

La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y
el cuerpo en la era contemporánea

Autor:

Leidy Tatiana Osorio Valencia

Institución Universitaria Pascual Bravo
Facultad de Producción y Diseño
Profesional en Diseño de Vestuario
Medellín, Antioquia
2024 - 1

La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y
el cuerpo en la era contemporánea

Autor:
Leidy Tatiana Osorio Valencia

Trabajo de grado para optar al título de:
Profesional en Diseño de Vestuario

Nombre del asesor
Luisa Fernanda Hernández Gallego

Institución Universitaria Pascual Bravo
Facultad de Producción y Diseño
Profesional en Diseño de Vestuario
Medellín, Antioquia
2024

Contenido

Resumen.....	8
Introducción	9
Tema: La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea	11
Descripción del tema:	11
Pregunta de investigación	13
Justificación	13
Objetivo General.....	15
Objetivos específicos	15
Conocimiento empírico.....	16
Fuentes indexadas	19
Análisis de fuentes indexadas	39
Marco teórico	41
Marco conceptual.....	41
Concepto 1 - Transformación	41
Autor 1. Transformismo o Lamarckismo, Jean-Baptiste Lamarck.....	41
Autor 2. La teoría de la evolución, Charles Darwin	41
Autor 3. Neodarwinismo, Theodosius Dobzhansky	42
Concepto 2 – Tecnología	43

Autor 1. La teoría del determinismo, Thorstein Veblen.	43
Autor 2. La teoría del actor-red, Bruno Latour, Steve Woolgar	44
Autor 3. La teoría del constructivismo social de la tecnología, Michel Callon & Bruno Latour	44
Concepto 3 – Signo	45
Autor 1. Curso de lingüística general, Ferdinand de Saussure	45
Autor 2. Pragmatismo: Collected Papers, Charles Sanders Peirce.	46
Autor 3. El sistema de la moda, Roland Barthes.	48
Estado del arte	50
Estado de la técnica	53
Hipótesis/supuestos	55
Diseño Metodológico	56
Introducción a la metodología	56
Ruta metodológica	57
Cronograma de actividades	59
Recolección y análisis de datos	67
Revisión de literatura	67
Infografías	90
El cuerpo vestido en la red	1

El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.....	1
Tabla comparativa.....	1
Documentales.....	6
Clasificación	7
Descripción	1
Documental 1: Ideales de belleza en las redes sociales	1
Descripción	1
Documental 2: #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales.....	1
Descripción	1
Documental 3: La moda digital y el blockchain – Metaverso	1
Descripción	1
Recolección de datos.....	3
Signos vestimentarios, infografías	3
El cuerpo vestido en la red.....	1
El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.....	1
Signos vestimentarios, documentales	3
Documental 1: Ideales de belleza en las redes sociales	3

Documental 2: #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales	7
Documental 3: La moda digital y el blockchain	10
Conclusiones	12
Recomendaciones futuras	15
Declaración ética.....	16
Presupuesto	16
Bibliografía	18

Tablas

Tabla 1. Fuentes indexadas. Ficha 1.	21
Tabla 2. Fuentes indexadas. Ficha 2.	23
Tabla 3. Fuentes indexadas. Ficha 3.	25
Tabla 4. Fuentes indexadas. Ficha 4.	27
Tabla 5. Fuentes indexadas. Ficha 5.	29
Tabla 6. Fuentes indexadas. Ficha 6.	31
Tabla 7. Fuentes indexadas. Ficha 7.	33
Tabla 8. Fuentes indexadas. Ficha 8.	35
Tabla 9. Fuentes indexadas. Ficha 9.	37
Tabla 10. Fuentes indexadas. Ficha 10.	39
Tabla 11. Ruta metodológica.	58
Tabla 12. Complementos del proyecto.	67
Tabla 13. Revisión de literatura.	90

Tabla 14. Tabla comparativa de infografías.	6
Tabla 15. Clasificación de documentales.....	7
Tabla 16. Signos vestimentarios- El cuerpo en la red.....	4
Tabla 17. El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.....	2
Tabla 18. Signos vestimentarios - Documental 1: Ideales de belleza en las redes sociales. Fuente: Creación propia.....	7
Tabla 19. Signos vestimentarios - Documental 2: #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales.	9
Tabla 20. Signos vestimentarios - Documental 3: La moda digital y el blockchain.	12
Tabla 21. Presupuesto	18

Figuras

Figura 1. Infografía el cuerpo vestido en la red.	1
Figura 2. Infografía El metaverso: Impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.....	1
Figura 3. Documental Ideales de belleza en las redes sociales.....	1
Figura 4. Documental #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales.....	1
Figura 5. Documental La moda digital y el blockchain.....	1
Figura 6. Signos vestimentarios- El cuerpo en la red.	1
Figura 7. Signos vestimentarios- El cuerpo en la red.	1
Figura 8. El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.....	1

Resumen

Esta investigación se centra en la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital mediante el uso de nuevas tecnologías. Se explora cómo la fusión de elementos visuales y tecnológicos redefine la interacción y la expresión en la moda contemporánea. Se analizan tecnologías como la realidad virtual y las prendas digitales, así como su influencia en la creación de tendencias y estilos de vestimenta en el entorno digital. La investigación revela un panorama dinámico en el cual la convergencia entre la estética tradicional y las nuevas tecnologías reconfigura los límites de la creatividad y la expresión en la moda. Se destaca la importancia de esta transformación para repensar la relación entre la moda, la tecnología y la identidad en la era digital. La moda digital no solo representa una evolución estilística, también una revolución en la forma en que se concibe, consume e interactúa con la moda. Este campo en constante evolución promete seguir innovando y desafiando los valores y las implicaciones éticas de esta transformación ofreciendo un futuro más inclusivo y sostenible en la industria de la moda.

Tema: La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea

Problema: ¿Cómo se han transformado los signos vestimentarios a partir del uso de nuevas tecnologías en la moda digital, a través de la exploración de casos de diseño y análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y la redefinición de la moda en la era digital?

Metodología: Se escogió un diseño metodológico con enfoque cualitativo. Para responder a la problemática principal de la investigación se empleó un método netnográfico.

Recomendación: La moda digital en su constante evolución busca expandir su influencia y alcance, pero es crucial considerar su accesibilidad e inclusión para una variedad de personas.

Para esto se sugiere investigar cómo adaptar tecnologías emergentes como herramientas de realidad aumentada y modelos digitales más diversos incluyendo aquellos con diferentes tipos de cuerpo, edades y características para mejorar la accesibilidad y representación en este campo promoviendo así un espacio más equitativo en la industria.

Introducción

El siguiente proyecto tiene como tema la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías. Se explica el enfoque, la importancia y las partes que componen el trabajo.

El tema que se trabaja es la moda digital entendida como una forma de expresión, comunicación e interacción que utiliza las tecnologías digitales para crear, difundir y consumir productos y experiencias de moda (Sábada, 2020). Estas tecnologías generan nuevas posibilidades estéticas, sensoriales y narrativas, al igual que nuevos retos y desafíos para el sector de la moda (Olmo & Fondevila Gascón, 2014). El enfoque que se adopta es el de la transformación de los signos vestimentarios, es decir, los elementos visuales y simbólicos que conforman la vestimenta y que comunican significados, valores e identidades (Belda, 2011). Se explora cómo el uso de nuevas tecnologías como el 3D, los hologramas y la realidad virtual han afectado a la creación, la difusión y el consumo de los signos vestimentarios en la moda digital a través de la investigación detallada de casos de diseño y el análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y la redefinición de la moda en la era digital (Pérez P. G., 2021).

La importancia de este tema radica en que permite comprender cómo la moda digital está cambiando la forma en que las personas se expresan, comunican e interactúan con la vestimenta, así como los retos y oportunidades que plantea para el sector de la moda (Sábada, 2020).

Además, este tema aporta al campo de la moda digital una perspectiva innovadora y creativa que integra aspectos de marketing, comunicación, diseño, educación y entretenimiento, además de innovación, sostenibilidad y personalización de la moda digital (Pérez P. G., 2021).

Las partes que componen este trabajo son las siguientes: en primer lugar, se presenta la justificación del proyecto, donde se expone la importancia del tema. En segundo lugar, se presenta el marco teórico, donde se revisan las principales fuentes y conceptos que sustentan el proyecto. En tercer lugar, se presenta el marco conceptual, donde se definen los términos clave que se usan en el proyecto. En cuarto lugar, se presenta el estado del arte, donde se analizan los trabajos previos que se han realizado sobre el tema o temas relacionados. En quinto lugar, se presenta el estado de la técnica, donde se describen las herramientas, técnicas o procedimientos que se han utilizado o desarrollado para el proyecto. En sexto lugar, se presentan la hipótesis o los supuestos, donde se plantean las afirmaciones o conjeturas que se quieren probar o verificar con el proyecto. En séptimo lugar, se presenta el diseño metodológico, donde se describe el diseño, la población, la muestra, los instrumentos y las técnicas de recolección y análisis de datos que se emplearon en el proyecto. En octavo lugar, se presenta el análisis de resultados, donde se muestran y se interpretan los hallazgos obtenidos a partir de los datos recogidos. En noveno lugar, se presentan las recomendaciones futuras, donde se sugieren acciones, propuestas o líneas de investigación que se podrían realizar a partir de los resultados del proyecto. En décimo y último lugar, se presenta la declaración ética, donde se manifiesta la veracidad y responsabilidad del ejercicio de la investigación y se respetan los derechos de los autores y de los participantes.

**Tema: La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea**

Descripción del tema:

La moda digital un fenómeno intrínseco a la era tecnológica en la que la sociedad contemporánea se encuentra inmersa redefine la forma en la que la interacción con la indumentaria se concibe y cómo la expresión estilística es abordada. En contraste con las manifestaciones convencionales de la moda, la moda digital supera las barreras materiales y entrelaza su presencia con el ámbito virtual desdibujando las divisiones entre lo tangible y lo intangible. La fusión de elementos visuales, estéticos y tecnológicos consolida a la moda digital como un espacio en el cual la convergencia de creatividad e innovación establece una vanguardia de autoexpresión.

En este contexto, la moda digital ofrece un terreno propicio para investigar cómo los signos vestimentarios¹, artefactos vestimentarios² y el cuerpo adquieren una dimensión revitalizada y expandida en la cual la tecnología opera como un catalizador para la interacción y la redefinición de la moda en sintonía con las demandas y necesidades del siglo XXI, que incluyen la búsqueda de personalización en la vestimenta, la preocupación creciente por la sostenibilidad en la industria, la demanda de experiencias inmersivas en la moda, la integración fluida de la tecnología en la vida diaria, la comodidad y funcionalidad en las prendas, igualmente de la conectividad y comunicación visual en un mundo cada vez más digitalizado (Sábada, 2020).

¹ Los elementos visuales y simbólicos que conforman la vestimenta y comunican significados, valores e identidades.

² Son elementos relacionados con la vestimenta como prendas y accesorios.

La moda digital se enmarca en un contexto histórico crucial para entender la intersección entre tecnología y expresión estilística moderna. Se enfoca en el surgimiento y evolución de la moda digital trazando la creación de un ecosistema donde las innovaciones tecnológicas convergen con la creatividad en diseño de moda. Mediante un análisis detallado, se destacan innovaciones como la impresión en 3D que redefine la producción al permitir diseños tridimensionales y los textiles inteligentes que convierten la ropa en una forma de expresión interactiva (Pérez P. G., 2021). Además, la realidad aumentada³ se perfila como una herramienta poderosa que fusiona lo físico y lo digital expandiendo las posibilidades de presentación y experiencia de la moda. En conjunto, se profundiza en el tema de la moda digital arrojando luz sobre cómo las innovaciones tecnológicas han transformado los paradigmas en diseño de moda en la contemporaneidad (Olmo & Fondevila Gascón, 2014).

En el marco de la moda digital se examinan los signos vestimentarios, indagando en cómo los patrones, colores y elementos visuales tradicionales adquieren nuevas interpretaciones para comunicar significados en entornos digitales (Sábada, 2020). Se adentra en la transformación de los artefactos vestimentarios en esta era digital, analizando prendas y accesorios generados por computadora que alteran la dinámica de interacción con el cuerpo y la percepción de la moda. Asimismo, se examina cómo la moda digital moldea la relación entre el cuerpo humano y las prendas considerando cómo las vestimentas digitales se adaptan al movimiento corporal y su impacto en la interacción con la moda (Fiorini, 2016).

La exploración de cómo la tecnología redefine la relación entre la moda, los signos vestimentarios y el cuerpo humano ofrece una visión reveladora de la intersección en constante evolución entre la creatividad en el diseño, la expresión personal a través de la vestimenta y las

³ La realidad aumentada es una tecnología que superpone elementos digitales, como imágenes y videos, sobre el mundo real, expandiendo las posibilidades de presentación y experiencia de la moda

posibilidades que brinda la tecnología moderna (Belda, 2011). Esta perspectiva invita a reconsiderar la forma en que las personas se relacionan con la moda en un mundo digitalizado y desafía a abrazar la dinámica cambiante entre las tendencias estilísticas, los elementos visuales y la percepción de la moda en relación con el propio cuerpo. En un mundo en constante transformación, comprender esta evolución se convierte en una brújula esencial para que las personas naveguen por la confluencia de moda y tecnología en la actualidad y en el futuro.

Pregunta de investigación

¿Cómo se han transformado los signos vestimentarios a partir del uso de nuevas tecnologías en la moda digital, a través de la exploración de casos de diseño y análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y la redefinición de la moda en la era digital?

Justificación

En este apartado se expone la importancia, los aportes y los propósitos del presente trabajo, el cual tiene como tema central la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías. La moda digital es una forma de expresión, comunicación e interacción que utiliza las tecnologías digitales para crear, difundir y consumir productos y experiencias de moda (Noris, Nobile, Kalbaska, & Cantoni, 2020) (Carrillo & Mata Aedo, 2023). Estas tecnologías incluyen la realidad virtual o aumentada, el 3D y los hologramas que generan nuevas posibilidades estéticas, sensoriales y narrativas. La moda digital se inscribe en la cultura digital que se caracteriza por el uso intensivo de signos, imágenes y narrativas en la construcción y transmisión de significados, valores e identidades (Calefato, 2021).

La moda digital abarca aspectos de marketing, comunicación, diseño, educación y entretenimiento, al igual que de innovación, sostenibilidad y personalización. La moda digital

plantea nuevos retos y desafíos para el sector de la moda como la adaptación a los cambios sociales, culturales y tecnológicos, la protección de los derechos de autor y la preservación de la calidad y la autenticidad (Sábada, 2020) (Castillo, 2020). La moda digital puede entenderse como una forma de traducción cultural que implica procesos de adaptación, negociación e hibridación entre diferentes lenguajes, códigos y sistemas simbólicos (Calefato, 2021).

El futuro de la moda digital se presenta como un escenario de innovación y transformación donde las empresas de moda deben adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Algunos ejemplos de estas tendencias son el marketplace colaborativo, la moda circular, la moda personalizada y la moda sostenible las cuales buscan ofrecer productos y servicios de moda que sean más accesibles, ecológicos, éticos y adaptados a las preferencias de los consumidores (Sime, 2020) (Mereu, 2012) (Escobar V. R., 2017).

Ante este panorama, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se han transformado los signos vestimentarios a partir del uso de nuevas tecnologías en la moda digital, a través de la exploración de casos de diseño y análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y la redefinición de la moda en la era digital? Esta pregunta es importante porque permite comprender cómo la moda digital está cambiando la forma en que las personas se expresan, comunican e interactúan con la vestimenta, así como los retos y oportunidades que plantea para el sector de la moda.

Para responder a esta pregunta, se utiliza una metodología cualitativa de tipo inductivo, basada en el estudio de caso como estrategia de investigación. El método de recolección de datos es la netnografía, que consiste en el estudio de las comunidades y culturas online. Teniendo en cuenta esto, el análisis de datos se realiza mediante el análisis de interacción para los vídeos, la descripción de fotos para las fotografías y el análisis de contenido para las páginas web.

El propósito de esta investigación es explorar la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías, a través de la investigación detallada de casos de diseño y el análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y la redefinición de la moda en la era digital. El resultado de este objetivo es una recomendación para extender la exploración de la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías, realizando una investigación comparativa entre diferentes contextos culturales, sociales y geográficos, analizando de qué manera la moda digital se adapta y se expresa de manera diversa según las características y necesidades de cada entorno.

Objetivo General

Explorar la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías, a través de la investigación detallada de casos de diseño y el análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y redefinición de la moda en la era digital.

Objetivos específicos

Analizar las tecnologías de impresión 3D, hologramas y realidad virtual aplicadas en la moda digital mediante la revisión sistemática de investigaciones académicas y análisis de proyectos de diseño vanguardistas identificando su influencia en la creación y expresión de signos vestimentarios, para comprender si la integración tecnológica está dando forma a las tendencias y estilos contemporáneos de vestimenta en el ámbito digital.

Revisar fuentes documentales visuales y material multimedia con el fin de analizar la transformación de la interacción y la experiencia de la moda en la era digital y la manera en que la combinación de elementos visuales y tecnológicos ha llevado a la creación de experiencias de

vestimenta redefiniendo la interacción entre la moda, la tecnología y la relación con quienes participan en este entorno digital.

Evaluar ejemplos de moda digital que fusionan signos tradicionales y nuevas tecnologías mediante un análisis crítico de casos destacados y una comparación con la moda convencional para identificar patrones, tendencias y diferencias en cómo la fusión de elementos impacta en la relación entre moda, tecnología y consumidores en el contexto digital centrándose en ejemplos donde se evidencien signos vestimentarios a través de hologramas o realidad aumentada.

Conocimiento empírico

En el ámbito de la moda las personas basan su elección de ropa en el conocimiento empírico, es decir, en la experiencia previa de lo que les ha funcionado bien en el pasado en términos de gustos y preferencias. Sin embargo, este tipo de conocimiento puede presentar limitaciones y dificultades para los profesionales de la moda, ya que la moda está en constante evolución y es necesario mantenerse actualizado sobre las tendencias y cambios en el mercado.

En el estudio "¿Cómo pueden la moda digital y la tecnología ayudar a las marcas a tener más en cuenta las diferentes tallas? La autora explora el potencial de la moda digital para ofrecer una gama más amplia de tallas y reducir la discriminación por tamaño. Sin embargo, la falta de evidencia empírica sólida limita la fiabilidad de sus conclusiones, ya que se basa en afirmaciones no respaldadas (Fashion United, 2022).

En el contexto de estos estudios y análisis es fundamental abordar sus limitaciones. El estudio "Impacto de la Impresión 3D en la Moda" plantea la transformación de la industria de la moda mediante la impresión 3D, si bien es un punto de partida valioso carece de evidencia empírica sólida que respalde esta afirmación (Navarro, 2022). En cuanto al artículo del blog audaces llamado "¿Cómo funciona la moda digital y cuáles son las ventajas para la confección?"

ofrece una introducción concisa a la moda digital, pero se critica por carecer de contenido original y por simplemente repetir información de otros artículos y estudios (Audaces, 2022). Por otro lado, el artículo “El 'boom' de la moda digital: por qué las grandes marcas venden ropa que no puedes vestir en la vida real” aborda el auge de la moda digital y cómo las grandes marcas están comenzando a vender ropa exclusivamente para el entorno digital. Sin embargo, nuevamente se plantea la preocupación sobre la falta de respaldo empírico para sustentar esta afirmación (Hogaldo, 2022).

En otro contexto, en el artículo “Qué significa la impresión 3D para el mundo de la moda” se enfoca en el impacto de la impresión 3D en la moda, pero su principal problema es que no ofrece evidencia empírica sólida que respalde su afirmación sobre la transformación de la industria de la moda a través de esta tecnología 3D (Slow Fashion Next, 2023). De igual manera en el estudio “Impresión 3D: la nueva alternativa de la industria de la moda” se informa sobre el uso de la impresión 3D en la industria de la moda; sin embargo, se critica por no proporcionar información novedosa ni original lo que limita su valor informativo y su capacidad para enriquecer el debate sobre esta tecnología en la moda (Rozas, 2017). Ambos estudios adolecen de la falta de datos sólidos y contenido fresco que respalden sus conclusiones y enriquezcan la comprensión de la impresión 3D en la moda.

Además, en el artículo “*Cyber Couture*”⁴: El modelazo que te pondrás mañana será solo un holograma” se adentra en el potencial de la moda digital para generar experiencias de moda

⁴ La moda y el diseño de alta costura influenciados por la tecnología digital, la realidad virtual y los materiales innovadores combinando elementos de la cultura cibernética y futurista con el arte y la creatividad en la moda.

únicas y permitir la creación de prendas personalizadas, aunque se destaca una visión excesivamente optimista sin abordar posibles limitaciones las cuales incluyen desafíos técnicos, como la necesidad de hardware y software específicos para experimentar completamente la moda digital, preocupaciones sobre la seguridad de la información personal en entornos virtuales y la posible falta de accesibilidad para aquellos que no tienen acceso a tecnologías avanzadas. (Montanari, 2021). Avanzando en el tema, el estudio “Cyber-couture: el modelazo que te pondrás mañana será solo un holograma” informa sobre el empleo de hologramas y pasarelas digitales en Colombiamoda, pero se critica por carecer de contenido novedoso u original (Caracol Radio Medellin , 2023). Por otro lado, el artículo “Hologramas y pasarelas digitales llegan a Colombiamoda” introduce la realidad virtual en la moda, sin embargo, se le critica por no ofrecer información fresca ni innovadora, repitiendo datos de otros lugares (Audaces, 2023). Por último, en el estudio "La nueva moda que se ha impuesto en los tiempos del metaverso y la realidad virtual" se explora el potencial de la moda digital y la realidad virtual para crear experiencias de moda únicas y personalizadas, aunque nuevamente se señala una visión excesivamente optimista sin considerar las posibles limitaciones (Garcia, 2022). Esta revisión resalta la importancia de un análisis crítico en un campo en constante evolución como la moda digital.

