



PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Cuerpo B

Moda Inglesa: Tradición y tendencia

La resignificación de la vestimenta inglesa en base a la dinastía Tudor

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | María Lucila Micheli
- ▶ Cuerpo B del PG
- ▶ Fecha de presentación | 17/12/2018
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño textil y de indumentaria
- ▶ Categoría | Creación y expresión
- ▶ Línea Temática | Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Agradecimientos

Es fundamental agradecer primordialmente a mi familia, por darme la oportunidad de estudiar la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, por ser mi sostén a lo largo de estos años tan intensos, por animarme ante cada adversidad, y por su paciencia y amor en cada problema. Agradezco también a mis amistades, por apoyarme en cada paso y estar siempre presentes en mis desfiles. También gratifico a mi abuela y a Marcela, mi profesora de costura, por brindarme su paciencia y ayuda en cada prenda que confeccioné a lo largo de estos años. Retribuyo además, a todos los profesores que elegí para cada una de las materias cursadas en la carrera, por su atención y exigencia, por hacerme cada día una mejor alumna y por formarme como profesional.

También agradezco a Lila Somma, mi profesora de Seminario de Integración II, por acompañarme siempre en el proceso de este Proyecto de Graduación con tanta paciencia y dedicación.

Finalmente, agradezco a la institución Universidad de Palermo, por estar siempre presente durante cinco años, por brindarme tantas oportunidades para crecer como profesional y por acompañarme en este proceso.

Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 6 |
| Capítulo 1. Moda, estilo y tradición | 16 |
| 1.1 La identidad y la moda..... | 17 |
| 1.2 Cómo se constituyen las tendencias..... | 21 |
| 1.3 Cómo se construye el estilo..... | 25 |
| 1.4 La resignificación de lo tradicional en los tiempos modernos..... | 26 |
| Capítulo 2. La moda en la monarquía inglesa | 36 |
| 2.1 El estilo de los monarcas femeninos del trono inglés..... | 36 |
| 2.2 La indumentaria de la corona y su protocolo..... | 43 |
| 2.3 Los detalles constructivos del estilo monárquico..... | 44 |
| Capítulo 3. El estilo Tudor | 49 |
| 3.1 Contexto histórico durante la dinastía Tudor..... | 49 |
| 3.2 El estilo de María I e Isabel I de Inglaterra..... | 51 |
| 3.3 Aplicación del estilo Tudor en la actualidad..... | 54 |
| 3.3.1. Colección Alexander McQueen, Otoño/ Invierno 2013..... | 57 |
| 3.3.2. Colección de Dolce & Gabbana, Otoño/ Invierno 2009..... | 60 |
| 3.3.3. Colección Chanel, Otoño/ Invierno 2009..... | 62 |
| Capítulo 4. Diseño de autor | 67 |
| 4.1 El diseño de autor y sus características..... | 68 |
| 4.2 El valor agregado de los detalles constructivos en el diseño de autor..... | 71 |
| 4.3 Diseño de autor en Argentina y resignificación de lo tradicional en la moda..... | 72 |
| 4.3.1. El estilo de Lulu Martins como diseñadora..... | 74 |
| 4.3.2. El estilo de Sofia Corradi como diseñadora..... | 75 |
| 4.3.3. El estilo de Bárbara Gomes Laino como diseñadora..... | 77 |
| Capítulo 5. Moda Tudor: tradición y tendencia | 80 |
| 5.1 Análisis de tendencias..... | 80 |
| 5.2 Partido conceptual..... | 83 |
| 5.3 Selección de materiales..... | 84 |
| 5.4 Propuesta de diseño..... | 85 |

| | |
|--|----|
| Conclusiones | 87 |
| Lista de Referencias Bibliográficas | 92 |
| Bibliografía | 96 |

Introducción

El presente Proyecto de Graduación, titulado *Moda inglesa: tradición y tendencia. La resignificación de la vestimenta inglesa en base a la dinastía Tudor*, propondrá reflexionar sobre la historia de la moda inglesa y la indumentaria Tudor como inspiración para una colección de indumentaria contemporánea. Desde un enfoque orientado a la posibilidad de captar lo que se puede ofrecer para recrear la moda de la monarquía en el siglo XXI. La finalidad del PG es potencializar la interacción entre los usuarios de estos tiempos contemporáneos y los distintos aspectos que hacen a la conformación de la industria de moda.

La problemática de este Trabajo Final de Grado alude a que actualmente, las tendencias de la moda resultan pasajeras, por lo que no tienen un nivel de incidencia fuerte en los distintos individuos en tanto modalidades específicas orientadas a permanecer ante el transcurso temporal. Ello es el resultante de no contar con variables específicamente destinadas a la opción de conquistar a los públicos al momento de generar comportamientos que trasciendan lo pasajero y que se orienten a establecer conductas que promuevan acciones al momento en que se busque generar conciencia de la importancia de las mismas. El sistema de diseño en la actualidad basa sus procesos creativos en la selección de tendencias y conceptos para crear colecciones funcionales y estéticas. Saulquin (2006) plantea que se puede enriquecer el mismo mediante la recreación de culturas, historias y tradiciones que resignifiquen en diseño dándole un valor aún más relevante ya que se estará creando un proceso de rescate y de revalorización de las culturas que componen a la historia. De esta manera se logrará que la moda sea un conjunto de elecciones estéticas que perdure en la memoria de una sociedad a pesar del transcurso del tiempo.

En tanto, la pregunta problema sostiene lo siguiente: ¿es posible crear una colección que se inspire en significado y las características de la dinastía Tudor para la confección de prendas contemporáneas que trasciendan el paso del tiempo?

La Categoría de este proyecto es la de Creación y Expresión y se encuadra en la Línea Temática de Diseño y Producción de Objetos, Espacios e Imágenes ya que apunta a crear una colección que resignifique la moda de la monarquía inglesa desde el punto de vista de la estética Tudor. Dicha línea, combinará elementos tradicionales del siglo XVI con elementos del diseño moderno para recrear prendas que tengan un valor tradicional, pero a la vez sean innovadoras.

De esta manera, el objetivo general que persigue este PG es crear una colección de diseño de autor que combine la estética y la concepción de la dinastía Tudor con la innovación del siglo XXI con la finalidad de resignificar el tradicionalismo de la Corona Británica adaptándolo al diseño moderno. Que genere conciencia acerca del origen de la moda y que informe a las personas acerca de las raíces de algunas tendencias que perduran hasta el día de hoy. Consecuentemente, se pretenderá crear, para el caso citado, una colección de indumentaria inspirada en la dinastía Tudor y sus prendas, tomando sus significados y características para resignificarlos a la indumentaria contemporánea.

Siguiendo la misma línea, los objetivos específicos son, en primera instancia, ahondar sobre los conceptos de moda, estilo y tradición y entender las relaciones existentes entre ellos de manera que se pueda evidenciar el proceso de resignificación de lo tradicional en la modernidad de hoy en día.

En segundo lugar, investigar las preferencias del usuario en relación con la moda actual. Seguidamente, denotar aquellos elementos que permiten que se destaque todo lo que implica la esencia de la resignificación en la indumentaria, en tanto elemento de relevancia para profundizar en el conocimiento del usuario y en las formas de pensar del mismo en torno a esta disciplina.

Finalmente, comprender qué factores tienen relevancia en las generaciones contemporáneas en relación con las pasadas para permitir reinterpretar la tendencia indumentaria en el

presente.

Para la realización del Proyecto de Graduación como referentes a los siguientes antecedentes, los que se constituyen como fundamentales para su elaboración.

En primera instancia, el PG de Di Stefano (2010), *Harajukus for export*, que combina un aspecto de la cultura japonesa para hacer una bajada comercial de indumentaria a la Argentina, al tomar un elemento de la cultura de un país extranjero y utilizarlo como inspiración para crear una colección. De esta manera, ello es posiblemente generador de una serie de alternativas para incrementar el interés de los seguidores debido a la opción de generar una notable variedad en lo que refiere a lo internacional en su aplicación a la cultura local.

Seguidamente, el ensayo de Rodríguez (2013), *¿Es la moda el espejo de los fenómenos sociales?* Éste trata sobre la relación entre los fenómenos sociales y la moda, y la transformación de la falda a lo largo de las décadas. Este PG funciona como antecedente del presente Proyecto de Grado ya que plantea la relación entre los fenómenos sociales y la indumentaria. En el presente caso, se brinda un efectivo y específico análisis orientado en la indumentaria de las reinas de la dinastía Tudor, la cual fue moldeada por los sucesos sociales en la historia. Como resultado de ello, las referenciadas cuestiones brindan la posibilidad de comprender la esencia misma de la disciplina de la indumentaria y genera nuevas maneras de interpretar lo que implica el campo de la moda.

Asimismo, el Proyecto de Graduación de Druetta (2012), *La indumentaria en las novelas de Jane Austen*, plantea la importancia de la indumentaria para la escritora para otorgar realismo a los personajes y como la utilización de una prenda determinada puede mostrar las características del personaje e influir en su conducta. Funciona como antecedente del PG debido a que describe la indumentaria de época en las novelas de Jane Austen situadas en Inglaterra en el siglo XIX. Paralelo a lo referenciado, es posible comprender la sustancial importancia de la caracterización de los hechos en el momento que se realiza una

consideración puntual, a fin de generar al usuario la posibilidad de captar lo que es fundamental al momento de esbozar las características de las épocas que se analizan.

El PG de Novick (2012), *La moda en la pasarela de la política* expone el protagonismo que ha cobrado la imagen de los políticos en la era posmoderna y explica la importancia de la imagen y la moda dentro del poder político. De esta manera, es posible entender la realidad de la industria de la indumentaria desde un aspecto específico como lo es la política, entendiendo todas las específicas características que hacen al rubro de la política en su vinculación con el campo profesional de la moda. Por tanto, tales cuestiones irán a generar una nueva manera de comprender la esencia de la industria desde el contexto de la política y la posibilidad de comprender lo que es históricamente hablando.

Adicionalmente se tomó como referencia el Proyecto de Graduación de Parodi (2017), *Sastrería Masculina India*. Aquí la autora se plantea cómo es que pueden adaptarse las concepciones de la indumentaria de una determinada cultura para provocar una renovación en la sastrería de la moda local, de manera que se logrará generar una nueva toma de conciencia en lo que hace a las maneras de entender las variaciones propias de la industria de moda en el devenir tradicional de la esencia misma de la actividad. De esta forma podrá apreciarse una nueva y específica manera de comprender los cambios que se suscitan en la industria de moda constantemente en su devenir social.

También se consideró el ensayo de Macris (2016), *Reinventando el pasado en la moda*, al tomarlo como antecedente ya que reflexiona los motivos por los cuales las grandes casas de moda traen a la modernidad modas de décadas pasadas y describe tendencias pasadas traídas y reinventadas para la actualidad. Está relacionado con el PG ya que explica cómo es que surge el proceso de re significación del pasado, desde un punto de vista de la indumentaria y lo proyecta en el presente con la finalidad de rescatar los valores y culturas tradicionales y hacer que se vuelvan tendencia en el siglo XXI.

Por otro lado, el trabajo de Monti (2016) *Moda y cultura* expone la influencia de la vestimenta tradicional hindú en la moda argentina actual. En este PG se plantean diversos análisis para generar una conclusión en cuanto a la observación de una tendencia marcada en el mercado occidental, además de investigar a la historia de la India para poder tener una idea clara del país actual. Este proyecto funciona como antecedente del PG ya que investiga sobre la moda en una cultura determinada y la relaciona con el diseño argentino.

Asimismo, el PG de No (2014) *Cultura coreana* busca hacer conocer la cultura coreana y vincularla con la argentina para luego crear una colección de indumentaria de diseño nacional, inspirada en la cultura coreana. De esta manera se genera la opción de entender cómo el efecto de la combinación específica de dos culturas puede generar resultados en lo que hace a la esencia misma del aspecto indumentario posiblemente permitan mayor identificación entre las marcas y las necesidades de los distintos usuarios.

También, el PG de Armanini (2012), *Volviendo a las raíces*, fue utilizado como antecedente de mi PG ya que explica las técnicas textiles tradicionales del noroeste argentino y su influencia en el diseño actual. Se considera un antecedente del presente proyecto de grado ya que trata sobre aspectos tradicionales de la indumentaria y los relaciona con el diseño actual, lo que le posibilita al usuario tener un contar con un abordaje académico de un nivel íntegro en lo que refiere a la posibilidad de captar la esencia de la industria indumentaria en el presente.

Finalmente, el PG de Biagioni (2017), *Tejiendo Perú*, también se utilizó como un antecedente para este PG debido a que propone una reconstrucción histórica de saberes de culturas ancestrales en técnicas textiles y tiene como finalidad promover la reutilización y revalorización de las técnicas ancestrales. Dichas cuestiones tienen la pretensión de generar nuevas modalidades de entendimiento de la industria de moda en la actualidad, la que se genera distintas formas de captar la intención de las marcas al momento de pretender llegar a los usuarios por medio de ofrecerles distintas cuestiones que generen mayor participación. Este

proyecto funciona como antecedente del PG ya que propone una re-significación y una revalorización de las antiguas técnicas de indumentaria de una determinada cultura y las funciona con el diseño argentino.

Luego de realizar un repaso por los antecedentes institucionales y generales de la temática del siguiente PG, se puede determinar que, en la actualidad, se busca mucho el fusionar dos o más culturas dentro del ámbito de la indumentaria, para así crear nuevos diseños con un estilo distintivo.

Como resultado de ello, es posible entender que la intención radicará en generar nuevas maneras de entender la realidad actual sin necesidad de dejar de lado la primordial finalidad que se irá a basar en las maneras de combinar las culturas junto a las distintas maneras de generar combinaciones que promuevan la participación de los públicos en lo que hace a la prolongación de nuevos modos de entender el mercado contemporáneo y las distintas pretensiones que los públicos tienen en un momento de la instancia presente donde se exige a la industria un primordial nivel de identificación entre los productos y las prendas, esbozando un nivel participativo elevado.

Este proyecto se estructura en cinco capítulos, los que tenderán a referenciar distintas y variadas cuestiones en lo que hace a cómo gestionar las variadas temáticas a analizar en el actual ensayo. El primero de ellos explora los significados de la identidad y la moda, cómo se constituyen las tendencias y el estilo, y qué aspectos de lo tradicional se resignifican en los tiempos modernos. Como resultante, es factible entender que las intenciones se orientarán a generar una mirada exploratoria en lo que refiere a la cuestión de todas las tendencias actuales que hacen al entendimiento de los públicos y las variadas pretensiones de éstos.

En tanto, el segundo capítulo indaga en el estilo de las monarcas inglesas, el protocolo en la indumentaria de la corona y los detalles que caracterizan al estilo monárquico en sí, orientando a la industria de moda hacia un nuevo camino y posibilitando una mayor participación de los

usuarios en lo que hace a los modos de comprensión de lo que denota la industria de moda conforme tendencias que generen conciencia en cuanto a cómo dar y gestionar maneras de interpretar la esencia actual de lo que refiere a la industria misma de la indumentaria y sus apartados consecuentes que la irán a delinear, de manera general.

Por tal motivo y en relación directa con la actualidad y las tendencias sociales, este tipo de aspectos serán propiamente generales al momento de esbozar lo que hace a la esencia de la moda para la posibilidad de captar maneras que se orienten a propiciar la chance de traer los conceptos propios de la moda del pasado al presente para propiciar un mayor entendimiento sobre lo dicho.

Asimismo, el tercer capítulo hace hincapié en el estilo propiamente Tudor, analizando el contexto histórico de la dinastía Tudor, el estilo de sus monarcas femeninos y aquellos detalles que construyen y diferencian el estilo de la indumentaria Tudor.

De este modo se permitirá generar un nivel de comprensiones específicamente tendientes a generar un nivel de participación de los públicos en lo que hace a la posibilidad de identificarse con tales finalidades y traer dichas cuestiones a los tiempos de la moda contemporánea, de manera que se logren entender los aspectos propios de dichas tendencias y posiblemente ampliar el interés por la industria del pasado en los términos de las realezas, si se quiere, en lo que refiere al contexto actual en mención, respectivamente.

El cuarto capítulo trata sobre la re significación de la indumentaria en función del tradicionalismo, materializado en relación con lo que hace a la posibilidad vinculada con la realización de entrevistas a personalidades del rubro.

Por eso se toman como referencia diversos casos de colecciones inspiradas en la moda Tudor y se analizan los casos de las colecciones de *Alexander McQueen*, Otoño/ Invierno 2013, *Dolce & Gabbana*, Otoño/ Invierno 2009 y por último *Chanel*, Otoño/ Invierno 2009. Consecuentemente, tales implementaciones tenderán a generar un nivel de entendimiento y,

al mismo instante, de voluntad a la captación de lo que implican los aspectos tendientes a comprender la esencia misma de la indumentaria desde un abordaje orientado a satisfacer los distintos deseos de las personalidades interesadas en el devenir profesional y de los propios gustos de éstos, de manera respectiva.

El quinto y último capítulo trata de los conceptos y el estilo seleccionado, las tendencias actuales y finalmente el armado de la colección, para esbozar una nueva modalidad de comprensión en lo específicamente orientado a generar nuevas modalidades de entendimiento orientado a la posibilidad de analizar la esencia misma de la actividad de la indumentaria en la actualidad.

Se intenta en este aspecto generar conciencia acerca de los distintas tendencias que orientarán a la indumentaria en tanto herramienta de gran difusión socialmente a considerar este nivel de ideas que permitirá modificar el curso mental específicamente vinculado con las especialistas del contexto a la hora de entender los variados aspectos que invitan a contextualizar el pasado y la actualidad de la moda en lo que refiere a nuevos modos de entender el rubro en base al tradicionalismo esbozado en las culturas contemporáneas referenciadas en el presente Proyecto de Grado.

El aporte de este PG a la disciplina radica en que por medio de la creación de una colección de diseño de autor que tenga como punto de partida e inspiración la antigua tradición del vestir inglesa con estética Tudor se pueda resignificar revalorizar las tradiciones antiguas de la cultura británica y puedan integrarse como una tendencia o fuente de inspiración para diseñadores del siglo XXI.

Al mismo instante se busca indagar en elementos que le den a la actividad un nivel de implicancia con el usuario que trascienda las esferas de lo habitual para consecuentemente irle brindando nuevos modos de comprenderla en sentido general. Como resultado de ello se podrá esbozar un nuevo pensamiento en torno a los conceptos originales de lo que es el diseño

en la actualidad y que las series producidas integren un valor no solo estético sino también histórico a las prendas de diseño de autor.

De esta manera las marcas podrían incorporar una identidad fuerte e innovadora. Se trata de un elemento que permite identificar la nueva realidad vinculada con lo que se aprecia en lo concerniente al diseño de moda, con la búsqueda de comprender las pretensiones y los deseos de los públicos.

Consecuentemente, se busca traer a la actualidad una serie de variables que irán a generar nuevos modos de interpretación del público actual para generar nuevas modalidades de lograr la comprensión de la esencia misma de la indumentaria en función del pensamiento social, respectivamente, tanto de las marcas como de las finalidades de los interesados que forman parte de la actualidad en el mercado mencionado en las presentes cuestiones.

Al respecto de ello, todo se ve orientado con la intención de abordar nuevos públicos al momento de, si se quiere, generar conciencia en la finalidad profesional, orientándose una nueva y actualizada tendencia en cuanto a cómo interpretar la actualidad del rubro de la indumentaria.

Ello generará determinada conciencia en cuanto a la elaboración del PG en cuestión, lo que irá a brindar en cuanto a los usuarios la posibilidad de interpretar el rubro del que forma parte en esta ocasión y en función de ello, si se quiere, a verse interesado en cuanto a cómo generar una modificación de relevancia en lo que hace a su interpretación de la herramienta. En ese rubro se permitirá generar un nivel de entendimiento de esta desde una serie de focos distintos en relación con lo habitual, tendiendo a moldear el presente a la luz de los ojos pasados para denotar mejoras significativas en el rubro de moda en cuanto tal, para el caso en cuestión mencionado.

De este modo se intentará interpretar desde una postura tendiente a sorprender a los usuarios una realidad vinculada con el entender la actualidad del contexto desde una visión de mayor

nivel de participación entre los actores de la disciplina para la comprensión de estas tendencias, de modo que se logre vincular lo sucedido en los tiempos pasados con lo que hace a la actualidad de un contexto como el actual satisfaciendo a las marcas y a los usuarios, en ese orden.

Capítulo 1. Moda, estilo y tradición

El mundo del diseño de moda actual tiene una variedad de recursos que invitan a generar una vinculación entre la tradición y el estilo. Tales conceptos no son generalmente individuales, sino que obedecen a una gama de pretensiones que se enmarcan en satisfacer el gusto de cada interesado, en el marco de generar nuevas modalidades interpretativas. Las tendencias actuales, en consecuencia, denotarán los cambios y los caracteres específicos de los participantes de la sociedad, obedeciendo ello a nuevas maneras de interpretar la realidad. En ese contexto es donde surge una nueva manera de comprender lo que es el estilo, que no se limita a analizar la moda en cuanto disciplina aislada, sino que surge como consecuencia de tener un específico nivel de impacto en la mentalidad de los usuarios. Es susceptible de entenderse que el estilo dependerá de la identidad de una persona. De manera similar, la moda es producto de un estilo de ser de las personas que trascenderá lo que se ofrece en tanto disciplina formal, denotándose una suerte de interrelación de conceptos.

En el presente apartado se analizarán las tendencias y la moda en lo que hace a modos de interpretación específicamente orientados al presente, considerando de manera similar el impacto del pasado en la concepción y generación de lo que hoy marcará tendencias, respectivamente. En ese entramado de cuestiones, será específico entender el curso de acción de la actualidad de la indumentaria en base a nuevas maneras de captar la realidad de los sujetos, quienes se hallarán orientados a satisfacer sus preferencias y a comprometerse con la disciplina de moda pero desde otro enfoque: desde adentro, sintiendo el gusto y la consideración de un marco participativo desde la cuestión interna, considerando la intencionalidad de ser un actor prioritario al momento de esbozar cambios que promuevan beneficios para ampliar su campo de aplicación. (Torrejón, 2007).

