

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Artes Contemporáneas

Man Ray: “Surrealism”

Karla Díaz Almeida

Marisol Romero, BFA, Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito
para la obtención del título de Tecnóloga en Diseño de Modas

Quito, Mayo del 2013

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACION DE TESIS

Man Ray: “Surrealism”

Karla Díaz Almeida

Maria Soledad Romero, BFA

Director de Tesis

.....

Santiago Castellanos, PH.D

Miembro del Comité de Tesis

.....

Hugo Burgos, PH.D

Decano del Colegio de Comunicación

y Artes Contemporáneas

.....

Quito, Mayo del 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: Karla Pamela Díaz Almeida

C. I.: 1722250949

Fecha: Mayo del 2013

Resumen

En el siguiente escrito se presentará el proceso de elaboración de mi colección de ropa pret a porter, presentada en el desfile de modas organizado por la Universidad San Francisco de Quito el día 21 de junio del 2012 en el Quito Tennis ubicado en la urbanización El Condado.

Para el desarrollo del proyecto de modas se analizó tres procesos fundamentales para llevar a cabo la colección que va direccionada a una temporada específica. Primeramente se presenta la fase de análisis, en la cual se recopiló información sobre el tipo de colección, el target al cual va dirigido y la descripción del cliente, se explicará el proceso para la elaboración de los collage, moodboards y tema de inspiración.

La siguiente fase es el proceso de trabajo, siendo uno de los más importantes ya que en esta etapa se lleva a cabo la creación del cuerpo de la colección, creación de las alternativas de diseño y color, se determina el título de la colección, definición de la carta de colores, investigación sobre los tipos de tela y la realización de las fichas técnicas.

Por último, la tercera fase que se denomina el proceso de elaboración, donde se plasma en la tela los diseños previamente creados, se procede a la elaboración de los prototipos y procesos de patronaje y confección.

Keywords: desfile, colección, pret a porter.

Abstract

This paper presents the process of elaboration my pret a porter clothing collection, which was presented at the fashion show organized by San Francisco University on June 21, 2012 in the Quito Tennis located at the Condado urbanization.

In the development of this fashion project, I analyzed three main processes to carry out the collection that is focused in a specific season. First is the investigation phase, in which information about the type of collection were collected, the target to which it is addressed and the client's description. The process of making the collage, moodboards and inspirational theme will be explained.

Second is the design process, one of the most important steps, because the collection body is created. Also, it works in the creation of alternative design and color, the title collection is determined, the defining of the color chart, the research on the types of fabric, and the making of the data sheets.

Finally, the third phase is called the elaboration process, where all the previous designs are captured on fabrics. Also, the prototypes and processes of pattern and sewing are developed.

Keywords: parade, collection, pret a porter.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	10
2. JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DEL PROYECTO.....	11
3. OBJETIVOS.....	12
3.1. Objetivos Generales.....	12
3.2. Objetivos Específicos.....	12
4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL Y CREATIVA.....	12
4.1. Fase de Análisis.....	12
4.1.2. Perfil del consumidor.....	12
4.2 Tema de Inspiración.....	15
5. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	21
5.1. Proceso de Trabajo.....	21
5.1.2. Desarrollo de alternativas de diseño, color y texturas.....	21
5.1.3. Fichas Técnicas.....	24
5.1.3.1. Ficha artística.....	25
5.1.3.2. Ficha técnica.....	26
5.2. Proceso de elaboración.....	27

