la propuesta mencionada se ha logrado cumplir con ellos. Además se consiguió generar una colección de moda con identidad propia de la diseñadora, resignificando tendencias a través de la inspiración tomada de las tribus urbanas (los hippies, el punk, el disco y el glam) que han surgido en la década del 70. La cual se puede incorporar al universo de la marca de manera simple debido a que la misma representa cierta impronta de la década mencionada, y también a causa de que la colección se encuentra adaptada a la misma a través de las microtendencias y recursos utilizados por la firma en el diseño. Se logra de esta forma introducir el rubro Alta Costura a una empresa dedicada a trabajar con el rubro Prêt à Porter permitiendo de este modo desarrollar el segundo objetivo del presente trabajo de adaptar la moda urbana de los años 70 al rubro Alta Costura. Por otro lado en el desarrollo del Capítulo 2 y 3 del PG se logra generar una comparación entre las tendencias de la década escogida con la actualidad, situando al lector en los cambios sociales y culturales ocurridos en la década que han transformado a la sociedad lo cual como consecuencia ha alterado al sistema de la moda, obligando al mismo a una metamorfosis.

En conclusión se ha cumplido con la problemática y objetivos del proyecto. Se ha logrado una propuesta de introducir una nueva línea para la marca denominada Rapsodia Atelier que busca dedicarse a acompañar al cliente en el momento de escoger sus prendas, hacerlo partícipe en el diseño de las mismas y sobre todo busca brindarle confort junto a un ambiente cálido y exclusivo. La misma se encuentra destinada a guiar al usuario en la confección de prendas diseñadas específicamente para él, respetando el espíritu y estilo de la marca. De esta forma se asiste el concepto de un sistema de la moda en el cual pueden convivir ambos rubros al mismo tiempo a pesar de sus diferencias. Asimismo se le brinda al cliente la opción de poder personalizar sus prendas y adentrarse en el proceso de diseño lo cual se relaciona con el aspecto social relatado en el presente proyecto, donde se expresa que el individuo busca demostrar su identidad por medio del vestuario que utiliza y crea un estilo que lo destaque dentro de la sociedad, que lo diferencie. Este es el objetivo principal de la nueva sección presentada para la marca, lograr brindarle al usuario atención exclusiva que permita que se sienta cómodo e importante.

Para poder lograr desarrollar la propuesta Rapsodia Atelier el punto de partida fue la producción de una colección cápsula, en el proceso de búsqueda de información para poder realizar el despliegue creativo se ha formulado la idea del nuevo segmento, que para concluir se considera el nexo entre el estilo urbano y las prendas confeccionadas a medida. Se cree que puede acrecentar las ventas de la firma escogida, a través de un entendimiento del mercado nacional, y se llega a la conclusión de que para poder introducirse o subsistir en el mismo, se debe plantear una estructura determinada por una imagen representativa con fuerte impronta, y que no alcanza únicamente con la comercialización de prendas de indumentaria. Sino que se debe brindar diferentes productos que acompañen el estilo de vida del usuario y le brinden un mundo paralelo. Se argumenta que:

“El producto de moda a menudo se convierte en instrumento para comunicar una ‘forma de ser y de vivir’, un estilo de vida. Desde esta perspectiva, puede definirse como producto cultural o producto de elevada intensidad simbólica y como tal, consumido a través de un acto de interpretación también simbólico.” (Saviolo y Testa, 2007, p.131).

Hecho que la marca Rapsodia ha logrado realizar de forma concreta y le permite seguir expandiéndose en el mercado, por medio de la incorporación de nuevas ramas o nichos a los cuales puede introducirse. Con Rapsodia Atelier se propone, más allá de resolver la pregunta problema planteada, brindar un aporte distintivo a la disciplina que refleje el trabajo realizado en el presente PG, no solo como una propuesta de colección sino que también a modo de una propuesta de expansión para la marca. Se pretende con la colección cápsula demostrar la capacidad de implementación de diferentes conceptos en una serie de imágenes visuales la cual se encuentra representada en el Cuerpo C artístico de este proyecto. En busca de lograr que la colección sea rentable y resuelva así parte de la problemática presentada se profundizó en las microtendencias actuales, como así también se ha realizado un relevamiento de las tendencias de los años 70. De este modo se analizan y se comparan ambas etapas del sistema de la moda para encontrar los puntos en común y las diferencias, de esta manera una vez focalizado en lo que ha sucedido y en lo que se encuentra ocurriendo en la moda se permite desarrollar el proceso creativo para poder generar la colección propuesta.