La industria de indumentaria del presente tiene la urgente necesidad de combinar los recursos del pasado y los aspectos característicos de la actualidad para esbozar mejoras que se

traduzcan en reinventar la disciplina, de modo que se logre generar una gama de elementos tendientes a que se prioricen los gustos de estos sin desconsiderar lo que hizo, a fin de cuentas, ser a la moda lo que es: el pasado. (Saulquín, 2006).

Se pretende hacer focalización en éste, de modo que se generen nuevas interpretaciones basadas en el mismo para potenciar el interés de los públicos desde una situación más que diferente, orientada en priorizar los elementos que actualmente constituyen las denominadas tendencias de moda en relación con los determinantes que hacen a que la disciplina siga siendo lo que es. La industria de moda da cuenta de un específico marco de influencia en todo lo que refiere a la amplia gama de recursos que permiten orientar una distinta comunicación, ya que se trata al fin y al cabo de una actividad social.

Producto de ello, la toma de conciencia de ver a la disciplina de la comunicación como un elemento clave para generar conciencia en la implicancia social cotidiana será fundamental para abrirse paso y denotar distintas formas de comprensión del entramado social. Dicha industria no es la excepción y genera comunicaciones en todo tipo de estratos, de manera tal que se penetre en la mente del usuario y permita mediante la ropa generar conciencia, ya sea para estar a favor o en contra de ciertos sucesos, marcando tendencia en cuanto al mensaje. En el presente capítulo se podrán observar las diferentes modalidades interpretativas de esta materia en lo que hace a los modismos orientados a generar una actitud tendiente a potenciar los distintos elementos que le dan el carácter de disciplina social. (Saulquín, 2006).

1.1 La identidad y la moda

El concepto de identidad puede interpretarse de varias maneras. En primer lugar, Entwistle (2002) define a la identidad como un proceso por el cual las personas encuentran en el vestir a un aliado la moda y el vestir guardan una compleja relación con la identidad: por una parte la ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar nuestra identidad, de decir a los

demás algo sobre género, clase, posición.

Según sostiene Saulquín (2006), las tendencias son aquellos elementos que generarán una toma de conciencia de la importancia del estilo al momento de esbozar los distintos patrones de ser de los usuarios, en tanto elemento fundamental cuando se hace referencia a la posibilidad de generar una serie determinada, si se quiere en término de las variables que generarán una identidad entre el usuario y las ofertas que existen en el mercado actual. La autora indica que no puede hacerse mención a los conceptos de identidad en la medida en que no se entienda que la disciplina de indumentaria constituye un aspecto orientado a satisfacer los deseos de los usuarios durante un tiempo específico, por lo que se habla de una herramienta social que necesita por esencia de la existencia de comprender que tiene impacto social, por lo cual no debe desconocer su impronta en la referenciada aquí sociedad que integra.

En referencia al impacto que tiene la disciplina de la moda en la estructuración de la sociedad, es posible comprender que al ser una disciplina de carácter social su influencia debe ser considerablemente mayor respecto de otras que meramente analizan tendencias diferentes, en tanto se hace mención al comportamiento de las personas quienes, por esencia, son diferentes las unas de las otras. Consecuentemente, si bien todas las personas actúan y sostienen distintas interpretaciones de manera independiente, cada una de éstas tiene una unidad personal capaz de orientarse a la satisfacción de contar con una determinada capacidad de seleccionar lo que le es más adecuado. (Saulquín, 2006).

Según sostiene Araujo Castro (2005), la identidad cultural en la mujer con los años ha visto una gran modificación en lo que hace a las formas de entenderse a sí misma en el contexto internacional, de modo que se comenzó a re-interpretar su importancia en la esencia de la sociedad de la que es parte, logrando generar una nueva manera de captar su preponderancia general, para el caso. Así las cosas, el concepto de identidad cultural ha ido generando nuevos

caminos de lograr la interpretación adecuada para generar un nuevo aspecto de concepción de su rol en sociedad.

Por otra parte, como expresa Lurie, “la mujer ha preservado y transformado directamente la cultura narrando sus propias historias, compartiendo su propia sensibilidad, internacionalizando su creatividad y ocupando los más altos puestos en el mundo laboral”. (1994, p.76). De esta forma se genera una nueva visión respecto de lo que antiguamente era entendido como su rol en sociedad y a lo máximo a que podía apuntar en tanto concepto de la identidad aplicado a sí era a ser la jefa de hogar sin distintas y adicionales cuestiones.

Es factible comprender que la variable específica de las culturas juega un rol más que clave en el tiempo en que se pretende delinear las características de las personas, comprendiendo el momento en que este tipo de aspectos denota una serie de elementos que irán a orientar aquel tipo de recursos para generar una serie de aspectos que tenderán a incrementar la sensación de la mujer de abrirse paso a un nuevo contexto en el plano internacional de la indumentaria, a fin de entender la esencia de la propia industria de moda, respectivamente, en los términos de la actualidad.

En tanto, la comprensión de lo que hace a la identidad en el mundo de los usuarios tiene gran incidencia en el modo de comprender las tendencias de la sociedad, debido a que estas modalidades de comprensión permiten captar la esencia de un mercado en donde no se puede denotar una identidad puntual debido fundamentalmente al hecho de que las tendencias del mismo varían constantemente, por lo que no se puede aludir a lo que implica el marco apropiado para la amplitud de participantes. Es factible lograr comprender que la identidad varía conforme lo hace la sociedad, y este elemento será fundamental para generar un marco adaptativo en lo que refiere a las distintas formas de entender la importancia del mercado. Como consecuencia, la manera de entender los recursos actuales variará conforme lo hagan los interesados, quienes acreditarán nuevas maneras, al tiempo que puntualmente delineadas,

para el entendimiento de lo que es la esencia del mercado (Lurie, 1994).

En ese orden, Venero (2008) comprende que la moda es en todo lo que hace a la actualidad una herramienta que genera un eje cultural en lo que hace a las personas para brindarle sentido a la sociedad. Desarrolla en ese orden comunicativo un enfoque por medio del cual se hace importante en el usuario mediante lo que hace a una marca, manejando valores de alcances que incorporan visiones de mundo y del estilo de vida del usuario. Aborda, en consecuencia, una diversidad para brindar a las personas universos de sentido que coexisten en un mundo plural, en donde todos se dirigen hacia aquel que más elevada pretensión les generen, con el que se sientan compenetrados.

En tal cuestión es factible referenciar a Mizrahi (2008), quien sostiene al respecto el hecho de que la moda constituye un lenguaje primordial en cuanto a la hora de comunicarse de parte del usuario. Al respecto, da cuenta de que “la indumentaria es uno de los primeros lenguajes que el ser humano ha utilizado para comunicarse. Tendemos a captar al otro, entre otras cosas más, mediante lo que lleva puesto” (p.1). Estos aspectos generan una comprensión específica de lo que hace a la inscripción estética del ser humano, considerando todo tipo de presencias en el arte actual en tanto confección de identidad del individuo mencionado.

Por tal motivo, estas variaciones le brindarán al interesado la posibilidad de captar lo que denotará la posibilidad de entender aquello que constituye esta identidad, que no puede ampararse sino en las modificaciones mentales que se han producido en un público que demanda constante y continuamente, al mismo tiempo, a la disciplina de moda para ser considerados desde planos orientados a la actividad. (Lurie, 1994).

Según Cuenca (2000), en el momento en donde se hace una específica mención en lo que refiere a la moda, es posible sostener que ésta en tanto arte proporciona vivencias, así como experiencias variadas que tienen la capacidad de generar no tan solo un nivel de enriquecimiento y positividad para lo que refiere, enteramente, a la cuestión del diseño, sino

que contribuye a la posibilidad de mitigar los efectos nocivos de tal temática. Al entender a la moda como cultura, sostiene, “es posible explorar su potencial como forma de ocio de manera que sea una herramienta de desarrollo humano aplicable a la vida cotidiana y capaz de influir positivamente en la vida de las personas” (p.1), hecho que permitirá generar un nivel de entendimiento de todo aquello que implican las cuestiones de la temática en cuestión.

Por otro lado, Doria (2011) indica que la moda es una forma de ornamentar y significar el cuerpo. También señala que esta no es solo una manifestación de fatuidad, sino que se convierte en un sistema permanente. La autora también señala que el sistema de moda se comprende como un concepto integrado y global, donde las diferentes áreas de esta misma están condicionadas por cambios sociales profundos.

Como conclusión a lo mencionado anteriormente, la moda también se define como una búsqueda frenética de la novedad y una forma de venerar el presente (Lipovetsky, 1990).

De este modo se irá permitiendo la toma de conciencia de que la identidad no es un elemento adicional en la realidad del diseño sino algo que tiene un nivel de apreciación, si se quiere, conciso y específicamente vinculado con lo que representa el mismo en sociedad, referenciando de esa manera finalidades que se vinculan con la expresión, las creencias y la ostentación, como sostiene Laver (2008).

1.2 Cómo se constituyen las tendencias

Saulquín (2006) sostiene que la moda genera identidad, ya que marca un estilo y le brinda al interesado la opción de tener cierto tipo de mirada crítica en relación con el modo de comprenderla. Por tanto, los usuarios se encuentran normalmente actualizados en lo que refiere a la comprensión de los cambios en la identidad, por medio de distintos estilos que hacen a la posibilidad de brindarles deseos y preferencias en los términos de sus gustos y de los patrones de comportamiento sociales, de modo respectivo, específicamente. La disciplina

de la indumentaria se caracteriza por contar con argumentos que satisfacen las necesidades de los públicos en todo momento, de modo tal que propician relaciones directas con estos elementos tendientes a que se logren cambiar los deseos indumentarios. Las tendencias van de la mano de la moda, las que se traducen en la elección de las distintas modalidades de indumentaria que se les ofrecerán a los usuarios, de modo tal que se constituirán en recursos fundamentales al momento de pretender cambiar una selección. Ello denota un estilo y éste se conforma de manera paralela al enriquecimiento de cada personalidad específica.

El mismo podrá verse acompañado o no por la elegancia, en los términos de que esto implique necesariamente, para el caso, la coherencia entre formas y entre colores, que denoten una armonía entre las partes que tenderán a la conformación de la imagen, pudiendo ésta ser exterior y enfocarse en la imagen o, al mismo instante, interior, moldeando los atributos de la personalidad del propio sujeto, para el caso. La indumentaria es víctima de una suerte de presión social que incide en los comportamientos de los sujetos, de manera tal que en muchas ocasiones se presiona al sujeto a que ponga en práctica un sistema de conductas que le fomenten aislarse y apartarse de la sociedad para vivir en un constante cambio. (Saulquín, 2006).

De esta forma, no solamente se genera una inseguridad significativa en el sujeto, sino que potencia el grado de aislamiento de la sociedad, por lo que estos elementos son de fundamental prioridad al momento de captar lo que es verdaderamente trascendental para denotar el rol que el sujeto interpreta en la sociedad y genera de esta. Como las modas son normas y controles impuestos por las sociedades en los términos de ofrecer los valores sociales, dichas específicas sociedades se valen de ellas como forma de manipulación, de modo tal que la tendencia y la moda se constituyen en recursos que potencian el surgimiento de una suerte de tendencias sociales que promueven distintas conductas humanas. Por tal motivo y en consecuencia a todos los aspectos que denotan la cuestión de comprender esta

serie de elementos que conforman el aspecto orientado a satisfacer los recursos que permiten el establecimiento de los patrones de estilo y de las tendencias de moda, será clave y consecuente comprender que el hecho de entender a la moda como una herramienta de tendencias constituye la esencia de la misma actividad. (Saulquín, 2006).

Consecuentemente, es posible sostener que la posibilidad de marcar tendencias en lo que hace a la modalidad de investigar la realidad de la disciplina genera una toma de conciencia de lo que implicará orientar el comportamiento de los usuarios respecto de la actualidad referenciada. Por tal motivo, estas implementaciones generan la opción de que el participante comprenda la esencia del mercado en el que opera la industria de moda, caracterizado por no detenerse siquiera un minuto para poder adquirir el tiempo específico a fin de orientar sus interpretaciones en lo que refiere a las formas de actuar. Según sostiene Saulquín:

El vestido hace y refleja las condiciones de la vida cotidiana. Imprime su sello en el modo de actuar en las diferentes circunstancias que tocan al individuo y actúa sobre su ser; hacer y parecer en el contexto de la sociedad. La indumentaria y la persona social se influyen mutuamente. (2006, p. 117).

Este tipo de aspectos genera que los conceptos de identidad tengan nuevas orientaciones en la compleja gama de elementos que invitan al usuario a considerar las tendencias. Producto de esto, las tendencias no son precisamente pautas de acción orientadas a satisfacer y entender el mercado actual, denotándose una serie de elementos que trascienden del mero gusto del participante para encaminarse a la comprensión de lo que es la integridad del sujeto. Por tanto, no se puede plantear el tema de las tendencias sin considerar a los gustos de los protagonistas ni de entender lo que hace a los modos de implementación de los comportamientos empresariales en el mercado, sostiene Saulquín. (2006).

Según Saltzman (2004), los patrones sociales han ido modificando las distintas modalidades de lo que representan las tendencias identitarias en el marco del contexto mundial. Consecuentemente, interpreta que “el cuerpo rotundo y voluminoso era una ostentación del

lujo de las clases poderosas, enfrentadas a los obreros y campesinos, de apariencia desaliñada y enclenque”. (Saltzman, 2004, p. 33). Como puede apreciarse, los medios por los que se generan variaciones de interpretación práctica generan la posibilidad de entender que estas variaciones no son de ahora, sino que trascienden las distintas maneras de captar lo que es, respectivamente. Por tal motivo, las tendencias no serán de fácil implementación, sino que tenderán a generar una nueva manera de ser vistas en relación directa con los diferentes modos de interpretación de las realidades en las que éstas son y mediante las que actúan. Tal es así que no es posible considerar un criterio de la identidad específico, según sostiene la autora, sino que se hace referencia a un criterio distintivo en donde la actualización será conforme los gustos de los usuarios que varían entre épocas. Como entiende Sbruzzi (2015), el modo en que se comunique será fundamental a la hora de comprender el deseo del usuario y de satisfacer las pretensiones, así como las preferencias claves para entender las expresadas tendencias del contexto del cual forma parte.

Finalmente, Doria (2011) indica que el termino tendencia se refiere a todas las motivaciones compartidas colectivamente, que condicionan y dirigen los deseos y las elecciones de los consumidores. Una tendencia también se define como: propensión, inclinación o preferencia a lo que se tiende. La autora también hace mención a que las tendencias no son independientes, sino que existe una interacción con los hábitos del consumidor, dado a que estas los reflejan.

Las tendencias perfilan a los consumidores y nos indican como ellos se sienten, cuales serán sus motivaciones de compra y que estrategias, productos y servicios aceptaran. Los consumidores son receptivos a aquellos productos y servicios que alivianan la preocupación y disminuyen el estrés (Doria 2011).

1.3 Cómo se construye el estilo

Saulquín (2006) sostiene que tener estilo implica contar con un tipo de personalidad específica en los términos de la indumentaria. Por tanto, es posible así denotar una serie de variables que hacen a esa persona diferente, única, y que la distinguen de la masa, en una serie de elementos que, mientras satisfacen los gustos del usuario en cuestión, permiten conformar mediante la indumentaria los caracteres que se adecúan a la hora de definir su personalidad. Entonces, cuando se hace mención a tener estilo no se está haciendo referencia únicamente a la personalidad, sino también a los determinados gustos y preferencias del cliente, su estación de colorimetría, entre varios aspectos adicionales. Con el estilo viene agregada la imagen, es decir, aquella cuestión que permite al primero de los elementos referenciados ser, en función de un medio en el que actúa. El contar con estilo no es simplemente un recurso que tenga preceptos que se apliquen a todas las estructuras por igual, a fin de entender que no puede existir un concepto uniforme para la totalidad de los individuos, con la intención de comprender que tal concepto tiene múltiples aplicaciones.

Producto de ello, no se puede observar a la construcción del estilo como el resultado de una gama de elementos que conformarán al mismo. Contar con estilo invitará al usuario a sentirse distinto y al mismo tiempo diferenciado, por lo cual es susceptible de comprender que sus resultados irán a incidir en el marco de un contexto que irá modificándose conforme el paso del tiempo para posibilitar la toma de conciencia de nuevas interpretaciones profesionales que inviten a la moda a comprender modalidades distintivas de interpretación profesional, de manera íntegra, respectivamente. El estilo y la imagen son elementos fundamentales al momento de comprender el espíritu de la indumentaria, pues se generan en elementos constitutivos de una gran variabilidad de recursos que fundamentan el interés por vestirse de una manera que le permita sentirse a gusto. (Saulquín, 2006).

En ese carácter netamente vinculante con la vestimenta surge la variable de sentirse a gusto

y de potenciar la comodidad personal, de manera que se genere una serie de recursos que permitan al usuario sentirse a gusto y acorde con las tendencias sociales de la indumentaria. Será sustancial propiciar un específico análisis de las condiciones que tiene el mundo de la moda y los distintos niveles de comprensión de los recursos de vestimenta en el sujeto. De estos modos, resultará factible comprender la esencia del diseño, en tantos elementos que irán a constituir las herramientas posibilitadoras de recursos que permitan orientarse a la conducta de ofrecer un marco acorde, para el caso, con las necesidades del usuario. Las herramientas de la moda permiten generar una serie de variables que potencian la unión entre la disciplina y los gustos del consumidor, de manera tal que el diseño logre ser entendido como un recurso posibilitador de opciones para una vestimenta óptima. (Saulquín, 2006).

Doria (2011) indica que el estilo es un modo de expresión básico y distintivo, y sostiene que este es una forma de individualización; una forma de diferenciarse y de identificarse dentro de la masa como un ser único y especial. La autora también indica que los estilos no son formas paralelas de la moda, sino que son integrantes de esta misma. La relación del estilo con la moda va del orden general a lo particular, se considera una relación unilateral. Siendo que la moda se basa en estilos y el estilo no se basa en una moda. Solamente cuando el estilo logra aceptación de una gran cantidad de público, este se convierte en moda. (Doria, 2011)

Como conclusión, se puede afirmar que el estilo contiene en sí mismo elementos que transitan significados, iconicidades, materiales, construcciones, y lenguajes. Siendo así que cada estilo incluye características especiales que determinan la fascinación o el repudio.

1.4 La resignificación de lo tradicional en los tiempos modernos

Saulquín (2006) entiende que, la opción de considerar a las tendencias actuales se ha observado sustituida por el pasado, el que comenzó a tener en cuenta las bases de la importancia específica de los usuarios. Ello se generó como consecuencia de que las

tendencias de moda actuales no tienen un impacto como el de antaño, lo que potencialmente obedece a la realidad de que no permiten al usuario la posibilidad de re-interpretar la herramienta de moda desde un plano interno tendiente a generar la posibilidad de adaptarse al contexto internacional. En estos tiempos, este tipo de elementos será fundamental para comprender lo que hace a la esencia de la moda, algo que los interesados en dicha actividad pueden apreciar.

Todo ello se da como resultante de potencializar recursos que orienten el accionar de los ciudadanos desde un plano netamente democrático, en donde las voces de los interesados comenzaron a hacerse oír para generar una nueva modalidad de interpretar lo que constituye la esencia de los elementos específicos de la realidad, de manera respectiva, tanto de los usuarios que participan en la moda como de los aspectos propios de la disciplina de la moda. Para tal fin se pretende comprender la importancia de retomar las fuentes, si se quiere, de lo que representa en síntesis la disciplina de la moda, de manera tal que se permita brindar un asesoramiento íntegramente desarrollado en función de las diversas maneras de entender al negocio en general. En la actualidad, las tendencias de moda no perduran en la mente de los usuarios como sí sucedió en los tiempos pasados, y ello obedece a la realidad de que las intenciones de las estructuras organizacionales se abocan en la consecución del resultado de lo inmediato y desconocen de todo lo que hace a la posibilidad de comprender el marco constitutivo de lo que dura en la mente de los públicos, en términos generales, de modo respectivo, para el caso en cuestión, según sostiene. (Saulquín, 2006).

Actualmente, las características del campo de lo que constituye a la moda se generan en función de las distintas modalidades de acción tendientes al resultado inmediato, descuidando los procesos que se tomaron en consideración para arribar a tal resultado y poniendo en un plano secundario a los fines de los protagonistas del mundo profesional, los usuarios, para el caso. En ese entramado complejísimo de situaciones el individuo, acorde a lo que las

empresas le ofrecen, no denota una incidencia en lo que es su rol prioritario en cuanto a la conformación de un pensamiento tendiente a propiciar mejoras significativas en cuanto a la calidad recibida. En ese mapa contextual, el no detenerse en estos elementos tenderá a generar nuevas modalidades de interpretación contradictorias respecto de lo que constituyen los elementos fundamentales y esbozados en comprender hacia dónde se mueve el referenciado mercado. (Saulquín, 2006).

Tal es así que la posibilidad de ignorar estos elementos y de descuidar el rol del usuario podrán ser factores que impidan a las empresas generar un impacto significativo en la mente de los públicos, de modo que la posibilidad de ignorar estos elementos potencialmente será clave para lograr una serie de pautas tendientes a incrementar la vinculación entre los distintos protagonistas al momento de esbozar las tendencias de indumentaria: público y marca, de manera respectiva, en relación con el presente caso, a fin de generar una serie de elementos tendientes a generar participación entre los públicos y en relación con una serie de aspectos que le brindarán al usuario la posibilidad de entender lo que hace a la participación profesional de ello. Por tal motivo, será necesaria comprender la nueva actualidad de estos elementos que tienen una gran incidencia en la toma de conciencia de las formas de comprender la realidad del presente tiempo, de manera tal que se logre ofrecer una nueva gama de recursos que propicien la interacción de los públicos con las tendencias de la sociedad. (Saulquín, 2006).