En conclusión, la moda digital está experimentando una revolución que redefine la relación de las personas con la vestimenta. A través de nuevas tecnologías, se abren oportunidades emocionantes para la expresión personal y experiencias de moda únicas. Sin embargo, la preocupación por los estereotipos corporales y la falta de respaldo empírico sólido en algunas afirmaciones resaltan desafíos importantes en este campo. Es esencial abordar estas

limitaciones y continuar investigando en este emocionante y en constante evolución dominio de la moda digital.

Fuentes indexadas

Tabla 1

Ficha #1	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Paula Alejandra Barón Guevara.	Título: Los estereotipos del cuerpo de la mujer en la publicidad de la moda	Páginas : 1-93
Resumen general de la publicación	<p>El artículo "Los estereotipos del cuerpo de la mujer en la publicidad de la moda" de Paula Alejandra Barón Guevara presenta una investigación sobre la manera en que la industria de la moda utiliza la imagen de la mujer para vender productos y al hacerlo, perpetúa nociones preconcebidas de belleza y estereotipos de género. En la tesis se emplea un enfoque interdisciplinario que abarca la sociología, la semiótica y la psicología para arrojar luz sobre este fenómeno.</p> <p>El autor destaca cómo la publicidad de moda moldea la percepción pública de la belleza y el cuerpo, lo que a su vez influye en las actitudes y expectativas de las personas en relación con su propia apariencia. Mediante el uso de imágenes cuidadosamente seleccionadas y mensajes persuasivos, la industria de la moda ha logrado establecer estándares de belleza que, con frecuencia, son inalcanzables y poco realistas.</p> <p>El artículo también examina las repercusiones psicológicas y sociales de estos estereotipos, incluyendo la propagación de problemas de salud mental como la baja autoestima y los trastornos alimentarios. Además, Barón Guevara plantea la cuestión ética de si la industria de la moda debe asumir una mayor responsabilidad en la promoción de imágenes corporales más saludables y diversificadas.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: El artículo profundiza en la influencia de la publicidad de moda en la percepción de la belleza y el cuerpo, destacando cómo las imágenes cuidadosamente seleccionadas y los mensajes persuasivos contribuyen a la construcción de estándares de belleza poco realistas. (Guevara, 2022)</p> <p>Idea 2: Se utiliza un enfoque interdisciplinario que abarca la sociología, la semiótica y la psicología para ofrecer una comprensión más completa de cómo la publicidad de moda afecta a la sociedad. (Guevara, 2022)</p> <p>Idea 3: El artículo plantea cuestiones éticas relacionadas con la responsabilidad de la industria de la moda en la promoción de una variedad más saludable y diversificada de imágenes corporales, lo que sugiere posibles vías para abordar este problema, estas sugerencias incluyen recomendaciones específicas para la industria de la moda como promover una variedad más saludable y diversificada de imágenes corporales en sus campañas publicitarias, adoptar prácticas éticas en la representación de cuerpos femeninos o fomentar una mayor conciencia y educación sobre los efectos negativos de los estereotipos corporales en la sociedad. (Guevara, 2022)</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 25 de agosto 2023.

Tabla 1. Fuentes indexadas. Ficha 1.

Fuente: Creación propia.

Tabla 2

Ficha #2	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Laura Zambrini	Título: Interrelaciones discursivas entre cuerpo, moda y sociedad	Páginas: 1-196
Resumen general de la publicación	<p>La tesis "Interrelaciones discursivas entre cuerpo, moda y sociedad," escrito por Laura Zambrini en 2023, introduce un análisis profundo de las complejas interacciones entre el cuerpo humano, la moda y la sociedad contemporánea. Este prólogo establece el escenario para una exploración más amplia en el campo de los estudios de diseño y comunicación, centrándose en cómo los discursos en torno al cuerpo y la moda influyen y son influidos por las dinámicas sociales y culturales.</p> <p>La autora destaca la importancia de comprender cómo los discursos en torno al cuerpo y la moda se entrelazan y se convierten en poderosos mediadores de significado en la sociedad actual. Además, plantea preguntas fundamentales sobre cómo las representaciones del cuerpo en la moda pueden reflejar y moldear normas sociales, identidades y valores.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: La tesis establece un marco de estudio fundamental al abordar las "interrelaciones discursivas" que vinculan el cuerpo humano, la moda y la sociedad contemporánea. Esta perspectiva refuerza la idea de que la moda no es simplemente una expresión estética, sino un terreno fértil para analizar cómo las representaciones del cuerpo impactan y son impactadas por la cultura y la comunicación (Zambrini, 2023).</p> <p>Idea 2: La autora resalta la dinámica de influencia mutua entre los discursos que rodean al cuerpo y la moda, y cómo estos discursos reflejan y moldean normas sociales, identidades individuales y colectivas, así como valores culturales. Estas interacciones complejas revelan la importancia de estudiar las narrativas y las representaciones visuales en la moda como indicadores de la sociedad en la que surgen (Zambrini, 2023)</p> <p>Idea 3: El prólogo plantea preguntas críticas y esenciales sobre cómo las representaciones del cuerpo en la moda pueden actuar como espejos de las normas y los ideales de belleza, género y clase social, y cómo estos ideales pueden influir en la autoimagen y la percepción de la identidad personal (Zambrini, 2023)</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 25 de agosto 2023.

Tabla 2. Fuentes indexadas. Ficha 2.

Fuente: Creación propia.

Ficha #3	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Diana Carolina Pareja Sime.	Título: Las estrategias de marketing digital empleadas por la marca de moda Annaiss Yucra a consecuencia del Covid-19.	Páginas:1-60
Resumen general de la publicación	<p>La tesis "Las estrategias de marketing digital empleadas por la marca de moda Annaiss Yucra a consecuencia del Covid-19" de Diana Carolina Pareja Sime se enfoca en el análisis de las estrategias de marketing digital implementadas por la marca de moda Annaiss Yucra en respuesta a los desafíos surgidos a raíz de la pandemia de Covid-19. El estudio examina cómo la marca ha adaptado su enfoque de marketing en el contexto de una crisis global que ha transformado radicalmente la industria de la moda.</p> <p>El resumen de esta tesis se encuentra fuera de los límites establecidos (200 palabras), ya que no se dispone de más información sobre el contenido específico de la investigación, como las estrategias detalladas o los resultados obtenidos.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: El proyecto de investigación se centra en analizar las estrategias de marketing digital empleadas por la marca de moda Annaiss Yucra en respuesta a los impactos del Covid-19 en la industria, entre estos se encuentran la interrupción de la cadena de suministro, el cierre temporal de tiendas físicas, la disminución en la demanda de productos de moda y el cambio en los hábitos de compra de los consumidores, que se volvieron más digitales y orientados a la compra en línea. Estos impactos obligaron a las marcas a adaptarse y cambiar sus estrategias. (Sime, 2020).</p> <p>Idea 2: La tesis investiga cómo la marca ha adaptado su enfoque de marketing en un contexto de crisis global, lo que sugiere un interés en comprender cómo las empresas de moda han enfrentado los desafíos y cambios significativos causados por la pandemia (Sime, 2020).</p> <p>Idea 3: Aunque el resumen no proporciona detalles específicos sobre los resultados o hallazgos de la investigación si arroja luz sobre cómo las marcas de moda han afrontado los desafíos de la era digital en medio de la crisis sanitaria ofreciendo una perspectiva esclarecedora sobre las estrategias adoptadas (Sime, 2020).</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 25 de agosto 2023.

Tabla 3. Fuentes indexadas. Ficha 3.

Fuente: Creación propia.

Tabla 4

Ficha #4	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor : Francesco Mereu	Título: El Videoholograma como Práctica Artística: Propuesta Experimental en la Visualización 3D / Video Hologram as an Artistic Practice: An Experimental Proposal in 3D Visualization	Páginas:
Resumen general de la publicación	<p>La tesis doctoral "El Videoholograma como Práctica Artística: Propuesta Experimental en la Visualización 3D" de Francesca Mereu, presentada en la Universitat Politècnica de València en 2012, se sumerge en la exploración del videoholograma como una forma innovadora de práctica artística en el contexto de la visualización en 3D. Este trabajo examina detenidamente cómo esta técnica artística fusiona el mundo de la tecnología y el arte para crear experiencias visuales tridimensionales únicas.</p> <p>La tesis aborda cuestiones clave relacionadas con la creación y la percepción de obras de arte en formato de videoholograma, así como las implicaciones artísticas y tecnológicas de esta práctica. Es probable que la tesis analice la utilización de tecnologías de vanguardia en el arte y explore cómo el videoholograma puede transformar la experiencia del espectador.</p>			

<p>Fichado</p>	<p>Idea 1: La tesis se centra en la exploración y la propuesta de una práctica artística innovadora denominada "videoholograma" que utiliza la visualización en 3D como su base creativa (Mereu, 2012).</p> <p>Idea 2: El autor probablemente investiga cómo el videoholograma combina elementos artísticos y tecnológicos para crear experiencias visuales tridimensionales únicas, y cómo esta técnica puede revolucionar la forma en que se perciben y se interactúa con las obras de arte (Mereu, 2012).</p> <p>Idea 3: La tesis podría profundizar en las implicaciones artísticas y tecnológicas de esta práctica, así como en su potencial para la transformación de la experiencia estética y perceptiva del espectador en el contexto de las artes visuales y la tecnología (Mereu, 2012).</p>
<p>Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha</p>	<p>Leidy Tatiana Osorio Valencia, 27 de agosto 2023.</p>

Tabla 4. Fuentes indexadas. Ficha 4.

Fuente: Creación propia.

Tabla 5

Ficha #5	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor : Valeria Ronderos Escobar	Título: Vestuario Expandido: El Cuerpo Vestido en el Performance Digital	Páginas: 1- 82
Resumen general de la publicación	<p>La tesis de licenciatura "Vestuario Expandido: El Cuerpo Vestido en el Performance Digital" presentada en la Escuela de Arquitectura y Diseño explora de manera profunda y creativa la intersección entre el vestuario, el cuerpo y el arte digital en el contexto del performance. La autora examina cómo las tecnologías digitales están transformando y expandiendo las posibilidades del vestuario y su papel en las manifestaciones artísticas contemporáneas.</p> <p>La tesis aborda cuestiones fundamentales relacionadas con la evolución del vestuario en el ámbito digital, así como su impacto en la creación y la experiencia de performances artísticos. La tesis investiga cómo la tecnología digital permite la creación de nuevas formas de expresión artística a través del cuerpo y el vestuario, y cómo estas prácticas desafían las convenciones tradicionales en el mundo de la moda y el arte.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: La tesis se enfoca en la interacción entre el vestuario, el cuerpo y la tecnología digital, explorando cómo estas dimensiones se entrelazan en el contexto del performance artístico (Escobar V. R., 2017).</p> <p>Idea 2: La autora probablemente investiga cómo las tecnologías digitales están ampliando las posibilidades creativas del vestuario y cómo estas transformaciones impactan en la experiencia del espectador en particular en cómo se diseña la experiencia a través de la moda. Este enfoque podría revelar cómo la moda no solo se limita a la vestimenta en sí, sino que se convierte en una herramienta para crear experiencias sensoriales y emocionales únicas para el público. (Escobar V. R., 2017).</p> <p>Idea 3: La tesis podría examinar el papel de la tecnología digital en la creación de "vestuario expandido" y cómo esto desafía las normas convencionales tanto en el ámbito de la moda como en el del arte, explorando nuevas formas de expresión y comunicación artística en la era digital (Escobar V. R., 2017).</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 27 de agosto 2023.

Tabla 5. Fuentes indexadas. Ficha 5.

Fuente: Creación propia.

Tabla 6

Ficha #6	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Karen Antoinnette Honorio Carrillo & Giovanna Karla Mata Aedo	Título: Marketplace Colaborativo para Digitalización y Venta de Moda Digital en 3D – Digital Apparel	Páginas : 1-37
Resumen general de la publicación	<p>La tesis se sumerge en la creación de un marketplace colaborativo revolucionario diseñado específicamente para la digitalización y venta de moda en tres dimensiones (3D). Esta investigación representa un hito en el campo de la moda digital, que ha experimentado una transformación notable en la era de la tecnología 3D y la realidad virtual.</p> <p>La tesis aborda de manera exhaustiva la propuesta y la implementación de esta plataforma colaborativa en línea, destacando cómo esta innovadora iniciativa se convierte en un espacio vital para diseñadores y artistas de moda digital. A través de esta plataforma, los creadores pueden compartir sus obras tridimensionales de manera más efectiva, promoviendo la difusión y comercialización de la moda digital de una manera que antes parecía inimaginable.</p> <p>Además, la tesis explora las implicaciones de esta plataforma en la interacción entre creadores y consumidores dentro de un entorno virtual en constante evolución. La plataforma podría tener un impacto significativo en la forma en que los consumidores interactúan con la moda, permitiéndoles experimentar con diseños en 3D y participar en la creación de su vestimenta digital.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: El artículo se centra en la creación de un marketplace colaborativo dedicado a la moda digital en 3D lo que sugiere un enfoque en la intersección entre la tecnología 3D y la moda donde estas dos disciplinas convergen para permitir la digitalización y venta de prendas de vestir en tres dimensiones. (Carrillo & Mata Aedo, 2023).</p> <p>Idea 2: Los autores probablemente investigan cómo esta plataforma digital permite a los diseñadores y artistas de moda en 3D compartir y vender sus creaciones de manera más eficaz a través de herramientas como catálogos virtuales, simulaciones interactivas de moda o procesos de compra simplificados. Esta eficacia en la venta digital podría tener un impacto significativo en la promoción y la comercialización de la moda digital, al facilitar la accesibilidad y visibilidad de las creaciones de moda en 3D en un mercado amplio y diverso.(Carrillo & Mata Aedo, 2023).</p> <p>Idea 3: La tesis podría abordar cuestiones relacionadas con la colaboración y la comunidad en el ámbito de la moda digital, explorando cómo la plataforma fomenta la interacción entre creadores y consumidores en un entorno virtual en constante evolución, promoviendo la participación activa de los consumidores en la co-creación de diseños, la retroalimentación instantánea a través de chats y foros así como la organización de eventos virtuales donde diseñadores y amantes de la moda pueden conectarse en tiempo real para discutir tendencias y estilos emergentes (Carrillo & Mata Aedo, 2023).</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 27 de agosto 2023.

Tabla 6. Fuentes indexadas. Ficha 6.

Fuente: Creación propia.

Tabla 7

Ficha #7	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Francesca Fanton Urday	Título: El impacto de la impresión 3D en la moda en Lima.	Páginas: 1-40
Resumen general de la publicación	<p>La tesis se sumerge en un análisis detenido de las profundas implicaciones y transformaciones que la tecnología de impresión 3D ha tenido en la industria de la moda en Lima, Perú. A medida que la tecnología 3D se ha convertido en un componente cada vez más relevante en diversos sectores, su influencia en el mundo de la moda ha sido especialmente notable.</p> <p>Esta investigación aborda una serie de cuestiones fundamentales. Se espera que explore cómo la adopción de la impresión 3D ha impactado en la producción de prendas de vestir, permitiendo una mayor flexibilidad y personalización en la creación de moda. Además, analiza cómo esta tecnología ha influido en la sostenibilidad de la industria, potencialmente reduciendo el desperdicio de materiales y recursos.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: La tesis se centra en el análisis del impacto de la tecnología de impresión 3D en la industria de la moda en Lima, Perú, lo que sugiere una mirada crítica que examina cómo la adopción de esta tecnología está transformando tanto los procesos de producción como los hábitos de consumo en la industria de la moda en el ámbito local. Se cuestiona la manera en que esta innovación tecnológica puede tener efectos positivos y negativos en la sostenibilidad, la creatividad y la accesibilidad en el mundo de la moda en Lima. (Urday, 2020).</p> <p>Idea 2: Los temas investigados podrían incluir cómo la impresión 3D ha transformado la producción de prendas de vestir, ha permitido la personalización de la moda y ha influido en la sostenibilidad en la industria de la moda en Lima (Urday, 2020).</p> <p>Idea 3: La tesis probablemente también analiza la adaptación de la impresión 3D a las necesidades y demandas específicas del mercado limeño, así como su contribución a la innovación en el diseño de moda en la región.</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 27 de agosto 2023.

Tabla 7. Fuentes indexadas. Ficha 7.

Fuente: Creación propia.

Tabla 8

Ficha #8	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor : María Luz Conejero González	Título: Desfile de Moda: Generación de Nuevos Modelos y Formatos	Páginas: 1-103
Resumen general de la publicación	<p>La tesis se adentra en una exploración crítica del mundo de los desfiles de moda, centrándose en la generación de nuevos modelos y formatos. Este proyecto de investigación arroja luz sobre las transformaciones que ha experimentado la presentación de la moda a lo largo del tiempo, examinando cómo los desfiles de moda han evolucionado y se han adaptado a las cambiantes demandas de la industria y del público.</p> <p>La tesis analiza exhaustivamente la influencia de la tecnología, incluida la realidad virtual, las redes sociales y las tendencias culturales en la creación de nuevos modelos y formatos de desfile de moda. Además, explora cómo estas transformaciones han impactado en la percepción y la experiencia de la moda por parte del público.</p> <p>En particular, se profundiza en cómo la realidad virtual ha emergido como una herramienta revolucionaria en la presentación de la moda, permitiendo experiencias inmersivas y creativas que trascienden las limitaciones físicas de los desfiles tradicionales. Asimismo, la tesis destaca el papel de la innovación en la industria de la moda y su capacidad para moldear la narrativa y el impacto de los desfiles de moda en la era digital.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: La tesis se enfoca en la evolución de los desfiles de moda y su adaptación a las cambiantes demandas de la industria y del público, lo que sugiere un análisis crítico de la presentación de la moda a lo largo del tiempo, explorando cómo han cambiado las estrategias de presentación, desde los tradicionales desfiles presenciales hasta las innovadoras presentaciones virtuales, y cómo estas transformaciones han influido en la percepción, la accesibilidad y la comercialización de la moda en diferentes épocas y contextos. (González, 2020).</p> <p>Idea 2: Los temas investigados podrían incluir la influencia de la tecnología, las redes sociales y las tendencias culturales en la generación de nuevos modelos y formatos de desfile de moda como desfiles virtuales en plataformas digitales, desfiles inmersivos en realidad virtual, desfiles de moda en 360 grados transmitidos en tiempo real a través de aplicaciones de redes sociales, desfiles pop-up en ubicaciones no convencionales, experiencias de moda interactiva en línea y otros enfoques innovadores que han surgido como respuesta a las cambiantes dinámicas de la industria y las preferencias del público. (González, 2020).</p> <p>Idea 3: La tesis probablemente arroja luz sobre cómo estas transformaciones afectan a la percepción y la experiencia de la moda, destacando la importancia de la presentación de la moda en un mundo en constante cambio (González, 2020).</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 31 de agosto 2023.

Tabla 8. Fuentes indexadas. Ficha 8.

Fuente: Creación propia.

Tabla 9

Ficha #9	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Paloma Del Carmen Deza Villegas	Título: La Importancia de los Géneros de Opinión en las Revistas Digitales de Moda	Páginas: 1 - 32
Resumen general de la publicación	<p>La tesis se sumerge en el análisis de la relevancia y el impacto de los géneros de opinión dentro del ámbito de las revistas digitales de moda. Este proyecto investigativo arroja luz sobre el papel fundamental que desempeñan los géneros de opinión en la comunicación y la construcción de la identidad en el mundo de la moda en la era digital.</p> <p>La tesis profundiza en cuestiones esenciales relacionadas con la influencia de los géneros de opinión en la forma en que se presenta, se interpreta y se discute la moda en los medios digitales. Se espera que la investigación analice cómo estos géneros contribuyen a la construcción de discursos y narrativas en la moda digital y cómo influyen en la percepción y la toma de decisiones de los consumidores de moda en línea.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: La tesis se enfoca en el análisis de los géneros de opinión y su importancia dentro del contexto de las revistas digitales de moda, lo que sugiere un enfoque crítico en la comunicación y la construcción de identidad en la moda en línea (Villegas, 2020).</p> <p>Idea 2: Los temas investigados podrían incluir cómo los géneros de opinión influyen en la forma en que se presenta y se interpreta la moda en los medios digitales, así como su impacto en la construcción de discursos y narrativas relacionadas con la moda (Villegas, 2020).</p> <p>Idea 3: La tesis también examina cómo los géneros de opinión afectan la percepción y las decisiones de los consumidores de moda en línea, lo que resalta su influencia en la industria de la moda y en la cultura digital contemporánea. Esta influencia se refleja en la capacidad de los géneros de opinión para dictar tendencias, promover productos y marcas y dar forma a la percepción pública de la moda. Además, su papel en la creación de comunidades en línea y en la construcción de identidades digitales relacionadas con la moda es esencial para entender cómo estos géneros contribuyen a la dinámica cambiante de la cultura digital en la era actual. (Villegas, 2020).</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 31 de agosto 2023.

Tabla 9. Fuentes indexadas. Ficha 9.

Fuente: Creación propia.

Tabla 10

Ficha #10	Nombre del documento- texto- libro: Tesis	Autor: Teresa Pérez del Castillo	Título: Lifestyle Branding in Spanish Fashion Retail	Páginas:
Resumen general de la publicación	<p>La tesis presentada en la Universidad Complutense de Madrid en 2020 realiza un estudio profundo sobre el branding de estilo de vida en el contexto de la industria minorista de moda en España. Este proyecto de investigación arroja luz sobre la importancia y el impacto de las estrategias de branding en la construcción de marcas de moda en un mercado dinámico y competitivo.</p> <p>La tesis aborda cuestiones esenciales relacionadas con el papel de las marcas de estilo de vida en la moda y cómo estas estrategias de branding influyen en la percepción de los consumidores y en sus decisiones de compra. La investigación analiza ejemplos y casos específicos de marcas de moda en el contexto español para ilustrar la aplicación práctica de estas estrategias.</p>			

Fichado	<p>Idea 1: La tesis explora las estrategias específicas de marketing digital utilizadas por las marcas de moda en España. Esto incluye el análisis de campañas en redes sociales, estrategias de marketing de contenido, publicidad en línea y cómo estas estrategias han contribuido al éxito de las marcas en el mercado español y global. (Castillo, 2020).</p> <p>Idea 2: Los temas investigados incluyen cómo las marcas de estilo de vida impactan en la percepción de los consumidores, en sus identidades y en sus decisiones de compra en el contexto español de la moda (Castillo, 2020).</p> <p>Idea 3: La tesis se centra en cómo se mide y evalúa la efectividad de las estrategias de marketing digital en el sector minorista de moda en España. Esto incluye el análisis de métricas clave de rendimiento, el retorno de la inversión (ROI) en marketing digital y cómo las marcas ajustan sus estrategias en función de los datos recopilados. (Castillo, 2020).</p>
Nombre de quién ficha, y fecha de terminación de la ficha	Leidy Tatiana Osorio Valencia, 31 de agosto 2023.

