Universidad CAECE

Trabajo Práctico Nº2

CULTO

Diseño 2 • 2025

Lic. Jorgelina Huder | Lic. Albertina vago | Adolfina Urquia

Maria Albertina Elena

Investigación y Análisis

Cliente Ideal

Datos Personales

Entre 45 y 60 años, nivel educativo alto, residente en Argentina o en grandes capitales de habla hispana.

Curadores, profesores de diseño, diseñadores de indumentaria, arquitectos, periodistas culturales, coleccionistas de libros de arte y de moda vintage.

Este público está saturado de contenido de moda banal en redes sociales. Valoran la autoridad y la permanencia del análisis. Buscan publicaciones que funcionen como referencia *bibliográfica en sus bibliotecas*, no como material desechable.

Hay una necesidad no resuelta: una sed de rigor conceptual.
¿Por qué usamos lo que usamos?
¿Qué poder político y social se esconde en una costura?
Nadie estaba respondiendo a estas preguntas con la autoridad que merecían.

Misión

Proporcionar las herramientas conceptuales necesarias para que el lector entienda la indumentaria como un fenómeno social, político y simbólico, transformándolo de consumidor de tendencias a analista de la cultura.

Visión

Que cada edición se perciba como una monografía coleccionable, consolidando la moda como una disciplina académica y artística de valor perdurable.

¿Cómo mejora la vida del cliente?

Mejora la vida de su cliente al ofrecerle autoridad intelectual.

Aporta Rigor y Profundidad Intelectual

Transforma al lector de un mero consumidor de tendencias a un analista cultural. Le proporciona el marco conceptual para ver la moda no solo como ropa, sino como un poderoso indicador social, político y económico. Esto es crucial para diseñadores, académicos y curadores.

Asegura la Formación Continua y la Confianza

Proporciona información curada sobre el futuro funcional. Esto le permite a los profesionales tomar decisiones informadas, anticipar el mercado y tener una voz de autoridad en sus propios campos.

¿Qué problema resuelve?

Resuelve el problema de la superficialidad y la sobresaturación de información en la industria de la moda.

La Obsolescencia y el Ruido Mediático

La moda masiva está impulsada por la velocidad. Los medios de moda convencionales contribuyen a esta saturación con contenido efímero.Resuelve esto al ser una publicación lenta, atemporal. Se enfoca en el archivo y el análisis, asegurando que el contenido será relevante dentro de diez años.

La Falta de Rigor Académico

Existe una brecha entre la crítica de arte de alto nivel y la prensa de moda popular. Ocupa esa brecha, ofreciendo el rigor de un ensayo académico. Resuelve la necesidad de una fuente confiable y seria para el estudio de la disciplina.

Público Objetivo

¿Qué le preocupa?

La Superficialidad y el Ruido

Les preocupa la dilución del diseño y la moda causada por la velocidad de las redes sociales y el consumo masivo. Buscan un refugio editorial atemporal.

La Ética y la Sustancia

Quieren ir más allá del greenwashing. Necesitan análisis técnicos y rigurosos para validar la ética de las marcas y tomar decisiones de inversión informadas.

La Pérdida del Significado

Les preocupa que la ropa pierda su poder como símbolo y activo cultural debido al consumo acelerado. Buscan publicaciones que restauren este significado.

Cliente Ideal

Profesionales de Diseño y Cultura. Curadores, académicos, diseñadores de alto nivel, arquitectos y coleccionistas.

¿Qué lo motiva?

Dominio Conceptual

Les motiva poseer el marco teórico que les da autoridad para entender y debatir la cultura.

La Búsqueda de la Estructura

Les motiva desvelar el mecanismo del poder y la influencia a través del diseño, lo cual es la tesis central de la revista.

Personalidad de la Marca

si la marca fuera una persona...

¿Cómo sería?

Un Erudito Refinado, serio y reflexivo. Su tono es el de un ensayo bien escrito y editado, evitando la jerga académica innecesaria, pero sin caer en la superficialidad.