La inspiración en lo tradicional no es precisamente una nueva tendencia en líneas generales, de manera tal que su incidencia tiene gran cantidad de efectos en las sociedades a lo largo de los tiempos. Tal cuestión de tomar conciencia de los eventos del pasado al momento de conformar una serie de tendencias se erige en un recurso clave al momento de delinear al moda, lo que repercute en la toma de conciencia de lo que implica lo actual para los usuarios y lo que fue, en algún momento lo tradicional a los ojos de los antiguos ciudadanos. Se habla de re significación de la moda porque se toma como base una serie de elementos del pasado

que se buscan traer a la actualidad, lo que obedece a cierto tipo de conducta en la que se pretenderá retomar los aspectos de la historia al momento de diseñar en lo que hace al contexto actual. Producto de ello, las distintas épocas demarcan sus tendencias y las acercan a los tiempos del presente para generar una nueva manera de comprender lo que fue la indumentaria y lo que puede ser nuevamente para satisfacer los derechos de cada uno de los participantes del proceso de moda. Ello obedece, precisamente, a una serie de aspectos en que no se hallan identificados los usuarios con las tendencias actuales, para el caso en cuestión. (Saulquín, 2006).

Según el sitio web La Gran Noticia, en un específico artículo denominado *Diseñadores renuevan la moda tradicional en Birmania* (2017), los diseñadores de moda han comenzado a sostener la importancia de renovar los recursos de moda tradicionales, sustentados en todo aquello que hace mención a la tradición y a la cultura de aquella región, de modo tal que se logre generar una toma de conciencia de la importancia que tiene tal cultura en el devenir de los usuarios. La intención se fundamentará en el hecho de ofrecerle una postura más interiorizada al usuario para generar una nueva modalidad de entendimiento de las finalidades empresariales, así como también de permitirse adentrarse en lo que representa dicha referenciada cultura, respectivamente. Una diseñadora birmana, Ma Pont, hace mención a la sola idea de generar un recuerdo en lo que refiere a las distintas tendencias de la indumentaria del pasado, haciendo mención a un contexto militar, en donde se creaba por parte de ésta prendas para actrices de televisión, las cuales se veían controladas por los militares, al argumentar que por entonces no eran libres.

En ese contexto y en función de lo referenciado, se utiliza la vestimenta como un medio en el que la importancia radica en generar la toma de conciencia de la cultura que muchas personas, siendo parte, desconocen y limitan a un plano puramente subjetivo. De esta manera, es susceptible la generación de un proceso de comprensión de todo, si se quiere, lo citado al

momento de esbozar las tendencias generales de un momento en la historia en donde las implementaciones de la indumentaria giran en torno a estos aspectos. Por tanto, la sola intención de generar nueva indumentaria sin dar prioridad a las cuestiones propias de la sociedad brinda una nueva perspectiva al usuario. En consecuencia, este tipo de herramientas le otorgará a los usuarios una nueva manera de entender lo que representa la esencia de la disciplina de moda en un contexto en el que las nuevas tendencias trascienden lo que representa el gusto específico del usuario, enfatizándose el hecho de querer brindar nuevas maneras de captar la esencia de la actividad. Las tendencias se constituirán en posibilidades prácticas y, como resultado de ello, la idea de generar una nueva manera de trabajar gestionará la esencia de un contexto en donde estos aspectos serán prioridades. Así las cosas, la posibilidad de lograr resignificar una disciplina trasciende los resultados del ya, del aquí y ahora, enmarcándose, para el caso, en nuevas tendencias en lo que refiere a cómo interpretar la actividad referenciada en los términos globales pertinentes, de modo respectivo, para el caso en cuestión. (Diseñadores renuevan la moda tradicional en Birmania, 2017). Al instante mismo de entender la finalidad de los usuarios, es factible comprender que tales implementaciones tienen distintas cuestiones vinculadas con la posibilidad de captar la esencia de estos recursos, para el caso en cuestión.

Según sostiene Tungate (2005):

La moda está demasiado extendida como para ser considerada un asunto trivial. Incluso quien afirma que la moda no le interesa, se ha visto obligado en alguna ocasión a enfrentarse a ella. La moda está en todas partes, y lo que decidimos ponernos o no ponernos se ha convertido en una declaración política. No compramos ropa, compramos una identidad. (p. 12).

Es por ello que resultará factible inferir que tales elementos serán claves al momento de generar conciencia en cuanto a las distintas formas de captar lo que representa la mera y específica cuestión del vestir. En toda cuestión se halla la vestimenta, no siendo apenas un

elemento aislado ni destinado a ser en función de un contexto en particular. De esta manera, la referenciada temática invita al lector a comprender que la posibilidad de generar una conciencia en cuanto a cómo destacar el área de la vestimenta de la misma mano alineada que hace mención a una gran cantidad de contextos. La dificultad de hacer uso de un estilo de moda que se aplique a todos y que marque una suerte de fines orientados a satisfacer a la totalidad de usuarios no es posible por el solo hecho de que no existe algo que abarque todo tipo de voluntades de vestimenta. En tal contexto es posible sostener que la moda no constituye algo sencillo, lo que irá a traducirse en la imposibilidad de generar fáciles tendencias que imperen a lo largo del tiempo. Siendo una herramienta de larga aplicación será clave entender que sus pretensiones y gustos no se aplican a todos por la misma vía, sino que deberán comprender las distintas y variadas temáticas en relacionamiento directo con lo que representa el entorno y los distintos gustos de todas y cada una de las personas participantes en la sociedad, de manera respectiva. Esa tendencia hacia la adquisición de una identidad, conformar los distintos entramados y variaciones de tendencias al momento de satisfacer el gusto de los participantes del proceso de la vestimenta en todo tipo de contextos, si se quiere, a fin de satisfacer los elementos orientados a generar conciencia en la mente del participante, para el caso en cuestión. (Tungate, 2005).

Según sostiene Squicciarano (1990), las investigaciones semiológicas sostienen la creencia de que el vestido actúa como una suerte de intermediador con la totalidad de las modalidades de expresión corporales, complementándolo y enalteciendo tales elementos en cuanto a la posibilidad de comprender que se trata de un aspecto comunicacional, el que se puede encontrar expresándose por la vía de un lenguaje visual. Como consecuencia de ello, es factible entender que en cuanto a lo actual, lo que es entendido como tradicional ha adquirido nuevas vertientes, pero la indumentaria no ha logrado desprenderse de estos distintos marcos que hacen a la esencia de lo que representa el nivel de la indumentaria. Ésta comunica, en

todo momento, las cuestiones más íntimas de la sociedad y los gustos y preferencias de los mismos, de modo tal que tales cuestiones brinden a los usuarios y participantes de la sociedad un nivel de comprensión en cuanto a cómo adaptar sus tendencias a las pretensiones empresariales y los deseos de empresarios. Las marcas y los aspectos derivados de las mismas generan en el usuario un nivel de comprensión no solamente vinculado con sus gustos sino con lo que representa el devenir social y los distintos aspectos generales. Por tal motivo, hay un nivel de resignificación de lo que constituye la esencia de los marcos netamente contextuales orientados en cuanto a la posibilidad de entender lo tradicional, que ha variado de modo sustancial al momento de considerar los deseos de las personas.

La indumentaria comunica y genera apertura a nuevos participantes que tienen la pretensión de extender sus conocimientos y sus deseos conforme los parámetros de la actualidad social, al momento de entender los distintos aspectos que hacen a la opción de comprender hacia dónde gira el deseo de los usuarios. El concepto de identidad es clave si se pretende hacer un efectivo relevamiento de información en cuanto a cómo comprender las pretensiones de los usuarios, de modo tal que se genera una suerte de entendimiento íntegro de lo que constituye el gusto de los mismos. (Squicciarano, 1990).

Desde las referenciadas cuestiones se genera una toma de comprensión acerca de lo que constituye la posibilidad de analizar la tradición desde los ojos de los usuarios y la cuestión netamente contemporánea. Como se pudo apreciar, la industria de indumentaria tiene gran impacto en lo que refiere a los modos de interpretar la actividad de moda, de modo que se puede generar una, si se quiere, elevada cuestión de tendencias al momento de entender qué representa cada una de estas finalidades, en cuanto a cómo gestionar sus prácticas globales. Como resultado de lo citado en estos apartados, resulta susceptible de entenderse que la posibilidad específica al momento de generar entendimiento en todo tipo de prácticas profesionales y de momentos de comprensión globales brindan a la esencia de la actividad la

idea de ser parte de una estructura acorde con la idea de generarse niveles de participación que denoten ciertas pautas hacia dónde orientar la indumentaria.

De esta manera, la posibilidad de ampliar la esfera práctica de la actualidad brinda a estos fines un nivel orientado a la idea de captar nuevas maneras de arribar a los mismos públicos y a nuevos modos de referenciar la disciplina de la moda mencionada, en un marco orientado a dar cuenta de lo que representa una manera de entender la sociedad al momento de captar distintas maneras de cristalizar la actividad mencionada en el ya referenciado párrafo.

Ello se genera en torno a brindar un nivel satisfactorio de captar nuevos niveles de interés en cuanto a cómo cristalizar nuevos resultados profesionales en la esencia de la moda en estos contextos, de manera respectiva, al momento de denotar una serie de tendencias que darán cuenta de ciertas temáticas que implican la toma de conciencia de lo que representa la actualidad del diseño en la mente del consumidor de los tiempos presentes.

En ese entramado, en el próximo capítulo se apreciará lo que representará en la actualidad la esfera de indumentaria abocada a la cultura inglesa al ser una de las grandes influencias de moda en cuanto a cómo gestionar la disciplina de indumentaria en el contexto actual, para el caso en cuestión, siendo la misma una de las máximas exponentes, si se quiere, en cuanto a la disciplina de la moda mundial conforme el paso de los años. Como es posible comprender, lo que refiere a la industria de moda inglesa permite a los usuarios interpretar lo que representa la historia en el contexto internacional, de manera tal que es posible comprender que ante el paso del tiempo resulta sustancial entender que la indumentaria no se ha visto alterada en cuanto a los distintos impactos que se generan con el público, de manera tal que la cultura inglesa es fundamentalmente clave al momento de entender lo que implica la esencia de la moda a nivel internacional, respectivamente hablando.

La industria de moda de aquella región tiene un nivel de tradición específico y en el que las finalidades profesionales se orientarán a generar una determinada cuestión de lograr vincular

todo tipo de prácticas del pasado con las tendencias actuales en un marco de un cierto nivel posible de generar avances en todo lo que hace a cómo gestionar prácticas y niveles de apreciación globales al momento de entender lo que representa la tradición mencionado.

Todo ello expresa lo que representa la vinculación con lo que implica la actividad contextual de lo que hace a la esencia de la disciplina de la indumentaria, en el marco de la actualidad, en términos específicos, para el caso aquí en mención. Como resultado de ello se genera una reinterpretación de lo que implica la realidad de la que se es parte actualmente, modificando la esencia de la indumentaria y permitiendo interpretar las variadas formas de delinear dicho concepto al momento de dar cuenta acerca de los temas de relevancia para ello.

En tanto, es posible comprender que la actualidad de la esencia de la moda no genera que todo vaya camino a lo que históricamente ha sido fundamental en cuanto al rubro en cuestión, sino que da una perspectiva diferente a la hora de, si se quiere, comprender la verdadera naturaleza de lo que hace a la industria de la moda.

Este elemento será de renombre y de gran relevancia en estos aspectos como resultado de permitir no solamente la consideración de aspectos distintos en relación directa con todo aquello que hace a sus caracteres sino al mismo tiempo a la incorporación de nuevos sujetos que generen cambios en la manera de ser interpretada en cuanto a sus realidades cotidianas. Si hay resignificación es por la sencilla razón de que, como consecuencia de ello, es sustancial lograr delinear los nuevos fines que tienen los usuarios al momento de ser considerados por las marcas, lo que tendería a denotar ciertos cambios en cuanto a lo que buscan de las empresas citadas.

De modo complementario, Morin (2018) entiende que la resignificación tiene su relativa incidencia en la manera de entender el aspecto del medio, el que comienza a considerar nuevos modos de dar cuenta del contexto. En ese orden, el cuidado del ambiente tiene su relevancia en lo que hace a las decisiones del usuario al momento de tomar nota de la

vestimenta imperante. Asimismo, Doria (2015) sostiene que se da cuenta de un contexto en el que el pensamiento ecológico comienza a trascender lo usual y permite denotar una relativamente innovadora manera de entender lo que hace al entorno y a los deseos de los usuarios.

Estos aspectos serán tradicionales en el enfoque contemporáneo, resignificando la moda desde una serie de planos distintivos. Finalmente, Aranda (2010) denota que este aspecto será clave al instante de comprender lo que representa el enfoque ecológico, el que invitará a los usuarios a captar la realidad de la que es parte el individuo actual, más tendiente a apreciar temáticas antiguamente secundarias a la hora de captar la realidad contextual de la que es parte y menos abocada al resultado de vestir por vestir, sino al vestir con una concientización de lo social que complemente sus decisiones de tender al lujo y a la elegancia tradicional de la que siempre ha sido parte en sus deseos puramente inconscientes.

Capítulo 2. La moda en la monarquía inglesa

A lo largo del capítulo en cuestión se hará mención de la tradición inglesa en cuanto a la monarquía, en relación directa con los distintos modos de vestimenta que han caracterizado a la realeza inglesa a lo largo de los años. Este apartado pretenderá indagar en el estilo de los y las monarcas inglesas, el protocolo en la indumentaria de la corona y los detalles que caracterizan al estilo monárquico en sí, orientando a la industria de moda hacia un nuevo camino y posibilitando una notable participación de los usuarios en lo que hace a los modos de comprensión de lo que denota la industria de moda. Por tal motivo y en relación directa con la actualidad y las tendencias sociales, este tipo de aspectos serán propiamente generales al momento de esbozar lo que hace a la esencia de la moda para la posibilidad de captar maneras que se orienten a propiciar la chance de traer los conceptos propios de la moda del pasado al presente para propiciar un significativo entendimiento sobre lo dicho. Como es posible comprender, la misma se ha caracterizado por contar con un nivel de tradicionalismo más que sólido en cuanto a sus maneras de entenderla, de manera tal que los conceptos de innovación en aquellos tiempos no se caracterizaban por contar con un grado de tolerancia y de aceptación a las modificaciones ni mucho menos a conceptos que trasciendan de lo clásico y socialmente aceptado.

2.1 El estilo de los monarcas femeninos del trono inglés

Según sostiene Hayward (2014), la tradición de la época victoriana, en el siglo XIX, fue fundamentalmente una cuestión en la que se enfatizan los conceptos propios de la tradición, de modo tal que se generará un nivel de autoridad y de conservadorismo que inciden de manera decisiva en la esencia de la moda. Se trata de un contexto en el que la moda inglesa brinda a los distintos usuarios la posibilidad de comprender lo que representa la esencia misma

de la actividad cotidiana, orientada a la idea de entender la integridad de ésta y al establecimiento de puntos de vista que generen conciencia de las nuevas necesidades que el mercado demanda. En aquel entonces, las cuestiones se veían vinculadas con los aspectos puramente históricos, de modo tal que el linaje era el centro de la esfera práctica al momento de traspasar de una generación a la sub-siguiente los conceptos y las tendencias que habían sido parte fundamental de ésta, continuando los procesos desde un momento histórico al otro, en un marco caracterizado por ofrecer una serie de elementos específicamente, si se quiere, adaptables a las pretensiones de los miembros del trono inglés referenciado en estas argumentaciones.

Es por esa razón que se puede ir progresivamente entendiendo el aspecto de la tendencia hacia la conservación de la tradición en cuanto a cómo delinear el aspecto de lo que constituye la esfera práctica de la moda inglesa, en lo que hace a las distintas maneras de abordar estos aspectos. Producto de esto, podrá apreciarse una serie de orientaciones que brindarán a los usuarios la consideración de lo que caracterizó a lo largo del tiempo a estas tendencias en todo lo que refiere a los distintos aspectos vinculantes con la actualidad de la referenciada disciplina. En este aspecto se intentará relacionar la representación del a indumentaria pasada con lo que hace a la esfera actual de la misma a los ojos del presente en todo lo que hace a los conceptos que caracterizaron una época que marcó lo que constituye la indumentaria en relación directa con sus pretensiones y gustos. (Hayward, 2014).

Los aspectos puramente globales, formales y específicos de las monarquías dan a ésta una serie de improntas en las que se generan tendencias que poco a poco tienden a brindarle un apartado específicamente orientado a la generación de una gama de pautas de practicidad que distinguen a la realeza y le permiten tener vigencia en lo que hace a la actualidad, de manera puramente aislada en lo que hace a las ideas de ser obsoleto y aislado en cuanto a las tendencias de la actualidad de la indumentaria, para el caso en cuestión. Por tal motivo, es

posible entender que la posibilidad de ampliar el conocimiento de estas disciplinas actuales se ven realizadas con la información de un contexto pasado en el que el nivel de participación de los usuarios en la tradición y la esencia conservadora le brinda nuevas maneras de adaptarse a la finalidad profesional propia de la indumentaria. Como consecuencia de ello, la disciplina citada orienta un nivel de participación en cuanto a la idea de entender que la tradición se constituye en el elemento central al momento y manera misma de captar la esencia de la indumentaria, basada en el pasado, específicamente hablando, para el caso aquí expresado en estas líneas. Por entonces, la moda fomenta que se resalte un elevado nivel de prudencia, de manera tal que se pudiera contemplar una gama de elementos orientados a enfatizar estos aspectos.

Se hacía uso de vuelos y de hombros descubiertos, así como también de peinados que daban crédito de un énfasis significativo en el rostro. (Hayward, 2014).

En ese orden, se pretendía dar cuenta de una gama de elementos que destacasen la imagen formal y de respeto que deberían de ostentar cada uno de los miembros de la realeza en tanto variable orientada a enfatizar el respeto y la buena apariencia en todo momento, de modo general, para el caso. La cuestión de la imagen era un recurso de gran relevancia en cuanto a los distintos y variados niveles de imagen que caracterizaban la referenciada y citada época en cuestión referenciada, en tanto estilo que hoy sigue haciendo una marcada influencia y gran nivel de incidencia en los diseños, colecciones y casas de moda, así como también en los movimientos de indumentaria que suelen destacarse en cada una de las décadas que se han visto consideradas en estas líneas, respectivamente. (Hayward, 2014).

Asimismo, Vanidades (2018) sostiene el hecho de que la Reina Isabel II de Inglaterra ha sido a lo largo de las décadas un gran ícono de moda construyendo un estilo propio que le ha dado un marco apropiado para la generación de una personalidad sin trascender de lo que representan las obligaciones cotidianas de su cargo, considerada no como un simbolismo del

fashionismo, pero sí como un emblema de lo que representa la elegancia en la historia de la monarquía inglesa, respectivamente. En tanto, los vestidos de la Reina Isabel II de los años '50 daban cuenta de una cintura ajustada y ceñida, como impuso el estilo de Christian Dior, en base a una serie de colores claros que daban cuenta de un destaque ante las masas de prensa y periodistas especializados en belleza.

Un dato interesante de estos aspectos se reduce al hecho de que, en tanto monarca, se debería privar, por la austeridad típicamente, si se quiere, inglesa y por las obligaciones de su cargo, así como todo tipo de responsabilidades, al momento de hacer un determinado marco de selectividad conforme lo que representa su vestimenta en términos globales, para el caso en cuestión mencionado en estas líneas.

Pese a estos aspectos generales, ese nivel de singularidad que ha desarrollado al combinar austeridad con elegancia le ha brindado a la misma un marco de respeto y de nivel conforme el paso de los tiempos, por medio de un reflejo entre elegancia y austeridad bien típicamente británica, con una suerte de combinación que ha generado un nivel de interés y de emblema indumentario en toda la sociedad global a nivel mundial e internacional y ante todo tipo de públicos, simultáneamente. Si bien se ha generado un nivel lógico en materia de modificación conforme el tiempo, el mantenimiento en función de una línea ha trascendido lo básico y habitual, tanto así que se ha cristalizado en una marca de distinción en el planeta. Esa apuesta por el color ha trascendido una mera indumentaria, llevándose de pies a cabeza y marcando estilo. (Alarcón, 2009). Este aspecto es de relevancia a la hora de lograr interpretar la esencia misma de la moda al momento de sostener lo que hace a la esencia de los gustos y preferencias de los consumidores.

Según sostiene Hayward (2014), el arte de la monarquía inglesa y la cuestión de la industria de la indumentaria se han visto poderosamente vinculados, como consecuencia de ser los emblemas que caracterizan a la esencia misma de la corona y que se han ido, a lo largo de

los años, conformando como un simbolismo de lo que representa. Ello podía apreciarse en la posibilidad de ser conscientes de la gran cantidad de variables que permitían a los participantes entender que la realeza era cuestión de pocas y escasas personas, no siendo un área permitida para la totalidad de los pueblos y que era más que accesible a personas propias de lo hereditario en cuanto a su comprensión.

El arte era un elemento de unión entre los miembros de la monarquía, permitiendo a éstos tener una visión íntegra y orientada a plasmar posteriormente estos factores en lo que hace a la indumentaria, proponiendo tendencias innovadoras.

Durante el reinado de Enrique VIII, la monarquía y su familia tenían el derecho de utilizar diseños a base de oro. Asimismo, paños de tejidos de seda púrpura recortado o forrado con sable, de manera tal que la misma categorización se veía reservada para las pretensiones de cada uno de los miembros de la misma, en una gama de elementos que irían a orientar una pauta de conductas acordes a su estilo, respeto y categoría, a diferencia de lo que iría a ser la esencia de los pueblos, lejanos a estos privilegios y orientados a la idea de generar tendencias y marcar un estilo que actuase como una mezcla de lo que era entendido como innovador y sobrio, sin olvidar lo que representaba la realeza en sí, respectivamente. (Hayward, 2014).