Tabla 10. Fuentes indexadas. Ficha 10.

Fuente: Creación propia.

Análisis de fuentes indexadas

La moda digital es un fenómeno complejo que está transformando la forma en que las personas se relacionan con la vestimenta. Las nuevas tecnologías están permitiendo a los diseñadores crear prendas y accesorios que trascienden las limitaciones del mundo físico, ofreciendo nuevas formas de expresión personal y experiencia de la moda.

Una de las principales preocupaciones en torno a la moda digital es la influencia de los estereotipos corporales. (Guevara, 2022) y (Zambrini, 2023) señalan que la publicidad de la moda a menudo utiliza imágenes de mujeres con cuerpos perfectos lo que puede contribuir a promover estereotipos corporales poco realistas. En la moda digital estos estereotipos pueden ser aún más amplificados ya que las imágenes digitales pueden manipularse fácilmente para crear cuerpos perfectos caracterizados por una delgadez extrema, proporciones corporales idealizadas, una piel impecable, musculatura idealizada y en algunos casos, una altura exagerada. Estas representaciones pueden contribuir a la promoción de estándares de belleza poco realistas y generar preocupaciones sobre la imagen corporal y la autoestima en aquellos que consumen este tipo de contenido.

Además, las nuevas tecnologías están teniendo un impacto significativo en la moda digital. (Sime, 2020) analiza cómo la pandemia de COVID-19 ha impulsado el uso de la moda digital. Las marcas de moda están utilizando la tecnología para crear experiencias de moda más inmersivas y personalizadas. Por otro lado (Mereu, 2012) (Escobar V. R., 2017) y (Carrillo & Mata Aedo, 2023) exploran las nuevas tecnologías que están transformando la moda. Estas tecnologías permiten a los diseñadores crear prendas y accesorios personalizados, interactivos e inmersivos.

También se analizan los impactos sociales y culturales de la moda digital, (Urday, 2020) (González, 2020) (Villegas, 2020) y (Castillo, 2020) analizan los impactos sociales y culturales de la moda digital. Estas tesis sugieren que la moda digital está ampliando las posibilidades de expresión personal y está democratizando la moda.

En conclusión, la moda digital es un fenómeno en pleno desarrollo que está transformando la forma en que las personas se relacionan con la vestimenta. Las nuevas

tecnologías están permitiendo a los diseñadores crear prendas y accesorios que ofrecen nuevas formas de expresión personal y experiencia de la moda.

Marco teórico

Marco conceptual

Concepto 1 - Transformación

Autor 1. Transformismo o Lamarckismo, Jean-Baptiste Lamarck

La teoría de Lamarck es una de las primeras teorías científicas que intentó explicar el origen y la evolución de la vida. Fue propuesta por el naturalista francés Jean-Baptiste Lamarck en 1809, en su obra Filosofía zoológica. Según Lamarck los organismos vivos se originaron como formas simples y fueron cambiando a lo largo del tiempo para adaptarse al medio ambiente. Estos cambios se debían al uso o desuso de los órganos y se transmitían a las generaciones siguientes (Lamarck, 1809). Esta teoría se conoce como transformismo o lamarckismo.

Lamarck basó su teoría en dos leyes fundamentales: la ley del uso y desuso y la ley de la herencia de los caracteres adquiridos. La primera ley establece que los órganos de los organismos se desarrollan o atrofian según su uso o desuso (Lamarck, 1809). Por ejemplo, si un animal usa mucho sus patas para correr estas se fortalecen y alargan; si no las usa se debilitan y acortan. La segunda ley afirma que los cambios que ocurren en los órganos por el uso o desuso se heredan a los descendientes. Así, los hijos de un animal con patas largas tendrán también patas largas, y los hijos de un animal con patas cortas tendrán también patas cortas.

Autor 2. La teoría de la evolución, Charles Darwin

La Teoría de la Evolución, desarrollada por Charles Darwin en el siglo XIX propone que la transformación es el resultado de la selección natural. Esta teoría sostiene que las especies

cambian con el tiempo lo que da origen a nuevas especies y que este proceso es impulsado por la selección natural, un mecanismo que promueve la supervivencia y reproducción de los organismos mejor adaptados a su entorno (Darwin, 1971).

Según la Teoría de la Evolución, todas las especies comparten un ancestro común lo que significa que, a lo largo de vastos períodos de tiempo las especies han experimentado cambios y adaptaciones. Estos cambios son impulsados por la selección natural, un proceso en el cual los organismos que tienen rasgos que les otorgan ventajas en su entorno tienen más probabilidades de sobrevivir y reproducirse. Con el tiempo estos rasgos ventajosos se transmiten a la siguiente generación lo que lleva a cambios acumulativos en las poblaciones y eventualmente, a la formación de nuevas especies (Darwin, 1971).

Autor 3. Neodarwinismo, Theodosius Dobzhansky

La teoría del neodarwinismo es una teoría biológica que explica el origen y la evolución de las especies mediante la combinación de la teoría de la selección natural de Darwin y la teoría genética. El neodarwinismo se basa en el hecho de que los organismos poseen genes que determinan sus características y que se transmiten a sus descendientes (Dobzhansky, 1937). Los genes pueden sufrir cambios o mutaciones al azar que producen variabilidad en las poblaciones. También pueden recombinarse durante la reproducción sexual lo que aumenta la diversidad genética. Estos procesos generan variaciones en los rasgos de los organismos que pueden ser ventajosos, neutrales o desventajosos para su supervivencia y reproducción (Dobzhansky, 1937).

El neodarwinismo también explica cómo surgen nuevas especies a partir de otras preexistentes (Dobzhansky, 1937). Esto ocurre cuando una población se divide en dos o más grupos aislados geográfica o reproductivamente, lo que impide el flujo genético entre ellos. Cada grupo experimenta diferentes presiones ambientales y diferentes mutaciones y recombinaciones

genéticas lo que hace que se diferencien progresivamente. Si estos cambios son suficientes para impedir el cruce entre los grupos, se considera que han surgido nuevas especies. Este proceso se conoce como especiación.

Concepto 2 – Tecnología

Autor 1. La teoría del determinismo, Thorstein Veblen.

La teoría del determinismo tecnológico de Thorstein Veblen es una teoría sociológica y económica que afirma que la tecnología es el factor principal que determina el desarrollo social, cultural y económico de las sociedades. Según esta teoría la tecnología tiene una lógica propia e independiente de los valores y las decisiones humanas y genera cambios irreversibles e inevitables en todos los ámbitos de la vida. La tecnología es una fuerza autónoma y progresiva que impone sus efectos sobre los individuos y las colectividades (Veblen, 1899).

Veblen introdujo esta teoría en 1914, en su libro "La teoría de la clase ociosa" donde analizó la influencia de la tecnología en la formación de las clases sociales y en la producción y el consumo de bienes (Veblen, 1899). Veblen distinguió entre dos tipos de actividades humanas: las industriales y las pecuniarias. Las actividades industriales son aquellas que se basan en el uso eficiente y racional de la tecnología para satisfacer las necesidades materiales de la sociedad (Veblen, 1899).

Sin embargo, La teoría del determinismo tecnológico de Veblen ha sido criticada por su simplificación de la influencia tecnológica, su falta de consideración de los valores humanos, su omisión de la agencia humana y su falta de enfoque en la variabilidad tecnológica. Estas críticas subrayan su limitación para capturar la complejidad de la relación entre la tecnología y la sociedad.

Autor 2. La teoría del actor-red, Bruno Latour, Steve Woolgar

La teoría del actor-red es una teoría sociológica que propone que la tecnología no es un objeto aislado, sino que forma parte de una red compleja de relaciones entre actores humanos y no humanos (Latour & Woolgar, 1979). La tecnología tiene agencia e influencia sobre los actores humanos, también puede ser modificada o resistida por ellos. La tecnología se construye y se estabiliza mediante las interacciones y las negociaciones entre los actores que conforman la red. Esta teoría se basa en el estudio etnográfico de las prácticas sociales que involucran a la tecnología que revelan la heterogeneidad y la dinámica de las redes sociotécnicas (Latour & Woolgar, 1979).

La teoría del actor-red se ha aplicado a diversos campos y temas como la innovación tecnológica, la política ambiental, la educación, la salud, el arte o la religión. Esta es una teoría innovadora y provocadora, que ofrece una nueva perspectiva sobre la relación entre la tecnología y la sociedad.

Autor 3. La teoría del constructivismo social de la tecnología, Michel Callon & Bruno Latour

La teoría del constructivismo social de la tecnología es una teoría sociológica que sostiene que la tecnología no es un producto neutro e inmutable, sino que es el resultado de un proceso social y cultural de construcción e interpretación (Callon & Latour, 1981). La tecnología se crea y se usa según los intereses, los valores y las expectativas de los diferentes actores sociales involucrados y puede tener significados y usos diversos según el contexto. Esta teoría se basa en el análisis de los casos concretos de diseño, desarrollo y uso de los artefactos tecnológicos que muestran la flexibilidad interpretativa y la relevancia de los factores sociales en la configuración de la tecnología (Callon & Latour, 1981).

La teoría del constructivismo social de la tecnología se ha aplicado a diversos ámbitos y temas como la innovación tecnológica, la política científica, la educación, la salud, el arte o la religión.

La teoría del constructivismo social de la tecnología es una perspicaz perspectiva que cuestiona la noción de la tecnología como un producto objetivo e inevitable. En lugar de ello, promueve una visión más participativa y crítica del proceso tecnológico.

Concepto 3 – Signo

Autor 1. Curso de lingüística general, Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure reconocido como uno de los precursores más influyentes de la lingüística moderna y pionero en el campo de la semiótica revolucionó la comprensión del lenguaje al introducir el concepto del signo lingüístico. En su obra "Curso de lingüística general" Saussure delineó meticulosamente las características esenciales de este concepto fundamental.

El signo lingüístico, según Saussure es una entidad dual compuesta por dos componentes inseparables: el significante y el significado. El significante se refiere a la forma perceptible del signo ya sea en términos de sonidos en el habla o de símbolos gráficos en la escritura.

Adicionalmente, el significado corresponde al concepto o idea mental que evoca el signo en la mente del hablante u oyente (Saussure, 1971).

Una de las características clave del signo lingüístico según Saussure es su arbitrariedad. Esto significa que no existe una conexión natural o lógica entre el significante y el significado, su relación es el resultado de una convención social establecida dentro de una comunidad lingüística (Saussure, 1971).

Además de la arbitrariedad, Saussure destacó la linealidad del signo lingüístico especialmente evidente en el lenguaje hablado donde los significantes se desarrollan

secuencialmente en el tiempo. Esta linealidad también se aplica a la escritura donde los signos se disponen en una secuencia espacial que sigue un orden determinado (Saussure, 1971).

Otra característica importante del signo lingüístico es su inmutabilidad dentro de un sistema lingüístico específico. Esto implica que el valor de un signo dado, es decir, la relación entre su significante y su significado no puede ser cambiado arbitrariamente por un individuo. Sin embargo, Saussure reconoció la mutabilidad del signo en el sentido de que las lenguas evolucionan y cambian con el tiempo, aunque estos cambios ocurren de manera gradual y dentro de ciertos límites dentro del sistema lingüístico (Saussure, 1971).

La teoría del signo lingüístico de Saussure no solo ha sido fundamental para el desarrollo de la lingüística moderna, sino que también ha tenido un impacto significativo en campos como la semiótica, la comunicación y los estudios culturales (Saussure, 1971). Su análisis del signo como una entidad dual con aspectos tanto materiales como conceptuales ha proporcionado una base sólida para comprender cómo se produce el significado en el lenguaje y cómo funcionan los sistemas de comunicación en general.

En resumen, Ferdinand de Saussure legó un legado intelectual invaluable al introducir el concepto del signo lingüístico y sentar las bases para el estudio científico del lenguaje y la comunicación. Su trabajo sigue siendo una piedra angular en el campo de la lingüística y la semiótica y su influencia perdura en nuestra comprensión contemporánea de cómo el significado se construye y se transmite a través de los signos lingüísticos.

Autor 2. Pragmatismo: Collected Papers, Charles Sanders Peirce.

Charles Sanders Peirce renombrado filósofo, lógico y semiólogo estadounidense hizo contribuciones cruciales al campo de la semiótica especialmente en su conceptualización del signo. Peirce desarrolló una teoría del signo conocida como la triada semiótica que postula que

un signo consta de tres elementos interrelacionados: el representamen, el objeto y el interpretante.

El concepto de signo según Charles Sanders Peirce representa una de las contribuciones más significativas en el campo de la semiótica y la filosofía. Peirce a través de su teoría de la triada semiótica proporcionó un análisis profundo de cómo los signos funcionan en el proceso de comunicación y cómo se construye el significado (Peirce, 1974).

En la teoría de Peirce un signo está compuesto por tres elementos interrelacionados: el representamen, el objeto y el interpretante. El representamen es la manifestación material del signo que puede ser una palabra, una imagen, un sonido o cualquier otro estímulo sensorial. En el representamen, hay tres tipos de signos: el icono, el índice y el símbolo. Este representamen está vinculado al objeto que es la realidad o concepto al que el signo se refiere. En el objeto también hay tres tipos de signos: el icono, el índice y el símbolo, aunque curiosamente, el signo, el símbolo y el icono no corresponden al mismo elemento identificador en ambas triadas. Finalmente, el interpretante es la interpretación o significado que el signo evoca en la mente del intérprete (Peirce, 1974).

Esta triada semiótica ofrece una visión holística del proceso de significación. El representamen actúa como un mediador entre el objeto y el interpretante transmitiendo información sobre el objeto y generando una respuesta en el intérprete (Peirce, 1974). Es importante destacar que esta relación entre representamen, objeto e interpretante es dinámica y depende del contexto y la interpretación del receptor.

Peirce también clasificó los signos en tres categorías principales: símbolos, índices e iconos. Los símbolos son signos que tienen una relación arbitraria y convencional con el objeto como las palabras en un idioma. Los índices son signos que tienen una relación de contigüidad o

causalidad con el objeto como el humo que indica la presencia de fuego. Los iconos son signos que tienen una relación de semejanza con el objeto como las imágenes o las representaciones gráficas (Peirce, 1974).

Además, Peirce enfatizó el pragmatismo en su concepción del significado. Para él, el significado de un signo no es estático ni absoluto, sino que se determina por sus efectos prácticos en el mundo real. Es decir, el significado de un signo reside en sus consecuencias y utilidad para el individuo o la sociedad (Peirce, 1974). Esta perspectiva pragmática del significado destaca la importancia del contexto y la acción en la interpretación de los signos.

En conclusión, la teoría del signo de Peirce ofrece una perspectiva rica y compleja sobre cómo se produce el significado en la comunicación humana. Su enfoque en la triada semiótica, la clasificación de los signos y el pragmatismo en la determinación del significado continúan siendo influencias importantes en el estudio de la semiótica, la lingüística y la filosofía.

Autor 3. El sistema de la moda, Roland Barthes.

Roland Barthes, en su obra seminal "El sistema de la moda" profundiza en el análisis del vestuario como un sistema de signos complejo que trasciende su función meramente utilitaria para convertirse en un lenguaje cargado de significado. Para Barthes la moda no se limita a prendas que cubren el cuerpo, sino que actúa como un medio de comunicación que transmite información sobre la identidad, el estatus social y los valores de quienes las usan (Barthes, 1978)

Barthes propone una clasificación de los signos vestimentarios en tres categorías principales: vestido-imagen, vestido-real y vestido-escrito. Estos tipos de signos representan diferentes funciones y significados en el contexto de la moda y reflejan la diversidad de mensajes que pueden transmitir las prendas (Barthes, 1978).

El vestido-imagen se caracteriza por su atención a la forma, el color, la textura y el estilo buscando crear una representación idealizada y estética del cuerpo. Su función principal es comunicar belleza, estatus, sofisticación y distinción en contextos formales, sociales y publicitarios (Barthes, 1978).

Consecutivamente, el vestido-real cumple una función práctica en la vida cotidiana al proteger el cuerpo del clima, facilitar el movimiento y satisfacer necesidades prácticas. Este tipo de signo se adapta al contexto informal, laboral y doméstico, priorizando la comodidad y la funcionalidad sobre la estética (Barthes, 1978).

Finalmente, el vestido-escrito se presenta como un texto o discurso que transmite mensajes específicos a través de la ropa utilizando códigos, símbolos y referencias para comunicar ideas, valores o ideologías. Este tipo de signo se encuentra en contextos donde la comunicación no verbal juega un papel importante, como en la moda subversiva, la moda política o la moda de protesta (Barthes, 1978).

La clasificación de Barthes es importante porque permite comprender la diversidad de funciones que cumplen los signos vestimentarios y cómo estos transmiten diferentes tipos de mensajes en diferentes contextos. Su análisis ayuda a desnaturalizar la moda y a reconocer el papel que juega la ropa en la construcción de la identidad, la comunicación y la expresión social.

Además de esta clasificación, Barthes también explora otros aspectos de los signos vestimentarios como los signos icónicos, simbólicos, de época y de moda. Reconoce que la interpretación del significado de una prenda depende del contexto en el que se utiliza y que la misma prenda puede tener diferentes significados en diferentes culturas, épocas o situaciones.

En conclusión, la obra de Barthes invita a reflexionar sobre la complejidad del significado en la moda y a reconocer el poder de la ropa para comunicar, construir y transformar

la realidad. Su análisis va más allá de una simple clasificación y brinda herramientas para comprender la riqueza y la diversidad de los signos vestimentarios.

Estado del arte

La moda digital es una forma de expresión, comunicación e interacción que utiliza las tecnologías digitales para crear, difundir y consumir productos y experiencias de moda (Noris, Nobile, Kalbaska, & Cantoni, 2020) (Carrillo & Mata Aedo, 2023). Estas tecnologías incluyen la realidad virtual o aumentada, el 3D y los hologramas que generan nuevas posibilidades estéticas, sensoriales y narrativas. La moda digital se inscribe en la cultura digital que se caracteriza por el uso intensivo de signos, imágenes y narrativas en la construcción y transmisión de significados, valores e identidades (Calefato, 2021).

La moda digital abarca aspectos de marketing, comunicación, diseño, educación y entretenimiento, así como de innovación, sostenibilidad y personalización. La moda digital plantea nuevos retos y desafíos para el sector de la moda como la adaptación a los cambios sociales, culturales y tecnológicos, la protección de los derechos de autor y la preservación de la calidad y la autenticidad (Sábada, 2020) (Castillo, 2020). La moda digital puede entenderse como una forma de traducción cultural que implica procesos de adaptación, negociación e hibridación entre diferentes lenguajes, códigos y sistemas simbólicos (Calefato, 2021).

En este contexto, la comunicación de la moda ha evolucionado en el entorno digital adaptándose a las nuevas demandas y expectativas de los consumidores y los creadores de moda. Las redes sociales han influido en la difusión y el consumo de la moda, generando nuevas formas de interacción, participación, como la retroalimentación directa de los seguidores en las elecciones de estilo y co-creación a través de colaboraciones con diseñadores y consumidores en la creación de productos o tendencias. Entre los nuevos modelos y formatos de comunicación de

la moda se encuentran los desfiles digitales que son eventos virtuales que presentan las colecciones de moda mediante recursos audiovisuales, interactivos y creativos (González, 2020). Las revistas digitales, las cuales son publicaciones online que ofrecen contenidos informativos y de opinión sobre la moda, utilizando géneros periodísticos adaptados al medio digital (Villegas, 2020). El metaverso ⁵ que es un espacio virtual compartido que integra elementos de la realidad física y digital, donde se pueden crear y experimentar productos y experiencias de moda (Baek, y otros, 2022) y por último, el ideal de moda en Instagram es un conjunto de normas, valores y estilos que se difunden y se consumen a través de esta red social, orientando los valores, influenciando la percepción y el comportamiento de los usuarios respecto a la moda (Perthuis & Findlay, 2019).

Por otro lado, la moda digital afecta a la percepción y representación del cuerpo de la mujer, ya que crea o reproduce los estereotipos del cuerpo femenino en la publicidad de la moda (Guevara, 2022). Estos estereotipos se basan en ideales de belleza, juventud, delgadez y sexualidad que se transmiten a través de las imágenes, los textos y los sonidos de los anuncios de moda, así el cuerpo de la mujer se convierte en un objeto de consumo que se adapta a las tendencias y las demandas del mercado de la moda (Escudero, 2023). El cuerpo de la mujer también se somete a procesos de modificación, manipulación y simulación que alteran su apariencia y su identidad. La moda digital implica aspectos discursivos, sociales y sensoriales del cuerpo en la moda (Zambrini, 2023) así como la experiencia del usuario y la retroalimentación háptica (Escudero, 2023). La moda digital ofrece nuevas posibilidades de jugar con el cuerpo y la moda en el espacio digital creando mundos imaginarios, narrativas alternativas y experiencias lúdicas (Park & Chan, 2023).

⁵ Un espacio virtual compartido que integra elementos de la realidad física y digital.

El futuro de la moda digital se presenta como un escenario de innovación y transformación, donde las empresas de moda deben adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Algunos ejemplos de estas tendencias son el marketplace colaborativo ⁶ que es una plataforma online que permite a los usuarios digitalizar y vender sus prendas de moda en 3D creando una comunidad de consumidores y creadores de moda sostenible (Carrillo & Mata Aedo, 2023), los tokens no fungibles ⁷ los cuales son activos digitales únicos e irrepetibles que se pueden comprar y vender en el metaverso, otorgando valor y exclusividad a las piezas de moda digital (Joy, Zhu, Peña, & Brouard, 2022), los desfiles de moda en realidad virtual ⁸ que son eventos virtuales que presentan las colecciones de moda mediante recursos audiovisuales interactivos y creativos que buscan captar la atención y la emoción de los espectadores (Ahn, Bae, & Kim, 2023).