Además del relevamiento de microtendencias se ha tenido que reflexionar sobre los sucesos socioculturales producidos en la década mencionada para contextualizarse en el recorte elegido para trabajar. Dichos sucesos son los que han obligado al sistema de la moda a transformarse. Son los responsables del surgimiento de diferentes grupos urbanos que se han rebelado y han producido que los rubros de moda se tengan que adaptar a las modificaciones sociales. Debido a esto se reflexiona que la década del 70 fue el punto inicial que marcó un quiebre, un antes y un después, en relación a la sociedad que se encontraba establecida en Estados Unidos. El cambio estipulado ayudo a la sociedad a readaptarse e incluir nuevos aspectos sociológicos para realizar avances y seguir expandiéndose, acontecimientos que se reflejan en la indumentaria y se trasladan a la actualidad.

Se genera la conclusión de que el sistema de la moda es un reflejo de la sociedad en donde todas las alteraciones producidas en el funcionamiento de la misma se podrán ver representadas en distintas tendencias, a causa de que la moda se inspira en las macrotendencias para poder desarrollar las diferentes propuestas de cada temporada. Además se reflexiona que el sistema de la moda trabaja de forma cíclica, con lo cual a pesar del transcurso del tiempo y de las alteraciones sociológicas producidas toda tendencia vuelve a aparecer en determinadas décadas. Es por este motivo que en la actualidad se pueden encontrar prendas inspiradas en décadas pasadas resignificadas para implementar nuevas propuestas en los diferentes rubros que conviven en el sistema de la moda. Explicitando la conexión entre los años 70 y el presente se puede decir que la moda urbana sigue inspirando a las pasarelas de la Alta Costura, las mismas se encargan de re-adaptar el street style y generar colecciones que capten la atención del público. Como diferencia se menciona que en el presente la moda es rápida y descartable a causa de los tiempos acelerados que se manejan en la sociedad actual, en cierto modo provocado por las redes sociales en donde todo es el ahora, generando ansiedad y hambre por el futuro, con lo cual la importancia es innovar constantemente para mantener alerta de las novedades al individuo.

Para concluir se determina que la sociedad contemporánea, no está tan lejos de la sociedad estadounidense de los años 70. Las problemáticas son trasladadas a lo largo del tiempo, y a pesar del intento de buscar una solución siguen vigentes día a día. Debido a este suceso se menciona que el sistema de la moda es alterado de forma constante. Las tendencias actuales son las mismas tendencias que se destacaron en décadas pasadas pero resignificadas, es decir que cada vez que vuelvan se van a encontrar acompañadas de diferentes conceptos para generar la idea de algo diferente, que no se haya visto antes. Se menciona que a través de la moda se logró realizar una reflexión social sobre la década seleccionada, la cual ha contribuido al proceso constructivo de la colección cápsula desarrollada como resolución de la problemática estipulada en este proyecto.

Una vez ya finalizado con la producción y desarrollo del presente PG se cree que es de suma relevancia para un diseñador conocer, profundizar e indagar en el sistema de la moda, debido a que el mismo es el que brinda las herramientas necesarias para poder desarrollar un proceso creativo. Se considera necesario conocer la historia de la industria de la moda, como así también los diferentes cambios sociales que han ocurrido a lo largo del tiempo y se ven reflejados en la misma. La moda es un constante reflejo de la sociedad, como se ha mencionado en el desarrollo de los diferentes capítulos que componen este PG, es la que se encarga de representar cada suceso ocurrido en los distintas partes del mundo y de transmitirlo a nivel internacional y a través del tiempo. Gracias a ella podemos ubicarnos en los diferentes contextos y las distintas culturas.