Según lo expresado por el sitio web My Learning (2018), la indumentaria se veía clara y concisamente orientada a lo que actuaba como prioritario en el contexto del arte, de modo tal que se generaba una interacción de gran peso en cuanto a cómo orientar el contexto de la moda en los términos de la acción cotidiana acerca de cómo vestir, y en qué momento hacerlo según los parámetros de la sociedad. Las pinturas de hecho se orientaban a satisfacer los deseos de la monarquía por medio de una serie de imágenes que se le realizaba a ésta, de manera tal que se trataba de una actividad restringida a su voluntad y orientada a ésta. En los tiempos pasados, la indumentaria giraba en torno a conceptos vinculados con los cuadros, como un elemento de gran referencia al momento mismo de orientar sus gustos, de manera

que se podría comprender que utilizaban los retratos como un medio para mostrar sus niveles de riqueza, estatus y poder.

Sin ir más lejos, al momento de orientar los distintos niveles de enmarcados en los retratos, las personas se solían vestir con un cuidado denodado, utilizando ropa y accesorios a fin de demostrar una imagen cuidadosamente construida, de modo tal que se lograba, si se quiere, esbozar una serie de pautas que permitieran demostrar el nivel de respeto e incidencia popular y la responsabilidad que las mismas sentían al momento de ser lo que representaban en la esfera y estructura sociales, respectivamente. De modo adicional, las joyas, telas caras, las telas bordadas u objetos a su lado se usaban para sugerir al espectador que la persona del retrato era importante o rica, de modo tal que comprendiesen no solamente el rubro del usuario sino el nivel de conocimiento del segmento de moda al que se hace mención. (My Learning, 2018).

Conforme lo que refiere a la indumentaria propiamente, es posible sostener que el nivel de ostentar la indumentaria con el demostrar el poder iban de la mano, no solo como el resultado de tener un nivel de importancia y de patrón referenciales, respectivamente, sino que también se entendía como una manera de ofrecer una mirada seria y profesional. Así las cosas, en ese contexto aquí mencionado, las personas de la realeza usualmente ofrecían una postura rígida, por momentos impenetrable, que combinaba la cuestión lujosa con la simplicidad, de manera tal que se lograra satisfacer la esencia de lo que era considerado como clave al momento de delinear los aspectos puramente globales y generales específicos del rubro en cuestión. Estos aspectos han sido orientados a satisfacer las tendencias de los distintos grupos de individuos de la realeza que entenderían la esencia de lo que representaban en sociedad, así como de aquello que iría a ofrecer la realidad íntegra de lo que representaría la cuestión de moda de la época. La gente a menudo vestía telas en colores oscuros para retratos, ya que estos eran los tintes más caros. También puede ver que las personas usan muchas capas de material y

prendas, como por ejemplo gorgueras hechas de encaje, que eran usadas por gente Tudor. (My Learning, 2018).

El encaje era entonces un material costoso, porque tenía que ser importado de Bruselas o Italia. Las gorgueras no tenía ningún propósito práctico, la gente solo las usaba para estar a la moda y pensaba que cuanto más grande fuera su gorguera, más ricos los harían lucir. De este modo, la cuestión de la elegancia y el lujo no eran sin más una serie de parámetros puramente aislados ni azarosos propiamente dicho. Actuaban, por el contrario, como elementos que permitirían diferenciar a las distintas clases y segmentos de poblaciones en un contexto marcado por la tradición y el respeto a las costumbres, en términos generales. Como puede apreciarse, estas tendencias brindaron una serie de elementos que se constituyeron en fundamentales al momento de esbozar las finalidades prácticas correspondientes a la esencia de moda, marcada por parámetros puramente globales en los que se pretende comprender la cuestión de indumentaria en aquel entonces. (My Learning, 2018).

Las personas ricas usaban perfume en sus guantes para ocultar los malos olores. De este modo, ciertos elementos que normalmente eran desconsiderados por las clases más bajas se constituyeron en claves para esbozar una serie de parámetros que brindaron a los usuarios una distinción clave en cuanto a su comparación con el resto de las sociedades, ya que se permitieron dar la posibilidad de enmarcarse como diferentes en cuanto a crianza y a estilo, el que fue netamente opuesto entre los distintos niveles de población, de manera respectiva. En estos fines es necesario comprender la esencia de la indumentaria, la que se constituyó en un elemento de separación entre segmentos, pero al mismo tiempo en parámetro de motivación para equilibrar las diferencias esenciales entre éstas al actuar una como patrón referencial de la otra en cuanto a pionera de la industria de modas mencionada en estos apartados previos, para el caso en mención. (My Learning, 2018).

2.2 La indumentaria de la corona y su protocolo

El protocolo en la indumentaria de las realezas y los modos de vestir en aquel entonces destacaban por su presencia, de manera tal que existía un nivel protocolar que trascendía de lo que implicaba la esencia de moda. La realeza vestía con una intención en especial, poner en manifiesto a nivel social su estatus donde el nivel de adorno personal no solamente se limitaba a no solamente ofrecer una serie de demostraciones del rango social, sino al mismo instante una ceremonia celebrada que trascendía de lo que representaban sus cargos. Según expresa Marino (2013), este nivel de tendencias generó una serie de pautas de acción que ofrece ciertos elementos pasibles de ser entendidos como claves para estos actores, quienes denotaban su prestigio entre éstos y para con sus pares.

De esta manera se pretendía el logro y la demostración de ciertos niveles de acción general en donde se pudieron apreciar ciertos símbolos: tipos, colores, cantidades de telas, joyas, junto a una extensiva modalidad de adornos personales en los que se comprendió la real esencia de todo aquello que generó en el seno de la estructura social el papel de los usuarios como simbolismos rituales sociales. De este modo, Marino (2013) afirma que la indumentaria por entonces puede ser entendida como una suerte de comunicación no verbal, una suerte de modo de comunicar mediante un texto, estableciendo el aspecto de la manera de expresarse por medio de la elocuencia y la integridad léxica silenciosa, casi simbólica y de corto nivel de literalidad práctica, para el caso en mención en las presentes líneas, respectivamente hablando, si se quiere. Es en tal mar de significados y significantes donde se puede apreciar el nivel de protocolo que existía, en donde el respeto y la cultura netamente orientada a la satisfacción de los recursos del aspecto conservador y el nivel de entendimiento de lo social permitirían a los usuarios entender la esencia misma de la actividad y el lugar que se ocupaba en el contexto social.

La ostentación era una actitud muy valorada en la época, pese a que la cultura inglesa abogaba

por el respeto y el dar cuenta de lo que era la esencia misma de un nivel de actividad en donde las tendencias se orientaban a satisfacer necesidades que brindaban a los participantes de la monarquía una gran gama de recursos tendientes a priorizar la vinculación entre estos segmentos de modo tal que lograsen brindar tendencias prácticas que permitiesen a la indumentaria tener el lugar que generaba al momento de comprender los niveles de indumentaria vigentes. De este modo, la tradición implicaba la toma de consideración de lo que era como la esencia misma de una actividad en la que el respiro chocaba con la idea de sorprender a los propios usuarios al momento de expresarse como marco de referencia de lo que implicaba la toma de conciencia del rol social y de lo que iría a ser comprendido como clave al momento de esbozar tendencias que brindasen innovación en cuanto a los roles profesionales de la actividad de moda, en términos generales, de modo respectivo, para el caso en cuestión. (Marino, 2013).

2.3 Los detalles constructivos del estilo monárquico

Según el sitio web Tendencias 13 (2017), es posible comprender que la esencia de lo que representa la finalidad de afición por los detalles constructivos en cuanto a la instauración de un nivel de monarquía en cuanto a campo indumentario refiere, específicamente, no da cuenta de una serie de casualidades. Por el contrario, estos niveles de incidencia en los públicos se sustentan en que la consideración de contar con elementos puntuales y la idea de generar conciencia en los públicos acerca de la imagen simbólica de la monarquía sustentada en una adecuación indumentaria específica brindan la posibilidad de orientar el comportamiento hacia la toma de conciencia de su importancia en sociedad, para el caso en cuestión. Como pudo apreciarse, la cuestión de considerar detalles le brindará, de manera más que concisa, una serie de tendencias orientadas a comprender que los protocolos son más que una simple moda e implicaba reglas estéticas perdurables.

Se trata de aquellos elementos de acción en donde la tradición se choca con la actualidad, y en donde el respeto al protocolo se abre paso en todas las épocas, dando una serie de detalles que se eternizan en la mente de los usuarios británicos. En ese entonces, se constituirá en fundamental la consideración del detalle del sombrero, el que se puede comprender como una cuestión habitual, el que se irá a implementar en todo tipo de contexto formal, reservado para la ocasión especial, entendido como, ciertamente, un simbolismo caracterizador del contexto británico, considerado al momento de garantizar ciertos elementos prácticos que generan conciencia en cuanto a cómo actuar en momentos determinados. Tal es el caso del uso de este por parte de la reina en contextos donde el emblema nacionalista tiene un sentido, como ocurre al momento de satisfacer encuentros entre las distintas naciones, donde el sombrero puede ser azul con flores amarillas, en lo que hace a la consideración de participaciones conjuntas como miembro de la Unión Europea, simbolizado ello en un nivel de participación sustancial orientado a generar lazos de unificación entre Estados. (Tendencias 13, 2017).

Estas finalidades brindan a los distintos usuarios un nivel de, si se quiere, captación de lo que denota la esencia de la formalidad en cuanto a aquellos detalles que hacen a la Corona británica un elemento saliente en el contexto de la esencia europea antigua y contemporánea, respectivamente. Asimismo, la interpretación de la cuestión de entender el rol que desempeña en el contexto general orienta a la corona británica la posibilidad de ser entendida como un gran elemento de unión entre el pueblo y ella, de manera tal que estos aspectos de gran identificación entre los dos mundos se entienden como detalles de gran relevancia en lo que hace a la posibilidad de comprender su impacto sostenido en el tiempo y su gran apoyo y consideración. La moda contemporánea tiene la característica específicamente orientada a la idea de tener en consideración elementos que anteriormente eran desconsiderados en lo que hace a la aplicación práctica de ésta al momento de considerar tendencias que tenderán a representar ciertos elementos que permitan satisfacer a la totalidad de los usuarios por medio

de conectar los elementos pasados con las tendencias actuales. En efecto, la pretensión de esta de tener vigor en el público no es un argumento de escasez en cuanto a su impacto, ya que es posible entenderse como un elemento de elevada interacción en cuanto a cómo incidir en la mentalidad de estos, en un marco caracterizado por influir en el grado de entendimiento práctico de lo que hace a la esfera indumentaria. El rol social que desempeña la realeza en lo que refiere a cómo gestionar prácticas y esbozar niveles de referencia es uno de los grandes argumentos orientados a comprender el porqué de la vigencia de la misma en el centro del debate, de manera tal que estas tendencias irían en aumento progresivamente al ser consideradas de modo sideral en cuanto a ser parte esencial de la cuestión social, específicamente, en lo que hace a la esencia misma de un sentido que permite comprender la actividad de moda de la actualidad referenciada. (Tendencias 13, 2017).

Como pudo apreciarse, la corona es fundamental en cuanto a la gestión práctica socialmente, de modo que se permite entender que sus recursos se cristalizan en una gama de elementos de renombre al momento de esbozar prácticas que permitan a los distintos usuarios la cuestión vinculante con cómo implementar prácticas orientadas a brindar satisfacción progresiva a la idea de aumentar los niveles de generación de identidad y participación de las partes. De esta forma, la cultura inglesa sigue siendo un elemento clave al momento de entender lo que implica la esencia misma de todo aquello que hace a un nivel de atractivo fundamental en cuanto a cómo sentirse referente de la actividad de moda contemporánea aquí mencionada. En el campo de la indumentaria, no es un dato menor considerar al concepto de la comunicación, la que progresivamente ha alcanzado esferas nuevas y amplias, en donde la gama de recursos permitirá entender un nuevo abordaje de ésta en relación directa a los interesados en vincular a la disciplina con la esencia de lo que constituye la misma en la sociedad de la que son parte globalmente. (Saulquín, 2006).

En esta próxima unidad será posible entender lo que implica la comunicación actual y los

diferentes actores que han tomado participación en este contexto para generar un nuevo abordaje de dicha actividad para generar una serie de vinculaciones participantes entre los usuarios y los seguidores de las tradiciones, quienes combinaron distintos niveles de conformación de los variados modos de entender la disciplina hacia la posibilidad de ofrecer nuevas tendencias en cuanto a cómo ofrecer estilos diferentes que le brinden a los distintos participantes de la sociedad el hecho de comprender qué aspectos irán a destacarse a la hora de generar conciencia sobre lo que representa la actividad indumentaria al momento de acercarse al usuario. (Saulquín, 2006).

En ese aspecto, es posible entender que cada temática que se hace mención en el citado apartado es de gran magnitud a la hora de generar conciencia en el usuario, como resultado de interpretar la esencia íntegra de lo que representa una disciplina que en la actualidad tiene gran relevancia en los miembros sociales pero que carece de un nivel orientado a la imposición democrática de ciertas tradiciones. Este argumento brinda la posibilidad de que el usuario haga selección libre de tendencias que promuevan la innovación a la vez que traigan a colación eventos pasados para resurgir la integridad de la disciplina.

De este modo se irá a generar conciencia en la mente de este de lo que representa en tal cuestión el tradicionalismo visto desde otro apartado, el que se irá a delinear en relación con la cuestión de ofrecer nuevas maneras de abordar a los miembros de la disciplina actuales y potenciales en cuanto a su fin de acercarlos y motivarlos a su consideración desde un punto de vista global a la hora de amplificar el aspecto vinculante a su difusión íntegra.

Como es posible de ser apreciado, la indumentaria moderna necesita en cierta forma, al menos a ojos del presente Proyecto de Graduación, de la toma de conciencia de ciertos aspectos que inviten a los interesados a considerar una combinación estratégica entre los recursos de moda de antaño y las prácticas de la misma disciplina contemporáneamente, de manera tal que se esboce una gama de recursos que permitan interpretar la esencia misma de lo que evoca el

tradicionalismo en cuanto a su incidencia profesional, si se quiere.

Por tanto, desconsiderar la tradición en cuanto a conformar una tendencia de moda sería desconocer lo que representa dicha industria y el gusto habitual de la mujer en cuanto a qué vestir y cómo, condicionado por el contexto y por las tendencias que en ese orden se convierten en prioritarias en cuanto a lo que ofrecer a los distintos participantes y a los muchos individuos vinculados con este tipo de tendencias en lo que refiere al usuario y a las tendencias que irán a esbozar los pensamientos sociales tan tradicionales en la conformación de la estructura social actual.

Tales niveles de apreciación invocarán nuevas maneras de expresar lo que implica la toma de conciencia de los elementos de renombre en la vida del sujeto en cuanto a los aspectos de relevancia que le son de utilidad en todo tipo de sucesos a la hora de sostener sus preferencias vinculadas con la realidad del diseño.

Capítulo 3. El estilo Tudor

La dinastía Tudor no es precisamente un elemento más para comprender lo que representa la esencia inglesa, ni mucho menos. Enrique VIII de Inglaterra (1491-1547) y después su hija La Reina Isabel I (1533-1603) dictaron leyes especificando qué telas, colores y tipos de prenda podía llevar cada estrato social. La unión de oro y textil y las apreciadas telas color carmesí, que se conseguía triturando el cuerpo de los cocoideos o cochinillas eran exclusivos de aquellos de mayor nivel social. En los siglos XVI y XVII, los monarcas y sus cortes eran referentes de la moda y se distinguían por tener un estilo innovador. El acceso a las más altas esferas de la corte, el éxito político y profesional iba unidos a la apariencia. Una de las obligaciones clave del cortesano era reflejar el poder del rey con el mejor de los atuendos. La elegancia en el vestir era motivo de rivalidad entre las casas reales.

En este capítulo se hará referencia a la historia, las características del estilo Tudor y sus influencias en algunas colecciones de moda del siglo XXI.

3.1 Contexto histórico durante la dinastía Tudor

Las características principales de la indumentaria de los Tudor están relacionadas, fundamentalmente, con la combinación de elegancia y niveles vinculados con la intención de sorprender y de generar tendencia en sociedad, esbozado ello en particular en la competencia constante con los otros miembros de la realeza, intentando superarse y al mismo instante marcar época como segmento de clase social elevada, constituyendo en estos tiempos, en algún modo, un parámetro de la indumentaria contemporánea al instante mismo de generar modos de interpretar la realidad general del aspecto de la moda actual conocida en cuanto tal, respectivamente hablando. En consecuencia, se irá a generar conciencia de lo que representa la esencia de la industria al momento de interpretar todos los variados aspectos que denotan una serie de tendencias orientadas a satisfacer la esencia general.

Según el sitio web Arte Historia (s.f), los Tudor reinaron en Inglaterra entre los años 1485 y 1603. Los Tudor, en su calidad de mandatarios, no fueron una dinastía, simplemente, sino una serie de políticos que han ido, a lo largo del tiempo y en particular a mediados de Siglo XV brindando un nivel de reunificación del país inglés en contextos en donde las guerras, así como los distintos niveles de divisionismo social, se habían apoderado de aquel contexto, al respecto de cómo mejorar las condiciones de vida de sus gobernados, unificando a la sociedad británica tras largos períodos de inconvenientes civiles.

Se trataba de un momento en la historia cuando, a lo largo de la Edad Moderna, las guerras, constituyeron la esencia misma de todo aquello que implicaba la vida en sociedad en referencia a cierto nivel de tendencias conflictivas en cuanto a la vinculación de la sociedad, con mucho aspecto de separación en cuanto a los modos de interpretar las clases sociales y los derechos que a cada una le implicaba.

Asimismo, esta dinastía independizó a la Iglesia Anglicana del Papado, lo cual fue algo innovador en la época, entendidas como máximas que la misma ofreció a lo largo de su estadía en el trono inglés. Se trató de un contexto puramente orientado a satisfacer la tradición, como un emblema en cuanto a lo que representaría la cultura inglesa en el contexto internacional. De hecho, es actualmente se considera uno de los máximos hitos históricos en cuanto a lo que implicó la Corona, ya que su esencia sigue latente en el contexto mundial. Al mismo instante, ello puede ser visto como un elemento de participación general en cuanto a cómo delinear prácticas mundiales, ya que es posible entender que lo que hace a las prácticas de la monarquía se ha visto generado como un elemento que trascendió ese apartado y se aplicó, como se verá más adelante, al mundo de moda. (Arte Historia, s.f).

En este sentido, es posible entender que las intenciones de la monarquía no solamente se basaron en la idea de generar conciencia acerca del respeto y la autoridad que, como figura emblemática, deberían generarle a los usuarios sino, al mismo tiempo, brindarle modos de

aceptación de las cuestiones sociales a los individuos que pretendían tener sus vestimentas y admiraban estilos de vestir de la Corona, siendo a lo largo del contexto de los Tudor el aspecto de los de mayor renombre en cuanto a su impacto social. No obstante, esta tendencia hacia la admiración no solo se vería vinculada con lo que representaba. Por tanto, para entrar en tema, se trató de un contexto en donde la Reforma Protestante, caracterizadora de esa época, comenzó a surgir y a tomar el centro de lo que acontecería, respectivamente. (Arte Historia, s.f).

3.2 El estilo de María I e Isabel I de Inglaterra

Basado en lo que se puede observar en los registros pictóricos de la época, se puede afirmar que la tipología predominante de la indumentaria de las reinas Tudor eran los vestidos con silueta en forma de redingote y copa. En cuanto al largo modular de los vestidos, las faldas llegaban al suelo y las mangas hasta las muñecas. El porcentaje de piel que se mostraba era muy escaso, se dejaba sólo al descubierto una parte del escote y se cubría todo el resto del cuerpo. Los colores predominantes en sus vestuarios eran el negro, el rojo carmesí, el bronce y el azul marino. Los textiles que se utilizaban eran el terciopelo, satén, brocato, encajes y guipur; También se utilizaban otros materiales como perlas, rubíes, zafiros, hilos de oro y pieles. Consecuentemente, se puede observar que la mayoría de los textiles utilizados eran pesados, y se combinaban con otros de peso más liviano para generar volúmenes en ciertos detalles de las prendas.

En cuanto a texturas visuales, se pueden observar dibujos en los encajes y el guipur y el brocato. En cuanto a las texturas táctiles, se pueden ver apliques de perlas, texturas generadas con punto smock, apliques de rubíes y zafiros, bordados con hilos de oro y pieles.

En cuanto a los detalles constructivos, se pueden observar apliques de moños, perlas y diamantes, pliegues en puños y cuellos, también se pueden ver tratamientos textiles tales

como bordados con hilos de oro, perlas, diamantes y punto smock.

Las constantes en la indumentaria de la reina Isabel I y María I son silueta, porcentaje de piel que se muestra, los largos modulares y la cantidad de detalles y tratamientos textiles en cada indumento. Por otro lado, las variables son los diseños de los bordados, los dibujos de los encajes y el brocato, la paleta de color de cada vestido, y los detalles constructivos utilizados en cada uno, ningún vestido era igual al otro. El punto de tensión de cada conjunto se encuentra en las grandes mangas, los puños y los cuellos y el ceñimiento de la cintura. (Ver Figura 1, pág.5, Cuerpo C)

Según sostiene Celdrán (2014), era tal el nivel de impacto de la indumentaria para la vida íntegramente monárquica que Enrique VIII y su hija Isabel I “dictaron leyes especificando qué telas, colores y tipos de prenda podía llevar cada estrato social” (p. 1). Por esa época, la realeza inglesa se distinguía por ofrecer una suerte de estilo innovador y un nivel de impacto en cuanto a la esencia misma de la belleza en donde la competencia por vestir el mejor de los atuendos era algo recurrente entre reyes. Así, la elegancia misma de lo indumentario era un motivo de discordia entre la realeza. De manera adicional a lo citado, es sustancial destacar la esencia misma de lo que era la finalidad misma indumentaria, donde en la selección de las piezas de la muestra yace un bolso de hilo de oro que tiene forma de rana y una serie de joyas del renacimiento que se ven denodadamente cargadas de unos simbolismos sustentados en figuras mitológicas y piedras preciosas entendidas como si fueran mágicas, de manera respectiva.