Los diseñadores de moda digital 3D son profesionales que crean prendas de moda mediante programas informáticos de modelado 3D que se pueden visualizar y probar en el espacio digital (Särmäkari, 2023). La impresión 3D es una tecnología que permite fabricar objetos tridimensionales a partir de un diseño digital que se puede aplicar a la producción de prendas y accesorios de moda personalizados y funcionales (Rocha, 2023). Estos ejemplos muestran cómo la moda digital está cambiando la forma de crear, difundir y consumir la moda en el siglo XXI.

En conclusión, la moda digital es un fenómeno que utiliza las tecnologías digitales para crear, difundir y consumir productos y experiencias de moda. La moda digital se relaciona con la

⁶ Es una plataforma online que permite a los usuarios digitalizar y vender sus prendas de moda en 3D creando una comunidad de consumidores y creadores de moda sostenible.

⁷ Activos digitales únicos e irrepetibles que se pueden comprar y vender en el metaverso, otorgando valor y exclusividad a las piezas de moda digital.

⁸ Eventos virtuales que presentan las colecciones de moda mediante recursos audiovisuales, interactivos y creativos que buscan captar la atención y la emoción de los espectadores.

cultura, los signos, las imágenes y las narrativas, tanto como con la innovación, la sostenibilidad y la personalización. La moda digital plantea nuevos retos y desafíos para el sector de la moda, como la adaptación a los cambios sociales, culturales y tecnológicos, la protección de los derechos de autor y la preservación de la calidad y la autenticidad. La moda digital afecta a la percepción y representación del cuerpo de la mujer, creando o reproduciendo los estereotipos del cuerpo femenino en la publicidad de la moda. La moda digital ofrece nuevas posibilidades de jugar con el cuerpo y la moda en el espacio digital.

Estado de la técnica

La moda digital está innovando mucho y seguido, incorporando nuevas tecnologías que transforman la forma de crear, consumir y disfrutar de la ropa y los accesorios. Sin embargo, estas innovaciones también plantean algunos desafíos y problemas que hay que tener en cuenta.

En primer lugar, las prendas digitales⁹ son prendas que se crean y se usan de forma virtual, sin materiales físicos. Se pueden diseñar con programas de modelado 3D, animación o realidad aumentada y se pueden probar o comprar online (Román, Sanmiguel, & Mejía Restrepo, 2022). Sin embargo, algunos problemas que puede tener esta innovación son la falta de sensación táctil y de ajuste real de las prendas; la posible pérdida de valor y exclusividad de las prendas digitales al ser copiables y distribuibles; y la necesidad de contar con dispositivos tecnológicos adecuados y compatibles para acceder a las prendas digitales.

En segundo lugar, están los hologramas¹⁰ que son imágenes tridimensionales que se proyectan en el aire mediante láseres u otras fuentes de luz. Se pueden usar para crear efectos visuales como desfiles de moda holográficos, escaparates interactivos o accesorios virtuales (Escobar, Morales Matamoros, & Tejeida Padilla, 2018). Sin embargo, algunos problemas que

⁹ Prendas de vestir que existen solo en formato digital y se pueden diseñar, probar y comprar en línea.

¹⁰ Imágenes tridimensionales proyectadas en el aire mediante láseres u otras fuentes de luz.

puede tener esta innovación son el alto costo y la complejidad técnica de producir y mantener los hologramas; la posible falta de conexión emocional y social entre los espectadores y los hologramas al no poder interactuar con ellos; y la posible vulneración de los derechos de autor e imagen de los modelos o diseñadores que se representan mediante hologramas.

En tercer lugar, está la impresión 3D¹¹, la cual es un proceso que permite crear objetos físicos a partir de modelos digitales, depositando capas sucesivas de material. Se puede aplicar a la moda para crear prendas personalizadas, accesorios originales o tejidos innovadores (Ortega, 2016). Algunos problemas que puede tener esta innovación son el impacto ambiental y social de los materiales utilizados para la impresión 3D; la posible pérdida de calidad y durabilidad de las prendas impresas en 3D y la posible competencia desleal o ilegal entre los diseñadores o fabricantes que usan la impresión 3D.

En cuarto lugar, la inteligencia artificial ¹²es un conjunto de técnicas que permiten a las máquinas realizar tareas que requieren inteligencia humana como el aprendizaje, el razonamiento o la creatividad. Se puede emplear en la moda para analizar tendencias, generar diseños, optimizar procesos o mejorar la experiencia del cliente (Olmo & Fondevila Gascón, 2014). Algunos problemas que puede tener esta innovación son la posible pérdida de autonomía y creatividad de los diseñadores o consumidores; la posible invasión de la privacidad, la seguridad de los datos personales de los usuarios y la posible discriminación o sesgo en los resultados o recomendaciones de las aplicaciones.

Por último, existe la realidad aumentada es una tecnología que superpone elementos digitales sobre la imagen del mundo real, creando una realidad mixta. Se puede usar en la moda

¹¹ Proceso que permite crear objetos físicos a partir de modelos digitales depositando capas sucesivas de material.

¹² Conjunto de técnicas que permiten a las máquinas realizar tareas que requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento o la creatividad.

para ofrecer servicios como probadores virtuales, asesores de estilo o juegos interactivos (Villacé, 2017). Algunos problemas que puede tener esta innovación son la posible decepción o frustración de los usuarios al no coincidir la imagen virtual con la realidad física; la posible adicción o dependencia de los usuarios a la realidad aumentada y la posible interferencia o distracción de los usuarios con el entorno real.

Para concluir, la moda digital es un campo en constante evolución que ofrece nuevas posibilidades de expresión, creatividad y diversión. Sin embargo, también implica algunos riesgos y desafíos que hay que tener en cuenta y afrontar, como la sostenibilidad, la ética, la seguridad o la inclusión. La moda digital no es solo una tendencia pasajera, sino una realidad que está cambiando la forma de entender y vivir la moda.

Hipótesis/supuestos

Podría ser que, a medida que se investiguen casos específicos de diseño que combinen elementos visuales y tecnológicos en la moda digital se revele cómo esta fusión actúa como un motor de cambio, impulsando la interacción entre consumidores y diseñadores mientras redefine la percepción tradicional de la moda.

Podría ser que la implementación de hologramas y realidad virtual en la moda esté generando una nueva dimensión de expresión visual en la vestimenta, lo que podría influir en la formación de tendencias contemporáneas al combinar lo tecnológico con lo estético.

Es posible que al analizar en profundidad los proyectos y eventos relevantes de moda digital se observe un cambio significativo en la forma en que los consumidores interactúan con las prendas, donde la fusión de elementos visuales y tecnológicos está en el centro de la transformación de la interacción y la experiencia en línea.

Es posible que al evaluar críticamente ejemplos de moda digital que integran lo tradicional y lo tecnológico se descubran patrones emergentes en cómo esta convergencia influye en la forma en que los consumidores experimentan la moda en línea destacando una mayor personalización y participación.

Diseño Metodológico

Introducción a la metodología

La metodología es un conjunto de técnicas y herramientas que se utilizan para llevar a cabo investigaciones de manera rigurosa y sistemática. En este sentido, la metodología se convierte en una herramienta fundamental para poder obtener resultados fiables y replicables en el ámbito de la investigación. En particular, la metodología cualitativa es una de las más utilizadas en ciencias sociales y humanas enfocada en estudiar los fenómenos sociales desde una perspectiva subjetiva y contextualizada.

La metodología cualitativa ha sido objeto de estudio y discusión por parte de diferentes autores, la metodología cualitativa es importante en la investigación social debido a su capacidad para proporcionar información valiosa y detallada acerca de los procesos sociales (Pérez A. , 2002). Aunque no existen criterios universales para evaluar la calidad de la investigación cualitativa, es posible establecer ciertos estándares de rigor científico tales como rigor metodológico, reflexividad, triangulación, análisis rigurosos, participación y colaboración, estos pueden variar dependiendo del enfoque y la disciplina (Martinez, 2006).

En este sentido, según (Sánchez-Silva, 2005) el uso de técnicas adecuadas y bien planificadas es esencial para obtener resultados confiables y rigurosos. Por otro lado, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) en su obra "Metodología de la Investigación" destacan la importancia de la planificación y diseño adecuados de la investigación, así como del análisis

cuidadoso y detallado de los datos, para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

Finalmente, (Álvarez, 2011) en su guía didáctica, destaca la importancia de combinar diferentes técnicas y herramientas de investigación cualitativa, tales como la observación participante, las entrevistas en profundidad y el análisis de documentos, para obtener una comprensión más completa y detallada de los fenómenos estudiados. En conjunto, estas perspectivas destacan la necesidad de una planificación cuidadosa y la selección adecuada de herramientas y técnicas para obtener resultados rigurosos y confiables en investigaciones cualitativas.

En conclusión, la metodología cualitativa se ha consolidado como una herramienta fundamental en la investigación social, permitiendo el análisis de los fenómenos sociales desde una perspectiva subjetiva y contextualizada. Los diferentes autores y obras citadas proporcionan una amplia variedad de herramientas, técnicas y estrategias que pueden ser utilizadas por los investigadores para llevar a cabo investigaciones rigurosas y efectivas en este ámbito.

Ruta metodológica

Tabla 11

RUTA METODOLÓGICA	
ENFOQUE	Cualitativo
ROL	Inductiva
ESTRATEGIA	Estudio de caso: Analiza en profundidad un caso específico para comprenderlo mejor y generar conocimiento científico (Muñiz, 2010).
UNIDAD DE ANÁLISIS	La transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías.
MUESTRA	2 proyectos visuales de transformación de signos vestimentarios en la moda digital
CATEGORÍAS o VARIABLES	Moda digital, 3D, hologramas, realidad virtual, cuerpo, artefactos, signos vestimentarios.
MÉTODO	Netnografía: Estudia las culturas y comunidades que se comunican por internet. Se basa en la observación y el análisis de los datos que se generan en los espacios virtuales. El objetivo de la netnografía es comprender los comportamientos y opiniones de los usuarios de internet (Sanchez & Ortiz, 2017).
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	- Videos, fotografías, documentos
ANÁLISIS DE DATOS	- Videos – Análisis de interacción - Fotografías – Descripción de fotos - Documentos – Análisis de contenido

Tabla 11. Ruta metodológica.

Fuente: Creación propia.

Cronograma de actividades

Tabla 12

Título del proyecto	La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea					
Problema a resolver, pregunta del proyecto	¿Cómo se han transformado los signos vestimentarios a partir del uso de nuevas tecnologías en la moda digital, a través de la exploración de casos de diseño y análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y la redefinición de la moda en la era digital?					
Objetivo general	Explorar la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías, a través de la investigación detallada de casos de diseño y el análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y redefinición de la moda en la era digital.					
Objetivo específico 1	Analizar las tecnologías de impresión 3D, hologramas y realidad virtual aplicadas en la moda digital mediante la revisión sistemática de investigaciones académicas y análisis de proyectos de diseño vanguardistas identificando su influencia en la creación y expresión de signos vestimentarios, para comprender la integración tecnológica está dando forma a las tendencias y estilos contemporáneos de vestimenta en el ámbito digital.	Metodología	Fecha de realización	Resultado	Recomendaciones	Conclusiones
Actividad 1	Buscar y seleccionar 2 investigaciones académicas que aborden las tecnologías de impresión 3D, hologramas y	Revisión sistemática	5 febrero 2024	En esta sección se obtuvieron dos tesis de grado relevantes para el estudio: una sobre la representación del cuerpo en entornos digitales y	Realizar una investigación comparativa entre diferentes contextos culturales, sociales y geográficos para analizar la	La búsqueda y selección de dos tesis académicas relevantes sobre tecnologías de impresión 3D, hologramas y realidad virtual

	realidad virtual aplicadas en la moda digital			otra sobre el concepto emergente del metaverso en la industria de la moda. Estas tesis servirán como fundamentos para explorar la interacción entre el cuerpo, los signos vestimentarios y el metaverso en el contexto de este proyecto de investigación.	adaptación y expresión de la moda digital y llevar a cabo estudios empíricos con usuarios finales para evaluar su percepción y comportamiento respecto a la moda digital.	aplicadas en la moda digital ha demostrado que existe un cuerpo considerable de investigación en este campo. Estas tesis proporcionan un sólido fundamento para explorar la interacción entre el cuerpo, los signos vestimentarios y el metaverso en el contexto de este proyecto de investigación.
Actividad 2	Leer y resumir las investigaciones académicas seleccionadas, identificando los conceptos, las metodologías, los resultados y las conclusiones más importantes para el tema de la moda digital	Ficha bibliográfica	12 febrero 2024	Se realizó una revisión de literatura utilizando las dos tesis de grado obtenidas. Esta revisión permitió profundizar en la interacción entre el cuerpo, los signos vestimentarios y el metaverso en el contexto de la moda digital, proporcionando una base sólida para el desarrollo de este proyecto de investigación.	Ampliar la investigación mediante estudios comparativos entre diferentes contextos culturales y sociales para entender cómo la moda digital se adapta a diversas realidades. Además, realizar estudios empíricos con usuarios finales para evaluar su percepción y comportamiento, lo cual ayudará a diseñadores y empresas a mejorar sus estrategias y satisfacer mejor las necesidades de los consumidores.	La intersección entre la moda digital y las tecnologías emergentes está redefiniendo la industria. La representación del cuerpo en entornos digitales permite experiencias únicas, mientras que el metaverso ofrece oportunidades de negocio innovadoras en el comercio minorista y la moda a través de experiencias de compra inmersivas y la creación de prendas virtuales. Esta transformación promete continuar liderando la innovación en la industria de la moda.

Actividad 3	<p>Buscar y seleccionar 2 proyectos de diseño vanguardistas que utilicen las tecnologías de impresión 3D, hologramas y realidad virtual en la moda digital, utilizando fuentes de acceso público y criterios de originalidad, creatividad y diversidad.</p>	Revisión sistemática	26 febrero 2024	<p>Se utilizó la revisión de literatura basada en las dos tesis de grado obtenidas. Esto facilitó un análisis más profundo de la interacción entre el cuerpo, los signos vestimentarios y el metaverso en el ámbito de la moda digital, sirviendo como base esencial para este proyecto de investigación.</p>	<p>Ampliar el estudio a otras tecnologías emergentes como la impresión 3D y los hologramas en la moda digital y realizar estudios empíricos con usuarios para evaluar sus percepciones y comportamientos, lo que podría ofrecer nuevas perspectivas y mejorar la aplicación práctica de estas tecnologías.</p>	<p>Aunque las tesis revisadas no abordan directamente el uso de tecnologías específicas como la impresión 3D y hologramas en la moda digital, proporcionan una comprensión profunda de la interacción entre el cuerpo, los signos vestimentarios y la realidad virtual. Esta revisión literaria sirvió como una sólida base para identificar proyectos de diseño vanguardistas que hacen uso de la realidad virtual garantizando una aproximación informada a la búsqueda de proyectos creativos y originales.</p>
Actividad 4	<p>Analizar los proyectos de diseño vanguardistas seleccionados, describiendo sus características, sus objetivos, sus procesos y sus resultados, así como su influencia en la creación y expresión de signos vestimentarios en la moda digital.</p>	Análisis semiótico	26 febrero 2024	<p>En esta etapa se obtuvieron dos infografías basadas en la revisión de literatura de las tesis de grado seleccionadas. Estas infografías resaltan la importancia y complementariedad de los temas abordados en el trabajo.</p>	<p>Continuar utilizando herramientas visuales como infografías para sintetizar y comunicar los hallazgos de investigaciones futuras. Además, se sugiere realizar talleres o presentaciones interactivas que involucren a los usuarios finales y profesionales de la moda digital, lo que podría proporcionar una retroalimentación valiosa y fomentar una mayor comprensión y</p>	<p>La creación de dos infografías basadas en la revisión de literatura de las tesis de grado seleccionadas permitió resaltar la importancia y complementariedad de los temas abordados. Estas infografías ofrecen una visión clara de los proyectos de diseño vanguardistas analizados describiendo sus características, objetivos, procesos y resultados, así como su influencia en la creación y expresión de signos</p>

					aplicación de estos conceptos en la práctica.	vestimentarios en la moda digital cumpliendo con el objetivo establecido para esta etapa del estudio.
Actividad 5	<p>Comparar y contrastar las investigaciones académicas y los proyectos de diseño vanguardistas, estableciendo similitudes, diferencias y relaciones entre ellos, para comprender la integración tecnológica está dando forma a las tendencias y estilos contemporáneos de vestimenta en el ámbito digital.</p>	Análisis comparativo	4 marzo 2024	<p>Se elaboró una tabla comparativa para analizar la información de la revisión de literatura y las infografías de las dos tesis de grado. El objetivo es identificar y analizar los puntos en común entre los temas tratados en ambas tesis, resaltando cómo se complementan y relacionan los conceptos del cuerpo en entornos digitales y del metaverso en la industria de la moda en este proyecto de grado.</p>	<p>Ampliar el análisis comparativo a otros estudios relevantes para identificar tendencias emergentes y desarrollar una comprensión más holística de la interacción entre el cuerpo, la moda y la tecnología en diferentes contextos.</p>	<p>Las tesis analizadas ofrecen perspectivas complementarias sobre la intersección entre el cuerpo, la moda y la tecnología en el entorno digital. Aunque se centran en aspectos diferentes, como la construcción de la imagen del cuerpo vestido en el ciberespacio y el impacto del metaverso en el comercio minorista y la moda, ambas resaltan la importancia de la innovación y la adaptabilidad en un contexto digital en constante cambio. Estas investigaciones proporcionan una visión integral de cómo la tecnología está dando forma a las tendencias y estilos contemporáneos de vestimenta en la moda digital.</p>
Objetivo específico 2	Revisar fuentes documentales visuales y material multimedia, con el fin de analizar la transformación de la interacción y la experiencia de la moda en la	Metodología	Fecha de realización	Resultado	Recomendaciones	Conclusiones

	era digital, y la manera en que la combinación de elementos visuales y tecnológicos ha llevado a la creación de experiencias de vestimenta, redefiniendo la interacción entre la moda, la tecnología y la relación con quienes participan en este entorno digital.					
Actividad 1	Buscar y seleccionar 3 fuentes documentales visuales y material multimedia que muestren la transformación de la interacción y la experiencia de la moda en la era digital, utilizando criterios de calidad, relevancia y actualidad.	Revisión sistemática	11 marzo 2024	Se eligieron tres documentales cortos sobre los temas del cuerpo y el metaverso en la moda. Estos documentales fueron elegidos por su relevancia para el trabajo de grado y su capacidad para ofrecer perspectivas adicionales sobre los temas clave abordados en este proyecto.	Continuar integrando materiales audiovisuales en la investigación para enriquecer el análisis de los temas estudiados. Además, se recomienda la creación de un análisis crítico de estos documentales y la organización de discusiones grupales que involucren a estudiantes y profesionales de la moda para fomentar un intercambio de ideas y una comprensión más profunda de los temas tratados.	La selección de tres documentales cortos sobre el cuerpo en la era digital y la implementación del metaverso en la moda ha sido importante para este trabajo de grado al ofrecer perspectivas adicionales sobre los temas clave del proyecto. Estas fuentes visuales cumplen con criterios de calidad, relevancia y actualidad mejorando así la comprensión de la transformación de la moda en la era digital.
Actividad 2	Clasificar las fuentes documentales visuales y material multimedia según el tipo de tecnología que utilizan para crear	Tipología	18 marzo 2024	De los 3 documentales fueron clasificados para identificar los temas principales que abordaban. Esta clasificación permitió una comprensión más clara de los	Continuar utilizando técnicas de clasificación y análisis para organizar y comprender mejor la información recopilada en la investigación. Además, se	La clasificación de los tres documentales cortos seleccionados según los temas principales abordados ha facilitado una comprensión más

	<p>experiencias de vestimenta, como la realidad virtual o aumentada, el 3D y los hologramas, y según el tipo de formato que emplean, como los desfiles digitales, las revistas digitales, el metaverso y el ideal de moda en Instagram.</p>			<p>enfoques y contenidos de cada documental facilitando la selección de los más pertinentes para la investigación.</p>	<p>sugiere explorar otras fuentes de información, como artículos académicos o entrevistas con expertos, para complementar el análisis de los temas relacionados con la moda digital y el metaverso.</p>	<p>clara de los enfoques y contenidos de cada uno.</p>
<p>Actividad 3</p>	<p>Analizar las fuentes documentales visuales y material multimedia, describiendo sus características, sus objetivos, sus procesos y sus resultados, así como su influencia en la transformación de la interacción y la experiencia de la moda en la era digital.</p>	<p>Análisis semiótico</p>	<p>25 marzo 2024</p>	<p>Se realizaron breves descripciones de cada documental destacando los puntos específicos tratados y su relevancia para el trabajo de grado. Estas descripciones proporcionaron una visión general de los contenidos de los documentales y su contribución a la investigación sobre la representación del cuerpo en entornos digitales y el papel del metaverso en la industria de la moda.</p>	<p>Considerar la posibilidad de ampliar las descripciones de los documentales seleccionados mediante la inclusión de ejemplos concretos, citas relevantes o datos estadísticos que respalden los puntos tratados en cada documental.</p>	<p>El análisis detallado de los tres documentales cortos seleccionados proporcionó una visión clara de los temas tratados y su relevancia para el trabajo de grado. Cada descripción ha destacado puntos específicos abordados en los documentales desde la influencia de las redes sociales en la percepción de la belleza hasta la incursión de la moda en el ámbito digital y su impacto en la industria contemporánea. Estas descripciones han contribuido significativamente a la comprensión de cómo las interacciones y experiencias de la moda están siendo transformadas en la era digital.</p>

