

el conjunto de elementos tangibles e intangibles que componen a cada una de las marcas para su comunicación.

El proyecto está dividido en cinco capítulos. En el primer capítulo enfatiza la interdisciplinariedad del diseño, definiendo la especialización de los saberes de las profesiones híbridas como nuevas formas de gestionar el diseño, englobadas en las tendencias actuales como el *design thinking*, además de la sinergia del trabajo en conjunto.

El segundo capítulo aborda la interdisciplinariedad en la comunicación de las marcas de indumentaria y se define la importancia del trabajo conjunto en la fase de start up, en el que se pretende identificar la gestión de las marcas a partir de la definición de sus estrategias de comunicación.

El tercer capítulo desarrolla la potencialidad de la marca al servicio de la moda, definiendo para ello la construcción de la identidad, la imagen de marca y las estrategias y alcances de la comunicación marcaria focalizados en el área de la indumentaria.

El cuarto capítulo contextualiza la situación de Ecuador respecto a la interdisciplinariedad de la moda, desde un análisis de las ciudades de Guayaquil y Quito, localidades de los dos casos de estudio tomados en cuenta para la investigación de esta tesis, como ámbitos en los que esta perspectiva tiene una mayor potencialidad de desplegarse efectivamente.

Por último, el quinto capítulo desarrolla el trabajo de campo de los casos de investigación, indaga sobre la comunicación de imagen de marca en las empresas de indumentaria desde el esquema de trabajo de GM Gustavo Moscoso de Guayaquil y Cynthia Vázquez Colección de Quito, efectuando una comparación entre las dos marcas y analizando su éxito en el mercado. Asimismo, se propone un análisis sobre la importancia del trabajo interdisciplinario en la potenciación de la marca de las empresas de indumentaria ecuatorianas.

Para finalizar, se concluye con el resultado de la investigación por medio de la información obtenida a lo largo del proyecto investigativo, la misma que pretende identificar el trabajo interdisciplinario que realizan las marcas referentes, para comunicar su imagen de marca y el posicionamiento obtenido desde su nacimiento hasta la actualidad.

149. Doria, Patricia

(Diseñadora de Indumentaria / UBA / Argentina)

El vestido de novia, su significado y su relación simbólica con los materiales de fabricación en CABA. Tesis de Maestría en Diseño (2017)

Introducción

La boda, como ritual, es un momento de gran trascendencia para los contrayentes, y el vestido de novia es uno de los elementos importantes, al que se le presta gran atención desde diversos puntos de vista, puesto que conjuga un sistema complejo de engranajes, para lograr de esta celebración, por tanto, uno de los aspectos a tener en cuenta, corresponde a los materiales usados en su confección y los significados y significantes que éstos le otorgan; el presente documento, se propone como estudio de éstos y sus relaciones con los sentimientos, emociones y percepciones que genera en el grupo poblacional escogido

para tal fin, constituido por mujeres entre los 25 a 40 años de edad, casadas o con intención de hacerlo, para ello se parte de la construcción del marco teórico, donde se aborda la historia de la indumentaria, acuñando el término de Squicciarino y evidenciando como a través del tiempo, los trajes han acompañado al ser humano en su proceso evolutivo y hacen parte de la cultura de los pueblos; desde el hombre primitivo, hasta el contemporáneo, han usado las prendas, de forma continuada; en la historia de los vestidos de novia, se pretende analizar la forma como los materiales han otorgado a los mismos elementos simbólicos y significativos, mostrando ejemplos de trajes icónicos, que representan épocas, culturas y procesos sociales.

Los materiales, juegan un papel fundamental en el proceso de elaboración de las prendas de vestir, especialmente en el traje de novia, y las emociones, percepciones y sentimientos que éstos generan, son el objeto de estudio del presente documento, así, se realizan diversos análisis, a partir de enfoques como la antropología, la semiótica, la lingüística, entre otras, aportando nuevos elementos de análisis para la moda, la cultura y la sociología.