Es posible, en consecuencia, entender que el lujo era un argumento clave en cuanto a la manera de expresar la moda, en un intento por comprender lo que representaba la tradición y el lujo en ese mismo orden, respectivamente. Para el caso Isabel I, en relación directa con la época en que reinaba, a la fecha se demuestran guantes con dedos largos similares a los que exhibe en sus cuadros, donde el color blanco exhibido de manera concisa brindaba la idea de

que era de clase alta y no hacía labor manual alguna. De esta manera es posible entender que la idea de vestir de un modo particular no era una cuestión azarosa, sino que demostraba una gama de elementos en los que la esencia misma de éstos brindaría la idea de expresar de qué clase eran partidarias las personas de la realeza, distinguiéndose no solo en estilo sino brindando una serie de comunicaciones que orientaban su lugar de pertenencia y distinción en sociedad. (Celdrán, 2014).

El caso de las dos reinas Tudor es muy interesante porque se observa el paso del renacimiento hacia el barroco en el tránsito de vida de las dos soberanas, y que aparece plasmado en sus retratos. La utilización de la imagen con fines políticos se hace más patente en los retratos de Isabel. Cabe destacar que su reinado abarcó medio siglo. (ver comunicación personal a Alejandra Repetto, pág. Cuerpo C)

La artista plástica Alejandra Repetto en un análisis especialmente realizado para este PG considera que así como Holbein, fue retratista oficial de Enrique VIII, artista renacentista que con retratos casi hiperrealistas, logra un destacado desarrollo de texturas visuales que nos relatan con detalle la piel, el cabello, los ropajes suntuosos y la ornamentación de los retratados, las reinas que sucedieron la corona no tuvieron retratista oficial. Sin embargo la misma línea renacentista continúa en los retratos de la reina María. Abundancia de detalles, texturas visuales que parecen táctiles, y claroscuro.

En el caso de María Tudor (1516/1558) y coronada reina en 1553, su reinado de 5 años estuvo signado por las luchas religiosas, su necesidad de contraer matrimonio y dejar un heredero al trono. Sus retratos son austeros, donde lo que se buscaba era la exaltación de su juventud con fines matrimoniales. Las texturas hiperrealistas y detalladas no son exuberantes, están dadas por una economía del color con paleta de tierras, aparece el claroscuro. Si bien hay alusiones al poder real a través de la joyería y emblemas de la realeza, no son desmesurados. (Ver comunicación personal a Alejandra Repetto Escardó, pág.5. Cuerpo C)

Ya con Isabel reina, el arte renacentista se ha desplazado hacia el barroco. Los retratos de la reina Isabel I (1533/1603) conservan el hiperrealismo pero no la austeridad. Son exuberantes,

luminosos, con paletas brillantes y con una clara intención simbólica en el relato visual de la imagen, en términos de hacer un elogio a virtudes, belleza y juventud de la reina junto al poderío del imperio inglés. (ver comunicación personal a Alejandra Repetto, pág.5. Cuerpo C)

En el recorrido temporal de la vida de Isabel, y sus diferentes retratos, hay distintas intenciones metafóricas: fuese exaltación de la belleza física y juventud de la reina con fines matrimoniales; virtud y virginidad plasmada a través de la imagen de perlas; alusión al poder de la armada inglesa y del imperio, con un globo terráqueo e imágenes de la armada dentro de los mismo retrato por ejemplo. En la vejez de la reina que coincide con la última década de su reinado las imágenes son modificadas mostrando lozanía y juventud como posible metáfora de la solidez de la monarquía. (ver comunicación personal a Alejandra Repetto Escardó, pág. 5.Cuerpo C)

La intención plástica con la que se trataban las imágenes respondía a criterios de asesores y consejeros de la reina, siempre vinculados al poder del imperio y la exaltación de una supuesta virginidad en consonancia del compromiso de la reina con su pueblo. El retrato de Gower es pintado en 1590 nos enfrenta al manierismo y barroco, donde la exuberancia de texturas, tejidos y excesos visuales nos conduce a una exaltación del poder político del imperio. (ver comunicación personal a Alejandra Repetto Escardó, pág.5. Cuerpo C)

3.3 Aplicación del estilo Tudor en la actualidad

Al respecto, será posible en el presente aspecto hacer una mención a diferentes colecciones que existen en el contexto de la moda actual que hacen referencia a las tendencias históricas que utilizan las implementaciones de lo que representa una vinculación entre los tradicionalismos históricos y el presente de la disciplina de la indumentaria. Para tal fin se analizarán colecciones de relevancia en lo que hace a la idea misma de vincular el pasado y

el presente en cuanto a cómo gestionar tendencias que perduren en la mente de la totalidad de los usuarios contemporáneos en relación con sus preferencias distintas. Se trata de un contexto en donde las vinculaciones con la moda entre lo que hacía a la historia y al presente brindarían innovaciones significativas para estos fines.

Antes de profundizar el tema es conveniente mencionar que la textura, junto al color y la forma son elementos básicos de la composición plástica, sea bidimensional o tridimensional y responde a patrones de estructuras vinculadas a la morfología y topología de los objetos. (ver comunicación personal a Alejandra Repetto Escardó, pág. 5. Cuerpo C)

Repetto afirma que cuando se percibe un objeto se ve como una totalidad en la que están presentes sensaciones aisladas de configuración, experiencia y memoria: si se utiliza el sentido del tacto para reconocer una textura, se está frente a una textura táctil. Pero si se reconoce esa misma textura; en una fotografía por ejemplo; se está frente a una textura visual, en la que interviene la experiencia: se puede representar la sensación de una pluma, sin tocarla o la aspereza de una piedra con solo mirar una imagen. Así la textura táctil responde según la configuración de su superficie a una tridimensión y la visual a la bidimensión. (ver comunicación personal a Alejandra Repetto, pág.5. Cuerpo C)

Para el análisis de colecciones se realizó la metodología de observación en la cual por medio del sitio web de Vogue España se pudieron evaluar los aspectos en cuanto a diseño de cada una de las colecciones seleccionadas. Como será factible observar en los próximos subcapítulos resulta fundamental entender el aspecto vinculante con las tendencias en cada uno de los distintos aspectos de colecciones en lo que hace directamente al aspecto relacionado con las preferencias de los usuarios. En consecuencia, es posible apreciar que cada tendencia varía en relación con los distintos niveles de participación profesional y preferencia de los usuarios, de manera tal que será comprensible el hecho de que la manera de adecuarse conforme un estilo será en cuanto a la importancia y a la identidad que delinee

un estilo con el gusto del sujeto. En tanto, lo referenciado no será ajeno a un contexto específicamente delineado para tal finalidad, por lo que estas selecciones irán en función de una preselección prefijada.

Según el artículo *La moda femenina en la corte Tudor: los tocados* (2013), “a diferencia de la forma cuadrada de la vestimenta masculina, la ropa de mujer tenía forma triangular. Los corsés eran muy ajustados y el tocado consistía en una cofia alrededor de la cara” (p.1). En ese orden, el periódico *El Diario* (2013) comprende que el estilo Tudor refleja la personalidad europea de la realeza en los siglos XVI y XVII por medio de la implementación de una serie de vestidos, así como casacas, junto a calcetas, respectivamente, propias de encerrar los secretos de los dueños.

Adicionalmente, es factible entender que Tejo (2013) comprenderá que por entonces al momento de entender la moda Tudor sería útil denotar que se trataba de un contexto en donde se distinguían las clases sociales y el sexo de los niños, apreciando en ese aspecto las leyes que se dictaban por Enrique VIII al momento de establecerse los colores que cada estamento debía de vestir, junto a las modificaciones respectivas en lo que refiere a la cuestión de la belleza.

El estilo Tudor, como entiende el sitio *Web InfoBae* en su artículo *Una casa criolla y con estilo Tudor* (2013), denota la actualidad de dicha tradición en la sociedad, de manera tal que se logre adaptar esta tendencia a la conformación del estilo actual vinculado con el mismo, de modo tal que es tal el efecto de esta cuestión que en ese orden y llevándolo a la actualidad “se acomodan unos sillones de hierro con almohadones de *bull* blanco que combinan con el rosál iceberg en flor. El hall de entrada, bien amplio y con un claro rol distribuidor, es otra característica de este estilo” (p. 1).

A continuación se presenta el análisis de tres colecciones inspiradas en la moda Tudor. (Ver Figuras 2-7, pag. 6-11, Cuerpo C).

3.3.1. Colección *Alexander McQueen*, Otoño/ Invierno 2013

Esta firma fue fundada en Londres en 1992 por el diseñador Alexander McQueen. Esta se caracteriza por una búsqueda constante de individualidad mediante prendas destinadas a mujeres de marcada personalidad. Las brujas de Salem, la estética militar, la taxidermia y la violencia fueron para McQueen referentes esenciales para lograr esa independencia estética. Esta frase del propio Alexander define a la perfección su irrefrenable búsqueda de libertad: “La moda debería ser una forma de escapismo, no de aprisionamiento”. Tras la muerte de su fundador en el 2010, su colega y mano derecha Sarah Burton tomó el puesto de directora creativa de la firma. (Bolton, 2011)

En la colección otoño/invierno 2013, el porcentaje de piel que se muestra en cada conjunto es muy poco, se puede relacionar con el protocolo y el pudor de la época. La colección juega con los pesos de los textiles, combinando materiales lánguidos con otros muy rígidos para generar estructuras que simulen un cuerpo con una cintura muy pequeña. Predominan textiles de *broderie* y tul. Se utilizan perlas y plumas para crear detalles. Los largos modulares de los vestidos varían, ya que hay vestidos hasta la rodilla, vestidos con largo hasta el piso y otros con un largo por debajo de la rodilla. La paleta de color está compuesta por el blanco, el negro y el dorado. Todos los conjuntos son sumamente recargados. (Vogue 2013).

El punto de tensión de los conjuntos se encuentra en el área del cuello y los hombros, generando conexiones entre los escotes del vestido, las mangas y los cuellos con volados característicos de los tudor. Detalles con perlas a lo largo de todos los conjuntos, desde los zapatos hasta la cabeza. La moda Tudor utiliza siempre piezas para decorar la cabeza, en este caso se crean piezas sumamente elaboradas para la decorar la cabeza y la cara. Grandes cuellos formados con volados también tenían impacto. Al mismo instante, estos modos de comprender la finalidad profesional orientaban a los usuarios a ser conscientes de lo que

representaba la vinculación con las nuevas modalidades indumentarias.

En algunos conjuntos se utilizan grandes cinturones metálicos que simulan los corsés de la moda Tudor y en otros los recortes y la rigidez de los materiales generan estructuras en los vestidos que simulan varillas de un *corset*. Cada vestido y tocado de esta colección cuenta con una increíble cantidad de detalles que se relaciona con el minucioso trabajo que conllevaban los vestidos de los monarcas de la dinastía Tudor. El trabajo de bordado en pedrería que se ve reflejado sobre todo en los corsés, los bordados que generan la textura de rombos del punto smock, las texturas táctiles que generan los apliques de perlas y plumas. (Vogue, 2013).

De las tres colecciones a analizar esta es la más teatral, ya que es una colección de alta costura. Sarah Burton configuró una colección de tal nivel de complejidad, lo que hace mención de la dificultad al momento de creación que cada pieza sostiene, en cuanto a la serie específica de apreciar el poderío, así como la originalidad, que hoy persiste en la casa McQueen. Durante la época Isabelina en referencia al reinado de los Tudor solían combinarse las tendencias que mezclaban el vestuario del ballet y de los vestidos de novia retro, si se quiere, de modo tal que esa serie de cuestiones pretendían esbozar gran variedad. Se hacía referencia a una mezcla que sorprendía desde la primera pieza hasta la última, por utilizar un color blanco absoluto, que hacía gala de metalizados en los que existían sorprendentes combinaciones de modelos cubiertas por casquete de jaulas, siendo un vanguardista McQueen al momento de esbozar una puesta en escena, en tanto Burton prosigue una línea similar.

Por entonces, la coloración negra y dorada al mismo instante generaban presencia por medio de segmentos superiores que permitían recordar a los artesanos que eran los característicos en la época, específicamente del reinado Tudor. Aun así, pese a que el ballet dirigido por Burton tendería a ofrecer un mayor aspecto en cuanto a excentricidad, la colección actuó fiel al planteo inicial, por medio de una gran cantidad de vestidos de piezas variadas, capas, mangas abuholadas y detalles que tenían un alto grado de complejidad. Asimismo, modelos

hieráticas que caminaban sobre el suelo del palacio parisino, en tanto un espectáculo que se encomienda a ser un homenaje a la moda y artesanía. Para el caso, la silueta que predomina es ánfora, aunque al mismo instante existen vestidos con silueta redingote y silueta sirena, las que serían parte de las variables de la colección a la hora de permitir al usuario comprender distintas formas de entender lo que hace a la indumentaria actual. En cuanto a los largos modulares éstos son claramente variados, ya que algunos cuentan con un largo que va hasta el piso y otros con uno que va por debajo de las rodillas. De manera adicional, en cuanto a las texturas táctiles, se expresan prácticamente apliques de perlas, plumas y bordados. (Vogue, 2013).

Asimismo, en cuanto al peso de los textiles, la colección combina éstos, por lo que hay un mix entre materiales volátiles y otros rígidos. Paralelamente, al respecto de lo que refiere a los detalles utilizados en construcción, es posible observar empleos profesionales de bordados específicamente minuciosos en lo que refiere a la totalidad de las colecciones, esbozados en la implementación de rombos del punto smock, así como también lo que hace a los apliques de las perlas y las plumas. Existe en consecuencia una fuerte consideración a lo que implica la moda Tudor, siendo esta colección inspirada en la tradición de la monarquía, de manera tal que la historia tiene un peso de relevancia grande en la conformación de las siluetas en cuestión. En lo que hace a las constantes es posible apreciar el hecho de que el color blanco resalta por sobre todas las tendencias profesionales, de modo que se genere una interpretación específicamente esbozada a enfatizar las finalidades de que se aprecien los detalles en especial, en tanto será de relevancia la comprensión de nuevas maneras de generar tendencia en la manera de apreciar la indumentaria de parte del interesado real y potencial en relación con la combinación de elementos que potencien tanto la conformación histórica como la innovación en tanto elementos de relevancia para potenciar una mejora en todo aquello que permita a la industria reemplazar los puntos de vista usuales por la creatividad

propia de este tipo de colecciones enmarcadas en la innovación y la sorpresa como aspectos de relevancia práctica. (Vogue, 2013). (Ver Figuras 2 y 5, págs. 6 y 9. Cuerpo C)

3.3.2. Colección de *Dolce & Gabbana*, Otoño/ Invierno 2009

La firma se fundó en 1985 en Milán cuando el siciliano Doménico Dolce y el milanés Stefano Gabbana se conocieron. El talento como modisto de Doménico y el gusto y la formación como diseñador gráfico de Stefano hicieron que la fusión de ambos en el dúo y marca Dolce & Gabbana diera como resultado la combinación perfecta y la más importante renovación de la imagen del *Made in Italy*. Entre las insignias de la marca se encuentran los corsés, la camisa blanca masculina y el estampado de leopardo. Fuera del ámbito de las pasarelas, sus campañas publicitarias, siempre en blanco y negro, han sido la mejor traducción de su forma de entender la moda. Su principal fuente de inspiración siempre ha sido su propio contexto y la mujer italiana. Pasando por Sophia Loren hasta Madonna, la evolución de Dolce & Gabbana a lo largo de estos más de veinticinco años de carrera les ha llevado a centrar sus esfuerzos en diseños para una mujer más real. (Contraras, 2005)

La colección otoño/invierno 2009 cuenta con 61 conjuntos, en los cuales la paleta que predomina es la del dorado, el negro, el bordo y el azul oscuro. Las tipologías que más se ven son las chaquetas y los vestidos mini. En cuanto a los largos modulares, estos varían: mientras que, en las mangas de las tipologías superiores, en los largos de las tipologías *bottom*. Porcentaje de piel que se muestra: Moderado, la mayoría de los conjuntos tienen los brazos al descubierto. Los Textiles que se utilizan son tules, gasas, terciopelos, brocato, encajes y *broderies*. La silueta que predomina es la silueta corte sirena. Se utiliza pasamanería en dorado y grandes botones para crear detalles. Se toma como reminiscencia de los Tudor el volumen generado en las mangas, las formas en los escotes, la resignificación del corsé traído a la actualidad, la gorguera.

De las tres colecciones esta es la que más lleva el estilo tudor a lo cotidiano, combinando el característico cuello acordeón o un *corset* bordado con pantalones de jean. En tal cuestión, se podrá generar un nivel de comprensión de lo que representa el tradicionalismo en la moda al combinarse con una gran variedad de tipologías que permitan al usuario sentirse identificado no solamente con lo que representa la esencia actual de la indumentaria sino, al mismo instante, con la historia traída al presente, de manera tal que se genere una combinación que trascienda lo que normalmente es conocido por los actores de la industria para discernir entre lo que es habitual y lo que no lo es, respectivamente. Como se puede apreciar, este enfoque permite brindar una mirada diferente en relación con lo que el usuario conocía, de modo tal que se genere una visión paradigmática que rompa los modelos habituales en la conformación de lo que hace al imaginario popular de los usuarios en cuanto a sus aficiones por la industria de indumentaria referenciada.

Por tal motivo, la esencia misma de lo que hace a la idea de generar conciencia en cuanto a la modalidad vinculante con la esencia misma de enmarcar las tendencias de los tiempos del pasado con la idea actual de lo que representaba la realeza por entonces en vinculación con las ideas actuales de la moda se verán implementadas en estas modalidades prácticas, de manera tal que es posible tomar conciencia de lo que implica la combinación del estilo tradicional con una serie de medidas que satisfagan los gustos de los públicos en la actualidad y que brinden la idea misma de cerciorarse acerca de las maneras de actuar en el presente por las preferencias de cada usuario. En lo que hace a las texturas visuales destacarán en ese orden las estampas en remeras, en tanto las táctiles tenderán a resaltar los tules, gasas, terciopelos, brocato, encajes y *broderie*, lo que invitará a los usuarios a comprender las distintas gamas de aplicación práctica que generarán conciencia en cuanto a las implicancias que se considerarán en cuanto a cómo tomar conciencia del rubro del que se es parte. En el caso del estilismo, el mismo es minimalista en su comparación con la colección, de manera

que se incluyan los cuellos acordeón haciendo reminiscencia a la moda Tudor como también algunos tocados de pasamanería en el cabello. En lo que hace a las constantes, es posible apreciar al dorado y a la cintura marcada como los que se destacarán en el curso de acción de la cuestión. (Ver Figuras 3 y 6, págs. 7 y 10. Cuerpo C)

3.3.3. Colección *Chanel*, Otoño/ Invierno 2009

En 1910 Coco Chanel abrió su primera tienda en el número 31 de la Rue Cambon. Coco marcó el comienzo de la androginia, creó un nuevo look y un nuevo estilo de vida. Su forma de entender la moda a través de su marca homónima, marcó un punto de inflexión para la sociedad y, sobre todo, una auténtica liberación para la mujer. Activa y desenvuelta, Chanel desafiaba a las leyes sociales de la época elaborando su propio vestuario.

La afición de *mademoiselle* Chanel por lo masculino y por encontrar la funcionalidad, la emancipación y la comodidad en el estilo, marcaron la trayectoria de la diseñadora y de su firma. Desde 1983, Karl Lagerfeld está al frente de Chanel, alimentando el mito con una sutil y acertada mezcla de pasado y presente. (Gautier, 2011)

La colección otoño/invierno 2009 cuenta con 70 conjuntos. La paleta de color que se puede observar es la del blanco, el verde y el negro. Las tipologías predominantes son los vestidos, las chaquetas, las faldas, y blusas con mangas abultadas. La silueta de la colección es la línea H y el porcentaje de piel que se muestra es muy escaso. Los textiles que más se pueden observar son gasas, *tweeds*, tejidos y encajes. En esta colección se puede ver con más claridad como un diseñador puede tomar la moda Tudor como inspiración y combinado con su identidad de diseñador para así crear una colección de indumentaria contemporánea. Se trata de un elemento de renombre al momento de comprender las tendencias de los usuarios en todo aspecto, de manera tal que se generen tendencias en lo que hace a cómo generar orientación hacia la contextualización de lo que representa la esencia de las mismas, de modo

que se haga un relevamiento íntegro de aquellos modos de importancia a la hora de tender a caracterizar a la disciplina mencionada, respectivamente, en cuanto a los modos de generar conciencia en la mente del usuario y de cada uno de los participantes de los procesos estructurales en lo que refiere a la estructuración social mencionada.

La colección cuenta con una serie de cuellos y puños con reminiscencia Tudor, formando los cuellos acordeón hechos con volados. El volumen en mangas, cuellos y puños hace referencia a la indumentaria Tudor. Esta colección combina el estilo *Chanel*, sus trajes, sus paños de *tweed* y su sastrería con el estilo tudor. En lo que hace a los textiles, los aquí mencionados tenderán a implementar el uso de gasas, *tweeds*, tejidos, charol, satén, tul, así como también encajes. Estas tendencias en la indumentaria caracterizarán a la colección, de manera tal que se centre en generar una comprensión de esta desde otros enfoques más propicios de lo que hace al presente. En cuanto a las texturas táctiles, destacan volados, plisados, punto smock y bordados. En cuanto a las constantes, destacan el color negro y el porcentaje de piel que se verá dejada al descubierto. En lo que refiere a las variables, se aprecian el largo modular de las mangas y las faldas, junto al peso de los textiles y la forma de los escotes, en este aspecto. En referencia a los detalles de los conjuntos es factible sostener que en relación con ello algunos son minimalistas, en tanto otros son recargados extremadamente. (Ver Figuras 4 y 7, págs. 8 y 11. Cuerpo C)

Como se pudo apreciar al momento de delinearlo específicamente, el presente apartado da cuenta, si se quiere, de ciertos niveles de relevamiento íntegro de los elementos vinculados con la intención de dar una serie de variables que permitan a cada participante comprender la esencia actual del rubro indumentario. Por tal motivo, estas tendencias generan un nivel de entendimiento de que lo que es vinculado con el pasado puede verse relacionado con la esencia misma de un contexto en el que lo anterior y lo cotidiano se combinan y ofrecen una serie de disposiciones innovadoras, tendientes a sorprender a propios y extraños y a dar

cuenta de una nueva manera de hacer moda para el logro de políticas que inviten al interesado a adentrarse en la actualidad de lo que hace a esta disciplina. Actualmente, las marcas tienen en este Siglo XXI ideas puramente vinculadas con lo que representa un marco entendedor de las tendencias versátiles de cada usuario, el que se muestra vinculante con la idea de combinar las vestimentas con un grado de versatilidad mental que anteriormente era difícil de ver o al menos de aplicar.