¿Qué ropa usaría?

Materiales Ricos
Telas que se sienten pesadas y de alta calidad (cachemira, lino, cuero sin tratar), enfatizando la función y la integridad técnica.

¿Qué marcas toma como referencia?

Hermes
Valor en la artesanía, la historia y la inversión. Sus productos son activos que mejoran con el tiempo.

The Row
enfoque en la estructura y la calidad de la forma sobre la tendencia.

RIGOR • ESENCIA • ESTRUCTURA • ARCHIVO • ATEMPORAL • SIMBÓLICO • ANÁLISIS

¿Qué emociones queremos despertar?

Curiosidad Intelectual
El impulso de cuestionar y de ir más allá de la superficie de la moda.

Satisfacción y Confianza
El lector se siente culto y con autoridad sobre la materia, ya que posee el conocimiento profundo para debatir.

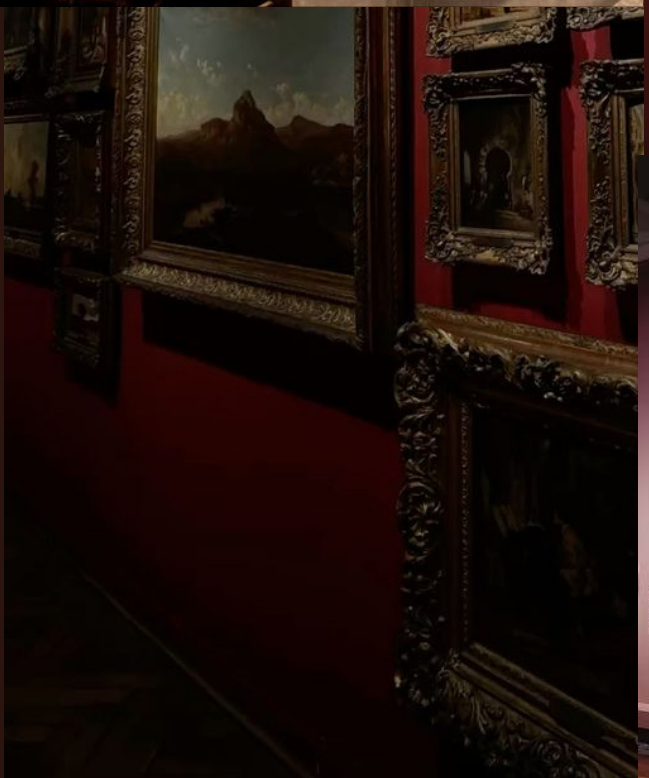
Sentido de Pertenencia
La emoción de ser parte de un círculo selecto que valora la profundidad, la calidad y el slow consumption.

Concepto

Museo de Moda















¿Qué sugiere?

Transforma la moda en un objeto de estudio,
conservación y análisis curado.
Prioriza la tesis sobre la tendencia.

CULTO

Evoca la idea de cultura,
conocimiento y alta
estima intelectual.

Sujeto

El lector es un Analista Crítico con formación académica alta, generalmente entre 30 y 55 años, y activo en campos como el diseño de alto nivel, la arquitectura y la curaduría cultural. Su motivación primordial es el dominio conceptual. No busca tendencias, sino la estructura y el significado sociológico detrás del diseño.
Resuelve la saturación y superficialidad de los medios de moda. Al ofrecer rigor conceptual y análisis atemporal, le proporciona al lector la autoridad intelectual necesaria para debatir y tomar decisiones informadas en un mundo de información efímera.

Objeto

La revista es un objeto editorial de lujo, concebido como un museo de moda en papel. Cada número funciona como una exposición curada, donde la moda dialoga con el arte, la historia y la cultura contemporánea. No se limita a mostrar tendencias, sino que interpreta la moda como lenguaje, identidad y acto político. Su estética combina fotografía artística, tipografía editorial de alto impacto y diseño limpio, evocando la materialidad de una publicación-objeto que se colecciona y se contempla tanto como se lee.

Contexto

Librerías Conceptuales y de Arte
Exclusivamente en aquellas enfocadas en la historia del arte, la sociología y el diseño arquitectónico, donde CULTO se exhibe junto a libros de ensayo y monografías académicas.

Tiendas de Museos y Galerías de Arte Contemporáneo
Puntos estratégicos donde la adquisición de la revista se equipara a la compra de un catálogo de exhibición.

Cafés Culturales de Nicho
Locales que atraen a la élite intelectual y profesional, donde el acto de leer es sinónimo de análisis y reflexión.

Partido Gráfico

Rigor, atemporalidad y alta autoridad intelectual.

Secciones

La revista se divide en tres secciones principales que funcionan como tres departamentos de un museo.

Contexto

Proporcionar el marco teórico para entender el diseño. Aquí se introduce el concepto principal que dará estructura a toda la edición.

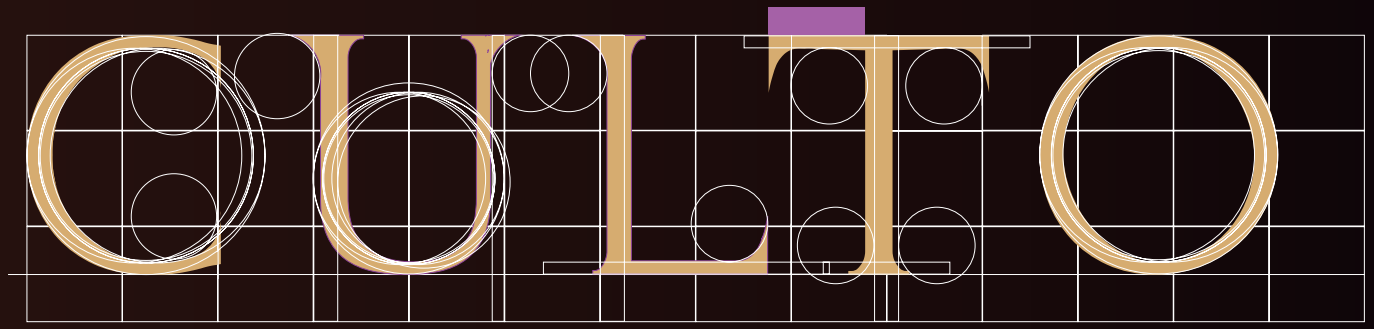
Obra

Analizar en profundidad un fenómeno, objeto o colección que esté cargado de significado cultural o simbólico. Aquí se desglosa cómo la moda se convierte en un dispositivo narrativo y simbólico.

Actualidad

Mostrar cómo el rigor conceptual se aplica a los objetos funcionales y las estrategias de futuro. Prioriza el detalle técnico y la función sobre la simple tendencia.

Marca



La composición de las letras exhibe una estructura geométrica y equilibrada. El espaciado entre letras (el kerning) es amplio y medido. Esto genera una sensación de calma, orden y aireación. En cuanto al contraste dramático, se intenta transmitir sofisticación y refinamiento. El impacto visual

CULTO - CULTO -

Tipografía

IvyPresto

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
¿? ¡! @ & % $: : .. <> “” [] {}
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Títulos

Garamond Premier

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
¿? ¡! @ & % $: : .. <> “” [] {}
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Texto

Publicidades


LOEWE
Volver a las raíces

Loewe

“El Tributo a la Naturaleza“ como partido conceptual centra la publicidad en el respeto y la reverencia de Loewe hacia los elementos más sencillos y esenciales del mundo orgánico. La imagen traslada las cualidades de la naturaleza al objeto de lujo. Comunica que el bolso es una manifestación de la vitalidad, la frescura y la autenticidad orgánica del mundo natural, en lugar de ser un simple accesorio. Sugiere que la pieza es tan esencial como la fruta que imita.

La imagen también elogia la maestría artesanal de Loewe al mostrar que la forma creada por el hombre es capaz de contener la esencia de la vida (la pulpa), se comunica que la artesanía de la marca ha alcanzado un nivel de perfección que rivaliza con la propia naturaleza. Loewe no busca dominar la naturaleza, sino celebrarla y honrar su forma original.

Retórica Metonimia

El forro interior, el bolsillo y los compartimentos (la función del bolso) fue reemplazados por la pulpa y las semillas del tomate (la esencia y vida).
Esto transfiere las cualidades de autenticidad, frescura, vitalidad y origen orgánico de la fruta directamente al bolso de piel. El espectador ya no ve un objeto manufacturado que se parece a un tomate, sino un objeto de lujo que contiene la verdad de la naturaleza.

Premisa Mayor

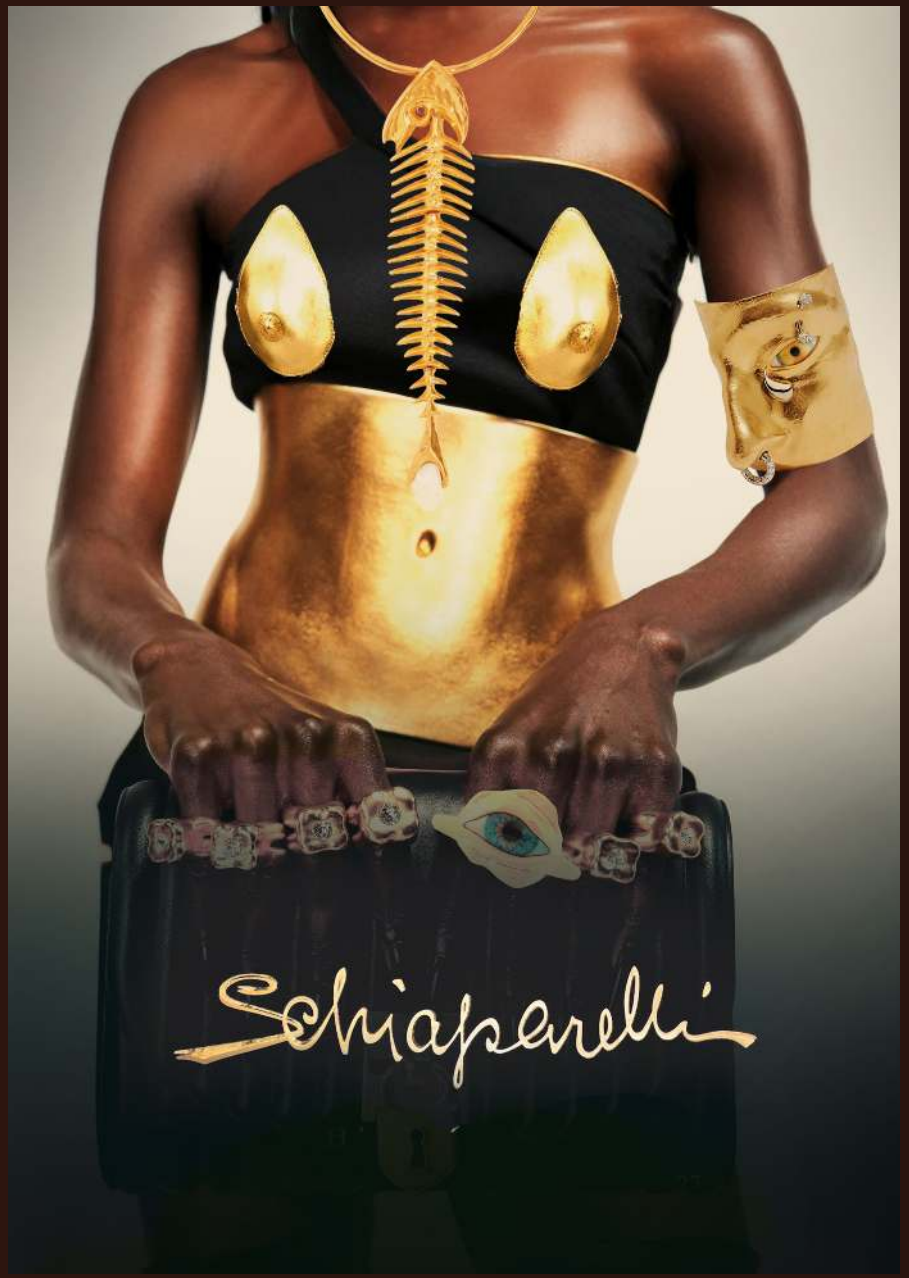
La belleza más pura y auténtica reside en las formas y en la vitalidad de la naturaleza

Premisa Menor

Los productos de Loewe, a través de su artesanía superior, capturan y manifiestan las formas y vitalidad de la naturaleza.

Conclusión

Un producto Loewe es una pieza de belleza auténtica que celebra y honra sus raíces orgánicas.



Schiaparelli

“La moda Schiaparelli revela su esencia sin censura.“ La moda Schiaparelli no es un disfraz; es una declaración de honestidad radical y lujosa, liberada de cualquier moralidad social.

Retórica Metáfora

El oro no cubre; moldea y exalta las formas naturales del cuerpo femenino, especialmente los senos y la cintura. Esto es una metáfora de la divinidad y el tesoro inherente a la anatomía. La prenda no es tela que esconde; es metal que resalta, celebra y revela la belleza, el poder y el deseo intrínsecos de esa anatomía, confirmando que la Alta Costura no disimula, sino que revela el valor y la esencia.

Premisa Mayor

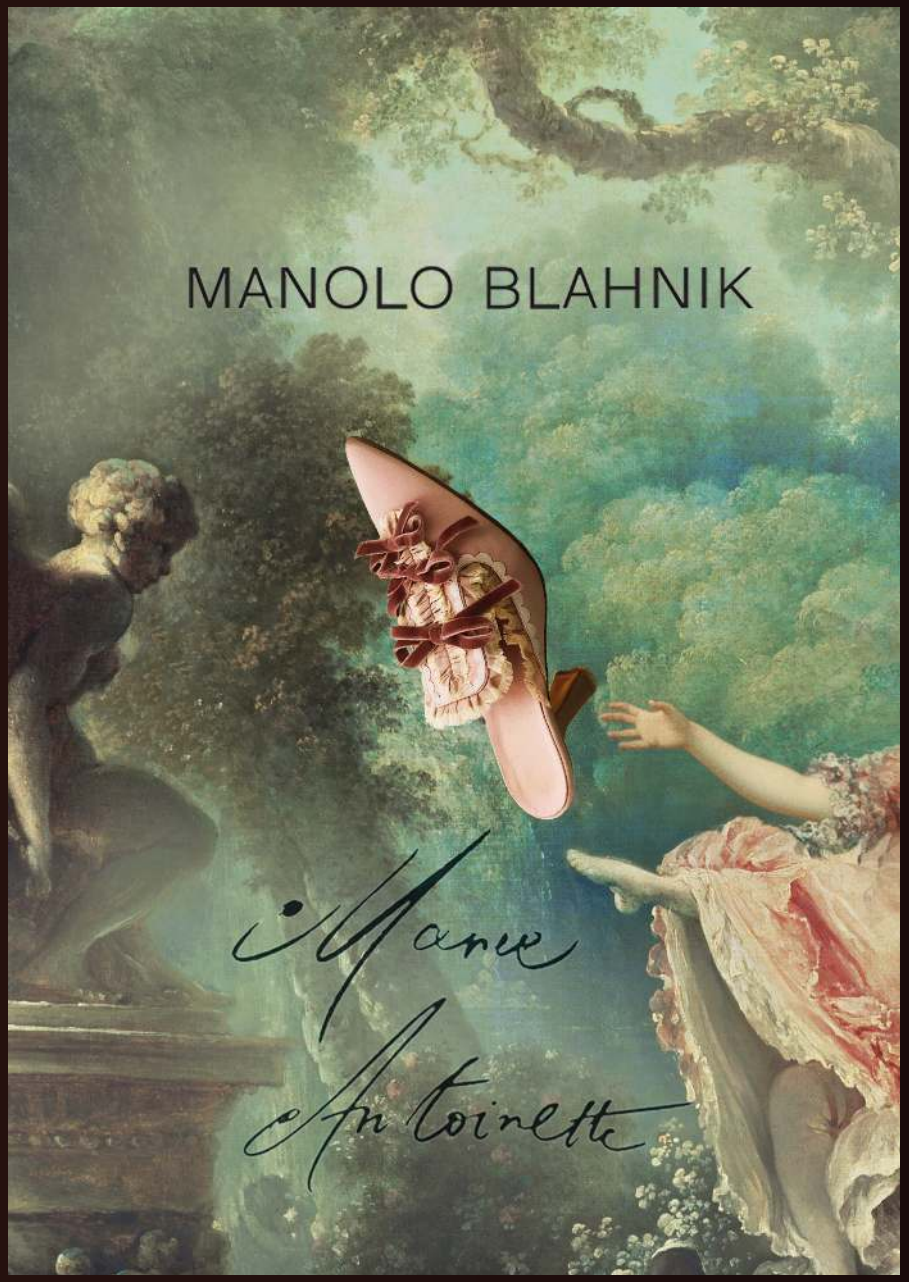
Una prenda simple cubre el cuerpo; una prenda de Alta Costura lo revela.

Premisa Menor

Schiaparelli expone los huesos, el deseo y el arte interior de quien los lleva

Conclusión

La moda Schiaparelli es un espejo público del alma, no un abrigo para el cuerpo.



Manolo Blahnik

“Zapato como contenedor de la época.“ El diseño (brocados, perlas, silueta) no es solo una referencia; es el único espacio físico donde la suntuosidad, la frivolidad y el riesgo de la corte de Versalles siguen intactos.

Retórica Sinécdoque

La imagen del zapato de Manolo Blahnik suspendido en el aire, recortado en el fondo del cuadro de Fragonard, es un ejemplo potente de sinécdoque, ya que un elemento singular logra invocar la totalidad de un universo estético y cultural. El zapato se convierte en el portavoz de la estética de la Reina y del Rococó, transmitiendo instantáneamente ideas como el lujo, el disfrute, la elegancia excéntrica, la ligereza y la sensualidad velada.

Premisa Mayor
Las creaciones más representativas del Rococó celebran la belleza efímera y no tienen una utilidad práctica más allá del placer estético.

Premisa Menor
La colección Manolo Blahnik de María Antonieta recrea esa belleza rococó con materiales tan delicados que su valor reside en el placer visual, no en su uso diario.

Conclusión
Comprar estos Manolos no es adquirir un zapato, es coleccionar una pieza de arte Rococó moderna que se debe preservar.


JACQUEMUS
EN PROVENZA

Jacquemus

“El Espíritu Libre de la Provenza“ se centra en la fusión de la identidad geográfica de la marca (Provenza) con su espíritu lúdico y desinhibido (“Espíritu Libre”). La figura ensamblada, camina con propósito en el campo de trigo, como si fuera la encarnación de esa libertad creativa que nace de la tierra.

Retórica Personificación

Esta publicidad de Jacquemus utiliza una retórica de imagen surrealista y lúdica para transmitir la esencia de la marca, fusionando su herencia provenzal con su espíritu innovador y despreocupado. La figura ensamblada es una personificación de la propia moda Jacquemus: un ser vibrante. Encarna el ‘Espíritu de Jacquemus en Provenza’: un lujo que celebra la libertad, la alegría, la creatividad y un vínculo inquebrantable con sus raíces.

Premisa Mayor
La vida en Provenza es libre, creativa y llena de sol.

Premisa Menor
Jacquemus encapsula la esencia de la vida en Provenza.

Conclusión
Al elegir Jacquemus, eliges un estilo de vida libre, creativo y bañado por el sol.