Objetivo específico 3	<p>Evaluar ejemplos de moda digital que fusionan signos tradicionales y nuevas tecnologías, mediante un análisis crítico de casos destacados y una comparación con la moda convencional para identificar patrones, tendencias y diferencias en cómo la fusión de elementos impacta en la relación entre moda, tecnología y consumidores en el contexto digital, centrándose en ejemplos donde se evidencien signos vestimentarios a través de hologramas o realidad aumentada.</p>	Metodología	Fecha de realización	Resultado	Recomendaciones	Conclusiones
Actividad 1	<p>Buscar y seleccionar 2 ejemplos de moda digital que fusionen signos tradicionales y nuevas tecnologías, creatividad y diversidad. Centrarse en ejemplos donde se evidencien signos vestimentarios a través de hologramas o</p>	Revisión sistemática	1 abril 2024	<p>Se realizó un análisis detallado de las infografías para identificar los signos vestimentarios presentes en ellas. Cada signo de vestimenta relacionado con la representación del cuerpo en entornos digitales y el papel del metaverso en la industria de la moda fue identificado y</p>	<p>Considerar la posibilidad de ampliar el análisis de las infografías mediante la aplicación de teorías semióticas específicas para una comprensión más profunda de los significados de los signos vestimentarios identificados.</p>	<p>La exploración de las infografías reveló una variedad de signos vestimentarios en la moda digital y el metaverso. Estos reflejan la compleja interacción entre la representación del cuerpo en entornos digitales y la identidad personal, así como la influencia tecnológica en la experiencia y</p>

	realidad aumentada, como los que se presentan en los desfiles digitales, las revistas digitales, el metaverso y el ideal de moda en Instagram.			señalado en las infografías.		consumo de moda. La clasificación según teorías semióticas proporcionó una comprensión más profunda de su significado.
Actividad 2	Analizar los ejemplos de moda digital seleccionados, describiendo sus características, sus objetivos, sus procesos y sus resultados, así como su influencia en la fusión de signos tradicionales y nuevas tecnologías en la moda digital.	Análisis semiótico / Análisis crítico	8 abril 2024	Del mismo modo, se llevó a cabo un análisis de los documentales para identificar los signos vestimentarios presentes en ellos. Se identificaron y señalaron los signos de vestimenta relevantes para la representación del cuerpo en entornos digitales y el papel del metaverso en la industria de la moda.	Para enriquecer el análisis de los documentales se sugiere considerar la realización de para obtener perspectivas adicionales sobre los signos vestimentarios identificados y su impacto en la representación del cuerpo en entornos digitales. Además, explorar la posibilidad de analizar la recepción y percepción de los documentales por parte de la audiencia para comprender mejor su influencia en la sociedad contemporánea.	Los documentales analizados proporcionan una visión amplia de cómo la moda digital está transformando la percepción de la belleza y la identidad en las redes sociales y más allá. Se observa cómo los signos vestimentarios desde la representación idealizada del cuerpo hasta la promoción de la diversidad corporal, reflejan la complejidad de la autoexpresión en el mundo digital.
Actividad 3	Comparar y contrastar los ejemplos de moda digital con la moda convencional, estableciendo patrones, tendencias y diferencias en cómo la fusión de elementos impacta en la relación entre moda, tecnología y consumidores	Análisis comparativo / Análisis impacto	15 abril 2024	Se describieron los signos vestimentarios encontrados tanto en las infografías como en los documentales. Se proporcionó una explicación para cada signo resaltando su importancia como elemento vestimentario dentro del contexto de las infografías y los documentales, así como su	Continuar explorando ejemplos y casos específicos que ilustren cómo los signos vestimentarios identificados en las infografías y los documentales están siendo implementados en la moda digital y cómo influyen en la percepción de la belleza, la identidad y la	La actividad cumplió el objetivo de comparar y contrastar ejemplos de moda digital con la moda convencional destacando cómo la fusión de elementos afecta la relación entre moda, tecnología y consumidores en el contexto digital. Los signos vestimentarios encontrados en las

	en el contexto digital.			relevancia para el trabajo de grado.	autoexpresión en el mundo digital.	infografías y documentales revelaron la transformación de la percepción de la belleza y la identidad en las redes sociales, así como la promoción de la diversidad corporal y la autoexpresión en el mundo digital. Temas como el impacto del body shaming y el body positivity en las redes sociales, la redefinición de los estándares de belleza por modelos digitales y la implementación de realidad aumentada en la moda resaltan la evolución y las oportunidades que la moda digital presenta para la inclusión, la sostenibilidad y una imagen corporal positiva en la sociedad contemporánea.
--	-------------------------	--	--	--------------------------------------	------------------------------------	---

Tabla 12. Complementos del proyecto.

Fuente: Creación propia.

Recolección y análisis de datos

Revisión de literatura

En esta sección se realizó una revisión de literatura enfocada en dos tesis de grado relevantes para el presente estudio. La primera tesis examina la representación del cuerpo en entornos digitales, mientras que la segunda aborda el concepto emergente del metaverso en la industria de la moda. Estas tesis servirán como pilares fundamentales para explorar la interacción

entre el cuerpo, los signos vestimentarios y el metaverso en el contexto de este proyecto de investigación.

Tabla 13

Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"						
Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
1	El cuerpo vestido en la red. – Tesis de grado	https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2435/El%20cuerpo%20vestido%20en%20la%20red.pdf?sequence=1&isAllowed=y	María Camila Pastás Riascos	El objetivo principal de esta investigación es estudiar cómo se presenta el cuerpo vestido en el entorno	Se utilizó un estudio de caso para analizar tiendas virtuales de vestuario y obtener información detallada	1. El cuerpo en la virtualidad se presenta como una entidad que se aleja de la realidad física, pero mantiene una conciencia de sí mismo lo que permite una experiencia diferente y una

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
				digital incluyend o videos musicales, perfiles de redes sociales y publicidad y comprend er cómo se construye su imagen virtual.	sobre los parámetro s utilizados en la construcci ón de esta imagen. Se examinará n elementos como la tipología de cuerpo,	percepción desde afuera en lugar de desde adentro (Riascos, 2015). 2. La tecnología ha permitido la creación de modelos plásticos informáticos que representan el cuerpo de manera maleable y manipulable especialmente en el contexto del diseño

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
					<p>la gestualida d y la relación entre el cuerpo y la prenda para identificar patrones comunes en la representa ción del cuerpo</p>	<p>y la informática (Riascos, 2015). 3. El concepto de hipercuerpo se describe como una entidad descorporeizada que existe en el discurso virtual y trasciende los límites físicos del cuerpo humano en la vida real, mientras que el concepto de</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
					<p>vestido en el ciberespacio, consideran do la influencia de la identidad de la marca y las tendencias</p>	<p>hipocuerpo representa el cuerpo real inmerso en los contextos socioculturales actuales, influenciado por la tecnología, pero aún sujeto a los límites de la realidad y materialidad (Riascos, 2015). 4. Desde la perspectiva del</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
					<p>globales de belleza.</p>	<p>diseño de vestuario es destacable ver la relación recíproca entre el cuerpo y la vestimenta donde ambos se consideran objetos sociales y se influyen mutuamente (Riascos, 2015). 5. En el entorno virtual, el cuerpo se convierte en un elemento</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>construido y planificado, liberado de las limitaciones físicas del mundo real.</p> <p>6. El cuerpo en el ciberespacio potencia su actividad comunicadora al representarse a través de una imagen perpetua capaz de trascender el tiempo y el</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>espacio (Riascos, 2015).</p> <p>7. El vestido al unirse con el cuerpo en el entorno virtual pierde su función tradicional de cubrir el cuerpo y se centra en comunicar a través de la imagen (Riascos, 2015).</p> <p>8. En el ciberespacio, el</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>vestido se convierte en un elemento esencial para la construcción de identidades y la comunicación interpersonal (Riascos, 2015).</p> <p>9. Las tiendas virtuales construyen la imagen del cuerpo vestido centrándose en elementos como la fotografía, la</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>manipulación de imágenes, el estilismo, la gestualidad y las locaciones para expresar el concepto de la colección y el estilo de vida asociado (Riascos, 2015).</p> <p>10. Hay una transición del contexto físico al virtual implica una</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						reinterpretación del cuerpo y del vestido donde elementos como el tacto y el fit se reemplazan por representaciones visuales lo que permite al usuario identificarse con un cuerpo vestido idealizado que no necesariamente corresponde al suyo (Riascos,

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						2015). 11. Las tiendas virtuales construyen la imagen del cuerpo vestido para reemplazar la relación física entre el cuerpo y el vestuario en el ciberespacio utilizando elementos como el contexto, el gesto corporal, la

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>tipología de cuerpo y los códigos estéticos para facilitar la identificación del usuario con la imagen del cuerpo vestido (Riascos, 2015).</p> <p>12. En el entorno virtual, el cuerpo es concebido como un cuerpo cuasi-otro, siendo percibido principalmente a</p>

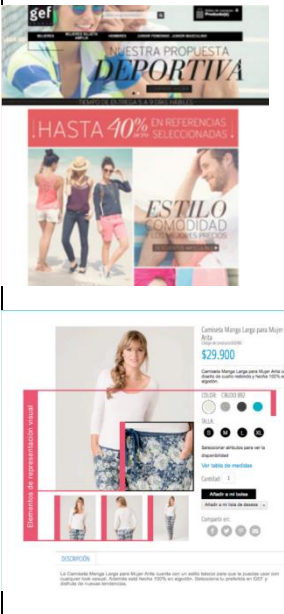
**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>través de imágenes (Riascos, 2015).</p> <p>13. La representación del cuerpo en la virtualidad se basa en la visualización mediante imágenes, donde el cuerpo se transforma en una imagen al ingresar al mundo digital (Riascos, 2015).</p> <p>14. El vestido como un medio de</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>comunicación sociocultural que se construye para ser visto por otros, convirtiéndose en un código visual y espacial (Riascos, 2015).</p> <p>15. En el ciberespacio el vestido se potencia como un código visual predominante, ya que su</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>representación se realiza principalmente a través de imágenes (Riascos, 2015).</p> 

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
2	El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda. – Tesis de grado	https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54616/TFG-J-415.pdf?sequence=1&isAllowed=y	Laura Martínez Pérez	Esclarecer el concepto de metaverso y explorar las principales tecnologías asociadas a él. Además, busca	Par a llevar a cabo esta investigación se optó por utilizar una metodología de tipo exploratoria en la cual se realizará una encuesta.	1. El metaverso como un espacio virtual en 3D que combina diferentes entornos digitales (Pérez, 2022). 2. Hay una idea de libertad dentro del metaverso donde los usuarios pueden crear y comprar activos digitales, interactuar con otros mediante

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
				<p>analizar las oportunidades de negocio que el metaverso podría ofrecer para empresas de diversos sectores, con un</p>	<p>Dado el carácter exploratorio de la investigación la encuesta no puede clasificarse como cuantitativa, ya que busca obtener indicios</p>	<p>avatares, socializar, trabajar y jugar. Esta libertad ofrece nuevas oportunidades de economía y comercio lo que está atrayendo a grandes empresas hacia este espacio (Pérez, 2022). 3. Se espera que el metaverso brinde oportunidades significativas para</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
				<p>enfoque especial en el retail y la moda</p>	<p>sobre el tema en estudio sin llegar a resultados concluyentes.</p>	<p>el sector minorista especialmente debido a la omnicanalidad y la integración entre experiencias digitales y físicas (Pérez, 2022).</p> <p>4. La realidad aumentada podría revolucionar la experiencia de compra en línea al permitir a los consumidores</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>probar productos desde sus hogares, reduciendo así las devoluciones y el impacto ambiental (Pérez, 2022).</p> <p>5. Las marcas de moda, especialmente las de lujo están adoptando el metaverso lanzando colecciones exclusivas para</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>videojuegos y creando prendas virtuales para avatares (Pérez, 2022).</p> <p>6. Se espera que el metaverso represente una parte significativa de las ventas de lujo para 2030 con marcas como Prada y Balenciaga liderando la tendencia (Pérez,</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>2022).</p> <p>7. El concepto de "direct to avatar" está cambiando la forma en que los consumidores interactúan con la moda comprando prendas digitales para sus avatares en lugar de para ellos mismos (Pérez, 2022).</p> <p>8. Se están desarrollando</p>

**Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos
vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"**

Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						<p>proyectos que exploran la descentralización y la creación de centros comerciales virtuales donde los consumidores pueden adquirir NFTs y transformarlos en objetos físicos (Pérez, 2022).</p> <p>9. Estos proyectos están abriendo oportunidades para</p>

Revisión de literatura "La Moda Digital: Exploración de la intersección entre tecnología, signos vestimentarios y el cuerpo en la era contemporánea"						
Número	Título de texto	Enlace de donde se descargó	Autores	Idea principal/ Objetivo/ Pr oblema	Me todología	Ideas complementarias
						que las empresas se acerquen al metaverso de manera más accesible utilizando tecnologías como realidad virtual para mejorar la experiencia de compra (Pérez, 2022).

Tabla 13. Revisión de literatura.

Fuente: Creación propia.

Infografías

En esta etapa se crearon dos infografías basadas en la información recopilada durante la revisión de literatura sobre las tesis de grado seleccionadas. Estas infografías están diseñadas

para resaltar la importancia y la complementariedad de los temas abordados en el trabajo de grado. La primera infografía se centra en la representación del cuerpo en entornos digitales, mientras que la segunda se enfoca en el papel del metaverso en la industria de la moda.

El cuerpo vestido en la red

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.



Figura 1. Infografía el cuerpo vestido en la red.

Fuente: Creación propia.

El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.

Figura 1



Figura 2. Infografía El metaverso: Impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.

Fuente: Creación propia

Tabla comparativa

Se ha elaborado una tabla comparativa que examina la información extraída tanto de la revisión de literatura como de las infografías correspondientes a las dos tesis de grado. Esta tabla tiene como objetivo identificar y analizar los puntos en común entre los temas tratados en ambas tesis. Al comparar la información presentada en las infografías con los hallazgos de la revisión de literatura se pretende destacar cómo se complementan y se relacionan los conceptos del cuerpo en entornos digitales y del metaverso en la industria de la moda en el contexto de este proyecto de grado.

Tabla 14

Aspecto	El cuerpo vestido en la red	El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda
Objetivo	Estudiar cómo se presenta el cuerpo vestido en el entorno digital y comprender cómo se construye su imagen virtual.	Esclarecer el concepto de metaverso y explorar las tecnologías asociadas, analizando las oportunidades de negocio especialmente en retail y moda.
Entorno	Enfoque en la construcción de la imagen del cuerpo vestido en el	Exploración del metaverso como espacio virtual 3D que combina

	<p>ciberespacio incluyendo videos musicales, perfiles de redes sociales y publicidad. Se resalta la transformación del cuerpo en una entidad descorporeizada, así como la relación recíproca entre el cuerpo y la vestimenta.</p>	<p>diferentes entornos digitales. Se aborda la libertad y diversidad de interacciones dentro del metaverso destacando cómo las marcas de moda están adoptando este espacio para lanzar colecciones exclusivas y crear prendas virtuales para avatares.</p>
<p>Tecnología</p>	<p>Mención de la tecnología que permite la creación de modelos plásticos informáticos y la representación maleable del cuerpo. Se discute el concepto de hipercuerpo e hipocuerpo, así como la transición del contexto físico al virtual y su impacto en la interpretación del cuerpo y el vestido.</p>	<p>Análisis de la realidad aumentada y la integración de experiencias digitales y físicas en el comercio minorista. Se menciona cómo la realidad aumentada podría revolucionar la experiencia de compra en línea al permitir a los consumidores probar productos desde sus hogares.</p>

<p>Comunicación</p>	<p>Se describe cómo el cuerpo en el ciberespacio potencia su actividad comunicadora al representarse a través de una imagen perpetua capaz de trascender el tiempo y el espacio. Se enfatiza cómo el vestido pierde su función tradicional para centrarse en la comunicación a través de la imagen, convirtiéndose en un código visual y espacial.</p>	<p>Se menciona cómo el concepto de "direct to avatar" está cambiando la interacción de los consumidores con la moda, así como la descentralización y la creación de centros comerciales virtuales donde los consumidores pueden adquirir NFTs y transformarlos en objetos físicos. Se destaca la expectativa de que el metaverso represente una parte significativa de las ventas de lujo para 2030 y cómo los proyectos están abriendo oportunidades para que las empresas se acerquen de manera más accesible al metaverso utilizando tecnologías como</p>
----------------------------	--	--

		la realidad virtual para mejorar la experiencia de compra.
Impacto	Analiza cómo la construcción del cuerpo virtual afecta la percepción de la identidad y la comunicación en el entorno digital.	Explora las implicaciones del metaverso en el comercio minorista y la moda destacando el potencial de nuevas experiencias de compra y la transformación de la relación entre consumidores y marcas.
Perspectiva temporal	Enfoque en la situación actual del cuerpo y la moda en el entorno digital con implicaciones a corto y medio plazo.	Considera el futuro del comercio minorista y la moda en un contexto digital, proyectando tendencias y cambios esperados para los próximos años.
Innovación	Destaca cómo la representación del cuerpo en la virtualidad implica una reinterpretación del cuerpo y el vestido, explorando nuevas formas de expresión y comunicación.	Enfatiza la innovación en el ámbito del comercio minorista y la moda, señalando cómo el metaverso ofrece

		<p>oportunidades para experimentar con nuevas formas de comercialización y compromiso con los consumidores.</p>
<p>Experiencia de usuario</p>	<p>Analiza cómo la construcción de la identidad en el entorno digital influye en la experiencia de usuario y en la percepción de la moda como medio de expresión personal.</p>	<p>Considera cómo el metaverso puede mejorar la experiencia de compra del usuario al proporcionar un entorno inmersivo y personalizado, donde las marcas pueden ofrecer experiencias únicas y atractivas.</p>
<p>Adaptabilidad</p>	<p>Explora cómo el cuerpo y la moda se adaptan y transforman en el entorno digital, respondiendo a las nuevas demandas y expectativas de los usuarios en línea.</p>	<p>Discute la capacidad de las empresas para adaptarse al metaverso y aprovechar sus oportunidades, destacando la importancia de la innovación y la flexibilidad en un entorno digital en constante evolución.</p>

<p style="text-align: center;">Sostenibilidad</p>	<p style="text-align: center;">Considera el impacto ambiental de la moda digital y cómo las prácticas sostenibles pueden integrarse en el diseño y la comercialización de prendas virtuales.</p>	<p style="text-align: center;">Aborda la sostenibilidad en el contexto del metaverso, señalando cómo las tecnologías digitales pueden contribuir a reducir el impacto ambiental del comercio minorista y la moda, mediante la optimización de recursos y la reducción de residuos.</p>
--	--	--

Tabla 14. Tabla comparativa de infografías.

Fuente: Creación propia.

Documentales

Se seleccionaron varios documentales cortos relacionados con los temas del cuerpo y el metaverso en la moda. Inicialmente se clasificaron los documentales para identificar los temas principales que abordaban. Posteriormente, se realizaron breves descripciones de cada documental destacando los puntos específicos tratados y su relevancia para el trabajo de grado. Se seleccionaron dos documentales que exploran la representación del cuerpo en entornos digitales, así como uno que examina el papel del metaverso en la industria de la moda. Estos documentales proporcionarán perspectivas adicionales y enriquecerán la investigación sobre los temas clave abordados en este proyecto.

Clasificación

Tabla 15

Documental 1	Ideales de belleza en las redes sociales
Documental 2	#Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales
Documental 3	La moda digital y el blockchain

Tabla 15. Clasificación de documentales.

Fuente: Creación propia.

Descripción

Documental 1: Ideales de belleza en las redes sociales

Figura 3



Figura 3. Documental Ideales de belleza en las redes sociales.

Fuente: DW Docuemtal

Descripción

El documental "Ideales de belleza en las redes sociales" ofrece una profunda exploración sobre cómo las plataformas digitales influyen en la percepción del ideal de belleza entre las mujeres. El foco principal recae en las imágenes corporales manipuladas digitalmente y cómo estas representaciones alteradas afectan tanto la percepción de la belleza como la autoimagen. A través de un análisis detallado, el documental expone cómo la vida cotidiana de las mujeres jóvenes se ve moldeada por lo que se ha denominado "belleza fantasma"¹³. El término "belleza fantasma" en el documental de DW se refiere a un ideal de belleza irreal que se promueve en las redes sociales. Este concepto abarca las imágenes corporales ilusorias que a menudo han sido mejoradas digitalmente, creando una versión de la belleza que es prácticamente inalcanzable en la vida real. La "belleza fantasma" se manifiesta en la forma en que las usuarias de plataformas como Instagram y Facebook presentan imágenes de sí mismas que han sido retocadas o embellecidas con filtros lo que lleva a una insatisfacción con la propia apariencia. El documental sugiere que esta constante exposición a imágenes perfectas y estilos de vida ideales puede tener consecuencias negativas, como obsesión por la delgadez, trastornos alimenticios, vergüenza corporal y sexismo (DW Documentales, 2019).

La cineasta Jennifer Rezny revela en el documental un estudio que evidencia un aumento en los niveles de inseguridad entre las jóvenes debido al impacto de las redes sociales. El documental también cuestiona la persistencia de los estándares de belleza femenina ¹⁴"ideales" en los medios de comunicación, a pesar de los llamamientos a favor de la diversidad y la inclusión. Se explora cómo la representación del cuerpo femenino ha sido históricamente objeto

¹³ Un ideal de belleza irreal promovido en las redes sociales que abarca imágenes corporales ilusorias y mejoradas digitalmente, creando una versión de la belleza prácticamente inalcanzable en la vida real.

¹⁴ Son criterios sociales y culturales que definen lo que se considera bello en las mujeres, y que pueden influir en su percepción de sí mismas y en su autoestima.

de identidad y sexualización reflejando un desarrollo social aún no equitativo. En este sentido, se plantea que aún se vive en una sociedad de rendimiento donde el capitalismo impulsa la constante necesidad de optimización y mejora, alimentando así una presión constante para cumplir con estándares irreales de belleza (DW Documentales, 2019).

La sexualización del cuerpo femenino, como resalta el documental ha sido una realidad histórica que persiste en la actualidad. Este fenómeno no solo se limita a la esfera pública, sino que también influye en las relaciones personales y cotidianas. Las mujeres enfrentan constantes juicios y críticas sobre su apariencia física lo que genera una presión significativa para cumplir con los estándares de belleza establecidos. Esta presión puede tener un impacto negativo en la autoestima y la autonomía de las mujeres contribuyendo así a un desarrollo social que aún no es equitativo en términos de representación y valoración de los cuerpos (DW Documentales, 2019).