De este modo, como pudo apreciarse, es posible entender que el Reinado Tudor dejó en la sociedad actual no solamente implicancias históricas sino, al mismo tiempo y en igual cantidad de instancias, una continuidad en lo que refiere a las políticas y prácticas en cuanto al rubro de la indumentaria, al momento de gestionar niveles diferentes de proceder en cuanto a lo que implica el segmento.

En el próximo capítulo se hará un nivel de comprensión de lo que representa en la sociedad actual el diseño de autor, esbozado en sus caracteres específicos, en sus niveles de orientación práctica y fundamentalmente en todo lo que hace a la esencia misma de lo que acontece en la Argentina. Ello será entendido como una característica puntual, debido a que en la República Argentina las orientaciones de la indumentaria tienen un grado de cierto escepticismo tanto en los diseñadores como en los públicos en lo que refiere a cómo vincular tendencias de los tiempos pasados con la actualidad y ofrecer innovación.

De este modo, se logrará marcar una tendencia en cuanto a cómo ofrecer una participación mutua entre sendos y variados conceptos al momento de generar una serie de políticas que sorprendan a los usuarios. Tal es así que se generarán modalidades variadas de entendimiento de estos conceptos en cuanto a cómo gestionarlos de modo práctico y profesional en el rubro referenciado, de modo tal que las tendencias de moda brindarían a los usuarios un nivel de incidencia y de comprensión acerca de nuevos modos de trabajar la referenciada industria.

De esta manera se pretendía ofrecer como medio para alcanzar innovación combinando

pasado y presente y marcando la esencia de lo que representa una combinación consecuente de políticas afines al momento de brindar mejoras sustanciales a la práctica indumentaria. Por medio de esta herramienta, el sujeto logrará denotar una serie de argumentos que delinearán sus preferencias al tiempo que le otorgarán nuevos modos de comprender las variadas orientaciones que hacen a la realidad del rubro profesional, lo que irá a generar conciencia de qué aspectos son entendidos en cuanto tal por los públicos actuales y al momento mismo de ser seleccionados por las preferencias de éstos.

De manera adicional, si bien la totalidad de interesados tienen interpretaciones dispares de modo general, cada una de éstas tiene una unidad personal capaz de orientarse a la satisfacción de contar con una determinada capacidad de seleccionar lo que le es más adecuado.

Consecuentemente, en el contexto indumentario las personas se hallan usualmente atentas a los cambios de estilo, de manera tal que complementan sus deseos y preferencias en relación con sus gustos y con los cambios sociales detonantes de un contexto en particular. La disciplina de la indumentaria se caracteriza por contar con argumentos que satisfacen las necesidades de los públicos en todo momento, de modo tal que propician relaciones directas con estos elementos tendientes a que se logren cambiar los deseos indumentarios, hecho que le otorga un carácter puramente participativo y diferente en relación con otras temáticas específicas que se vean relacionadas con lo que expresa esta tendencia al momento de seleccionar los gustos de los usuarios y las orientaciones que los mismos expresen en referencia a lo citado.

En consecuencia, es posible apreciar que el curso de acción del rubro indumentario deberá considerar las distintas temáticas que son de magnitud al momento de entender los elementos de atracción del usuario hacia la disciplina citada. En ese caso, será fundamental interpretar qué aspectos tenderán a delinear nuevas maneras de abordar los fundamentos necesarios

para permitir el acceso de nuevos interesados a la toma de interpretación de lo que representa la actividad de moda en la actualidad mencionada.

De este se genera un cambio en el modo mismo interpretativo de la realidad de la que los sujetos son parte a la hora de generar una distintiva forma de comprender lo que representa el medio en el que la disciplina se moviliza en función de las grandes opciones tendientes al establecimiento de patrones de comportamiento generales de acción, de manera específica. Como se puede interpretar en relación con estos citados modos de entender la disciplina, resultará lógico entender que es posible denotar una gama de elementos que inviten al usuario a comprender lo que representan estos aspectos en lo que hace a la toma de conciencia de las distintas maneras de generar conciencia en la mente del usuario de lo que representan las cuestiones de la indumentaria actual.

Tal es así que las colecciones tienen caracteres diferentes, de manera tal que se entienda al rubro actual como un elemento de gran sustancialidad en todo aquello que implica la toma de conciencia de la realidad del contexto indumentario conforme la continuidad de los patrones históricos, de manera orientada a esbozar una serie de cuestiones que permitan a los distintos usuarios comprender el rubro desde otro punto de vista.

El mismo se caracteriza por esbozar mayor interacción entre el usuario y la empresa, de manera que se entienda a la entidad como un complemento que permitirá al mismo no solamente tener el mejor producto sino al mismo instante la mejor manera de abordar las prácticas profesionales en lo que hace a la cuestión profesional, de modo tal que se logre arribar a una serie de elementos entre los que se logre comprender la nueva realidad de la industria de moda, generando conciencia de nuevos actores, a la vez que de interpretaciones que se orientará a generar nuevas maneras de lograr captar participantes que brinden una extensión al mercado para su conocimiento y comprensión práctica entre los usuarios y todo tipo de actor que se oriente a actuar en el mismo.

Capítulo 4. Diseño de autor

El diseño de autor referencia un concepto que considera modalidades prácticas que trascienden lo habitual e histórico en el mundo de la moda. Se trata, sin más, de una toma de conciencia de la importancia que conlleva la preparación íntegra de un concepto de manera artesanal, lo que implica la toma de importancia del trabajo desde un primer plano.

En ese orden y solo en función de ello, será posible de comprenderse que no se hace mención de un tipo de diseño tradicional, aunque sí a un elemento que hace a la toma de interpretación de lo que implica el diseño global, respectivamente. Al trabajar con productos que requieren de una confección artesanal, es posible comprender que no es la marca la que trabaja con cantidades extensivas de productos debido a que como resultado de tiempos no alcanzarían a finalizar prendas para cada una de las épocas. Consecuentemente, cada prenda tiene un valor simbólico debido a que no se hace una producción elevada de un artículo en especial, sino que se hace un diseño casi exclusivo, concepto de valor para los compradores de tal diseño.

Como se puede comprender, se hace mención de una variedad respecto de lo que en el pasado implicaba la consideración del diseño, de modo tal que sea posible dar cuenta de nuevos modos de interpretar la esencia de esta temática mencionada en el marco de considerar un respeto distinto por las prendas y las modalidades implicadas en su preparación. De esta manera se generará una reinterpretación de la esencia cultural internacional, comprendiéndose que estas prácticas orientarán a la disciplina del referenciado diseño de indumentaria una serie puntualmente esbozada para tomar en consideración lo que representaría el diseño en el contexto contemporáneo, generando nuevos aspectos a la hora de mejorar la vinculación entre usuario y la disciplina de moda.

4.1 El diseño de autor y sus características

Al respecto, como sostiene Bandera (2015), “el diseño de autor apunta a otro público, aquel que no corre tras la tendencia y que busca vestir prendas exclusivas.” (p. 63). Ello implica que hay consumidores que buscan tal cuestión de marca que exprese productos innovadores, diferentes, que no seas de acceso masivo y que a través de éstos comprendan que son dueños de esas prendas exclusivas e inaccesibles para otros. A su vez, es posible de observar el hecho de que esta clase de consumidores son los que aplican la compra inteligente, producto de invertir en prendas, en ocasiones atemporales, que perduren en el tiempo y que puedan utilizarse una y otra vez, sin temor a que se puedan arruinar o que al segundo uso presente roturas, respectivamente.

Según entiende Saulquín (2006), con la llegada de la democracia, el término diseño fue asociado a la producción de telas y prendas, lo que tuvo relación con la creación, en 1988, de la carrera de Diseño de Indumentaria y Diseño Textil en la Universidad de Buenos Aires, momento en el cual lo innovador se sustentaría en comprender que no era ya posible exportar lo mismo que se había importado, siendo necesario actuar en consecuencia. En ese entramado de sucesos, resultado de los acontecimientos que años más tarde irían a generarse, junto a eventos internacionales respectivos, el diseño de autor comenzaría a instalarse, teniendo relevancias significativas en cuanto a la posibilidad de interpretar a la herramienta de la actividad de diseño en el seno de la sociedad, de manera tal que se generaría un elemento de renombre en cuanto a la toma de conciencia de cómo actuar conforme las tendencias de la sociedad imperante y los gustos de un público que lentamente iría pretendiendo sentirse a gusto con producciones que tuvieran una elevada cuota de artesanía en sus fuentes.

La diferencia que generaría una revolución general en el seno de la actividad de diseño radicaría en que, a diferencia de lo que implicaba la masificación, esta cuestión tendería a

mejorar la relación entre el diseñador y usuario, sustentándose en la confianza y en la sensación de placer siendo el usuario considerado y orientado para la satisfacción del gusto. Mientras las prendas que se veían implementadas en función de criterios masivos a fin de impulsar el consumo seguían tendencias de indumentaria tradicionalistas, desconsideradas de las necesidades de cada consumidor, el diseño de autor es casi autónomo, debido a que se nutrirá de sus propias experiencias y lo compartirá con cierto tipo de criterio de arte. De modo alternativo, se irán haciendo una serie de análisis de casos que potenciarán el conocimiento íntegro entre estas temáticas y las entrevistas consecuentes realizadas a profesionales especializados en la materia con la intencionalidad de ofrecerles nuevos modos de abordar sus ideas y las prácticas de la actual esencia indumentaria. (Saulquín, 2006).

En este contexto, Saulquín (2006) expresa el hecho que “en buena parte del mundo, la moda autoritaria y unificada se vio obligada a compartir su poder con diseños de autor” (p.15). Tal cuestión denota un cambio sustancial en cuanto a la comprensión de las distintas marcas al momento de intentar generar un específico nivel de acción en cuanto a las maneras de comprender la industria de indumentaria. El diseño es de autor al momento en que el diseñador diseña, precisamente, considerando su estilo e inspiración propios, a los cuales vinculará con el afán de ignorar las tendencias del mercado, en relación con los distintos centros de producción de lo que hace a la industria de la indumentaria. De este modo se permitirá a ciertos actores del rubro dar cuenta de sus intenciones y orientar al consumidor con las tendencias de moda desde un abordaje claramente tendiente a propiciar mejoras en cómo abordar la disciplina en cuestión en relación con sus gustos.

Se trata de una disciplina que permite representar a las personas en relación con sus gustos e intereses, por lo que no hay lugar para la masificación que normalmente la industria ofrecerá. Si bien estas tendencias orientan una serie de pautas que ofrecen un tratamiento de renombre en cuanto al modo de contactar a los públicos, la realidad es que conviven al mismo instante

y se complementan, respectivamente hablando, para el caso en cuestión. Por tal motivo, mientras que el diseño se vincula con la disciplina del arte, la moda es cortejada por el diseño, de manera tal que esta gama de elementos trabaja de manera conjunta. Adicionalmente entiende que “además, revalorizan la actividad artesanal que desconoce las series industriales, y ponen al alcance de las personas modas múltiples que descreen de mandatos únicos” (p.16), de manera que estos se permita una serie de pautas y de modos de comportarse que pretendan generar una imagen distinta al momento de entablar profesionalización con los usuarios.

Como se logra comprender en las presentes temáticas, diseñar de modalidad de autor permitirá al usuario interpretar la industria de moda desde un ángulo distinto, lo que irá a repercutir en el modo de abordar a la industria de moda en relación con la capacidad creativa del profesional, lo que invitará a modificar la mente y el modo de interpretar la realidad de parte del interesado. De esta manera se potenciará la cuestión vinculada con el adentrar a nuevos entendedores en estas materias y a usuarios que brindarán un plus significativo a la hora de entender lo que busca el público común. Consecuentemente, este tipo de elementos han generado que con el advenimiento de las nuevas sociedades y en función de los distintos tipos de estructuración de estas se generen nuevas formas de comprensión del elemento central de la sociedad. (Saulquín, 2006).

De este modo será posible comprender que la actualidad de la industria se ha ido volcando a estas tendencias que ya no son tales, sino que progresivamente se van comprendiendo como una cierta base lógica del nuevo espíritu del usuario moderno, caracterizado por ser más participativo y requerir mayor consideración de parte de las organizaciones en lo que hace a la instauración de sus preferencias y gustos al momento de encontrar colecciones variadas conforme la realidad social del plano mundial contemporáneo, mayormente activo en la vida del usuario y de mayor participación consecuente, respectivamente. El diseño de autor permite

a los distintos miembros de la indumentaria denotar lo que hace a la posibilidad de extender el campo de su creatividad específica en función de un segmento definido de tendencias, de modo que se destaquen de la masificación usual. Por tal motivo, estas implicancias serán de gran renombre a la hora de permitir a todos los partícipes de la sociedad generar un conocimiento específico de la indumentaria en lo que hace a la esencia íntegra de las puntualidades que se buscan considerar en lo que hace a la integridad del sujeto en sociedad. (Saulquín, 2006).

4.2 El valor agregado de los detalles constructivos en el diseño de autor

Según se aprecia en el Diario El Cronista, en un artículo titulado *Indumentaria de autor: mucho más que diseño* (2011), los emprendedores avanzan de modo sustancial en la Argentina y en grandes territorios similares, imponiendo sus creaciones y obteniendo un incremento en lo que hace a los desafíos profesionales. Se trata de micro, pequeñas y medianas empresas que dan cuenta de la distribución y previa realización de bienes diferenciados que diariamente crecen, detectándose emprendimientos en el 2011 de modo superior en un 25% respecto del período previo. Si bien el mismo fenómeno dio inicio en ese período, es factible sostener que el mismo se ha visto consolidado en el largo plazo, producto de que cuatro años más tarde está más que, si se quiere, ordenada la actividad en cierto punto, al menos al punto de sostener que no se tratará de simplemente un medio aislado, sino que denota cierta constancia. Esta implicancia temporal ha generado una gama de elementos que permitirán entender los cambios en la conformación misma de la totalidad de la estructura social.

Esto tiene mayor incidencia que trasciende un paliativo social, enmarcándose en novedosas maneras de generar conciencia en el usuario de lo que representa en la sociedad la consideración íntegra de elementos que antiguamente eran entendidos como paliativos y hoy día tienen una relevancia práctica que orienta al usuario a tenerlo como un elemento de

incidencia similar en relación con lo representado por la esfera laboral. El diseño de autor tiene la característica de ser fundamental para la creación de ciertos aspectos de diseño que serán fundamentales al momento íntegro de relevar datos que permitan ampliar la esfera de creación e independencia de los patrones de indumentaria tradicionales. Producto de la generación de un valor agregado caracterizado por la tendencia a la innovación, el diseño aquí mencionado tenderá a propiciar mejoras vinculadas con la esencia de generar un antes y un después en cuanto a cómo diseñar tales tendencias. En ese orden, los nuevos valores de la época, así como la posibilidad de expresarse en libertad, permitieron que los diseñadores jóvenes, como resultado de su fuerza laboral y su entusiasmo, se vean asociados de manera independiente, permitiendo producir una nueva moda en relación con el contexto del que son parte. La no continuidad de las tendencias del mercado implica la consideración de una serie de aspectos orientados con lo que hace al valor, desarrollándose el diseñador en base a sus preceptos y no en relación directa con la tendencia del contexto, delineando una suerte de percepción profesional basada en la personalidad y en la comunicación de cierta identidad, todo ello a la hora de generar una tendencia que trascienda lo habitual y permita al diseñador tener un nivel de creacionismo que trascienda lo recurrentemente normal para los usuarios del segmento citado. (El Cronista, 2011).

4.3 Diseño de autor en Argentina y resignificación de lo tradicional en la moda

Según el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2014), tras el año 2010 una gama de organizaciones dejó de pertenecer al segmento específico del diseño de indumentaria de autor para iniciarse en cuanto a la producción de prendas de moda o bien para introducirse en, si se quiere, otros rubros. Asimismo, ciertas empresas dejaron de producir bajo su firma para ir asociándose a otras organizaciones de manera que se veía alterada su denominación de marca. Dicho relevamiento de información para sentar las bases de estas tendencias en lo que hace en ese orden al rubro de indumentaria en el contexto argentino “se realizó a través de un

cuestionario estructurado enviado vía email, con corroboración de datos telefónicamente en los casos que fue necesario” (INTI, 2014, p. 11).

Al respecto, se pudo dar cuenta de la cantidad de organizaciones que en la Argentina producen indumentaria, siendo un total de 273 las corporaciones que producen moda de diseño de autor, distribuidas en un marco de 20 provincias y en la Ciudad de Buenos Aires, respectivamente. En tal cuestión, resulta posible afirmar que el diseño de autor anualmente produce casi un millón de prendas, como así también casi 20.000 accesorios en cuanto a bolsos, carteras, cinturones, sombreros. En ese orden, 19.500 productos de joyería y *bijouterie* y 8000 pares de calzado, respectivamente. Como se puede apreciar, se trata de una industria que con el transcurso de los años ha claramente aumentado en su cuantía y su practicidad en la estructuración nacional, de modo tal que es posible afirmar que estas tendencias han generado progresivamente una numeración mayor en relación con lo que infieren las estadísticas meramente. De esta manera se ha podido entender que una gran variedad de factores es de consideración al momento de dar cuenta de aquellos elementos que potencien su interés en sociedad en relación con los individuos y potenciales participantes del contexto referenciado en cuanto a las tendencias del rubro de moda y las preferencias de todos los participantes del mercado mencionado, puntualmente. (INTI, 2014).

Según sostiene Bresler (2014), en el propio registro del INTI, la cantidad de empresas en el segmento del diseño de indumentaria de autor ha ido evolucionando conforme lo han hecho las mejoras en cada apartado industrial, de modo que al mismo instante es factible entender que ello se ha observado en función del alcance madurativo de las organizaciones por mostrarse no reacias a los avances tecnológicos, a fin de conocer en un nivel más amplio la situación de los mercados y compararla con la situación de la misma organización. Asimismo, existe una vinculación entre las situaciones regionales y la evolución de las empresas propias, si se quiere, de dichas regiones.

En ese curso de acción, Bresler (2014) sostiene que “otra variable que acompaña el crecimiento de los últimos años en la cantidad de empresas es la relación con la historia y las tradiciones regionales, especialmente en el interior del país”, de manera que se pretende vincular todo lo que hace a las tradiciones en relación a la actualidad en estas cuestiones mencionadas en dichas temáticas, de manera tal que se genere conciencia acerca de todos los recursos que se deberá comprender en cuanto a los modos de generación de distintas conductas en el usuario contemporáneo y sus preferencias específicas.

4.3.1. El estilo de Lulu Martins como diseñadora

En la entrevista realizada a la autora fue posible consultar primordialmente lo que interpreta del tradicionalismo en la moda y su específica resignificación a fin de llevarlo a una colección de indumentaria, de manera tal que se combinen sendos contextos en la actualidad de la citada disciplina. Ante ello, entiende que la mejor manera de resignificar las colecciones de moda se dan a través del uso de las nuevas tecnologías. Esto es posible de ser apreciado al momento en el que se cambian las paletas de color o se modifican, según ocurra, las prendas tradicionales de modo tal que se *aggiomen* al perfil del usuario al que tenderá. Como se puede apreciar, es posible entender que el modo mediante el que se genera esta tendencia en la mente del individuo no se da por medio de sucesivas tendencias distintivas sino en función de la consideración de una serie específica de recursos que permitan combinar las prendas al gusto de los usuarios.

Al momento en que se considera el valor agregado de una prenda tras añadir una serie de detalles constructivos diseñados por el autor, la prestigiosa entrevistada sostiene que el valor agregado se basa en el concepto del producto masivo. La masificación, consecuentemente, tiene una serie de aspectos que potencian la identidad entre el producto y lo que implica la vida de los usuarios. Ello se debe a que al momento en el que se seleccionan las telas, como así también los avíos, bordados, estampados de mejor calidad, automáticamente se genera

una distinción en cuanto a la calidad que se torna posible de ser conseguida en la actualidad, sustentado ello en lo que refiere a la moda rápida, basada en tendencias que trascienden lo habitual y que permiten por medio de una disminución en la calidad tener interacción con el participante.

De esta manera se generan las condiciones para volver al pasado trayéndolo a los tiempos presentes, lo que invita a captar la esencia de este desde una serie de abordajes meramente distintivos, en cuanto a la comprensión de las características de un usuario diferente, caracterizado por sentirse parte de la sociedad y querer tener un protagonismo mayor a la misma hora de tender a ampliar sus difusiones profesionales y su incidencia con el participante social. De este modo, tales recursos generarán un nivel de interacción entre la moda y el gusto de este a la hora de generar un mayor nivel de participación de sendos protagonistas, en términos globales, respectivamente. Como se pudo observar, la diseñadora ve en la consideración de elementos particulares la opción íntegramente vinculada con lo que hace a extender los aspectos tradicionales a la hora de dar cuenta de innovadoras técnicas que inviten a los participantes sociales a ampliar el campo de extensión de esta disciplina profesional. (Ver comunicación personal a Lulu Martins, pag. 14. Cuerpo C)

4.3.2. El estilo de Sofia Corradi como diseñadora

Al consultarle en relación directa de los términos que hacen a la esencia del tradicionalismo aplicado a la industria contemporánea, la entrevistada, quien es la creadora de la marca *Criolla x Sofia* denota que en ocasiones las tradiciones se ven afectadas por la influencia de los países extranjeros, de modo tal que escasea el tradicionalismo y la consecuente unión nacional. Por tal motivo, los habitantes se sienten identificados con otras culturas y el valor patriótico se pierde. En ese contexto resulta un tanto complejo el hecho de mantener el tradicionalismo nacionalista cuando las marcas provienen del contexto extranjero. Pese a ello, entiende que resulta posible generar una fisión entre los tradicionalismos y las tendencias, por medio de la

consideración de ambos conceptos. De modo específicamente general en relación con lo aquí brevemente expresado, sostiene que en cuanto a lo tradicional se deberá tener un mantenimiento de la imagen constante, por medio de la implementación de tipologías propias de la región, de modo tal que las transformaciones sean sutiles y sostengan el carácter de la prenda, por medio del cambio de los colores, la añadidura de detalles constructivos y las siluetas en función de las tendencias situacionales.