Dentro de los elementos que, desarrollados a través del marco metodológico, se consideraron dos elementos: las características táctiles y visuales de los materiales usados en dos vestidos de novia, elaborados por diseñadores prestigiosos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las emociones, percepciones y sentimientos que éstos generan en la población escogida para el mismo. Se desprende del mismo, que los estudios en torno al tema de las relaciones entre los materiales y el vestido de novia, son insuficientes, por tanto, el presente documento se constituye en un elemento de valor para partir a posteriores análisis en torno al tema; es relevante hacer hincapié, en los diversos elementos que se conjugan en la prenda estudiada, desde las emociones y los sentimientos, hasta las percepciones, su simbología y el significado que éste tiene.

El documento, puede ser usado como base para nuevos trabajos en torno al tema de la moda, sus tendencias y la influencia de los materiales en la escogencia de la indumentaria de bodas.

Como Objetivo General se propone Investigar la relación simbólica y que existe entre los materiales de fabricación y los vestidos de novia. Sus Objetivos Específicos son:

Reconocer antecedentes y referentes de los vestidos de novia y los cambios significativos a través de la historia en relación con los materiales de fabricación; Realizar un estudio de campo que permita analizar simbólicamente los materiales de fabricación de los vestidos de novia y su uso en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Argentina; y Realizar un análisis que permita comprender las relaciones simbólicas entre el vestido de novia y los materiales elaborados en su uso.

Este trabajo permite abordar el vestido como un tema de interés semiológico, antropológico y sociológico de elevada importancia dentro de la vida de los seres humanos, que ya había sido tratado por autores Barthes (2003) que estudia el fenómeno de la moda, desde diversas perspectivas, como elemento fundamental de la cultura y Squicciarino (1990) quien afirma que “si bien es cierto que el hombre hace al vestido, también es cierto que el vestido hace al hombre”. En éste sentido el vestido se instala en un espacio muy importante de la comunicación no verbal de los individuos, que a partir de los años 60, ha cobrado especial importancia con autores que investigan acerca de su influencia en la vida social y de la importancia del mismo para la comunicación visual a partir de la semiótica con

el respectivo otorgamiento simbólico. Es así, como se llega al estudio de un componente fundamental en los vestidos, en éste caso los de novia, que corresponde a los materiales de elaboración de los mismos que también están provistos de significados, en éste sentido, Squicciarino (1990) afirma “En el plano de los estudios semióticos, los distintos elementos de la indumentaria, precisamente porque están cargados de significado y más caracterizados por un valor simbólico que por su valor funcional, pueden considerarse como parte de un proceso de significación, es decir, asumen la función de signo, ya sea como vehículos del inconsciente o como objetos de consumo” (p. 21), asimismo continua el autor su argumento afirmando que el vestido según las investigaciones semiológicas es una armónica interacción con todas las demás modalidades expresivas del cuerpo complementándolo y resaltándolo como un fenómeno comunicativo y lenguaje visual.

Es posible afirmar que desde las nuevas miradas del lenguaje se ha ampliado la importancia del mismo en los elementos no verbales, para éste estudio direccionado hacia los vestidos de novia y a partir de la afirmación de Umberto Eco (1972) quien en su escrito, señala que “todo sistema de comunicación entre seres humanos presupone un sistema de significación como condición necesaria” (p. 7). y acudiendo a Carl Jung en su definición de símbolo como “un término, un nombre o una imagen que puede ser conocido en la vida diaria, aunque posea connotaciones específicas además de su significado corriente y obvio” (Jung 1984, p. 17).

Formulación del Problema. Según los párrafos anteriores, la pregunta planteada es: ¿Cuáles son los significados que le aportan los materiales de fabricación al vestido de novia? Haciendo hincapié en los materiales como elementos simbólicos de éste atuendo.

La Hipótesis propuesta provisional parte de una serie de datos basados en estudios semiológicos del vestido tanto desde los significados del objeto como desde las interpretaciones que el sujeto de a éste, así como el sentido que tiene para el caso del estudio, los materiales del traje de novia y su influencia en la elección del mismo.

La hipótesis consiste en afirmar que los materiales de fabricación son tomados como símbolo que ayudan dar significados y hacer la elección de los vestidos de novia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Argentina.

Los vestidos han sido a través de la historia de la humanidad escenarios de expresión de las formas de ver, sentir, vivir e interpretar el entorno, razón por la cual han sido objeto de estudio desde diversas áreas del conocimiento, como la antropología, la sociología, la semiología, la economía, entre otras; bajo ésta circunstancias, el vestido de novia y los símbolos, significados y signos que él emana, se convierte en un objeto de investigación, que lleva a revisar y analizar diversos factores que intervienen en el momento de hacer su elección, el presente proyecto, centrará su atención en los materiales usados en la fabricación como uno de los componentes importantes a analizar, por parte de mujeres, profesionales, habitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Argentina, que han contraído matrimonio o están en proceso de hacerlo.

La investigación está enmarcada dentro de la línea de investigación: Historia y tendencias. El trabajo pertenece a esta línea temática, por ser un proyecto de aporte netamente teórico al área de indumentaria y moda. Desarrolla elementos teóricos e históricos del mundo de la moda donde se describen trajes de novia, telas y estilos.

Es importante resaltar que el foco del trabajo se presenta en los materiales de los vestidos de novia y sus significados, y este es un componente relacionado con las tendencias y los nuevos modelos de la indumentaria.

Este proyecto pretende hacer una contribución para el desarrollo de la investigación en tendencias desde el acercamiento a la historia y evolución de los materiales a través de sus diversos significados.

150. Chávez Moreno, Roger

(Licenciado en Mercadeo y Comunicación / Fundación Universidad del Area Andina / Colombia)

Masculinidades *Online*. La resignificación de la masculinidad en el lenguaje fotográfico de las prácticas *fashion blogger* y *fashion influencer* en Colombia. Tesis de Maestría en Diseño (2017)

Introducción

La resignificación de la indumentaria masculina, como objeto de diseño con implicaciones que exceden a la preocupación básica por la vestimenta, desarrolló procesos de comunicación e interpelación personal que la población adoptó como formas de expresión ante la sociedad; a partir de lo anterior emerge el fenómeno social de la moda de indumentaria visto como un sistema productor de significaciones que actualmente determina las diferencias sociales en la población. Entendiendo que “moda” es un término que, según su significado etimológico, aborda variables aleatorias de tipo modo, uso o costumbre en determinado sistema social, la presente tesis adopta el término moda para analizar específicamente a la indumentaria y sus implicancias sociales en términos comunicacionales. La comunicación de la moda a través de las plataformas OnLine ha construido y difundido nuevos imaginarios sociales de la población masculina dentro de un proceso de enriquecimiento y diversificación visual que se establece en el marco de una transición cultural dirigida hacia perspectivas de análisis que van desde lo multitudinario de los mass media hacia las perspectivas individuales que se entretajan en las plataformas OnLine. La actual sociedad colombiana ha construido una serie de cambios en la población a partir de sus procesos comunicativos OnLine. Las nuevas significaciones sociales que se establecen a partir de la práctica de las comunicaciones, la fotografía y la moda en el entorno digital, generan nuevas pautas en el campo cultural y promueven la diversificación del pensamiento crítico con el que la población hace frente a los hechos que caracterizan las diferentes realidades. Por ejemplo, el discurso de la masculinidad en Colombia, que hasta las últimas décadas del siglo XX estaba construido sobre la base de sus características étnicas y los imaginarios sociales (Niño, Y. 2016), ha desarrollado enfoques comunicativos OnLine que proponen nuevos procesos de interpelación visual y que desarrollan perspectivas individuales de la población con mayor sincronía respecto al flujo de la información mundial.

Teniendo en cuenta que Nicolás Schongut (2012) afirma del concepto de masculinidad que, según lo dicho por Robert Connell (1995), Juan Carlos Ramírez (2005) y James Mes-