El enfoque crítico del documental resalta la presión que sienten las mujeres para alcanzar un ideal de belleza fuera de lo posible con repercusiones negativas como trastornos alimenticios y baja autoestima. Sugiere que, a pesar de los avances hacia la diversidad y la aceptación corporal, la industria de la moda y la publicidad aún tienen un largo camino por recorrer para cambiar estos ideales arraigados. Además, el documental subraya la importancia de la representación mediática en la formación de la imagen corporal, evidenciando cómo las imágenes de cuerpos "perfectos", cuerpos considerados como ejemplos ideales de belleza y perfección con características tales como delgadez extrema, músculos definidos, piel impecable y proporciones físicas específicas que se consideran deseables según las normas culturales y sociales predominantes, pueden generar expectativas poco realistas y afectar negativamente la salud mental y física de las personas. Asimismo, se aborda el papel de las redes sociales como plataformas que pueden perpetuar estereotipos dañinos y promover la comparación social

exacerbando así la insatisfacción corporal y fomentando la búsqueda de procedimientos extremos para alcanzar estos ideales inalcanzables (DW Documentales, 2019).

El documental también destaca la importancia de la educación y la promoción de la autoestima corporal como herramientas fundamentales para contrarrestar los efectos nocivos de los estándares de belleza irreales. Se sugiere la implementación de programas escolares que fomenten la aceptación de la diversidad corporal y la valoración de la belleza en todas sus formas. Asimismo, se aboga por una regulación más estricta de la publicidad y la moda en cuanto a la representación de cuerpos, promoviendo una mayor diversidad y autenticidad en las imágenes que se proyectan en los medios de comunicación y las redes sociales (DW Documentales, 2019).

Por otro lado, el documental reflexiona sobre el papel de la industria de la moda y la publicidad en la creación y perpetuación de estos ideales de belleza. Se plantea la necesidad de un cambio de paradigma en la manera en que se comercializan los productos y se promueven los estándares de belleza, abogando por una responsabilidad más grande y ética en la presentación de modelos corporales. Además, se destaca la importancia de empoderar a las mujeres para que se conviertan en agentes de cambio y desafíen activamente las normas de belleza impuestas, promoviendo la aceptación de la diversidad y la valoración de la belleza individual (DW Documentales, 2019).

Finalmente, el documental de DW sobre el comercio de moda destaca cómo la industria de la "fast fashion"¹⁵ o moda rápida incita a los consumidores a comprar de manera compulsiva. Las nuevas colecciones se lanzan con frecuencia a precios muy bajos lo que lleva a un consumo

¹⁵ Modelo de negocio en la industria de la moda que se caracteriza por la producción masiva de prendas de vestir a bajo costo y la rápida rotación de las colecciones, lo que puede conducir a un consumo excesivo y a la acumulación de residuos textiles.

excesivo y a la acumulación de residuos textiles. Las empresas de moda rápida a menudo promueven una imagen de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, ofreciendo productos con sellos ecológicos y afirmando fabricar bajo estrictos estándares ambientales. Además, se muestra cómo la moda rápida ha llevado a la creación de montañas de ropa usada en lugares como el desierto de Atacama en Chile, simbolizando las consecuencias ambientales de este modelo de negocio (DW Documentales, 2019).

Documental 2: #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales

Figura 4

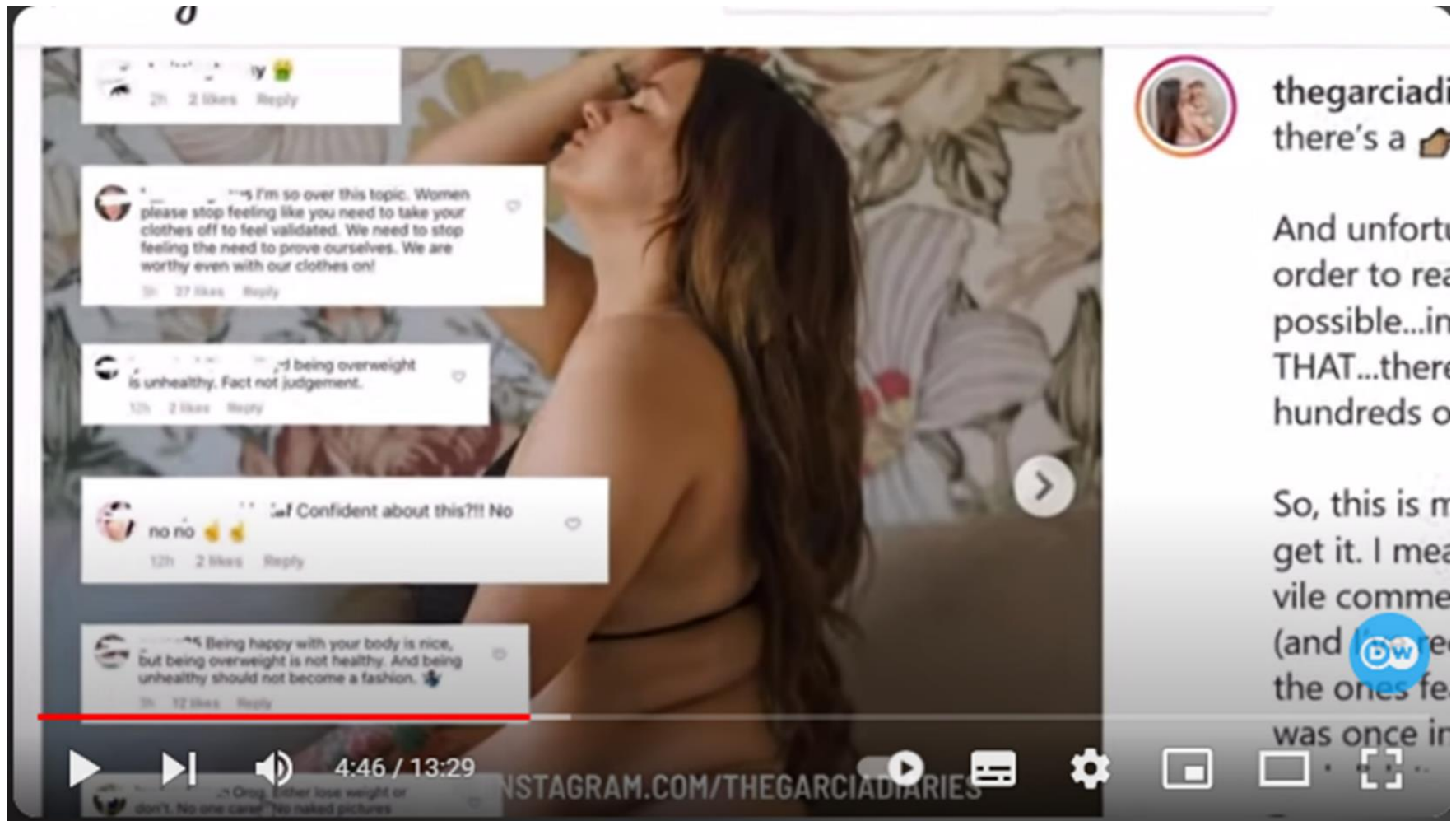


Figura 4. Documental #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales

Fuente: DW Español

Descripción

El video aborda el tema del body shaming¹⁶ y la body positivity¹⁷ en el contexto de las redes sociales presentando el cuerpo como un campo de batalla donde se libran luchas tanto internas como sociales. Las "luchas internas" en el contexto del body shaming y la body positivity se refieren a los conflictos emocionales y psicológicos que las personas experimentan en relación con su propia imagen corporal. Estas luchas pueden incluir la batalla contra la inseguridad, la baja autoestima y la insatisfacción con la propia apariencia física que a menudo son exacerbadas por las críticas y los estándares de belleza poco realistas promovidos en las redes sociales y otros medios. El body shaming, que se traduce como "avergonzar el cuerpo" consiste en criticar o avergonzar a una persona por su apariencia física, ya sea por su peso, forma corporal, color de piel o rasgos faciales. Este fenómeno se ha intensificado con la prevalencia de las redes sociales donde las imágenes de cuerpos "perfectos" son omnipresentes y pueden influir negativamente en la autoestima y la percepción del propio cuerpo (DW Español, 2021).

Por otro lado, el movimiento de body positivity surge como una respuesta al body shaming, promoviendo la aceptación y el amor propio independientemente del tamaño, forma o apariencia del cuerpo. Este movimiento busca visibilizar la realidad del cuerpo humano en todas sus formas y fomentar una imagen corporal positiva. Se sostiene la idea de que la belleza existe en todo tipo de cuerpos y que no hay necesidad de parecerse a los estándares impuestos por la sociedad, como la delgadez extrema, la musculatura excesiva, la piel perfectamente clara o

¹⁶ Práctica de criticar o avergonzar a una persona por su apariencia física, como su peso, forma corporal, color de piel o rasgos faciales. Esta crítica puede llevar a sentimientos de baja autoestima e inseguridad en la persona afectada.

¹⁷ Movimiento que promueve la aceptación y el amor propio independientemente del tamaño, forma o apariencia del cuerpo. Busca visibilizar la realidad del cuerpo humano en todas sus formas y fomentar una imagen corporal positiva desafiando los estándares de belleza tradicionales.

cualquier otra característica que se considere "ideal", para ser considerado bello o digno de aceptación (DW Español, 2021).

El video explora cómo estas dinámicas afectan a las personas en su vida diaria, especialmente en las redes sociales, donde la imagen que se presenta puede estar altamente curada y no siempre reflejar la realidad. También se discute el impacto que estas tendencias tienen en la salud mental y cómo pueden influir en la forma en que las personas eligen presentarse en línea, incluyendo la elección de su vestimenta y otros signos vestimentarios (DW Español, 2021).

Además, el documental incluye algunos testimonios de individuos que han experimentado body shaming y cómo han encontrado en el body positivity una forma de empoderamiento y resistencia. También es posible que se destaquen iniciativas y campañas que buscan promover una representación más diversa e inclusiva de los cuerpos¹⁸ en los medios y en la moda. En conjunto, este video proporciona un contexto valioso para entender los desafíos y oportunidades que presenta la era digital en términos de autoimagen y representación del cuerpo (DW Español, 2021).

¹⁸ Se refiere a la promoción de una amplia variedad de formas, tamaños y características corporales en los medios de comunicación y en la moda, para reflejar la diversidad real de la población y fomentar la aceptación de todos los tipos de cuerpos.

Documental 3: La moda digital y el blockchain – Metaverso

Figura 5



Figura 5. Documental La moda digital y el blockchain

Fuente: DW Documental

Descripción

El documental " La moda digital y el blockchain" presenta una detallada exploración sobre la incursión de la moda en el ámbito digital y su influencia en la industria contemporánea. En esta producción cinematográfica, se examina de manera meticulosa cómo las prendas de alta costura están siendo concebidas, producidas y distribuidas exclusivamente en el mundo virtual¹⁹, desafiando las convenciones tradicionales del diseño y la comercialización de moda (DW Español, 2022).

Desde sus primeros minutos el documental introduce al espectador en un universo donde la innovación tecnológica y la creatividad convergen para dar lugar a una nueva forma de expresión en la moda. A través de testimonios de expertos como Amber Loten fundadora de una casa de alta costura digital y líderes visionarios en la industria como David Reaper, quien implementa elementos de realidad aumentada para llegar a una audiencia más joven, revelando el proceso detrás de la creación de prendas digitales que rivalizan en calidad y detalle con sus contrapartes físicas. Este proceso innovador no solo ofrece un nuevo horizonte en la moda, sino que además aborda directamente los impactos ambientales asociados a la producción convencional de moda tales como la contaminación del agua y del aire, el agotamiento de recursos naturales y la generación de residuos textiles. La moda digital emerge como una alternativa sostenible y responsable ante estos desafíos ambientales urgentes (DW Español, 2022).

Sin embargo, más allá de la exploración técnica el documental se adentra en las implicaciones sociales y económicas de esta transformación en la moda. Se plantean cuestiones cruciales sobre el valor y la aceptación de los productos digitales en una sociedad cada vez más

¹⁹ Diseño, producción y distribución de prendas de alta calidad exclusivamente en el mundo virtual, desafiando las convenciones tradicionales de la moda física.

orientada hacia lo tangible. Por ejemplo, para un comprador convencional acostumbrado a la experiencia táctil y física de la moda, la idea de adquirir prendas que solo existen en formato digital puede generar escepticismo o interrogantes sobre su utilidad y autenticidad. Sin embargo, a medida que se profundiza en el tema se revela el potencial de la moda digital para fomentar un consumo más consciente y responsable al reducir significativamente los impactos ambientales asociados a la producción y distribución de prendas físicas. A medida que se sigue el viaje de los pioneros de la moda digital se ofrece una reflexión profunda sobre cómo esta evolución está moldeando no solo la industria de la moda, sino también la percepción de la identidad y el consumo en la era digital (DW Español, 2022).

Además, el documental analiza el ascenso de los modelos digitales²⁰ como Shoodu y Noonoori quienes están redefiniendo los estándares de belleza y representación en la industria. A través de avatares digitales, estas figuras influyentes están desafiando las convenciones establecidas sobre la moda y la identidad particularmente al romper con los modelos tradicionales de belleza física y representación cultural. Están capturando la atención del público de una manera sin precedentes al ofrecer una visión más diversa e inclusiva de la moda y la identidad. A medida que la moda virtual continúa ganando terreno, el documental plantea preguntas fundamentales sobre el futuro de la industria y el papel que desempeñará la tecnología en su evolución. En última instancia, ofrece una visión ponderada y reflexiva sobre un mundo donde la creatividad y la tecnología convergen para dar forma a una nueva era en la moda (DW Español, 2022).

²⁰ Son avatares o representaciones digitales de personas que están siendo utilizados en la industria de la moda para promover productos y redefinir los estándares de belleza y representación.

Recolección de datos

Signos vestimentarios, infografías

Se llevó a cabo una revisión detallada de los signos vestimentarios presentes en ambas infografías. Se identificaron y señalaron cada signo de vestimenta que se encontró en las infografías relacionadas con la representación del cuerpo en entornos digitales y el papel del metaverso en la industria de la moda. Se proporcionó una explicación para cada signo, resaltando su importancia como elemento vestimentario dentro del contexto de las infografías y su relevancia para el trabajo de grado.

El cuerpo vestido en la red

Figura 6

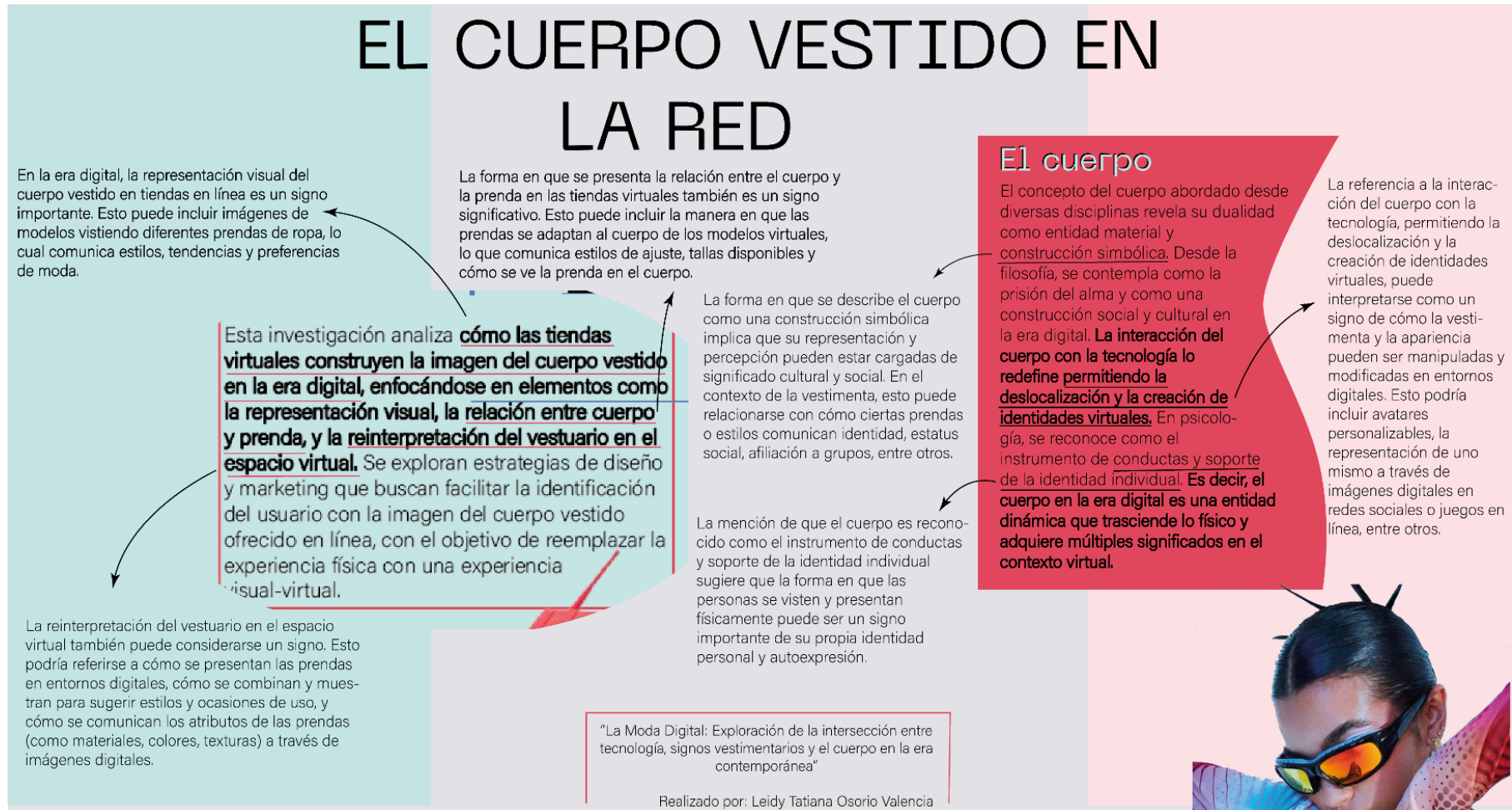


Figura 6. Signos vestimentarios- El cuerpo en la red.

Fuente: Creación propia.

Figura 7



Figura 7. Signos vestimentarios- El cuerpo en la red.

Fuente: Creación propia.

Los signos vestimentarios presentes en este contexto pueden ser interpretados a través de la triada semiótica de Peirce desde la representación visual del cuerpo en tiendas virtuales hasta la fotografía manipulada, el representamen actúa como mediador entre el objeto que es el cuerpo vestido y su identidad y el interpretante que son las emociones y significados evocados.

Principalmente **íconos** al representar el cuerpo y símbolos al comunicar estilos, estos signos evidencian cómo la vestimenta en el entorno digital influye en la percepción de la identidad y la autoexpresión.

En relación con las categorías propuestas por Roland Barthes se observan ejemplos claros de **vestido-imagen** y **vestido-real** en los signos encontrados. El vestido-imagen se refleja en la representación visual del cuerpo en tiendas virtuales transmitiendo conceptos de belleza y distinción. Por otro lado, el vestido-real se manifiesta en la conexión entre el cuerpo y la prenda destacando la funcionalidad y la comodidad para el uso cotidiano. Estos tipos de signos revelan cómo la moda transmite mensajes sobre identidad y estilo de vida en el entorno digital.

Tabla 16

Signos vestimentarios – El cuerpo en la red
Representación visual del cuerpo vestido en tiendas virtuales: En la era digital, la representación visual del cuerpo vestido en tiendas en línea es un signo importante. Esto puede incluir imágenes de modelos vistiendo diferentes prendas de ropa, lo cual comunica estilos, tendencias y preferencias de moda.
Relación entre cuerpo y prenda: La forma en que se presenta la relación entre el cuerpo y la prenda en las tiendas virtuales también es un signo significativo. Esto puede incluir la manera en que las prendas se adaptan al cuerpo de los modelos virtuales comunicando estilos de ajuste, tallas disponibles y cómo se ve la prenda en el cuerpo.

Reinterpretación del vestuario en el espacio virtual: La reinterpretación del vestuario en el espacio virtual también puede considerarse un signo. Esto podría referirse a cómo se presentan las prendas en entornos digitales, cómo se combinan y muestran para sugerir estilos y ocasiones de uso, y cómo se comunican los atributos de las prendas (como materiales, colores, texturas) a través de imágenes digitales.

Construcción simbólica del cuerpo: La forma en que se describe el cuerpo como una construcción simbólica implica que su representación y percepción pueden estar cargadas de significado cultural y social. En el contexto de la vestimenta, esto puede relacionarse con cómo ciertas prendas o estilos comunican identidad, estatus social y afiliación a grupos.

Identities virtuales y deslocalización: La referencia a la interacción del cuerpo con la tecnología, permitiendo la deslocalización y la creación de identidades virtuales, puede interpretarse como un signo de cómo la vestimenta y la apariencia pueden ser manipuladas y modificadas en entornos digitales. Esto podría incluir avatares personalizables, la representación de uno mismo a través de imágenes digitales en redes sociales o juegos en línea.

El cuerpo como soporte de identidad individual: La mención de que el cuerpo es reconocido como el instrumento de conductas y soporte de la identidad individual sugiere que la forma en que nos vestimos y presentamos físicamente puede ser un signo importante de nuestra identidad personal y autoexpresión.

Imágenes de cuerpos vestidos en línea: Las imágenes de cuerpos vestidos en línea son signos visuales que comunican estilo de vida, valores de marca y aspiraciones. Estas imágenes pueden incluir modelos vistiendo prendas de ropa que representan un determinado

estilo lo que comunica la identidad y el mensaje de la marca, así como los valores de esta tales como la innovación, la calidad, la autenticidad o la sostenibilidad.

Conexión emocional con los usuarios: El objetivo de generar una conexión emocional con los usuarios a través de las imágenes de cuerpos vestidos implica que estas imágenes están diseñadas para evocar emociones específicas en el espectador. Esto puede lograrse mediante el uso de estilos de vestimenta que reflejen los valores y aspiraciones de la marca, lo que a su vez puede influir en las decisiones de compra y en la identificación del usuario con la marca.