De modo adicional entiende que a fin de generar una colección en donde se hallare presente el nivel tradicional deberá de considerarse la orientación a la información acerca del país, tal como su historia, sus referentes, cultura y cambios en la indumentaria de momentos en particular, aunque entiende que lo más relevante radica en estudiar al cliente y al usuario potencial en todo tipo de situaciones. En cuanto a la consulta acerca del valor agregado de prendas mediante el aspecto de los detalles del diseño constructivo y al mismo tiempo del de autor, la misma comprende que deberá de remitirse a técnicas puramente artesanales que le brinden un valor agregado, no apenas por el valor auténtico, sino por la cuestión nostálgica que se les adiciona a las prendas. De manera adicional, para que la marca comercialice valores resulta fundamental la consecución de un mensaje que aproveche los detalles constructivos a la hora de lograr un nivel de transformación de tipologías icónicas de la firma a fin de enviarlas a los varios receptores.

Al momento de entender lo que acontece con su firma, los detalles de lo que implica la faceta de lo constructivo se realizan por medio de bordados y pintura a mano, de manera que se logre que cada una de las prendas tenga un nivel de exclusividad y de unicidad, respectivamente, a fin de que aunque se quisiera realizar el mismo diseño por las mismas manos en ningún momento pudiera generarse la misma prenda, de manera tal que se logre enfatizar lo que representa la tendencia de lo icónico y lo específicamente orientado a satisfacer los niveles de orientación del diseño de autor referenciado en las presentes líneas. (Ver comunicación

personal a Sofía Corradi, pag. 15. Cuerpo C)

4.3.3. El estilo de Bárbara Gomes Laino como diseñadora

Diseñadora de *Le Nuit*, la entrevistada denota sus ideas en relación a la primera de las consultas, la que implica la cuestión de lo que piensa en relación a la manera en que el tradicionalismo se lleva a cabo en una colección de indumentaria contemporánea, a lo que responde que la inspiración de la firma radica en la *Belle époque*, por lo que lo realizado es combinar elementos característicos de antaño con algunos más funcionales en la actualidad, así como en función de una gama de tendencias. En tal cuestión se tendrá en cuenta la modestia, los textiles y en especial todo aquello vinculado con la funcionalidad de prendas, actualizada en la amplia gama de cuestiones en las que se pretenda indagar. Como resultado de lo aquí implementado, se tendrá en cuenta a la moldería, adaptándose para que los clientes puedan dormir cómodos, agrandándose las sisas de los moldes para tal cuestión mencionada.

En cuanto a los modelos *Oara* e *Iknea* de la línea noche entiende que las correderas son un tamaño más pequeño, a fin de que con el satén no se corran y desajusten los breteles.

Al ser preguntada en lo que referirá al valor agregado de las prendas mediante detalles constructivos diseñados por el autor, expresa al respecto que en esos términos será relevante que los diseños de autor cuenten con detalles constructivos que se vean pensados, adecuados a la identidad específica de los diseñadores. En lo que refiere a *Le Nuit*, en todas las colecciones se incluirá la utilización de volados, encajes y colores rosa y negro, elementos que cuentan como parte de la identidad de marca, de forma neta y claramente independiente en relación directa con la temporada en cuestión de la época que se pretenda relevar.

En cuanto a los valores agregados del diseño de autor uno de éstos radica en la exclusividad, producto de que las prendas se produzcan en menor escala que en marcas masivas. Los clientes de las marcas con diseño de autor compran no pensando en los precios, sino en la exclusividad y el amor que se pone en la realización del mismo producto citado, sabiendo que

usualmente conllevan procesos más artesanales que los diseños de las marcas grandes. Lo citado puede ser entendido como una ventaja o desventaja según sea el caso, producto de que estos elementos no son habitualmente considerados por los públicos en términos de que no abundan los mismos, siendo difíciles de encontrar los segmentos de usuarios en cuestión aquí mencionados.

Suele el diseño de autor tener en consideración la calidad, producto de que en un elevado número de instancias la marca tiene el nombre del diseñador, lo que hace que el nombre y reputación del diseñador se encuentre en juego. Al mismo instante, el diseño de autor suele contar con experiencias sustancialmente personales, a diferencia de lo que hacen a las marcas grandes, que tienen un elevado aspecto vinculante con lo que refiere a la masificación, lejana de lo que hace a estos elementos de unión con el usuario en cuestión. (Ver comunicación personal a Bárbara Gomes Laino, pag. 17. Cuerpo C)

Como se logró ver en el presente apartado en cuestión, se ha generado la posibilidad de interpretar la esencia del rubro profesional por medio de entrevistas que han generado la idea de entender que el mismo es un rubro dinámico, en donde las tendencias varían enormemente, sin por ello pasar de moda, adaptándose a los contextos del usuario y a las ideas de los ya mencionados individuos, quienes expresan las distintas intenciones que tienen en relación a la herramienta de moda mencionada, la que variará conforme varíen las preferencias de cada sujeto de manera individual.

Es en ese entonces donde, lejos de basarse en una idea aislada, se deberá ampliar las características del mercado en lo que refiere a los modos de comprensión de este. Es, consecuentemente, fundamental entender que el rubro de moda tiene que variar conforme lo hagan las posibilidades del individuo. De esta forma se generará un nivel de orientación práctico que permitirá cambiar y adaptarse a las innovadoras voluntades del rubro en cuanto a la exigencia de un mercado variable.

Como se logra interpretar, es factible dar cuenta de tendencias que permiten a los usuarios tener consideración de ciertos aspectos en los que cada una de las tendencias en la realidad profesional permiten comprender los deseos que invitan a conocer de modo general al usuario, de manera íntegramente orientada a la generación de una serie de elementos que permitirán sentar las bases de lo que refiere la preferencia de cada uno de éstos.

En ese enfoque, es posible denotar una gama de herramientas ideadas con la finalidad de trascender en el rubro profesional en cuanto a la determinación de ciertas cuestiones y gustos vinculados con la actualidad de la profesión referenciada en estas líneas, de manera tal que se amplifique el conocimiento de esta área en el que se realizan de manera general los marcos de comprensión actuales, de modo global.

Capítulo 5. Moda Tudor: tradición y tendencia

Es posible comprender que la esencia Tudor en la moda moderna da cuenta de un nivel de tradición y de entendimiento de la historia. Sin embargo, en la actualidad, los sucesos vinculados con la resignificación han reorientado a los individuos a revitalizar la esencia Tudor de manera tal que se combinen pasado y presente.

En este apartado será relevante entender todos los aspectos de relevancia en cuanto a la conformación de esta tendencia en la mente del usuario, para generar un estilo y cambiar la esencia de la indumentaria desde una óptica que alterna sucesos y brinda innovación al usuario.

5.1 Análisis de tendencias

Para hacer el análisis de las tendencias se tomaron en consideración tres variables. En primera instancia el reporte de tendencias, que expone *fashion snoops*, empresa que predice y hace pronósticos de tendencias, el reporte de tendencias de la revista Vogue y la paleta de color, Pantone para la temporada. Fashion Snoops propone cuatro tendencias: *New Romantic*, *Terra*, *Sensei* y *Vanguard*.

Se tomó para analizar e implementar en el proyecto, la tendencia *New Romantic*, ya que sus características son las que más se asocian con la identidad del diseñador y también porque trata de plasmar aspectos del pasado en la moda para así acercarse al futuro, que se relaciona mucho con el tema del presente Proyecto de Graduación: la resignificación de lo tradicional para hacer una colección de moda contemporánea.

Simultáneamente, entre los conceptos clave de esta tendencia se remarcan los lugares históricos de la realeza, la monarquía inglesa, el estilo victoriano moderno, lo que también está

fuertemente relacionado con el concepto de este proyecto.

La tendencia llamada *New Romantic* crea el aprovechamiento del pasado para acercarse al futuro. Esta tendencia romántica incorpora una referencia victoriana moderna que se combina con texturas barrocas y paños celtas tradicionales. El terciopelo se puede ver en todas las tipologías, especialmente en los vestidos. Los detalles de las mangas abultadas y los cuellos altos aumentan, los cuales se ven sobre todo debajo de vestidos con breteles pequeños y grandes escotes.

Se pueden contemplar detalles femeninos que van desde los estampados florales hasta los volados. Los conceptos clave de esta tendencia son el futuro en el pasado, los lugares históricos de la realeza, la monarquía inglesa, el estilo victoriano moderno, el escapismo y el romanticismo. Dentro de la paleta de color de esta tendencia destaca el reporte, el cual incluye ciertas combinaciones de estos colores como bordó y azul marino, violeta con verde petróleo y rosa viejo, un salmón claro combinado con bordo, celeste claro y verde oscuro, violeta, crema y un negro des saturado.

En cuanto a los textiles se pueden observar satén, terciopelo, encaje y *guipur*. En referencia a los detalles constructivos se resaltan los entrelazados, los volados y los apliques. Con respecto a las texturas visuales, esta tendencia hace referencia a las estampas barrocas, las estampas florales y las texturas clásicas celtas. Las tipologías clave son el sobretodo, la blusa con mangas abultadas, el vestido con breteles finitos, los jeans decorados con apliques, los conjuntos en set, el vestido de terciopelo, el blazer y los pantalones de pata de elefante. Los accesorios clave son los aros de perla, las botas fusionadas con las medias, los tacones *Mary Jane* reformulados, las carteras minis, los sets de muchos anillos combinados, las medias de red con apliques y los cinturones con pedrerías. (Ver Figuras 8-10, págs 12 y 13. Cuerpo C)

Pantone (Pressman, 2018), empresa de relevancia en el mercado, constituye una industria tendiente a satisfacer la cuestión referenciada. En todas las temporadas crea el *Pantone*

Fashion Color Trend Report, propuesta de color que destacará a los mismos colores fundamentales que estarán en tanto presentes en el *London Fashion Week*. Se propone generar un relativo aspecto de concientizar acerca de las nuevas cuestiones vinculadas con la paleta.

Por medio de la incorporación de ciertas tendencias satisfechas por *Pink Peacock* y *Mellow Rose* se podría apreciar una gama de coloraciones que trascenderá de lo normal y permitirá brindar perspectivas mayormente intrigantes en cuanto a la combinación de colores, hecho que brindará una toma de relevancia de aquellos elementos que serán considerables en lo que refiere a los deseos del usuario a la hora de satisfacer sus preferencias en la industria mencionada. (Pressman, 2018).

En creación con lo que hace a la paleta de colores clásicos de la misma temporada, pese a que se suele ignorar la implicancia de colores típicos, éstos aún siguen vigentes en lo que hace a la existencia de ciertas estructuras. En ese aspecto se lograron incrementar los colores básicos de cuatro de éstos a cinco, resultado de ser fácilmente implementables en cuanto a la temática a utilizar, ambientándose respectiva para todas las estaciones anuales. Se trata de pilares fundamentales que brindarán la posibilidad de orientar a la búsqueda de mayor nivel de variedad conforme nuevas texturas, tejidos, así como también de una extensiva cuestión vinculada con las combinaciones atractivas (Pressman, 2018).

Para el diseño de la minicolección de este proyecto, se hará una implementación vinculada a la satisfacción de una cierta gama de elementos, a la vez que, de tendencias, donde se incorporen la superposición de capas de diferentes textiles, el textil *tweed* y de las sedas, variables seleccionadas al respecto de la identidad del diseñador por medio de la inspiración de la colección, como con la denominada tendencia del *The New Romantic*, de manera respectiva. (Ver Figuras 8-10, págs 12 y 13. Cuerpo C)

5.2 Partido conceptual

Esta minicolección toma como inspiración, primeramente, los detalles constructivos de la moda de las reinas de la dinastía Tudor, las tendencias actuales y la identidad personal de la autora del presente Proyecto en tanto diseñadora.

La diseñadora en cuestión propone una estética basada en la exclusividad y el lujo, combinada con un choque irreverente y naif. Las piezas de sastrería y el estilo retro, combinado con las tendencias actuales, son el sello representativo de las presentes colecciones. Se busca calidad, femineidad y excelencia en cada una de las prendas y eso construye el sello representativo como diseñadora. De la misma manera, dicha filosofía como diseñadora reside en vivir el presente, con una mirada melancólica y cierta resistencia hacia el trágico e incierto futuro que ha de esperar. Con estos diseños se invita a la mujer a disfrutar de los pequeños detalles y a jugar con sus prendas para crear una perfecta armonía entre lo naif e irreverente con lo elegante.

La misión como diseñadora es crear prendas que permitan a las mujeres sentirse libres y femeninas, volviendo a su lado lúdico desde una mirada melancólica, invitándolas a atreverse a jugar con las prendas como cuando eran niñas. A la hora de diseñar, se hace pensando en un público objetivo conformado por mujeres entre dieciocho y veintiocho años que tienen un nivel adquisitivo alto y residen en la Capital Federal del país. Respecto de la realidad de las características conductuales, ellas buscan calidad y ponen atención en cada detalle. También buscan prendas que sigan las tendencias pero que tengan personalidad.

El público objetivo al que se apunta con los diseños cuenta con una frecuencia de uso del producto alta y se cambia varias veces al día. También tiene un volumen de compra alto. Las tipologías que más consume son faldas, vestidos, sacos y blusas con lazos. En cuanto a las características psico-gráficas, el usuario al que se apunta cuenta con un estilo de vida muy activo y social, tiene un gran aprecio por lo *vintage* y disfruta de ir a mercados de antigüedades.

En cuanto a sus intereses, le gusta ir a museos, viajar y la música

5.3 Selección de materiales

Los textiles seleccionados para realizar esta colección son: Encaje Rebrodó, Chiffón, Tul bordado, *guipur*, seda natural, crepe satén y *tweed*. Todos los textiles seleccionados cuentan con una reminiscencia Tudor, y tanto la inspiración para los materiales como la paleta de color se tomaron de la tendencia *The New Romantics*.

En cuanto al *guipur*, se trata de un tejido caracterizado por ausencias de fondo, siendo hilos entrelazados que se trabajan al aire en cuanto una suerte de tela de araña. Como es posible apreciar, esa es la principal diferencia que tiene con el encaje, producto de que si el mismo tiene determinado fondo se haría mención de un tul en el cual se bordan los motivos de la decoración.

Según Dauta (2018), si bien “no está claro cuál es el origen del *guipur*, lo que sí se sabe es que los egipcios ya los utilizaban para la elaboración de su vestimenta” (p.1).

Complementariamente se hará uso del *tweed*, tejido caracterizado por contar con una lana áspera, cálida y resistente, fabricado en liso y obtenido por medio de girar una cantidad de hebras de lana de distintos colores en un hilo de dos o tres capas. La seda natural, la que tendrá una serie de elementos que potenciarían el nivel de interacción del usuario con esta tradición fundamentada en la resignificación con el presente, vinculando y en ese aspecto generando una mutua participación entre sendos contextos sociohistóricos, respectivamente.

El tul, tejido ligero con estructura abierta en forma de red, fabricado con hilo multifilamento, los que pueden ser de fibras naturales (caso de la seda), fibras artificiales (rayón) o fibras sintéticas (nailon). Asimismo, el chiffón, tiene una materialidad liviana, de confección plana, balanceada y elaborada por medio de la consideración de hilos crepé que fruncirá de modo

leve a la tela en ambas direcciones, para brindarle una elasticidad y suavidad al tacto del interesado.

5.4 Propuesta de diseño

Esta minicolección propone siete conjuntos. La tipología predominante de la minicolección son los vestidos. La paleta de color está compuesta en su mayoría por el color verde petróleo, el verde agua, el rosa viejo, el rosa pálido y el verde seco. Los largos modulares predominantes de la colección son por arriba de la rodilla en tipologías inferiores y con los brazos cubiertos en las tipologías superiores. Predomina la silueta redingote. Se muestra un porcentaje de piel relativamente alto, teniendo en cuenta las transparencias y los largos modulares de las faldas; A diferencia del pudor con respecto a la indumentaria que se manejaba en la época de las monarcas Tudor. En cuanto a las texturas visuales y táctiles, se pueden apreciar las diferentes texturas en los paños de *tweed*, y en los diferentes tipos de encajes y tules bordados.

En cuanto a las texturas visuales, se las puede ver en las estampas de las sedas naturales. Se utilizaron textiles de diferentes pesos, para superponerlos y crear diferentes volúmenes y combinarlos entre sí para generar nuevas texturas visuales. También se realizaron apliques de perlas y diferentes puntillas para las terminaciones de las prendas.

Conforme los detalles constructivos, se aplicaron diferentes tipos de frunces, volados, moños, apliques de perlas y puntillas. Las constantes de esta colección son la inspiración, el volumen y el punto de tensión en las mangas y el porcentaje de piel que se muestra en cada propuesta de conjunto. En cuanto a las variables, estas son el largo modular de las faldas, las formas de los escotes y la cantidad de prendas por estilo.

El primer conjunto está compuesto por una falda con un corsé integrado, una blusa *off-shoulder* con mangas abultadas y un *body* de tul bordado por debajo de estas dos prendas.

El segundo conjunto se trata de un vestido sobre la rodilla, con mangas abultadas en la zona

del hombro, con reminiscencia a la indumentaria Tudor. El vestido cuenta con un recorte a la altura del bulto, y la cintura bien marcada. También tiene tres recortes verticales en la falda y detalles de volados de encaje y un cuello estilo mao con un pequeño volado como detalle.

El tercer conjunto es un traje de *tweed* con cuatro bolsillos en la chaqueta, detalles con perlas y mangas abultadas inspiradas en la moda Tudor. También cuenta con un vestido de tul bordado que se deja ver en el cuello y por debajo de la falda de *tweed*.

El cuarto conjunto es un *slip dress*, tipología tomada de la tendencia *New Romantic*, conjugado con unas mangas *off-shoulder* abultadas, y una pieza aparte de un cuello acordeón inspirado en los cuellos de los vestidos de las monarcas Tudor.

La quinta propuesta es un vestido con frunces en la zona superior, grandes mangas estructuradas que se finalizan con un detalle de un volado, con una faja con estilo de corsé que termina con un volado péplum y una falda por debajo de la rodilla.

El sexto conjunto se trata de un vestido sobre la rodilla con la parte superior simulado el corte de un corsé, acompañado por un lazo en el cuello y grandes mangas jamón.

El séptimo conjunto finalmente, se trata de un vestido por debajo de la rodilla íntegramente de tul bordado, con un corsé en la parte superior, un cuello acordeón y grandes mangas abultadas. (Ver Figuras 11-17, pag 19-25, Cuerpo C).

Conclusiones

Conforme se logró interpretar la realidad de la cuestión ofrecida en el PG, es posible denotar un nivel de comprensión del público acerca de lo que implica la esencia de la industria de moda como un aspecto de relevancia sustancial para éste. En ese entonces, será lógico entender que la misma ha tenido una evolución de relevancia conforme el paso del tiempo.

Este hecho no tiene carencia de importancia en el seno de la conformación social, producto de que será factible denotar la evolución del aspecto indumentario en la mente del usuario referenciado y citado en estas líneas a la hora de comprender lo que entiende por moda y vincular tal concepto con sus preferencias de indumentaria.

Las cuestiones vinculadas con el tradicionalismo no son irrelevantes, sino que denotan la importancia sustancial de tener en vista al pasado como una suerte de tendencia en la que será fundamental ampararse para conformar la actualidad indumentaria. En ese orden, será posible dar cuenta de un salto de calidad en la interpretación disciplinaria, lo que irá a tener ciertos aspectos relevantes conforme la vinculación del gusto del usuario con el contexto y la esencia de la que dicha herramienta será de importancia en lo que hará a la conformación social.

Sin embargo y en relación con los cambios en el usuario, el mismo tiene la necesidad de sentirse con mayor nivel relevante en su consideración con el devenir específico. Es por ende que no es un dato aislado entender que los cambios en la moda obedecen a los quiebres de pensamiento y en ese orden de interpretación de lo que hace a la actividad en cuestión.

La voluntad para cambiar de eje mental en cuanto a qué es relevante para el usuario ha sufrido tantos cambios que en ese curso de acción ignoró lo vinculado con la posibilidad de combinar las tendencias pasadas y presentes, hecho que permitirá entender la versatilidad de esta industria de moda y ampliar consecuentemente sus horizontes.

Lejos de ello, o se ha visto seleccionado el presente o se ha ido hacia el pasado, motivo por el

que en la moda actual no ha sido factible el logro de entender una variable relacionada con la resignificación de la moda actual en función de lo que representa el aspecto conservador histórico.

Consecuentemente, es posible comprender que la actualidad de la industria de indumentaria denota una serie de aspectos vinculantes ante la amplia gama de elementos que conforman el diseño contemporáneo, de modo tal que se genere una identidad innovadora entre los distintos sujetos del contexto profesional.

En ese aspecto, la problemática de este PG aludió a que actualmente las tendencias de la moda resultan pasajeras, motivo por el que no tienen un nivel de incidencia fuerte en los distintos individuos en tanto modalidades específicas orientadas a permanecer ante el transcurso temporal.

Ello es el resultante de no contar con variables específicamente destinadas a la opción de conquistar a los públicos al momento de generar comportamientos que trasciendan lo pasajero y que se orienten a establecer conductas que promuevan acciones al momento en que se busque generar conciencia de la importancia de estas.