Se reflexiona que a partir del análisis y relevamiento profundizado sobre la sociedad estadounidense y sus transformaciones socioculturales acompañados de una constante comparación de la misma con la sociedad actual, junto a un análisis detallado de la marca escogida se ha logrado cumplir con los objetivos propuestos al inicio del proyecto. Se ha conseguido encontrar una forma de fusionar los rubros Alta Costura y Prêt à Porter de un modo funcional. Se ha creado una colección cápsula con estilo propio, que no deja de lado el espíritu de la marca seleccionado, como así también integra recursos de las microtendencias actuales en conjunto con tendencias de la década del 70 brindadas por las distintas tribus urbanas estudiadas. Se cree que la propuesta realizada proporciona un aporte distintivo a la disciplina a través del estilo propio incorporado al momento de diseñar y de la propuesta lograda como colección cápsula para una de las marcas más reconocidas a nivel nacional. Se genera una perspectiva de la industria de la moda en la cual se utilizan las alteraciones y cambios a modo de inspiración beneficiando al sistema de la moda a través del enriquecimiento de diferentes estilos que se fusionan entre sí para proponer tendencias nuevas cada temporada.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Caffarelli, C. (2008) *Tribus urbanas. Cazadores de identidad*. Buenos Aires: Lumen.
- Diamante, S. (2016, Julio 11). *Moda y finanzas: Rapsodia suma tres países, entra al hogar y sale a la bolsa*. La Nación [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1916582-sin-titulo>
- Doria, P. (2012) *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (42), 101-106*. Recuperado de www.scielo.org.ar En: Septiembre 2016.
- Grünfeld, M. (1997) *Marketing de la moda*. Buenos Aires: Ediciones Universo.
- Laver, J. (1995) *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lefineau, M. (2012) *Tribus urbanas, La indumentaria desde una perspectiva multicultural*. Buenos Aires: Nobuko.
- Lipovetsky, G. (1993) *El Imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Rapsodia busca expandirse en la región y cotizará en Bolsa* (2016, Julio 18). El Economista América [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.economistaamerica.com.ar/empresas-eAm-argentina/noticias/7713139/07/16/Rapsodia-busca-expandirse-en-la-region-y-cotizara-en-Bolsa.html>
- Renfrew, E., Renfrew, C. (2010) *Manuales de diseño de moda. Creación de una colección de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Saviolo, S., Testa, S. (2007) *La gestión de las empresas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Sims, J. (2014) *100 ideas que cambiaron la moda urbana*. Barcelona: Art Blume, S.L.
- Seivewright, S. (2011) *Diseño e investigación*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Vela, T. (2010, Octubre 10). *Rapsodia 10 años de éxito*. Quien [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.quien.com/espectaculos/2010/10/10/rapsodia-10-anos-de-exito>
- Worsley, H. (2011) *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: Art Blume, S.L.
- Ylarri, P. (2013, Mayo 21). *La historia de Rapsodia, la marca de ropa fundada por Sol Acuña y Josefina Helguera*. Apertura [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.apertura.com/negocios/La-historia-de-Rapsodia-la-marca-de-ropa-fundada-por-Sol-Acuna-y-Josefina-Helguera-20130521-0007.html>
- Yonnet, P. (1988) *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Zátonyi, M. (2002) *Una estética: Del arte y el diseño de imagen y sonido* (5° ed.), (ed. Rev.) Buenos Aires: Kliczkowski.

Bibliografía

- Arce Cortés, T. (2008) *Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?* *Revista Argentina de Sociología* N°11-ISSN 1667-9621. Recuperado de www.scielo.org.ar En: Mayo, 2013.
- Caffarelli, C. (2008) *Tribus urbanas. Cazadores de identidad*. Buenos Aires: Lumen.
- Deslandres, Y. (1998) *El traje, Imagen del Hombre*. Barcelona: Editorial Tusquets.
- Diamante, S. (2016, Julio 11). *Moda y finanzas: Rapsodia suma tres países, entra al hogar y sale a la bolsa*. *La Nación* [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1916582-sin-titulo>
- Doria, P. (2012) *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (42), 101-106*. Recuperado de www.scielo.org.ar En: Septiembre 2016.
- Grünfeld, M. (1997) *Marketing de la moda*. Buenos Aires: Ediciones Universo.
- Laver, J. (1995) *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lefineau, M. (2012) *Tribus urbanas, La indumentaria desde una perspectiva multicultural*. Buenos Aires: Nobuko.
- Lehnert, G. (2000) *Historia de la Moda del Siglo XX*. Madrid: Kônemann Ediciones.
- Lipovetsky, G. (1993) *El Imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Maltby, Richard, ed. (1991) *Cultura y modernidad*. Madrid: Aguilar.
- Monneyron, F. (2006) *50 respuestas sobre la moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Morduchowicz, R. (2012) *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Rapsodia busca expandirse en la región y cotizará en Bolsa* (2016, Julio 18). *El Economista América* [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.eleconomistaamerica.com.ar/empresas-eAm-argentina/noticias/7713139/07/16/Rapsodia-busca-expandirse-en-la-region-y-cotizara-en-Bolsa.html>
- Renfrew, E., Renfrew, C. (2010) *Manuales de diseño de moda. Creación de una colección de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Saulquin S. (2011) *Historia de la moda Argentina*. Buenos Aires: Emece.
- Saviolo, S., Testa, S. (2007) *La gestión de las empresas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Sims, J. (2014) *100 ideas que cambiaron la moda urbana*. Barcelona: Art Blume, S. L.
- Seivewright, S. (2011) *Diseño e investigación*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.

- Vela, T. (2010, Octubre 10). *Rapsodia 10 años de éxito*. Quien [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.quien.com/espectaculos/2010/10/10/rapsodia-10-anos-de-exito>
- Veneziani, M. (2007) *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.
- Worsley, H. (2011) *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: Art Blume, S. L.
- Ylarri, P. (2013, Mayo 21). *La historia de Rapsodia, la marca de ropa fundada por Sol Acuña y Josefina Helguera*. Apertura [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.apertura.com/negocios/La-historia-de-Rapsodia-la-marca-de-ropa-fundada-por-Sol-Acuna-y-Josefina-Helguera-20130521-0007.html>
- Yonnet, P. (1988) *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Zátonyi, M. (2002) *Una estética: Del arte y el diseño de imagen y sonido (5° ed.)*, (ed. Rev.) Buenos Aires: Kliczkowski.