5.2.1. Patronaje y confección.....	29
------------------------------------	----

6. DESARROLLO DEL

DESFILE.....	31
---------------------	-----------

6.1. Prueba de Vestuario.....	31
-------------------------------	----

6.2. Reminiscentia.....	33
-------------------------	----

7. CONCLUSIONES Y RESULTADOS CONCRETOS DEL PROYECTO.....	34
---	-----------

8. BIBLIOGRAFÍA.....	36
-----------------------------	-----------

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Biografía Man Ray.....	15
Figura 2. Diseños representativos del desfile de Victoria Beckham, Roberto Torreta y Lacoste.....	19
Figura 3. Diseños representativos del desfile de Roland Mouret, Gaultier.....	19
Figura 4. Diseños representativos del desfile de Carolina Herrera y DelPozo.....	20
Figura 5. Diseños representativos del desfile de DelPozo y Victorio&Lucchino.....	20
Figura 6. Representación gráfica del patronaje.....	29
Tabla 1. Cuadro para toma de medidas.....	28
Moodboard perfil del Consumidor.....	14
Moodboard de Inspiración.....	18

1. Introducción

“La moda no es algo que existe en la ropa solamente. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con las ideas, la forma en que vivimos, lo que está sucediendo”. Coco Chanel

En el siguiente escrito se presentará el proceso de elaboración de mi colección de ropa pret a porter, presentada en el desfile de modas organizado por la Universidad San Francisco de Quito el día 21 de junio del 2012 en el Quito Tennis ubicado en la urbanización El Condado.

Para el desarrollo del proyecto de modas se analizó tres procesos fundamentales para llevar a cabo la colección que va direccionada a una temporada específica. Primeramente se presenta la fase de análisis, en la cual se recopiló información sobre el tipo de colección, el target al cual va dirigido y la descripción del cliente, se explicará el proceso para la elaboración de los collage, moodboards y tema de inspiración.

La siguiente fase es el proceso de trabajo, siendo uno de los más importantes ya que en esta etapa se lleva a cabo la creación del cuerpo de la colección, creación de las alternativas de diseño y color, se determina el título de la colección, definición de la carta de colores, investigación sobre los tipos de tela y la realización de las fichas técnicas.

Por último, la tercera fase que se denomina el proceso de elaboración, donde se plasma en la tela los diseños previamente creados, se procede a la elaboración de los prototipos y procesos de patronaje y confección.

2. Justificación y Relevancia del Proyecto

El estudio de las tendencias en el ámbito de la clientela femenina es muy importante para la realización de las nuevas colecciones en el mundo de la moda nacional. Este proyecto enfocado principalmente en una temporada del año, la primavera, refleja la importancia de la vestimenta de la mujer actual, con un estilo semiformal pero a la vez muy moderno.

El objetivo de esta investigación es ayudar a la mujer a proyectar su verdadera personalidad a través de la vestimenta, a mejorar su imagen para que se sienta muy segura de sí misma y al mismo tiempo confortable en ella.

Con un previo estudio del mercado, el cual se realizó para determinar el segmento donde se estará dirigido el producto y determinó cuáles serán los clientes potenciales, dicho estudio permitirá identificar los competidores a nivel nacional y proveedores que se utilizarán para producir nuestras prendas. Se obtendrá el costo de producción, el mismo que deberá ser accesible al consumidor para así lograr abarcar el mercado y tener una mayor clientela.

Debido a que es un proyecto pensado en una clientela moderna, para poder lograr su venta de manera exitosa, se lo debe efectuar por medio de una publicidad llamativa, que cautive al cliente y llame la atención de una manera inmediata. Esto se lo puede realizar por medio de la repartición de volantes y propagandas en los medios de comunicación, por otra parte, el internet y las redes sociales permiten una publicidad exitosa y muy confortable y agradable para el consumidor.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Estudiar y desarrollar cada uno de los factores para la elaboración de colecciones referentes a cada temporada, para crear indumentaria que sea innovadora y presentar varias alternativas de diseño para la plena satisfacción del cliente abarcando así gran parte del mercado.

3.2. Objetivos Específicos

- Investigar y registrar los diseños a las tendencias del momento.
- Proponer varias alternativas de diseño, color y textura para lograr que el consumidor sienta confort y se identifique con los diseños propuestos.
- Vender la colección y cubrir todos los campos de la moda a nivel general llenando todas las expectativas de la mujer moderna.

4. Fundamentación Conceptual y Creativa

4.1. Fase de Análisis

4.1.2. Perfil del consumidor

Para definir el perfil del consumidor se realizó un estudio profundo para identificar un segmento específico de mercado al cual va dirigida la colección, por medio de este estudio podemos determinar usuarios que consumen productos y servicios con gustos y características similares.

El éxito para tener una buena acogida del consumidor ante un nuevo producto, es el enfoque y la especialización que se da al cliente, se dirige el producto o servicio específicamente hacia él, dándole al cliente un producto exclusivo, de buena calidad y diseño único satisfaciendo sus necesidades.

Esta colección está dirigida para la mujer joven, actual, con un rango de edad de 20 a 30 años, lleva una vida de soltera, le gusta recompensarse por sus logros de vez en cuando con algún lujo, se cuida y se siente muy bien consigo mismo; vive en un cómodo y lujoso penthouse que se encuentra ubicado en el centro de la ciudad.

Ama su profesión, le gusta el arte y tiene mucho talento para la fotografía, posee su propia galería donde expone cada cierto tiempo sus obras. En su tiempo libre disfruta mucho salir con sus amistades; en sus vacaciones viaja alrededor del mundo, admira los diferentes estilos arquitectónicos de los diferentes países, cada lugar que visita toma fotografías a los variados tipos de vestimenta en cada cultura, le encanta su trabajo y es muy creativa en lo que hace.

La consumidora de Man Ray: Surrealism tiene mucho gusto por la moda, así también fascinación por la investigación de las nuevas tendencias. Una mujer con un estilo propio, llama la atención de una manera muy sutil, para ella la innovación es muy importante en el momento de escoger su vestuario del día a día, se divierte con los infinitos tipos de texturas, colores y estampados plasmados en las telas, su imagen va de acuerdo a cada ocasión en la que se encuentre, inspira seguridad y se siente muy cómoda con cada prenda que viste.

Moodboard Perfil del Consumidor



4.2 Tema de Inspiración

Man Ray



Figura 1. Biografía de Man Ray

Fotógrafo surrealista, cuyo nombre real era Emmanuel Radnitzky, nació en Filadelfia – Estados Unidos (1890-1976), estudió en la Escuela de Bellas Artes del Francisco Social Center en la ciudad de Nueva York. Man Ray, en el año 1915, fue el primer artista que realizó un “one-man-show” realizando las primeras pinturas abstractas, este evento fue el que lo llevó a la fama, y su nombre fue reconocido por primera vez en toda América.

Ray, famoso por su manera de captar la verdadera esencia del cuerpo femenino, como nadie más lo había definido, fácilmente percibe lo más abstracto de su alrededor con ayuda de su cámara, denominando a esta técnica como rayogramas.

Su mujer, Kiki de Montparnasse, conocida actriz, fue su ilustre modelo y principal inspiración para sus grandiosas fotografías. Logrando únicas y fantásticas tomas de su desnudo cuerpo captadas desde distintos aspectos referentes a él, de maneras realistas, abstractas y surrealistas.

Dada esta pequeña introducción a lo que fue la vida de Ray, la colección “Man Ray: Surrealism” Primavera 2013, está inspirada principalmente en la manera como el artista plasma en sus fotografías lo que es la mujer y su cuerpo, su silueta; apoyándose en la desnudez y en la perfección de sus curvas.

Para reflejar estas características en los diseños de la colección se llevó a cabo la selección de las próximas tendencias para la temporada primavera 2013.

Slim Fit

- Conocido también como tallaje ajustado.
- Son prendas que se adaptan fácilmente al cuerpo.
- Bodywears.
- Altamente técnicas.
- Emiten sofisticación, elegancia, comfort y estilo.

Blazers

- Formas geométricas.
- Simetría.
- Volumen y distintas formas.
- Utilización de hombreras altas.

Maxienvolvente

- Silueta larga, fresca y funcional.
- Envuelve todo el cuerpo.
- Comodidad y estilo.

Fluidez

- Silueta femenina.
- Ligereza de telas.
- Transparencias con diferentes técnicas.

Moodboard de Inspiración



Tendencias Silueta Primavera 2013

Slim Fit



Figura 2. Diseños representativos del desfile de Victoria Beckham, Roberto Torreta y Lacoste.

Blazers



Figura 3. Diseños representativos del desfile de Roland Mouret, Gaultier.

Maxienvolvente



Figura 4. Diseños representativos del desfile de Carolina Herrera y DelPozo.

Fluidez



Figura 5. Diseños representativos del desfile de DelPozo y Victorio&Lucchino

5. Desarrollo del proyecto

5.1. Proceso de Trabajo

5.1.2. Desarrollo de alternativas de diseño, color y texturas

Una colección de modas es un conjunto de prendas relacionadas entre sí, ya sea por sus colores, telas, texturas, siluetas, etc; al segmento al que va dirigido o a la ocasión.

Siempre va enfocada específicamente a una temporada del año.

Con la inspiración previamente especificada y las tendencias escogidas, se comenzó a desarrollar las alternativas de diseño y de color, que consistió en la elaboración de bocetos y con la combinación de prendas se llegó a distintos conjuntos que tenían armonía entre sí, de los cuales se escogió un número determinado para crear la colección.

Especificaciones del número de prendas de la colección:

Vestidos cortos: 9

Vestidos largos: 5

Blazers: 9

Enterizos: 10

Pantalones: 8

Blusas: 9

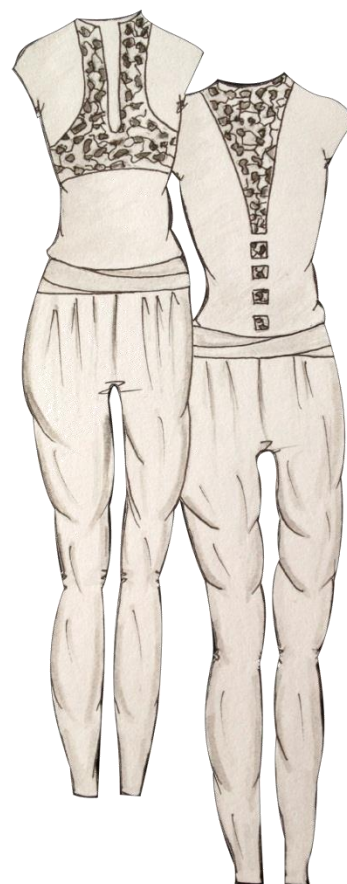
La colección “Man Ray: Surrealism” Primavera 2013, inspirada en las fascinantes fotos del artista Man Ray, estaba elaborada por 50 prendas, de las cuales fueron escogidos 5 conjuntos para la presentación en el desfile que se llevó a cabo.

Las transparencias y los encajes fueron los detalles que más prevalecieron en esta colección, ya que con estas texturas se puede plasmar en la tela y en los diseños cómo Man Ray captó la verdadera esencia del cuerpo femenino.

El cuerpo desnudo de la mujer presentada en las fotos de Ray, es representado por medio de las transparencias de las telas, los encajes proyectan la sofisticación, la sutileza, feminidad y belleza de la mujer actual. La silueta con tallaje ajustado simboliza la forma y la perfección de las curvas de la mujer.



Alternativas de color y texturas



Alternativas de diseño

5.1.3. Fichas Técnicas

Ya definida la colección, se elaboraron fichas técnicas para cada uno de los conjuntos, existen dos clases de fichas, la ficha artística y la ficha técnica.

5.1.3.1. Ficha artística

La ficha artística muestra la ilustración, también llamado como figurín de moda, el cual se aprecia el diseño final, representando gráficamente las prendas anteriormente escogidas para la colección final. El dibujo del cuerpo humano debe ser fluido, para poder apreciar con detalles el volumen, los colores de las telas, la fluidez e interpretar el modelo correctamente.

5.1.3.2. Ficha técnica

Esta ficha es a representación técnica de la prenda, por medio de diagramas, donde se presentan las características físicas, tales como, dibujos planos del delantero y posterior de la prenda, descripción de la misma, tipo de tela que se utilizó, se especifican también los colores, accesorios, medidas y cantidad de piezas de la prenda.

FICHA ARTÍSTICA



FICHA TÉCNICA		
Referencia: 001	Tipo de producto: Enterizo	Colección: Primavera 2013
Línea: Femenina	Estilo: Casual	Responsable: Karla Díaz
DESCRIPCIÓN Body	CANTIDAD	TELA/COLOR
•Delantero Appliques	1 1	Chiffon / Coral Randa / Palo Rosa
•Posterior Appliques	1 5	Chiffon / Coral Randa / Palo Rosa
DESCRIPCIÓN Pantalón	CANTIDAD	TELA/COLOR
•Delantero •Posterior •Pretina Cruzada	2 2 2	Seda / Gris Seda / Gris Seda / Gris
<p>Technical drawing of the outfit with dimensions:</p> <ul style="list-style-type: none"> 15cm: Width of the back bodice. 10cm: Waistband width. 10cm: Length of the back bodice. 3x3cm: Dimensions of the bodice appliques. 13cm: Width of the pant leg at the ankle. 		

5.2. Proceso de elaboración

En cuanto al contrato de modelos, contamos con la ayuda de la agencia de modelos D.I.S models, los castings se dieron a cabo en el taller de modas ubicado en el edificio Maxwell de la Universidad San Francisco de Quito, que con ayuda de nuestra coordinadora de carrera pudimos realizar la selección de las mejores modelos y las más adecuadas para este evento.

En el estudio de D.I.S se realizó la toma de medidas de las modelos para la primera prueba de vestuario, contamos con la ayuda de los tutores designados a cada una de las alumnas de la carrera.

MATERIAL DE TRABAJO

Cuadro para toma de medidas

Nombre	Tania Espinoza				
Estatura	1.70 metros				
Alto de sisa 19	Talle Posterior 38	Largo Total 60+4	Alto de Cadera 25	Talle Delantero 43	Contorno de Cuello 34
Espalda Superior 42	Espalda Inferior 39				
Hombro 13	Largo de Manga 65+4	Contorno de Brazo 30	Contorno de Puño 18		
Alto de Busto 26	Separación de Busto 18				
Contorno de Busto 92	Pecho Superior 85	Pecho Inferior 76	Copa Superior 9	Copa Inferior 6	
Contorno de Cintura 70	Contorno de Cadera 96				
Contorno de Muslo 56	Alto de Rodilla 60				
Largo de Pantalón 115	Tiro Delantero 29	Tiro Posterior 38	Alto de Tiro 24		
Contorno de Rodilla 38	Basta 27				

Tabla1. Cuadro para toma de medidas.

5.2.1. Patronaje y confección

Con la toma de medidas ya listas, procedimos a la elaboración de los patrones, que son los trazos que ayudan a la creación de cada una de las prendas, con modificaciones que se ajustan al diseño creado.

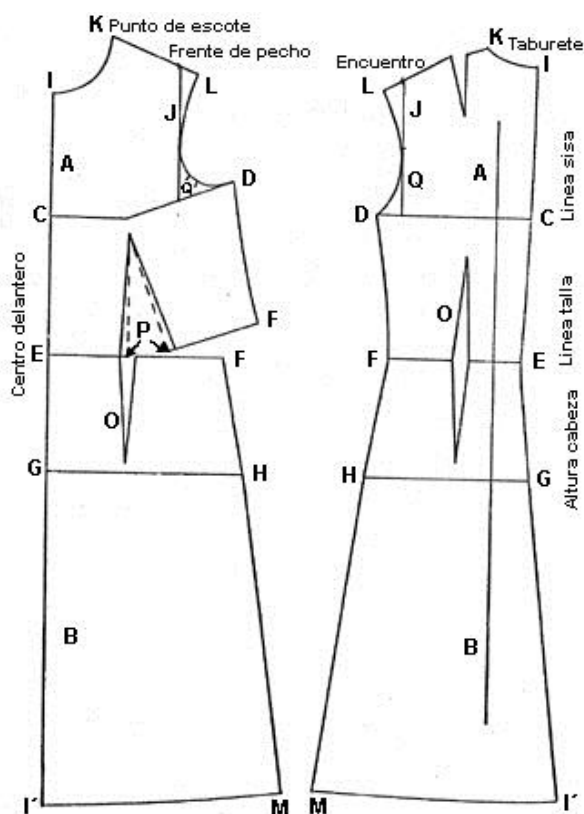


Figura 6. Representación gráfica del patronaje.

El proceso de patronaje se realizó con la ayuda de los tutores asignados a cada alumna, trabajando y dándonos asesoría de dos a tres horas diarias aproximadamente.

En el trazo de algunos modelos, la elaboración del molde fue un poco más complicada, nos tomó más tiempo ya que se presentó algunas dificultades tales como la transformación de los cuellos bases en el diseño final, ajustar las pretinas anchas con el patrón de la falda bombacha ya que había que prolongar un poco más el molde porque presentaba elásticos en la parte superior, el ajuste de pinzas para que la prenda quede totalmente ceñida al cuerpo; se realizó también un análisis de las reducciones de medidas para las telas que presentan un poco más de elasticidad que las otras, como los diferentes tipos de encajes y randas elásticas que fueron utilizados para esta colección.

Finalmente, con el patronaje listo y las modificaciones necesarias, procedimos al corte de la tela, en la cual también hubo un poco de dificultad especialmente con el chifón y la muselina, que se utilizó para la parte inferior de la falda bombacha, la blusa coral, y en la parte inferior del pantalón con bastas anchas, estos tipos de telas son muy difíciles de maniobrar por lo que su textura es muy liviana y sedosa, al momento de la confección tienden a moverse de su lugar así que se recomienda hacerlo con bastante cuidado y atención.

6. Desarrollo del desfile

6.1. Prueba de vestuario

Listos los primeros prototipos, nos reunimos en la agencia D.I.S para la primera prueba de vestuario que se llevó a cabo durante tres días seguidos, en los cuales las modelos debían asistir obligatoriamente, y los diseñadores acoplarse al horario en que ellas se presentaban.

En la prueba de vestuario pudimos entallar bien las medidas a las modelos, se hicieron bastantes arreglos ya que en el primer prototipo de la vestimenta se dejaron centímetros adicionales a las de las medidas de las modelos, para poder hacer los ajustes necesarios y reales para llevarlos nuevamente a la confección, principalmente en bastas de pantalones, entalles de chaquetas, cintura, cadera, reducción de sisas, escotes y cuellos.

En la segunda prueba de vestuario, que de igual manera se realizó por tres días, no hubo que hacer muchos cambios en las prendas, solo ajustes en sisas, espalda superior y largo de pantalón. Las modelos y diseñadores llevaron todo tipo de zapatos, para poder escoger cual iba en armonía con cada uno de los atuendos; también hubo prueba de accesorios, fue muy importante definir cómo iba a realzar en la modelo cada accesorio, sin opacar los detalles de las prendas, para esto se realizó algunas opciones, las cuales poco a poco se iban descartando hasta llegar al look que cada diseñador quiere llegar.

Prueba de Vestuario

Agencia D.I.S Models



Modelo:
Tania Espinoza

6.2. Reminiscentia

“Una colección de ropa, un grupo de modelos, un escenario y una audiencia parecen ser los ingredientes básicos de esta pequeña performance organizada para dar a conocer la colección de un diseñador. Herramienta de marketing, medio de comunicación o actividad a través de la cual transmitir de manera adecuada el *leitmotiv* de una colección, el desfile es un formato abierto y cambiante. Se apaga la luz y se hace un silencio denso en platea. Detrás, en el backstage, todos corretean de arriba abajo. El diseñador se apresura a dar los últimos retoques al primer conjunto. La modelo encargada de abrir el desfile recibe la señal del regidor y sale a escena. Empieza el espectáculo.” (Vilaseca, 2010)

Reminiscentia, recuerdo del pasado, nombre que se le dio a la pasarela para la Primavera 2013, inspirado en los personajes históricos más representativos de los tiempos.

El evento se realizó en los establecimientos del Quito Tennis y Golf Club ubicado en la Urbanización El Condado, el día 21 de junio del 2012 a las 20H00.

Mientras en los exteriores tomaba lugar el evento, tras los escenarios se encontraban todas las diseñadoras haciendo los últimos ajustes en la vestimenta y accesorios, cada una con su propio perchero arregla las prendas en orden de salida de su colección.

En la zona *backstage*, reservada exclusivamente para los diseñadores, modelos y gente de la producción, horas antes del evento los peluqueros y maquillistas ya se encontraban realizando su labor. Cada modelo organizadamente tiene su propio stand, con indicaciones claras y las prendas enumeradas de cada una de las salidas que lucirá en el momento de su presentación.

Ya listas las ideas que el diseñador ha creado y confeccionado, es hora de darlas a conocer y la manera más comunicativa de hacerlo es en una pasarela, donde vemos todo el esfuerzo plasmado en el prototipo final de todo este proceso de ideas, creaciones, pasión, diseños, colores y texturas.

6. Conclusiones y resultados concretos del proyecto.

En conclusión, puedo decir que la experiencia que me llevé con este desfile es muy grande ya que aprendí todo lo que conlleva este proceso, ya que no se basa solo en dibujar y plasmar los diseños en el papel, sino también trabajar en equipo con personas que están relacionadas en este mismo ámbito; los diseños van de la mano con el maquillaje, los accesorios y el calzado, algo muy importante y aprendí mucho fue en el proceso de trabajo y diseño, todo vino de mi originalidad con la inspiración de las fotos de Man Ray, principalmente con las texturas. Sin embargo se presentaron algunas complicaciones con los diseños y telas que utilicé por ser dificultosas en la parte de la confección, por su textura liviana y sedosa, pero a la final con un poco de cuidado pude realizar el diseño deseado. Otro pequeño inconveniente fue el cambio que me hicieron con las modelos, ya que entre ellas tenían bastantes diferencias de medidas, disminuyendo las tallas de la vestimenta. La experiencia en el *backstage* fue única, ya que nunca había compartido un evento de esta magnitud, todo debe ser ágil, el proceso es rápido pero muy organizado, poniendo también esfuerzo y la ayuda de las modelos.

A pesar de todos estos inconvenientes, tuvimos que lidiarlos y todo el esfuerzo y trabajo realizado por meses, finalmente se vio reflejado en el producto final que fue la presentación en la pasarela, todo resultó a la perfección, enfocándose también en todo el ambiente exterior, la

decoración, las luces, la pasarela, la ubicación del público, las modelos, los fotógrafos, la prensa, etc. Resumiendo, esta experiencia fue más que inolvidable, me trajo oportunidades y conocimientos sobre cómo se maneja este tipo de evento.

8. Bibliografía

- Gil, V. (2009). *Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias*. Empresa Activa.
- López, A. (2011). *Coolhunting Digital. A la caza de las últimas tendencias*. Anaya Multimedia – Anaya Interactiva.
- Martínez, E.; Vásquez, A. (2006). *Marketing de la Moda*. Pirámide.
- Muñoz, R. (2013). *Tendencias de mujer de primavera y verano 2013*. Extraído en mayo del 2013 desde: <http://blog.rtve.es/moda/2013/03/tendencias-de-primavera-y-verano-2013.html>
- Pinto, F. (2004). *Moda para principiantes*. Buenos Aires Ed: Era Naciente.