El diseño sistema de diseño en la actualidad basa sus procesos creativos en la selección de tendencias y conceptos para crear colecciones funcionales y estéticas.

Como pudo lograr apreciarse, esta falta de coherencia entre los aspectos delineantes de los gustos del usuario y sus preferencias tienen como visión netamente, si se quiere, contrapuesta el aspecto que denota la toma de conciencia de que los propios y referidos individuos no logran interpretar una identidad al momento de obtener los productos y lo que las marcas implican. Esa disonancia es de magnitud a la hora de interpretar la tendencia actual de la industria de moda, de modo que se logre interpretar la actualidad de este rubro desde percepciones que trascienden lo que es entendido como habitual, permitiendo una nueva visión consecuentemente.

Por tanto, tales aspectos serán relevantes al momento de permitir una identificación de hacia dónde quiere llegar el participante cuando se le hace mención de lo que representan los mercados actuales, de manera tal que se permita reinterpretar la naturaleza de este desde una gama íntegramente vinculada a los deseos del usuario y lejos de lo que hace a la esencia de las empresas y las marcas en estas líneas mencionadas, las que pasarán a un segundo plano, de manera respectiva.

Como se logra interpretar en estos aspectos, la orientación hacia la posibilidad de ofrecer tendencias que combinen la tradición y la actualidad permitirán delinear nuevos aspectos para resignificar la actualidad de la moda, que permitirá en su esencia mejorar la vinculación entre los distintos usuarios y las tendencias laborales de las marcas de moda, respectivamente hablando, para el caso específico.

La intención radicó en generar nuevas maneras de entender la realidad actual sin necesidad de dejar de lado la primordial finalidad social de combinar las culturas junto a las distintas maneras de generar combinaciones que promuevan la participación de los públicos en lo que hace a la prolongación de nuevos modos de entender el mercado contemporáneo. En ese orden, se generará ciertos aspectos vinculantes con lo que refiere a la comprensión de las distintas pretensiones que los públicos tienen en un momento de la instancia presente donde se exige a la industria un primordial nivel de identificación entre los productos y las prendas, esbozando un nivel participativo elevado.

Como se pretendió apreciar, se buscó crear una colección de diseño de autor que combine la estética y la concepción de la dinastía Tudor con la innovación del siglo XXI con la finalidad de resignificar el tradicionalismo de la Corona Británica adaptándolo al diseño moderno.

De este modo, las pretensiones esbozan la búsqueda de un nivel de adquisición de la conciencia en cuanto a la información para la sociedad acerca de las raíces de algunas tendencias que perduran hasta el día de hoy.

Consecuentemente, se pretendió crear una colección de indumentaria inspirada en la dinastía Tudor y sus prendas, tomando sus significados y características para resignificarlos a la indumentaria contemporánea.

Se buscó traer a la actualidad una serie de variables que generarán nuevos modos de interpretación del público actual para generar una comprensión de la esencia misma de la indumentaria en función del pensamiento social, respectivamente, tanto de las marcas como de las finalidades de los interesados que forman parte de la actualidad en el mercado mencionado en las presentes cuestiones. Al respecto de ello, todo se ve orientado con la intención de abordar nuevos públicos al momento de, si se quiere, generar conciencia en la finalidad profesional, orientándose una nueva y actualizada tendencia en cuanto a cómo interpretar la actualidad del rubro de la indumentaria.

Ello generará determinada conciencia en cuanto a la elaboración del PG en cuestión, lo que brindó a los usuarios la posibilidad de interpretar el rubro del que forma parte en esta ocasión y en función de ello, si se quiere, a verse interesado en cuanto a cómo generar una modificación de relevancia en lo que hace a su interpretación de la herramienta. En ese rubro se permitió generar un nivel de entendimiento de esta desde una serie de focos distintos en relación con lo habitual, tendiendo a moldear el presente a la luz de los ojos pasados para denotar mejoras significativas en el rubro de moda en cuanto tal, para el caso en cuestión mencionado.

Como resultado, será posible comprender que la resignificación de la indumentaria no se constituye como cierto aspecto irrelevante ni tampoco complementario en su defecto en cuanto a lo que implica su realidad. Es un aspecto fundamental para poder en ese aspecto denotar una serie de elementos específicamente vinculados con la prolongación de esta herramienta. La moda, en cuanto actividad profesional, necesitará tener ciertos enfoques que le brindarán al usuario una nueva consideración de lo habitual, de modo que se genere una suerte de, si

se quiere, comprensión de la industria desde un aspecto distintivo, tendiente a denotar un ya expresado aspecto que busque la innovación y la establezca como un aspecto de máxima importancia social a la hora de brindar una tendencia diferencial conforme los gustos de los usuarios y la resignificación pretendida. Se tratará de una disciplina que requiere de un salto de calidad a la hora de atraer usuarios y de vincularse con aspectos relevantes que potencien el interés y la participación de los usuarios en lo que hace a la idea de cambiar para el bienestar de sus intencionalidades en la práctica recurrente de lo que hace a la actividad de moda aquí citada, para el caso en cuestión mencionado en estas líneas.

Lista de Referencias Bibliográficas

Aranda, A. (2010). *Ecodiseño y análisis del ciclo de vida*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Arte Historia. (s.f). *La Inglaterra de los Tudor*. Recuperado el 17/04/2018. Disponible en: <https://www.artehistoria.com/es/contexto/la-inglaterra-de-los-tudor>

Bolton, A. (2011). *Alexander McQueen: Savage beauty*. Nueva York. Metropolitan Museum of Art.

Celdrán, H. (2014). Sitio web 20 minutos. *Ropa, joyas y accesorios de los Tudor y los Estuardo: dinastías británicas amantes de la moda*. Recuperado el 02/04/2018. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/2087814/0/tudor-estuardo/moda/exposicion/>

Contraras, M. (2005). Cuando Dolce encontró a Gabbana. Madrid: Vogue España.

Damiani, C (2015). *Reutilizar es moda (Aporte en procesos de reciclaje para marcas nacionales)* (P.G). Universidad de Palermo. Recuperado el 21/6/2018. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/3578.pdf

Dauta, C. (2018). *El guipur, símbolo del buen gusto*. Recuperado el 21/6/2018. Disponible en <https://carmendauta.com/guipur/>

El Cronista. (2011). *Indumentaria de autor: mucho más que diseño*. Recuperado el 02/11/2017. Disponible en: <https://www.cronista.com/pyme/Indumentaria-de-autor-muchomas-que-diseno-20111208-0004.html>

El Diario.es. (2013). *El armario de los Tudor y Estuardo revela los secretos de la realeza europea*. Recuperado el 21/6/2018. Disponible en https://www.eldiario.es/politica/armario-Tudor-Estuardo-secretos-realeza_0_129837543.html

El Diario de Anne Boleyn. (2013). *La moda femenina en la corte Tudor: Los Tocados*. Recuperado el 21/6/2018. Disponible en <http://eldiariodeanabolena.blogspot.com/2013/01/la-moda-femenina-en-la-corte-tudor-los.html>

Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda*. Una visión sociológica. Buenos Aires: Paidós.

Fiorini, V. (2011). *Identidad en la moda*. Recuperado el 18/6/2018. Disponible en:
<https://www.lanacion.com.ar/1418122-identidad-en-la-moda>

Gautier, J. (2011). *Chanel. Las claves de un estilo*. Madrid: La Fábrica.

Hayward, M. (2014). *Review of exhibition*. Recuperado el 02/04/2018 Disponible en:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/rest.12057>

Hollen, N. y Saddler, J. (1997) *Introducción a los textiles*. México D.F: Limusa.

Infobae. (2018). *Una casa criolla y con estilo Tudor*. Recuperado el 21/6/2018. Disponible en
<https://www.infobae.com/parati/deco/2018/03/14/una-casa-criolla-y-con-estilo-tudor/>

La Gran Noticia. (2017). *Diseñadores renuevan la moda tradicional en Birmania*. Recuperado el 20/05/2018 Disponible en: <https://www.lagrannoticia.com/mujer/20321-disenadores-renuevan-la-moda-tradicional-en-birmania>

Laver, J. (1988). *Breve historia del traje y de la moda*. Ensayos Arte Cátedra. Cátedra. Madrid

Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Buenos Aires: Paidós

Marino, N. (2013). *La indumentaria de Isabel la Católica y la retórica visual del Siglo XV*. Recuperado el 05/04/2018. Disponible en: <https://journals.openedition.org/atalaya/907>

Mizrahi, A. (2008). *La indumentaria como confección de identidad en el arte contemporáneo*. Recuperado el 20/05/2018. Disponible en:
<http://disturbis.esteticauab.org/Disturbis234/Mizrahi.html>

Morin, E. (2018). *El pensamiento ecologizado*. En: *Gazeta de Antropología*, Nº 12, 1996, artículo 01 Instituto Nacional de Tecnología Industrial. 2014. *Diseño de indumentaria de autor en Argentina*. Recuperado el 12/05/2018. Disponible en:
<https://www.inti.gob.ar/textiles/pdf/enda2016.pdf>

My Learning. (2018). *What to look for in Tudor paintings*. Recuperado el 04/04/2018. Disponible en: <http://www.mylearning.org/tudor-clothing--dress-to-impress/p-3488/>

Pithers, E. (2018). The top 10 trends of Autumn/Winter 2018/2019. Recuperado el 18/6/2018. Disponible en: <http://www.vogue.co.uk/gallery/autumn-winter-2018-trends>

Pressman, L. (2018). Pantone Fashion Color Trend Report London Fashion Week: Otoño/Invierno 2018. Recuperado el 18/6/2018. Disponible en: <https://store.pantone.com/es/es/fashion-color-trend-report-london-otono-invierno-2018>

Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires. Ed. Paidós.

Saulquin, S. (2006) Capurro, I. (2010) *El paisaje diseñado*. Proyecto de graduación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 01/03/2018 Disponible en: http://www.palermo.edu/dyc/pgraduacion/archivos_bajada/mejores_pg/2009-2/GanadoresCarrera/MPG20092-DM-Capurrolleana.pdf

Saulquín, S. 2006. *Historia de la Moda Argentina*. Ed. Grupo Planeta España. 2011

Saulquín, S. (1990) *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.

Sbruzzi, M. (2015). *Las portadas de revistas como elemento comunicacional: Caso Adbusters* [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Recuperado el 21/6/2018. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/3243.pdf

Sorger, R. y Udale, J. (2007) *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gilli SL.

Tendencias 13. (2017). *Cómo descifrar el código de vestimenta de la realeza británica*. Recuperado el 10/03/2018. Disponible en: <http://www.t13.cl/noticia/tendencias/bbc/como-descifrar-el-codigo-de-vestimenta-de-la-realeza-britanica>

Tejo, L. (2013). *La moda de los Tudor y los Estuardo llega a Buckingham*. Recuperado el 27/4/2018. Disponible en <http://www.elmundo.es/yodona/2013/05/10/actualidad/1368190242.html>

Torrejón, A. (2007). *Guía Elle de Imagen Personal. Estilo se busca*. Buenos Aires: AGEA S.A

Tungate, M. 2005. *Marcas de Moda*. Ed. Kogan Page

Udale Y. (2008). *Diseño textil: Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Venero, E. (2008). *Moda e identidad*. Tercer encuentro Latinoamericano de Diseño.

Vogue. (2013). *Alexander McQueen*. Recuperado el 15/04/2018. Disponible en:
<http://www.vogue.es/desfiles/otono-invierno-2013-2014-paris-alexander-mc-queen/8382>

Vanidades (2018). *Una mirada al armario de la reina*. Recuperado el 13/06/2018. Disponible en <https://www.vanidades.com/realeza/mirada-al-armario-reina-isabel/>

UBM Fasion (2018). *Trend Direction FW 18/19*. Recuperado el: 18/6/2018. Disponible en:
<http://information.advanstar.com/rs/460-EUR-469/images/Women%27s%20FW1819%20TREND%20DIRECTION.pdf>

Bibliografía

- Acevedo Díaz, C. (2011). *Moda: Nuevo diseño argentino*. Buenos Aires: Olmo Ediciones
- Aranda, A. (2010). *Ecodiseño y análisis del ciclo de vida*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Araujo Castro, M. (s.f). *Revista Credencial Historia*. Disponible en <http://www.fuhem.es/ecosocial/dossierintercultural/contenido/9%20EL%20CONCEPTO%20DE%20IDENTIDAD.pdf>
- Arroyo, N. (2011). *Secretos de Atelier*. Barcelona, Maomaopublications
- Aubele, C. (2007). *Secretos del vestidor*. Buenos Aires: Aguilar
- Aubele, C. (2017). Los secretos detrás de las lujosas prendas de la Alta Costura, *Diario Virtual, Infobae*. Disponible en: <http://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2017/07/07/lossecretos-detras-de-las-lujosas-prendas-de-la-alta-costura/>
- Baranrd, M. (1996). *Fashion as communication*. New York: Routledge
- Barrios, M. (junio, 2012). Internet, El futuro que queremos y las incidencias del fast fashion. *Arte y Diseño*, 10, 29-32.
- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona, Ed. Paidós.
- Baudot, F. (2008). *La moda en el siglo XX*. Barcelona: GG Moda.
- Baxter, M. (2000). *Proyecto de producto: guía practico para el diseñador de nuevos productos*. San Paulo: Blucher
- Bolton, A. (2011). *Alexander McQueen: Savage beauty*. Nueva York. Metropolitan Museum of Art.

- Contraras, M. (2005). Cuando Dolce encontró a Gabbana. Madrid: Vogue España.
- Celdrán, H. (2014). *Ropa, joyas y accesorios de los Tudor y los Estuardo: dinastías británicas amantes de la moda*. Disponible en:
<https://www.20minutos.es/noticia/2087814/0/tudor-estuardo/moda/exposicion/>
- Clarke, S (2011). Diseño textil. Barcelona: Blume
- Cosgrove, B. (2012). *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Croci P. y Vitale A. (2011). *Los cuerpos dóciles*. Buenos Aires: La marca editora.
- Cuenca Cabeza, M. (2000). *Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto
- Damiani, C (2015). *Reutilizar es moda (Aporte en procesos de reciclaje para marcas nacionales)* (P.G). Universidad de Palermo. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/3578.pdf
- Davis, F (1992). *Fashion, culture and identity*. London: The University of Chicago Press
- Delego, D. (1992). *Elegantísima: la enciclopedia práctica de la moda de Donato Delego*. Buenos Aires: MO. DE. LA.
- Desmond, R. (1990). *La moda al descubierto*. Barcelona: Agpograf, S.
- Dolto, F. (2015). *La imagen inconsciente del cuerpo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Doria, P. (2010). *Qué es el fast fashion*. Disponible en:
<http://www.puntal.com.ar/v2/article.php?id=48623>
- Doria, P. (2010). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

El Cronista. (2011). *Indumentaria de autor: mucho más que diseño*. Disponible en:
<https://www.cronista.com/pyme/Indumentaria-de-autor-mucho-mas-que-diseno-20111208-0004.html>

Espada, I. (2011). *La Comunicación, elemento clave en las empresas de moda*. Disponible en <https://www.modaes.com/blogs/elaltavoz/la-comunicacion-elemento-clave-en-las-empresas-de-moda.html>

Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda*. Una visión sociológica. Buenos Aires: Paidós.
Gutter K. (1947). *La industria textil*.

Fernandez, R. (2015). El origen de la Alta Costura, Bazaar, Madrid. Disponible en:
<http://www.harpersbazaar.es/moda/noticias-moda/alta-costura-origen-historia>

Flügel, J.C.(1964). *Psicología del vestido*, traducción de Kornblit, A. Buenos Aires, Ed. Paidós, primera edición castellano.

Fogg, M. (2014). *Fashion. The Whole story*. Santiago de Chile: Contrapunto.

Gautier, J. (2011). *Chanel. Las claves de un estilo*. Madrid: La Fábrica.

Ghio, M. (2009). *Oxitobrand: marcas humanas para un mercado emocional*; Graal Ediciones

Godart, F. (2012). *Sociología de la moda*. Buenos Aires: Edhasa.

Hallett, C. y Johnston, A. (2010). *Telas para moda, guía de fibras naturales*. Inglaterra: Blume.

Hayward, M. (2014). *Review of exhibition*. Disponible en:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/rest.12057>

Hollen, N. y Saddler, J. (1997). *Introducción a los textiles*. México D.F: Limusa.

Igarza, R. (2008); *Nuevos medios. Nuevas estrategias*. Editorial La Crujía Ediciones

Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2014). *Diseño de indumentaria de autor en Argentina*. Disponible en: <https://www.inti.gob.ar/textiles/pdf/endia2016.pdf>

Jhon Ireland, P (2008). Enciclopedia de acabados y detalles de moda. Barcelona: Parramón

Knapp, M (1992). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.

La Gran Noticia. (2017). *Diseñadores renuevan la moda tradicional en Birmania*. Disponible en: <https://www.lagrannoticia.com/mujer/20321-disenadores-renuevan-la-moda-tradicional-en-birmania>

Laver, J. (1988). *Breve historia del traje y de la moda*. Ensayos Arte Cátedra. Cátedra. Madrid

Lehner, G. (2000). Historia de la moda del siglo XX. Barcelona: Konemann.

León J. Warshaw. (s.f.) *La industria textil: Historia y Salud y Seguridad*

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, G. (2004). El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas. Barcelona: Anagrama
Lipovetsky, G. (1994). *La moda abierta*. Barcelona: Anagrama.

Lockuán, F. (2013). *La industria textil y su control de calidad*. Licencia creativa Commons

Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Buenos Aires: Paidós

Marino, N. (2013). *La indumentaria de Isabel la Católica y la retórica visual del Siglo XV*. Fecha de recupero 27/3/2018.

Marsal, S. (2003). *Moda & Cultura*. Buenos Aires: Nobuko.

Matharu, G. (2011). *Diseño de Moda*. Barcelona: Oceano.

Mackenzie, M. (2010). *Ismos para entender la moda*. Barcelona: Turner.

Mitsuko Alemany, E. (2007). *Diseño Argentino: Creadores de influencias*. Buenos Aires: Papers Editores

Mizrahi, A. (2008). *La indumentaria como confección de identidad en el arte contemporáneo*. Disponible en: <http://disturbis.esteticauab.org/Disturbis234/Mizrahi.html>

Morin, E. (2018). *El pensamiento ecologizado*. En: *Gazeta de Antropología*, N° 12, 1996, artículo 01 Instituto Nacional de Tecnología Industrial. 2014. *Diseño de indumentaria de autor en Argentina*. Disponible en: <https://www.inti.gob.ar/textiles/pdf/enda2016.pdf>

Monneyron, F. (2006). *50 respuestas sobre la moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili

Munari, B. (2003). *Artista y Designer*. en calvera, A. (Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

My Learning. (2018). *What to look for in Tudor paintings*. Disponible en: <http://www.mylearning.org/tudor-clothing--dress-to-impress/p-3488/>

Natalio, M, A (2011). *1000 detalles de diseño de moda*. Barcelona: Ilus Books

Nobuko, (2002). *Diseño; Teoría y reflexión*. Buenos Aires: Kliczkowski

Rhodes, Z. (2008). *Moda vintage: la evolución de la moda y el vestido en los últimos cien años*. Barcelona: Parramón.

Riviere, M. (2013). *Historia informal de la moda*. Madrid: Penguin Random House Grupo.

Riviere, M. (1996). *Diccionario de la Moda*. Madrid: Debolsillo.

Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.

Saulquin, S. (2006). Capurro, I. (2010). *El paisaje diseñado*. Proyecto de graduación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en:
http://www.palermo.edu/dyc/pgraduacion/archivos_bajada/mejores_pg/2009-2/GanadoresCarrera/MPG20092-DM-Capurrolleana.pdf

Saulquín, S. (2006). *Historia de la Moda Argentina*. Ed. Grupo Planeta España.

Saulquin, S. (1990). *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.

Sbruzzi, Macarena. (2015). *Las portadas de revistas como elemento comunicacional: Caso Adbusters* [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3243.pdf

Seivewright, S. (2011). *Diseño e investigación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sorger, R. y Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili SL.

Squicciarino, N. (1980). *El vestido habla*. Madrid: Editorial Cátedra.

Szkutnicka, B. (2010). *El dibujo técnico de moda paso a paso*. Barcelona: Gustavo Gili

Tatarkiewicz, W. (1987). *Historia de seis ideas*. Madrid: Ed. Tecnos

Tedesco, M (febrero, 2007). *Hacia una moda ética*. Saber Cómo INTI. 49. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.inti.gov.ar/sabercomo/sc49/inti4.php>

Tendencias 13. (2017). *Cómo descifrar el código de vestimenta de la realeza británica*. Disponible en: http://www.t13.cl/noticia/tendencias/bbc/como_descifrar-el-codigo-de-vestimenta-de-la-realeza-britanica

Torrejón, A. (2007). *Guía Elle de Imagen Personal. Estilo se busca*. Buenos Aires: AGEA S.A

Tungate, M. (2005). *Marcas de Moda*. Ed. Kogan Page

Udale Y. (2008). *Diseño textil: Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Vanidades (2018). *Una mirada al armario de la reina*. Recuperado el 13/06/2018. Disponible en <https://www.vanidades.com/realeza/mirada-al-armario-reina-isabel/>

Velasco, R. (2002). *El concepto de identidad*.

Venero, E. (2008). *Moda e identidad*. Tercer encuentro Latinoamericano de Diseño.

Veneziani, M. (2007). *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.

Villela, K; Chaktoura, M. (2014). *¿Qué ves cuando te ves?* Editorial Grijalbo

Vogue (2010). Disponible en: <http://www.vogue.es/>

Wong, W. (2004). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Ediciones GG Diseño

Worsley, H (2011) *100 ideas que cambiaron la moda*. Blume. Buenos Aires: Universidad de Palermo

Yangjun, P. y Jiaojiao, C. (2007). *adidas, Marcas de la «A» a la «Z»*. Barcelona: Maomao.

Zanoni, L. (2008). *El imperio digital*. Argentina: Ediciones B Argentina.