Construcción de imágenes virtuales: La referencia a la virtualidad convirtiendo al cuerpo vestido en una construcción de imágenes utilizando representaciones isomorfas, análogas o modelos plásticos informáticos indica cómo las marcas pueden utilizar tecnologías digitales para crear representaciones visuales de cuerpos vestidos en línea. Estas representaciones pueden ser manipuladas y adaptadas para cumplir con la estrategia de comunicación de cada marca, lo que puede incluir la creación de modelos digitales que representen el estilo y la identidad de la marca de manera idealizada.

Fotografía de cuerpos vestidos, manipulación de imágenes y estilismo: En las tiendas digitales, la fotografía de cuerpos vestidos es una herramienta clave para representar productos. Esta fotografía no solo muestra las prendas de vestir, sino que también comunica el estilo y la imagen que la marca busca proyectar, como puede ser un estilo moderno, elegante, casual o deportivo. Además, la manipulación de imágenes desempeña un papel importante en la creación de una imagen cuidadosamente construida. Esto incluye ajustes en el color, el contraste y la manipulación del cuerpo o la ropa para lograr un efecto deseado. Por otro lado, el estilismo, que se refiere a la selección y combinación de prendas y accesorios para crear un

look específico, también es esencial en las tiendas digitales. El estilismo no solo muestra las prendas, sino que también transmite un estilo de vida y una identidad aspiracional, lo que puede influir en las decisiones de compra de los usuarios.

Expresión visual compleja y significativa: Este enfoque sugiere que la forma en que el cuerpo se viste y presenta en el mundo digital es una forma de comunicación compleja y significativa. En este sentido, la vestimenta se convierte en un signo que comunica no solo información sobre la apariencia física, sino también sobre la identidad, el estilo y posiblemente otros aspectos culturales y sociales.

Imagen del cuerpo vestido como papel central en la comunicación y construcción de identidades: Aquí se enfatiza que la imagen del cuerpo vestido desempeña un papel crucial en la comunicación y la construcción de identidades en el entorno digital. Esto implica que la manera en que nos vestimos y presentamos en línea puede influir en cómo somos percibidos y en cómo nos identificamos a nosotros mismos y a los demás.

Tabla 16. Signos vestimentarios- El cuerpo en la red.

Fuente: Creación propia.

El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.

Figura 8

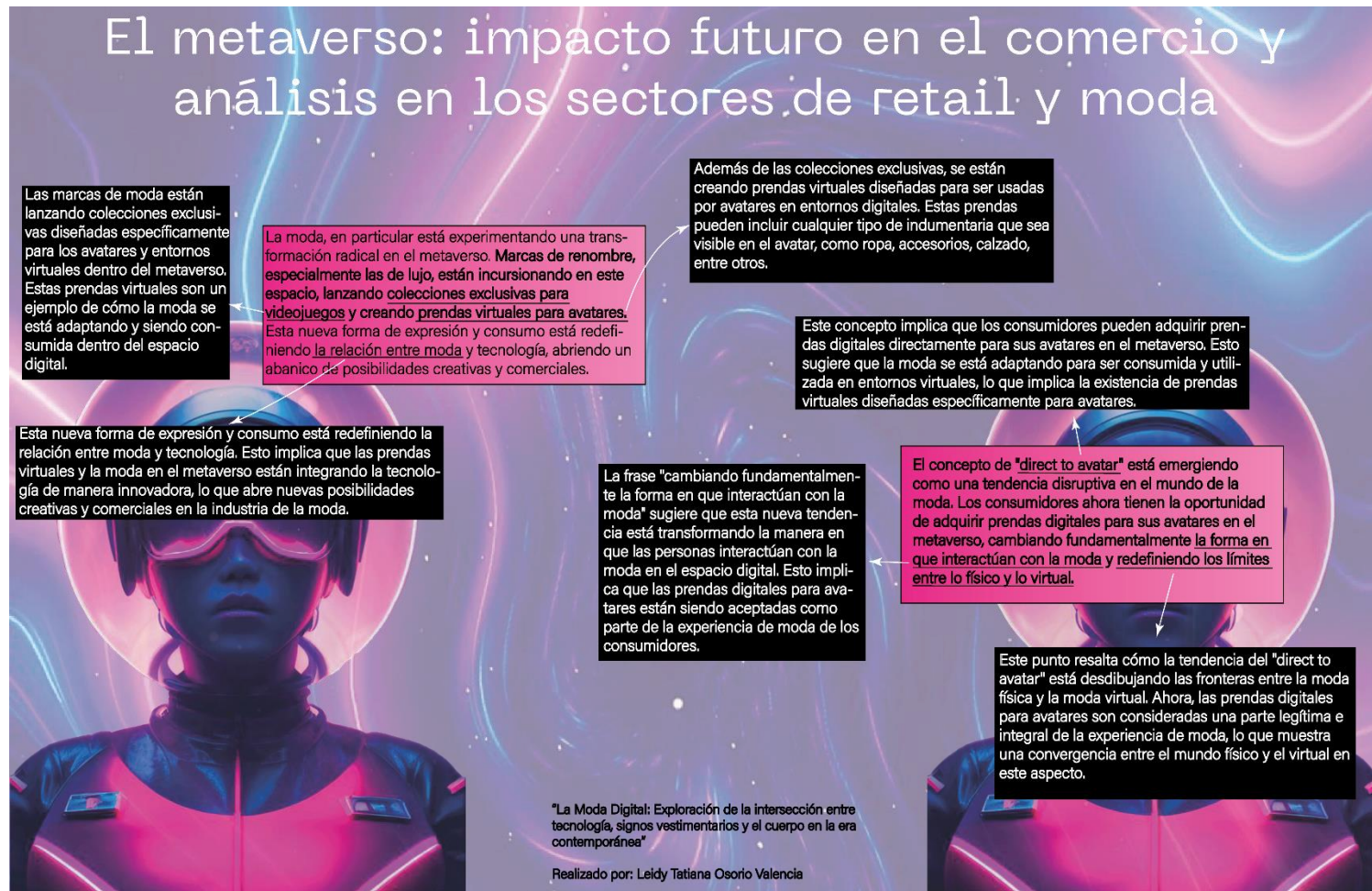


Figura 8. El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda

Fuente: Creación propia.

Dentro del metaverso los signos vestimentarios se pueden analizar mediante la triada semiótica de Charles Sanders Peirce. Aquí las prendas virtuales diseñadas para avatares y entornos digitales actúan como representamen, el concepto de moda en el metaverso como objeto y la aceptación de la moda digital como interpretante. Principalmente **icónicos** y **simbólicos**, estos signos que reflejan una semejanza con el objeto real en un espacio virtual enfatizando la importancia del contexto y la acción en su interpretación en el comercio y la moda en el metaverso.

En este contexto, los signos vestimentarios reflejan elementos de la clasificación de Roland Barthes, por ejemplo, en las "colecciones exclusivas para videojuegos" y las "prendas virtuales para avatares" ejemplifican el "**vestido-imagen**", centrado en la estética y la representación idealizada del cuerpo en entornos virtuales. Por otro lado, el "direct to avatar" y la "interacción con la moda en el metaverso" se relacionan con el "**vestido-real**", priorizando la funcionalidad sobre la estética en la vida cotidiana de los avatares en el espacio virtual. Esta clasificación de Barthes ayuda a entender la diversidad de funciones y significados de los signos vestimentarios en contextos emergentes como el metaverso.

Tabla 17

Signos vestimentarios – El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda.
Colecciones exclusivas para videojuegos: Las marcas de moda están lanzando colecciones exclusivas diseñadas específicamente para los avatares y entornos virtuales dentro del metaverso. Estas prendas virtuales son un ejemplo de cómo la moda se está adaptando y siendo consumida dentro del espacio digital.

<p>Prendas virtuales para avatares: Además de las colecciones exclusivas, se están creando prendas virtuales diseñadas para ser usadas por avatares en entornos digitales. Estas prendas pueden incluir cualquier tipo de indumentaria que sea visible en el avatar, como ropa, accesorios, calzado, entre otros.</p>
<p>Relación entre moda y tecnología: Esta nueva forma de expresión y consumo está redefiniendo la relación entre moda y tecnología. Esto implica que las prendas virtuales y la moda en el metaverso están integrando la tecnología de manera innovadora, lo que abre nuevas posibilidades creativas y comerciales en la industria de la moda.</p>
<p>"Direct to avatar": Este concepto implica que los consumidores pueden adquirir prendas digitales directamente para sus avatares en el metaverso. Esto sugiere que la moda se está adaptando para ser consumida y utilizada en entornos virtuales, lo que implica la existencia de prendas virtuales diseñadas específicamente para avatares.</p>
<p>Interacción con la moda en el metaverso: La frase "cambiando fundamentalmente la forma en que interactúan con la moda" sugiere que esta nueva tendencia está transformando la manera en que las personas interactúan con la moda en el espacio digital. Esto implica que las prendas digitales para avatares están siendo aceptadas como parte de la experiencia de moda de los consumidores.</p>
<p>Redefinición de los límites entre lo físico y lo virtual: Este punto resalta cómo la tendencia del "direct to avatar" está desdibujando las fronteras entre la moda física y la moda virtual. Ahora, las prendas digitales para avatares son consideradas una parte legítima e integral de la experiencia de moda, lo que muestra una convergencia entre el mundo físico y el virtual en este aspecto.</p>

Tabla 17. El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda

Fuente: Creación propia.

Signos vestimentarios, documentales

Se llevó a cabo una revisión detallada de los signos vestimentarios presentes en los tres documentales. Se identificaron y señalaron cada signo de vestimenta que se encontró en las infografías relacionadas con la representación del cuerpo en entornos digitales y el papel del metaverso en la industria de la moda. Se proporcionó una explicación para cada signo, resaltando su importancia como elemento vestimentario dentro del contexto de las infografías y su relevancia para el trabajo de grado.

Documental 1: Ideales de belleza en las redes sociales

Los signos vestimentarios relacionados con los ideales de belleza en las redes sociales pueden ser analizados a través de la teoría triádica de Charles Sanders Peirce. Cada representación de imágenes corporales manipuladas, la "belleza fantasma" y el retoque con filtros posee un representamen (la imagen editada), un objeto (los ideales de belleza promovidos en las redes sociales) y un interpretante (la percepción de la belleza por parte de quienes consumen este contenido). Estos signos pueden clasificarse como **símbolos, índices o iconos**, reflejando la relación arbitraria, de contigüidad o de semejanza respectivamente con los ideales de belleza. Además, el significado de estos signos se determina por sus efectos prácticos en el mundo real como la influencia en la autoestima y los comportamientos de las personas en línea con el pragmatismo de Peirce en la interpretación del significado de los signos.

Además, de los signos vestimentarios descritos en el análisis sobre los ideales de belleza en las redes sociales se pueden identificar ejemplos que encajan en las categorías propuestas por Roland Barthes, Por ejemplo, la manipulación digital de imágenes corporales y el embellecimiento con filtros encajarían en la categoría de "**vestido-imagen**" ya que buscan crear

una representación idealizada y estética del cuerpo, comunicando valores de belleza y estatus. Además, la persistencia de estándares de belleza femenina en los medios de comunicación se relaciona con el "**vestido-real**", ya que influye en la percepción y la adaptación de las mujeres a esos ideales de belleza en contextos cotidianos, sociales y laborales. Por último, la representación mediática de cuerpos "perfectos" puede asociarse con el "**vestido-escrito**", ya que transmite mensajes específicos sobre la belleza y la perfección a través de códigos y símbolos visuales presentes en la moda y la publicidad.

Tabla 18

Signos vestimentarios – Ideales de belleza en las redes sociales
<p>Imágenes corporales manipuladas digitalmente: Las imágenes corporales manipuladas digitalmente son representaciones alteradas de cuerpos humanos creadas mediante herramientas de edición digital. Estas imágenes pueden ser retocadas para ajustar aspectos como la forma del cuerpo, el tamaño, el tono de la piel y otros atributos físicos para cumplir con los ideales de belleza promovidos en las redes sociales.</p>
<p>"Belleza fantasma": La "belleza fantasma" representa un ideal de belleza irreal que se promueve a través de imágenes corporales ilusorias en las redes sociales. Estas imágenes que a menudo han sido mejoradas digitalmente presentan una versión de la belleza que es prácticamente inalcanzable en la vida real. Este concepto destaca la brecha entre la representación de la belleza en línea y la realidad física lo que puede generar insatisfacción con la propia apariencia y presiones para alcanzar estándares irreales de belleza.</p>
<p>Retoque y embellecimiento con filtros: El retoque y embellecimiento con filtros se refiere al uso de aplicaciones de edición de fotos para modificar la apariencia de una persona en una imagen. Estos filtros pueden aplicar efectos que suavizan la piel, blanquean los dientes,</p>

mejoran el tono de la piel y alteran otras características físicas para crear una imagen idealizada de la belleza.

Inseguridad entre las jóvenes debido al impacto de las redes sociales: Este signo refleja cómo el impacto de las redes sociales ha contribuido al aumento de los niveles de inseguridad entre las jóvenes. Esta inseguridad puede estar relacionada con la comparación con las imágenes idealizadas de belleza presentadas en las redes sociales lo que lleva a una insatisfacción con la propia apariencia y autoestima.

Persistencia de los estándares de belleza femenina "ideales" en los medios de comunicación: Este signo señala que a pesar de los llamamientos a favor de la diversidad y la inclusión los estándares de belleza femenina considerados "ideales" persisten en los medios de comunicación. Estos estándares pueden influir en la forma en que las mujeres se perciben a sí mismas y en cómo son percibidas por los demás lo que puede contribuir a la presión para cumplir con dichos estándares.

Representación del cuerpo femenino como objeto de identidad y sexualización: Se explora cómo la representación del cuerpo femenino ha sido históricamente objeto de identidad y sexualización en los medios de comunicación. Esta representación puede perpetuar estereotipos de género y contribuir a la objetivación y cosificación de los cuerpos de las mujeres.

Presión constante para cumplir con estándares irreales de belleza: Este signo señala cómo el capitalismo impulsa una presión constante para cumplir con estándares irreales de belleza. Esta presión puede manifestarse en la búsqueda de procedimientos cosméticos, dietas extremas o la adopción de comportamientos perjudiciales para alcanzar un ideal de belleza inalcanzable.

Impacto negativo en la autoestima y la autonomía de las mujeres: Este signo resalta cómo la presión para cumplir con los estándares de belleza establecidos puede tener un impacto negativo en la autoestima y la autonomía de las mujeres. Esto puede llevar a una disminución de la confianza en sí mismas y a una sensación de falta de control sobre sus propias vidas lo que contribuye a la desigualdad de género y al desarrollo social no equitativo.

Representación mediática de cuerpos "perfectos": Este signo resalta la importancia de la representación mediática en la formación de la imagen corporal. Se menciona cómo las imágenes de cuerpos considerados como ejemplos ideales de belleza y perfección pueden generar expectativas poco realistas y afectar negativamente la salud mental y física de las personas. Se describen características como delgadez extrema, músculos definidos, piel impecable y proporciones físicas específicas como deseables según las normas culturales y sociales predominantes.

Papel de las redes sociales en la perpetuación de estereotipos dañinos: Se aborda el papel de las redes sociales como plataformas que pueden perpetuar estereotipos dañinos y promover la comparación social, exacerbando así la insatisfacción corporal y fomentando la búsqueda de procedimientos extremos para alcanzar ideales de belleza inalcanzables.

Importancia de la educación y la promoción de la autoestima corporal: Se destaca la importancia de la educación y la promoción de la autoestima corporal como herramientas fundamentales para contrarrestar los efectos nocivos de los estándares de belleza irreales. Se sugiere la implementación de programas escolares que fomenten la aceptación de la diversidad corporal y la valoración de la belleza en todas sus formas, así como una regulación más estricta de la publicidad y la moda en cuanto a la representación de cuerpos.

<p>Papel de la industria de la moda y la publicidad en la creación y perpetuación de ideales de belleza: Este signo destaca el papel de la industria de la moda y la publicidad en la creación y perpetuación de los ideales de belleza. Se plantea la necesidad de un cambio de paradigma en la manera en que se comercializan los productos y se promueven los estándares de belleza, abogando por una mayor responsabilidad y ética en la presentación de modelos corporales.</p>
<p>Empoderamiento de las mujeres como agentes de cambio: Se destaca la importancia de empoderar a las mujeres para que se conviertan en agentes de cambio y desafíen activamente las normas de belleza impuestas. Esto implica promover la aceptación de la diversidad y la valoración de la belleza individual en lugar de adherirse a estándares de belleza unidimensionales impuestos por la sociedad.</p>
<p>Impacto ambiental de la industria de la "fast fashion": Este signo resalta el impacto ambiental negativo de la industria de la "fast fashion" o moda rápida. Se menciona cómo la incitación al consumo compulsivo y la producción masiva de nuevas colecciones a precios bajos conducen a un consumo excesivo y a la acumulación de residuos textiles. Además, se menciona la contradicción entre la promoción de una imagen de sostenibilidad por parte de las empresas de moda rápida y las consecuencias ambientales reales de su modelo de negocio.</p>

Tabla 18. Signos vestimentarios - Documental 1: Ideales de belleza en las redes sociales. Fuente: Creación propia.

Documental 2: #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales

Los signos vestimentarios descritos en el texto pueden ser entendidos a través del marco teórico de la triada semiótica de Peirce. El body shaming y el body positivity actúan como

representamen manifestando críticas o promoviendo la aceptación del cuerpo, respectivamente. Estos signos están vinculados al objeto que es la percepción de la belleza y la autoestima, y al interpretante que consiste en las emociones y significados evocados en la mente de las personas. Además, las elecciones de vestimenta y otras manifestaciones visuales pueden considerarse como símbolos que transmiten mensajes sobre identidad y autoexpresión, ejemplificando la dinámica de los signos en la sociedad contemporánea. En este conjunto de signos, se pueden encontrar una combinación de signos arbitrarios y signos motivados

Dentro de los signos vestimentarios descritos, se pueden identificar ejemplos de los tres tipos de vestidos propuestos por Roland Barthes. En el caso del "body shaming" y el "body positivity", encontramos manifestaciones del **vestido-imagen**, ya que estos movimientos y prácticas se centran en la representación visual del cuerpo y su apariencia, comunicando mensajes sobre belleza, aceptación y autoestima. Por otro lado, la "elección de vestimenta y otros signos vestimentarios" también refleja el **vestido-real**, dado que está relacionado con la funcionalidad y la comodidad de la ropa en la vida cotidiana, adaptándose a diversos contextos y necesidades prácticas.

Tabla 19

Signos vestimentarios – #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales
Body shaming: Este signo se refiere a la práctica de criticar o avergonzar a una persona por su apariencia física incluyendo aspectos como su peso, forma corporal, color de piel o rasgos faciales. El body shaming puede tener un impacto negativo en la autoestima y la percepción del propio cuerpo de las personas especialmente cuando se ve exacerbado por los estándares de belleza poco realistas promovidos en las redes sociales y otros medios.

Body positivity: Este signo describe un movimiento que surge como respuesta al body shaming, promoviendo la aceptación y el amor propio independientemente del tamaño, forma o apariencia del cuerpo. El movimiento de body positivity busca visibilizar la realidad del cuerpo humano en todas sus formas y fomentar una imagen corporal positiva destacando que la belleza existe en todos los tipos de cuerpos y que no es necesario cumplir con los estándares impuestos por la sociedad para ser considerado bello o digno de aceptación.

Elección de vestimenta y otros signos vestimentarios: Este signo hace referencia a cómo las personas eligen presentarse en línea incluyendo la elección de su vestimenta y otros aspectos relacionados con la apariencia. Se destaca que estas elecciones pueden estar influenciadas por las dinámicas de las redes sociales y las tendencias culturales, así como por el impacto que tienen en la salud mental.

Body positivity como forma de empoderamiento y resistencia: Este signo señala el body positivity como una forma de empoderamiento y resistencia frente al body shaming. Se sugiere que el documental podría incluir testimonios de individuos que han experimentado body shaming y han encontrado en el body positivity una forma de enfrentarlo y fortalecer su autoestima.

Iniciativas y campañas para promover una representación más diversa e inclusiva de los cuerpos: Se menciona la posibilidad de que el documental destaque iniciativas y campañas que buscan promover una representación más diversa e inclusiva de los cuerpos en los medios y en la moda. Estas iniciativas pueden jugar un papel importante en la construcción de una cultura más inclusiva y positiva en relación con la imagen corporal.

Tabla 19. Signos vestimentarios - Documental 2: #Bodyshaming Vs. #Bodypositivity: La percepción de la belleza en redes sociales.

Fuente: Creación propia.

Documental 3: La moda digital y el blockchain

En los signos vestimentarios encontrados en el contexto de la moda digital y el blockchain, se pueden identificar varios tipos de signos reconocidos por la relación triádica de Charles Sanders Peirce. Estos signos reflejan la diversidad de funciones y significados que las prendas pueden tener en el ámbito digital mostrando cómo los elementos visuales, las experiencias interactivas y los mensajes simbólicos convergen para transmitir una narrativa compleja sobre la moda, la tecnología y la sostenibilidad. Desde prendas de alta costura en el mundo virtual hasta la redefinición de los estándares de belleza por modelos digitales cada ejemplo ejemplifica cómo los signos visuales, índices y símbolos interactúan para construir significados en la comunicación de la moda en la era digital. En este conjunto de signos, encontramos principalmente **signos motivados** y **signos arbitrarios**.

Los signos vestimentarios encontrados en el ámbito de la moda digital y el blockchain reflejan una variedad de mensajes y significados que trascienden su función puramente estética. Estos signos, tales como la concepción de prendas de alta costura en el mundo virtual, la implementación de realidad aumentada en la moda, la moda digital como una alternativa sostenible, la adquisición de prendas digitales y la redefinición de estándares de belleza por modelos digitales, ejemplifican cómo la moda actúa como un medio de comunicación cargado de significado. Desde desafiar las convenciones tradicionales hasta explorar nuevas formas de expresión y compromiso con tendencias emergentes, estos signos muestran la complejidad y la influencia de la moda en la sociedad contemporánea.

Tabla 20

Signos vestimentarios – La moda digital y el blockchain
--

Prendas de alta costura en el mundo virtual: Este signo hace referencia a la concepción, producción y distribución de prendas de alta costura exclusivamente en el mundo virtual. Se destaca cómo esta práctica desafía las convenciones tradicionales del diseño y la comercialización de moda introduciendo al espectador en un universo donde la moda y la tecnología convergen.

Implementación de elementos de realidad aumentada en la moda: Se están utilizando elementos de realidad aumentada en la moda para llegar a una audiencia más joven y revitalizar la industria. Esta práctica implica integrar elementos virtuales en el mundo real permitiendo una experiencia interactiva y envolvente para los consumidores. La implementación de realidad aumentada en la moda refleja la convergencia entre la creatividad y la tecnología ofreciendo nuevas formas de expresión y comprometiéndose con las tendencias digitales emergentes.

Moda digital como alternativa sostenible y responsable: Este signo señala cómo la moda digital emerge como una alternativa sostenible y responsable frente a los desafíos ambientales asociados a la producción convencional de moda. Se aborda directamente la contaminación del agua y del aire, el agotamiento de recursos naturales y la generación de residuos textiles destacando cómo la moda digital puede contribuir a mitigar estos impactos ambientales urgentes.

Adquisición de prendas digitales en lugar de prendas físicas: Este signo destaca el cambio en las prácticas de consumo de moda hacia la adquisición de prendas exclusivamente digitales en lugar de prendas físicas. Se menciona cómo esta transformación puede generar escepticismo entre los compradores convencionales que están acostumbrados a la experiencia táctil y física de la moda. Sin embargo, se revela el potencial de la moda digital para fomentar

un consumo más consciente y responsable al reducir los impactos ambientales asociados con la producción y distribución de prendas físicas.

Redefinición de los estándares de belleza y representación por modelos digitales:

Se hace referencia al ascenso de modelos digitales como Shoodu y Noonooori, quienes están desafiando los estándares convencionales de belleza y representación en la industria de la moda. Estos modelos digitales, a través de avatares están rompiendo con los modelos tradicionales de belleza física y representación cultural ofreciendo una visión más diversa e inclusiva de la moda y la identidad. Su influencia está captando la atención del público y planteando preguntas sobre el futuro de la industria de la moda y el papel de la tecnología en su evolución.

Tabla 20. Signos vestimentarios - Documental 3: La moda digital y el blockchain.

Fuente: Creación propia.

Conclusiones

Explorar la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías, a través de la investigación detallada de casos de diseño y el análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y redefinición de la moda en la era digital. Se ha demostrado cómo la fusión de elementos visuales y tecnológicos redefine la moda en la era digital al ampliarlas interacciones y reconfigurando la relación entre personas, vestimenta y tecnología. La integración de tecnologías emergentes como la realidad virtual y las prendas digitales ha creado una nueva experiencia de moda, más inmersiva y personalizada. Además, la moda en el entorno digital ha superado las fronteras físicas desafiando las convenciones tradicionales y ofreciendo nuevas formas de interacción y expresión.

Analizar las tecnologías de impresión 3D, hologramas y realidad virtual aplicadas en la moda digital mediante la revisión sistemática de investigaciones académicas y análisis de proyectos de diseño vanguardistas identificando su influencia en la creación y expresión de signos vestimentarios, para comprender que la integración tecnológica está dando forma a las tendencias y estilos contemporáneos de vestimenta en el ámbito digital. A pesar de que no se profundizó en tecnologías como la impresión 3D y los hologramas, se analizó exhaustivamente el impacto de la realidad virtual en la moda digital. pesar de que no se profundizó en tecnologías como la impresión 3D y los hologramas, se analizó exhaustivamente el impacto de la realidad virtual en la moda digital. Se identificaron casos de diseño vanguardistas que utilizan realidad virtual, prendas digitales y modelos en el metaverso para desfilan y participar en la moda, como Amber Loten, David Reaper, Shudu y Noonnoouri. Se destacó cómo estas tecnologías están dando forma a las tendencias y estilos contemporáneos de vestimenta en el ámbito digital, ofreciendo nuevas formas de expresión y experiencia para los consumidores.

Revisar fuentes documentales visuales y material multimedia, con el fin de analizar la transformación de la interacción y la experiencia de la moda en la era digital, y la manera en que la combinación de elementos visuales y tecnológicos ha llevado a la creación de experiencias de vestimenta, redefiniendo la interacción entre la moda, la tecnología y la relación con quienes participan en este entorno digital. Este objetivo se cumplió mediante un análisis detallado de documentales y material multimedia que exploran cómo se muestra el cuerpo en la era digital y cómo interactúa la moda con la tecnología. Se observó cómo la combinación de elementos visuales y tecnológicos está transformando la experiencia de la moda creando nuevas formas de interacción y participación en el entorno digital. Se destacó la importancia de esta transformación en la redefinición de la relación entre moda, tecnología y los participantes en este entorno.

Evaluar ejemplos de moda digital que fusionan signos tradicionales y nuevas tecnologías mediante un análisis crítico de casos destacados y una comparación con la moda convencional para identificar patrones, tendencias y diferencias en cómo la fusión de elementos impacta en la relación entre moda, tecnología y consumidores en el contexto digital, centrándose en ejemplos donde se evidencien signos vestimentarios a través de hologramas o realidad aumentada. Aunque no se abordaron específicamente los hologramas y la realidad aumentada se realizó un análisis crítico de casos destacados de moda digital que utilizan tecnologías como la realidad virtual y prendas digitales. Se identificaron patrones y tendencias en la fusión de elementos visuales y tecnológicos destacando cómo esta fusión está impactando en la relación entre moda, tecnología y consumidores en el contexto digital. Se observó cómo la moda digital está transformando la experiencia de compra y consumo de moda ofreciendo nuevas formas de interacción y participación para los consumidores.

En general, esta investigación destaca el emocionante panorama de la moda digital donde la fusión entre la estética tradicional y las nuevas tecnologías redefine la creatividad y la expresión en la industria. Se observa cómo la moda digital no solo evoluciona estilísticamente, sino que también revoluciona la forma en que se concibe, consume e interactúa con ella. Las tecnologías emergentes como la realidad virtual y las prendas digitales son herramientas clave para diseñadores vanguardistas ofreciendo experiencias sensoriales únicas y desafiando las convenciones establecidas. Esta fusión no solo moldea las tendencias actuales de moda, sino que también abre puertas hacia un futuro más inclusivo y sostenible en la industria. Por otro lado, la representación del cuerpo humano en la era digital plantea interrogantes sobre los estándares de belleza, identidad y autoestima, así como el papel de la tecnología en la percepción de la realidad. En conclusión, la moda digital no solo fusiona moda y tecnología, sino que también

redefine la relación entre sociedad, vestimenta, cuerpo e identidad en el mundo digital desafiando constantemente valores y ética.

Recomendaciones futuras

Para extender la exploración de la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías se propone realizar una investigación comparativa entre diferentes contextos culturales, sociales y geográficos. Esta investigación comparativa permitirá analizar cómo la moda digital se adapta y se expresa de manera diversa según las características y necesidades de cada entorno. Al profundizar en esta diversidad de expresiones se obtendrá una visión más completa y global de cómo la moda digital redefine la forma en que la interacción con la indumentaria se concibe y cómo la expresión estilística es abordada en diferentes partes del mundo. Este enfoque también podría revelar tendencias emergentes en la intersección entre moda y tecnología identificando patrones comunes o contrastes significativos que podrían arrojar luz sobre futuras direcciones en el diseño y consumo de moda digital.

Además, se sugiere la realización de estudios empíricos que involucren a los usuarios finales de las innovaciones tecnológicas aplicadas en la moda digital. Estos estudios podrían incluir la evaluación de la percepción, satisfacción y preferencias de los consumidores respecto a la moda digital, así como su comportamiento de compra y uso de tecnologías específicas. Comprender mejor las actitudes y comportamientos de los consumidores permitirá a los diseñadores y empresas de moda digital adaptar sus estrategias de diseño, marketing y comercialización para satisfacer mejor las necesidades y deseos de su audiencia. Al mismo tiempo este enfoque centrado en el usuario puede ayudar a identificar áreas de mejora en las

tecnologías existentes o generar ideas para nuevas innovaciones que realmente resuenen con los consumidores en el contexto digital de la moda.

Declaración ética

El presente trabajo tiene como objetivo explorar la transformación de los signos vestimentarios en la moda digital a partir del uso de nuevas tecnologías, a través de la investigación detallada de casos de diseño y el análisis de ejemplos concretos que demuestren la fusión de elementos visuales y tecnológicos como catalizador de la interacción y redefinición de la moda en la era digital. Ante lo anterior se manifiesta la veracidad y responsabilidad del ejercicio de la investigación declarando lo siguiente:

Yo Leidy Tatiana Osorio Valencia, identificada con CC N° 1020493874 declaro que toda la información recolectada es legal, de fuentes confiables y de uso de las bases de datos permitidas por la institución, no se ha recurrido a fuentes ilegales ni de dudosa procedencia. Por lo anterior, se ha respetado a las ideas de los autores citando, referenciando y parafraseando según las normas APA.

Las imágenes, videos o material multimedia que se utilizan para ilustrar o analizar la moda digital se han obtenido de fuentes de acceso público. En todo caso, se ha dado el crédito correspondiente a los autores y se ha usado el material solo para fines académicos; se hace énfasis en la libertad de uso y distribución de la información sin fines comerciales ni lucrativos.

Se toman las medidas de responsabilidad hacia los diseñadores y creadores de moda digital, respeto por su trabajo e innovación. Por lo siguiente no se ejecutan acciones ni intervenciones que vulneren su integridad profesional o intelectual.

Presupuesto

Tabla 21

Objetivo 1			Materiales, insumos y otros
------------	--	--	-----------------------------

	Objetivo 2	Objetivo 3	Cantidad	Descripción	Recursos		Total
					En dinero	En especie	
Analizar las tecnologías de impresión 3D, hologramas y realidad virtual aplicadas en la moda digital mediante la revisión sistemática de investigaciones académicas y análisis de proyectos de diseño vanguardistas identificando su influencia en la creación y expresión de signos vestimentarios, para comprender la integración tecnológica está dando forma a las tendencias y estilos	Revisar fuentes documentales visuales y material multimedia, con el fin de analizar la transformación de la interacción y la experiencia de la moda en la era digital, y la manera en que la combinación de elementos visuales y tecnológicos ha llevado a la creación de experiencias de vestimenta, redefiniendo la interacción entre la moda, la tecnología y la relación	Evaluar ejemplos de moda digital que fusionan signos tradicionales y nuevas tecnologías mediante un análisis crítico de casos destacados y una comparación con la moda convencional para identificar patrones, tendencias y diferencias en cómo la fusión de elementos impacta en la relación entre moda, tecnología y consumidores en el contexto	1	Computador		\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
			1	Postit		\$ 30.000	\$ 30.000
			2	Matrícula semestral	\$ 3.700.000		\$ 7.400.000
			1	Libreta	\$ 12.000		
			1	Tableta gráfica	\$ 350.000		\$ 350.000

contemporáneos de vestimenta en el ámbito digital.	con quienes participan en este entorno digital.	digital, centrándose en ejemplos donde se evidencian signos vestimentarios a través de hologramas o realidad aumentada.						
								\$ 10.980.000

Tabla 21. Presupuesto

Fuente: Creación propia

Bibliografía

- Ahn, D.-K., Bae, B.-C., & Kim, Y. (2023). User Experience of a Digital Fashion Show: Exploring the Effectiveness of Interactivity in Virtual Reality. *Applied Sciences*, 25-58.
- Álvarez, C. A. (2011). Cuantitativa y cualitativa Guía didáctica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didacticametodologia-de-la-investigacion.pdf>, 1-217.
- Audaces. (2022). Moda digital. *Moda digital*. Bogotá, Colombia: Audaces.
- Audaces. (1 de Septiembre de 2023). Aprende a usar realidad virtual en la moda para hacer crecer tu negocio. *Aprende a usar realidad virtual en la moda para hacer crecer tu negocio*. Medellín, Colombia : Audaces.

- Baek, E., Haines, S., Fares, O. H., Huang, Z., Hong, Y., & Mark Lee, S. H. (2022). Defining digital fashion: Reshaping the field via a systematic review. *Computers in Human Behavior*, 107-407.
- Barthes, R. (1978). *El sistema de la moda*. Barcelona: Editions du Seuil.
- Belda, L. L. (2011). El vestido, espacio semiótico. Escrituras de moda en tiempos de cultura audiovisual. Entre el cuerpo, los sentidos y la imagen. *Forum de recerca*, 319 - 327.
- Calefato, P. (2021). *Fashion as Cultural Translation: Signs, Images, Narratives*. Londres: Anthem Press.
- Callon, M., & Latour, B. (1981). Unscrewing the big leviathan: How actors macrostructure reality and how sociologists help them to do so. *Advances in Social Theory and Methodology, Routledge and Kegan Paul*, 227-303.
- Caracol Radio Medellin . (24 de Julio de 2023). Hologramas y pasarelas digitales llegan a Colombiamoda. *Hologramas y pasarelas digitales llegan a Colombiamoda*. Medellin, Colombia: Caracol Radio.
- Carrillo, K. A., & Mata Aedo, G. K. (Mayo de 2023). Marketplace colaborativo para digitalización y venta de moda digital en 3d – digital apparel. *Marketplace colaborativo para digitalización y venta de moda digital en 3d – digital apparel*. Lima, Peru: Universidad de Lima.
- Castillo, T. P. (2020). Lifestyle branding in Spanish fashion retail. *Lifestyle branding in Spanish fashion retail*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid .
- Darwin, C. (1971). *La teoría de la evolución*. Madrid: Península.
- Dobzhansky, T. (1937). *Genetics and the origin of species*. New York: Columbia Univ. Press.

DW Documentales. (08 de 08 de 2019). *Youtube*. Obtenido de Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfspY>

DW Español. (08 de 08 de 2021). *Youtube*. Obtenido de Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=PbmRFGJnMAA>

DW Español. (13 de 01 de 2022). *Youtube*. Obtenido de Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=z-SqG4tJot0>

Escobar, J. J., Morales Matamoros , O., & Tejeida Padilla, R. (2018). Metodología para la representación de hologramas tridimensionales en alta definición. *Research in Computing Science*, 285-297.

Escobar, V. R. (2017). Vestuario expandido : el cuerpo vestido en el performance digital.

Vestuario expandido : el cuerpo vestido en el performance digital. Medellín, Colombia:

Universidad Pontificia Bolivariana.

Escudero, J. (2023). The Body and its Data. Mediating Experiences Between Digital Fashion and Haptic Feedback. *Uncommon Senses IV: Sensory Ecologies, Economies, and Aesthetics*.

Fashion United. (3 de Mayo de 2022). Cómo pueden la moda digital y la tecnología ayudar a las marcas a tener más en cuenta las diferentes tallas. *Cómo pueden la moda digital y la tecnología ayudar a las marcas a tener más en cuenta las diferentes tallas*. Bogotá, Colombia: FashionUnited.co.

Fiorini, V. (2016). Moda, cuerpo y cine. *Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 1-10.

García, D. (19 de Junio de 2022). La nueva moda que se ha impuesto en los tiempos del metaverso y la realidad virtual. *La nueva moda que se ha impuesto en los tiempos del metaverso y la realidad virtual*. Bogotá, Colombia: La Republica.

González, M. L. (enero de 2020). Desfile de Moda: Generación de Nuevos Modelos y Formatos.

Desfile de Moda: Generación de Nuevos Modelos y Formatos. Madrid, España: E.T.S.

Arquitectura (UPM).

Guevara, P. A. (13 de septiembre de 2022). Los estereotipos del cuerpo de la mujer en la

publicidad de la moda. *Los estereotipos del cuerpo de la mujer en la publicidad de la*

moda. Bogotá, Colombia: Preandina.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de

Mexico : Mc Graw Hill Education.

Hogaldo, R. (15 de Junio de 2022). El 'boom' de la moda digital: por qué las grandes marcas

venden ropa que no puedes vestir en la vida real. *El 'boom' de la moda digital: por qué*

las grandes marcas venden ropa que no puedes vestir en la vida real. Madrid, España:

20minutos.

Joy, A., Zhu, Y., Peña, C., & Brouard, M. (2022). Digital future of luxury brands: Metaverse,

digital fashion, and non-fungible tokens. *Strategic change*, 337-343.

Lamarck, J. B. (1809). *Philosophie zoologique*. Paris: Paris: Dentu & MNHN.

Latour, B., & Woolgar, S. (1979). *La vida en el laboratorio: la construcción de hechos*

científicos. Estados Unidos : Alianza editorial.

Martín, F. J. (2005). Tecnología y esfera pública en Jürgen Habermas. *Revista iberoamericana*

de ciencia tecnología y sociedad, 141-152.

Martinez, M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*, 07-33.

Mereu, F. (Febrero de 2012). El Videoholograma como Práctica Artística: Propuesta

Experimental en la Visualización 3D / Video Hologram as an Artistic Practice: An

Experimental Proposal in 3D Visualization. *El Videoholograma como Práctica Artística:*

Propuesta Experimental en la Visualización 3D / Video Hologram as an Artistic

Practice: An Experimental Proposal in 3D Visualization. Valencia, España: Universidad Politecnica de Valencia.

Montanari, E. (20 de Mayo de 2021). 'Cyber couture': El modelazo que te pondrás mañana será solo un holograma. *'Cyber couture': El modelazo que te pondrás mañana será solo un holograma.* Madrid, España: Yorokobu.

Muñiz, M. (2010). Estudios de caso en la investigación cualitativa. *División de estudios de posgrado universidad autónoma de nuevo León. Facultad de psicología.* , 1-8.

Navarro, T. (20 de Marzo de 2022). Hasta qué punto es verdad que lo digital nos libere del cuerpo. *Hasta qué punto es verdad que lo digital nos libere del cuerpo.* Madrid, España: El País.

Noris, A., Nobile, T. H., Kalbaska, N., & Cantoni, L. (2020). Digital Fashion: A systematic literature review. A perspective on marketing and communication. *Journal of Global Fashion Marketing*, 32-46.

Olmo, J. L., & Fondevila Gascón, J. F. (2014). *Marketing digital de la moda.* España: Ediciones Universidad de Navarra.

Olmo, J. L., & Fondevila Gascón, J. F. (2014). *Marketing digital en la moda.* Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.

Ortega, A. J. (2016). *Fabricación digital: Introducción al modelado e impresión 3D.* España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Park, J., & Chan, J. (2023). Evolution of Fashion as Play in the Digital Space. *Fashion Practice*, 256-278.

- Peirce, C. S. (1974). *Collected papers of charles sanders peirce*. Collected papers of charles sanders peirce: Harvard University Press.
- Pérez, A. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista española de salud pública*, 373-380.
- Peréz, L. M. (Junio de 2022). El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda. *El metaverso: impacto futuro en el comercio y análisis en los sectores de retail y moda*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid.
- Pérez, P. G. (Junio de 2021). Comunicación de moda y su evolución digital en las redes sociales. *Comunicación de moda y su evolución digital en las redes sociales*. Santander, España: Universidad de Cantabria.
- Perthuis, K. D., & Findlay, R. (2019). How fashion travels: The fashionable ideal in the age of Instagram. . *Fashion theory*, 219-242.
- Riascos, M. C. (2015). El cuerpo vestido en la red. *El cuerpo vestido en la red*. Medellin, Antioquia, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Rocha, M. V. (2023). *Fashion: From 3D Printing to Digital Fashion*. In *Advances in 3D Printing*. Vienna: IntechOpen.
- Román, M. L., Sanmiguel, L. L., & Mejía Restrepo, M. (2022). La digitalización en el sistema moda: Moda digital. *Encuentros de Investigación Formativa RAD*, 310-318.
- Rozas, A. C. (29 de Diciembre de 2017). Impresión 3D: la nueva alternativa de la industria de la moda. *Impresión 3D: la nueva alternativa de la industria de la moda*. Madrid , España: Fashion United.
- Sábada, T. (2020). *Moda en el entorno digital*. Peru: Editorial UPC.
- Sanchez, W., & Ortiz, P. A. (2017). La netnografía, un modelo etnográfico en la era digital. *Revista Espacios*, 38 (13).

- Sánchez-Silva, M. (2005). *La metodología en la investigación cualitativa*. Mexico: CIECAS – IPN.
- Särmäkari, N. (2023). Digital 3D fashion designers: Cases of atacac and the fabricant. *Fashion Theory*, 85-114.
- Saussure, F. d. (1971). *Ferdinand de Saussure: Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada SA.
- Sime, D. C. (3 de Diciembre de 2020). Las estrategias de marketing digital empleadas por la marca de moda Annaiss Yucra a consecuencia del Covid-19. *Las estrategias de marketing digital empleadas por la marca de moda Annaiss Yucra a consecuencia del Covid-19*. Lima, Peru: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Slow Fashion Next. (5 de Septiembre de 2023). Qué significa la impresión 3D para el mundo de la moda. *Qué significa la impresión 3D para el mundo de la moda*. Barcelona, España: Slow Fashion Next.
- Strate, L. (2012). El medio y el mensaje de McLuhan: La tecnología, extensión y amputación del ser humano. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, 61-80.
- Urday, F. F. (11 de Julio de 2020). El impacto de la impresión 3D en la moda en Lima. *El impacto de la impresión 3D en la moda en Lima*. Lima, Peru: Universidad Peruana de Ciencias Publicas.
- Veblen, T. (1899). *Teoría de la clase ociosa*. Londres: Macmillan.
- Villacé, I. D. (2017). Realidad aumentada, una revolución educativa. *Edmetic*, 9-22.
- Villegas, P. D. (2020). La importancia de los géneros de opinión en las revistas digitales de moda. *La importancia de los géneros de opinión en las revistas digitales de moda*. Chiclayo, Peru: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Zambrini, L. (26 de Junio de 2023). Prólogo. Interrelaciones discursivas entre cuerpo, moda y sociedad. *Prólogo. Interrelaciones discursivas entre cuerpo, moda y sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo .