

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN**  
**Departamento de Didáctica y Organización Escolar**



**ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES PARA LA  
PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR  
DE UN PLAN EDUCATIVO SOBRE DISEÑO TEXTIL Y  
MODA DE ENSEÑANZA SUPERIOR EN ESPAÑA**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR  
PRESENTADA POR**

Fernando Luis Saavedra Fernández

Bajo la dirección de los doctores

Antonio Monclús Estella  
Carmen Saban Vera

**Madrid, 2013**

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID



FACULTAD DE EDUCACIÓN

DEPARTAMENTO DE DIDÁCTICA Y ORGANIZACIÓN ESCOLAR

**ANÁLISIS DE NECESIDADES PARA LA  
PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR DE  
UN PLAN EDUCATIVO SOBRE DISEÑO TEXTIL Y MODA  
DE ENSEÑANZA SUPERIOR EN ESPAÑA**

**TESIS DOCTORAL**

Doctorando:

**Fernando Luis de Saavedra Fernández**

Directores:

**Antonio Monclús Estella**

**Carmen Saban Vera**

**Madrid, 2012**

## **AGRADECIMIENTOS**

---



# ÍNDICE GENERAL

---

<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCION GENERAL.....</b>	<b>7</b>
<b>PRIMERA PARTE. REVISIÓN CRÍTICA E HISTÓRICA DE LA MODA COMO FENÓMENO SOCIAL.....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO II. LA MODA COMO FENÓMENO SOCIAL.....</b>	<b>17</b>
II. 1. El diformismo sexual.....	34
II. 1. 1. Europa marca la tendencia .....	37
II. 2. Moda y vida social .....	40
<b>CAPÍTULO III. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA MODA .....</b>	<b>43</b>
III. 1. Desde la antigüedad hasta el siglo X .....	45
III. 1. 1. La moda en la antigüedad: Sumer, Babilonia y Asiria, Egipto, Israel y Persia .....	45
III. 2. Grecia y Roma .....	59
III. 3. Otros pueblos.....	64
III. 4. La Edad Media.....	73
III. 5. La moda en el Siglo XIX .....	79
III. 5. 1. El nacimiento de la alta costura: las marcas y la moda francesa .....	79
III. 6. La moda en el Siglo XX: La moda se pone de moda .....	82
III. 6. 1. Primer Período: 1890 - 1930.....	83
III. 6. 1. 1. La Era del Jazz .....	87
III. 6. 2. Segundo Período: 1930-1960: el desarrollo de la industria textil .....	88
III. 6. 2. 1. La sobriedad tras la crisis .....	90
III. 6. 2. 2. Los Tiempos de Guerra .....	91
III. 6. 2. 3. El Regreso del Glamour.....	92
III. 6. 3. Tercer Período: 1960-1980 .....	93
III. 6. 3. 1. Rock y Psicodelia.....	96
III. 6. 3. 2. Años de Disco .....	97
III. 6. 4. Cuarto Período: 1980 – Actualidad .....	98
III. 6. 4. 1. Obsesión por la Figura.....	99
III. 6. 4. 2. Fin de Siglo: 1990 en adelante. El estilo retro y el culto a la técnica. Un cambio de perspectiva.....	99

III. 6. 4. 2. 1. Las transformaciones de la moda .....	100
III. 6. 4. 2. 2. La moda hoy .....	103
<b>CAPÍTULO IV. LOS GRANDES MAESTROS .....</b>	<b>105</b>
IV. 1. Paul Poiret .....	106
IV. 2. Jacques Ducet .....	107
IV. 3. Mariano Fortuny.....	108
IV. 4. Cristóbal Balenciaga .....	109
IV. 5. Giorgio Armani.....	111
IV. 6. Coco Chanel .....	113
IV. 8. Hubert de Givenchy .....	115
IV. 9. Paco Rabanne .....	116
IV. 10. Pierre Cardin.....	117
IV. 11. Emanuel Ungaro .....	118
IV. 12. Oscar de la Renta .....	119
IV. 13. Guy Laroche .....	120
IV. 14. Carolina Herrera .....	121
IV. 15. Gianni Versace .....	121
IV. 16. Louis Vuitton .....	122
IV. 17. Guccio Gucci.....	123
IV. 18. François Lesage .....	124
IV. 19. Christian Lacroix .....	127
IV. 20. Claude Montana .....	128
IV. 21. Jean-Paul Gaultier .....	128
IV. 22. Thierry Mugler.....	129
IV. 23. Robert Goossens .....	130
IV. 24. Yves Saint Laurent .....	132
IV. 25. André Courrèges .....	133
IV. 26. Oleg Cassini.....	135
IV.27. Anna Sui .....	135
IV. 28. Miuccia Prada .....	136
<b>CAPÍTULO V. LOS GRANDES INVENTOS .....</b>	<b>138</b>

V. 1.	La magia del color a través del maquillaje .....	139
V. 2.	La seducción como determinante en el vestir .....	140
V. 3.	Reestructura del calzado.....	141
V. 4.	La influencia universalizada de Croacia .....	142
V. 5.	Inventos funcionales en el vestir .....	143
V. 6.	Igualdad de género en el vestir .....	144
V. 7.	Apertura de las costumbres I.....	145
V. 8.	Apertura de las costumbres II.....	146
V. 9.	Apertura de las costumbres III .....	147
V. 10.	Homogeneización actualizada en el vestir .....	148
V. 11.	Recapitulación sobre el futuro de la moda .....	149
<b>SEGUNDA PARTE. EL ESTUDIO DE CAMPO .....</b>		<b>151</b>
<b>CAPÍTULO VI. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>153</b>
VI. 1.	El método científico .....	154
VI. 2.	Investigación y metodología en ciencias sociales.....	158
VI. 3.	Pautas para una investigación educativa.....	162
<b>CAPÍTULO VII. DISEÑO DE LA HERRAMIENTA, UNIVERSO Y ÁMBITOS DE APLICACIÓN .....</b>		<b>169</b>
VII. 1.	Objetivos del cuestionario .....	175
VII. 2.	Universo y ámbitos de aplicación del cuestionario .....	177
VII. 3.	El cuestionario .....	178
VII. 3. 1.	Modelo de cuestionario .....	179
<b>CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....</b>		<b>189</b>
<b>CAPÍTULO IX. INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</b>		<b>419</b>
<b>CAPÍTULO X. CONCLUSIONES GENERALES .....</b>		<b>565</b>
X. 1.	Titulación .....	566
X. 2.	Objetivos, contenidos y metodología .....	566
X. 3.	Practicum.....	573
X. 4.	Formación del profesorado.....	573
X. 5.	Inserción laboral .....	574
<b>CAPÍTULO XI. BIBLIOGRAFÍA GENERAL Y WEBGRAFÍA .....</b>		<b>575</b>



## **CAPÍTULO I.**

---

# **INTRODUCCIÓN GENERAL**

## CAPÍTULO I

El Diseño Textil y de la Moda ha sido centro de atención desde hace siglos, pero en los últimos 50 años ha tenido un desarrollo que implica a todos los sectores de la sociedad: sociales, culturales, económicos, políticos, etc. Mientras en el resto de Europa, U.S.A y Japón han desarrollado paralelo a la producción textil centros de formación especializados entre los que se pueden destacar: St. Martins, St. James o la Academie, en el caso español no ha ocurrido lo mismo, y aunque en los 25 últimos años ha habido una eclosión del Diseño Textil y de la Moda Española, hasta el momento no se ha creado ninguna Facultad ni ningún título de Grado dentro de la Universidad Pública Española. La labor desarrollada por centros privados o diseñadores que en sus propios talleres o industrias se encargaban de la formación en el Diseño Textil y la Moda circunscribe hasta la actualidad unos estudios que deberían responder a retos más amplios que se inserten en la vida cotidiana de una sociedad. Esta formación de alguna manera asistemática e informal, y en algunos casos, dentro de la formación reglada a nivel de formación profesional o títulos propios de posgrado, que se ha desarrollado hasta ahora presenta carencias, al no haber estudiado el fenómeno del Diseño Textil y la Moda como algo más que una cuestión estética o económica a la que solo unos pocos elegidos han podido acceder.

El Diseño Textil y la Moda es un fenómeno de carácter post-industrial y que se enmarca dentro de un contexto de la producción en serie donde las características originales de una obra de diseño la distinguen de la producción masiva.

Así como en el caso de las obras artísticas donde las técnicas de reproducción han hecho de las obras de arte una cultura de masas, observamos en el contexto de la sociedad de consumo que las obras de algunos diseñadores se han reproducido y aquello que era accesible solo a pocos, hoy por hoy observamos que pueden llegar a grandes sectores de la población.

Creadores como Versace, D&G, Dior, etc, tienen distribuidas sus obras de diseño y moda en diferentes partes del Planeta y al mismo tiempo son una

marca de prestigio, se constituyen en un canon, en una norma, en un estilo de formación indirecto de los diferentes grupos sociales. El trabajo realizado por los propios diseñadores, por las escuelas privadas e industrias son solo una parte de un fenómeno mucho más complejo que requiere de una formación universitaria donde se aborden aspectos propios del diseño, historia de la moda, así como estudios sobre la publicidad, los públicos de moda, etc.

El presente trabajo de investigación pretende aportar una propuesta formativa a nivel de enseñanza superior que cubra la necesidad actual ante la escasez de programas educativos a nivel universitario público en el área de conocimiento del Diseño Textil y Moda en España. Y enmarca en el cuadro general de una planificación del sistema educativo dinámica y abierta a las transformaciones sociales.

En la actualidad solo existen algunas escuelas privadas en Cataluña, o Madrid, por ejemplo, que no tienen una estructura curricular formal y que no conducen a la obtención de una titulación que reúna los requisitos estructurales de la formación superior como ocurre en otros ámbitos y países de la Unión Europea.

En España, tras la reciente reestructuración de títulos universitarios que ha supuesto el proceso de Bolonia, no se ha llegado a concretar la oferta pública en la especialidad del Diseño Textil y Moda.

De hecho, en el Libro Blanco elaborado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad (ANECA), sobre Títulos de Grado en Bellas Artes, Diseño y Restauración, se realizó un estudio comparativo en profundidad de la situación europea sobre los diferentes estudios que, bajo el epígrafe general de Bellas Artes. Allí, se recogen una serie de titulaciones universitarias de grado por países, como:

- Alemania-Fachocshulle: Diseño de Moda, Diseño Textil y de Moda (Indumentaria).

## CAPÍTULO I

- Austria-University of Applied Arts in Vienna: Diseño (especialidad Diseño de Moda).
- Finlandia-University of Arts and Design, Helsinki: Diseño de Moda.
- Italia-Universidad Politécnica de Milán, Facoltà del Design: Diseño Industrial de la Moda.
- Holanda-EVTEK, Institute of Art and Design: Diseño (Tejidos, Vestuario de Teatro, Diseño de Moda Virtual).
- Gran Bretaña-Nottingham Trent University: Diseño Textil y de Moda, Textil y Moda, Diseño de Moda.
- Gran Bretaña-University of The West England, UWE Bristol, Faculty of Arts: Media and Design.

Esta oferta de titulaciones que se recoge dentro del epígrafe general de Bellas Artes específicas sobre estudios de Diseño Textil y Moda, no se traduce, sin embargo, en una oferta similar en España. De hecho, las nuevas titulaciones de grado universitario que aparecerán después del citado Libro Blanco, sólo tendrán en cuenta dichos títulos para el nivel de posgrado como ocurre, por ejemplo, en la Universidad Politécnica de Madrid, o en la Universidad de Vigo.

La investigación presentada se ha elaborado a partir de una metodología cuantitativa y cualitativa que ha ocupado diferentes fases:

- Fase de análisis documental y bibliográfico. En esta fase, cuyos resultados se resumen en la primera parte del presente estudio, se ha pretendido abordar de una manera científica, y de forma diacrónica y sincrónica, el significado de la moda, tanto como fenómeno social, como fenómeno cultural y como elemento no solo de consumo sino de arte y de vanguardia. Para ello, se acude a los principales expertos y estudiosos en el campo de la teoría social de la moda, así como desde un punto de vista eminentemente histórico del significado del vestir a lo largo de las culturas y de la historia de diferentes pueblos. El análisis bibliográfico incluye desde las posiciones más clásicas como Bourdieu y

Baudrillard, hasta posturas que podríamos clasificar como postmodernistas como Lipovetsky o Maffesoli. En un apartado dedicado a los grandes diseñadores, se ha pretendido recoger algunos de los nombres y de sus aportaciones más relevantes que nos llevan a poder considerar este fenómeno como algo que va más allá de la imitación y se convierte en modelo, en arquetipos, en puntos de referencia durante generaciones.

- Fase de estudio de campo. Se ha pretendido de una manera científica, y acorde con los paradigmas de investigación en ciencias sociales en general y en educación en particular, elaborar unas herramientas de investigación, en forma de cuestionario semicerrado, dirigido a tres sectores fundamentales en el estudio, la creación, la docencia y el perfil profesional del área del diseño textil y moda: diseñadores, docentes y estudiantes. El objetivo fundamental de la aplicación de la herramienta era determinar en qué medida se pueden situar las carencias formativas y profesionales de los estudios existentes y cómo una posible titulación universitaria, podría responder a los nuevos retos sociales, económicos y formativos que requiere en la actualidad unos estudios de estas características.
- Fase de elaboración de conclusiones encaminadas a presentar una propuesta curricular original en cuanto al análisis y valoración de resultados en lo que se refiere a la titulación, objetivos, metodología, contenidos, practicum, e inserción laboral.

El objetivo general de la presente investigación se centra, por lo tanto, analizar las carencias que presentan los diferentes estudios actuales y plantear la necesidad de desarrollar una propuesta curricular a nivel de titulación universitaria pública en Diseño Textil y Moda.

## CAPÍTULO I

En relación a los objetivos específicos que se plantean en la investigación destacamos los siguientes:

- 1.- Conocer si los diseñadores de moda en ejercicio actualmente en España poseen o no alguna titulación al respecto y qué tipo de titulación poseen.
- 2.- Conocer si realmente hay una demanda social en relación a la posibilidad de que la administración competente cree una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.
- 3.- En función del objetivo anterior, conocer si lo que demanda la sociedad es un grado universitario o un título de Formación Profesional.
- 4.- Analizar la situación actual en España en relación a los objetivos propuestos en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda.
- 5.- Analizar la situación actual en España en relación a los contenidos propuestos en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda.
- 6.- Analizar la situación actual en España en relación a la metodología utilizada en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda.
- 7.- Conocer la demanda actual en España en relación a los objetivos que deberían incluirse en una propuesta curricular para una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.
- 8.- Conocer la demanda actual en España en relación a los contenidos que deberían incluirse en una propuesta curricular para una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.
- 9.- Conocer la demanda actual en España en relación a la metodología que debería incluirse en una propuesta curricular para una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.

10.- Conocer si los Centros o Departamentos existentes en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda que tienen como objetivo el facilitar a los alumnos la inserción laboral al finalizar sus estudios atienden realmente a esa función.

11.- Ubicar la propuesta curricular de Diseño Textil y de la Moda en una adecuada planificación general del sistema educativo acorde con la investigación social en la actualidad.



**PRIMERA PARTE.**

---

**REVISIÓN CRÍTICA E  
HISTÓRICA DE LA MODA  
COMO FENÓMENO SOCIAL**



## **CAPÍTULO II.**

---

# **LA MODA COMO FENÓMENO SOCIAL**

## CAPÍTULO II

La moda ha sido un factor cambiante en los gustos y patrones cotidianos de las sociedades contemporáneas. Sin este ingrediente, no se pudiera pensar en el concepto de modernidad. La moda, evidentemente, se refleja en los diferentes períodos históricos y se entrelaza con las distintas manifestaciones antropológicas, pero a partir de la modernidad cobra un relieve mucho mayor en la dinámica y la evolución de la sociedad.

Al comienzo del mundo moderno la moda empieza a suscitar mucho interés en el ámbito intelectual. Balzac (1949) redacta en 1830 su ***Tratado de la vida elegante***. Baudelaire (1863), demostró su fascinación con el femenino y erótico arte de pintarse los ojos, las mejillas y los labios, al describirlo en su ***Elogio del maquillaje*** (Ver asimismo Birlanga, 2007), un pequeño tratado donde la moda es descrita como un elemento constitutivo de lo bello, síntoma del gusto ideal. Para Oscar Wilde, el maquillaje le daba a la mujer lo mismo que su propósito personal para con la naturaleza, es decir, no imitarla, sino embellecerla. Y a finales del siglo XIX, Mallarmé escribió ***La última moda*** (Ver Gavarrón, 1989).

La literatura también tuvo una gran influencia y fue una fuente de inspiración para el gusto por los vestidos. Así, Sarah Bernhardt, leyendo una página de Salambó de Gustave Flaubert -quien describió a su personaje vestida con una tela desconocida- quiso adaptarla a su propia piel, para lo que la artista exigió una tela similar. Ésta fue creada mutando un terciopelo color hortensia marchita con reflejos azulados y haciendo macerar a martillazos la pieza de terciopelo de Venecia color rosa auroral. Posteriormente, la intervino con fumigaciones de azufre y azafrán, para encontrar un tinte nunca visto antes. Al final, un dibujante trazó arabescos y flores de fantasía, animales emblemáticos y sombras sugestivas con un vaporizador especial. El inesperado resultado cubrió a su grácil cuerpo en futuras representaciones (Gavarrón, 2003).

Este acto de Bernhardt afirmaría lo dicho por Roland Barthes en *Système de la mode* (1967) sobre el vestido, en el sentido que la vestimenta no expresa a la persona sino que la constituye. Se diría que la persona pertenece a esa imagen deseada en la que el vestido nos permite creer. El gusto por lo nuevo y lo exótico en la moda ha sido un rasgo constante en nuestras sociedades modernas y sobre todo de manera creciente desde el siglo XIX a nuestros días.

El desarrollo de la moda ha sido particularmente importante y ha experimentado los más grandes cambios al transcurrir el siglo XX. De esta manera, se puede afirmar que la demanda de modas en las sociedades actuales no está sujeta ya solamente a una predisposición de la distinción social -como lo fue hasta la mitad de este siglo- sino a una actitud de trastrocamiento, mutación, metamorfosis y novedad en la interioridad de la personalidad y de la vida. Antes una rigidez de la indumentaria marcaba un obstáculo para la libre expresión de la individualidad. Ahora toda una constelación democrática, lleva al ser a afirmar su autonomía básica personal (Codina, 2004).

Esta libertad, también se traduce en la constitución de un espacio estético para nuestro diario acontecer individual. Además, ha llevado al sujeto a la búsqueda de variación, demudación, teatralización de su personalidad imbricada bajo la tormenta del acontecer mediático y a su aceleración constitutiva que le da cuerpo, la determina, la mima, la define y la hace sobrevivir.

Las costumbres y usos que se ponen en boga durante un cierto tiempo y que forman parte del atuendo y conductas externas del individuo vienen a constituir un elemento clave de una sociedad que arrastra como conflicto permanente, el enfrentamiento de una producción inconsciente de sus límites -hasta ahora- añadiéndosele la necesidad imperiosa de dar salida a dichos objetos producidos.

## CAPÍTULO II

Para que el individuo pueda participar en los cambios de la moda y su continua disposición en asumirla, no importa, en forma determinante, tanto el ascenso o descenso de su renta o salario, sino las actitudes pesimistas u optimistas que despliegue ante esa sociedad de cambio continuo.

La moda se convierte así en un factor constitutivo de esta época y del mundo occidental; nos lleva a comprender a la sociedad del presente desde el epicentro de lo presente y no por medio del sesgo de los mecanismos de producción. Con ella nos asomamos a sus límites y sus respiros, que vienen a presentarse por los impulsos del marketing, por los nuevos sistemas de distribución y venta o por los marcapasos de percepción colocados en el corazón del mercado (Ver Martínez Barreiro, 1998).

Los juicios prácticos instalados en las técnicas de motivación, crean una sinergia que se adhiere al avance y la presencia persistente de los canales de la comunicación y sus vastas posibilidades de persuasión, todo dentro de un movimiento que va a la par de una intensa capacidad acelerada en la fabricación de los más variados productos. Estos productos son proyectados, tocados, afinados, redefinidos y refinados con la pulsión de la obsolescencia como condición interna para ser aceptada su existencia dinámica.

No podemos negar que la moda es un hecho de nuestra civilización occidental. En ella se dan cita desde efectos psicológicos y culturales hasta políticos y filosóficos. Involucra no sólo a conjuntos sociales sino que despierta el alma del individuo y se convierte en una opción de la libertad personal y de nuestra condición externa de presentarnos ante el mundo y modificarlo (Ibíd.). En la moda se plasma la realidad de la interrelación de dimensiones que constituye la cultura como tal.

Aunque sabemos que a tanta fortuna no queda de lado el que tenga sus desquites y sus pesares. Al inyectarnos el gusto por la novedad y el cambio que respiramos en toda la atmósfera cultural occidental, nos dispone al consumo de productos de utilidad dudosa, siendo el exotismo uno de los

elementos de su seducción. En ese juego no entran a participar las relaciones de vecindad o tradición, es más, su condición es ser la negación de las costumbres tradicionales y de ahí su carácter modernista implícito que sobrepasa cualquier marco de nacionalidad para su justificación.

Con la moda se yergue todo un sistema social teñido por el espíritu moderno y liberado -hasta cierto punto- de la influencia del pasado, se rodea de un orden de valores que se remarcan sólo ante el presente y lo nuevo. En la modernidad, sólo el presente pareciera que puede inspirar al deseo (Sarlo, 1994).

La hibridez de la moda estructura el componente perfecto para el pulso económico de las regiones periféricas y satelitales, encogiendo o ensanchando la piel del bienestar general, al ritmo de una globalidad envolvente. Conforman un acopio y conglomerado de bienes cuyos ingredientes varían cada vez menos de un país a otro, globalizando los escenarios, los utensilios, los adornos y los vestuarios dentro de una regionalización imperante en los mercados presentes. Preponderancia y hegemonía cotidiana del imperio de lo efímero (Frings, 1996).

La vida y existencia de la moda siempre se deberá a un efecto de reacción. Para afianzar su permanencia, necesita enfrentarse y surgir como oposición a otra anterior. Del pasado saca su existencia en el presente, actividad paradójica por su perenne variación o de negar la moda del verano anterior, por decirlo así, o bien por resucitar cadáveres y ruinas de los depósitos museísticos de las modas pasadas y volverlas actuales mediante la intervención y la modificación de los materiales y cierto uso del diseño actual.

La moda que tiene una pequeña vida y permanencia, sólo obtiene su presencia constante por su resucitar, como ave Fénix, de sus propias cenizas. Reacción contra lo anterior, oposición radical a sí misma, con sólo negarse surge su afirmación, proponiendo modelos de comportamiento colectivo de valor

## CAPÍTULO II

universal, socialmente jerarquizados y que se separan totalmente de los gustos de inmediato pasado.

Así, cuando Mary Quant lanzó la minifalda fue -por ejemplo- más que una liberación sexual femenina, una reacción al agotamiento de la era de las faldas victorianas. La moda se entroniza a partir de oposiciones binarias: corto/largo, alcohol/droga, aceleración/lentitud, blando/duro, hot/cool, naturaleza/artificio, tropical/templado, jazz/rock, rock/salsa, salsa/cumbia, flamenco/bolero, minifalda/maxifalda, etc., donde siempre uno de los pares es el triunfador absoluto para el consumo social por un período sometido a los vaivenes de la demanda del producto. El desplazamiento acontece por un surgimiento impetuoso de un antagonismo radical, donde no hay términos medios e híbridos que hayan podido gozar de mucha fortuna (Simmel, 1999).

La moda pareciera ser una cura real, una satisfacción permitida, un ensanche de nuestro narcisismo, cuando sabe darnos lo que deseamos.

La inducción y la seducción de sus montajes para la captación de nuestra atención y del picor que despierta al deseo, nos llevan a preguntarnos por la fragilidad y alteración de nuestra libertad de decisión particular ante su imperativo. Orden oculto que bien puede trastocarse, a la vez, en un recurso de expresión y transformación personal ante las formas externas sin significación del mundo.

De ahí que ese espacio lúdico nos da la grata y recreada ilusión de renovación de la vida, de la sociedad, del tiempo y hasta de la historia, combinando sus efectos, dentro de la constante repetición violenta en que nos introduce nuestro entorno postmoderno. Con la moda bien puede pasarnos hoy, lo que ya decía Epicuro sobre nuestra alimentación y sobre la duración de nuestras vidas: "Y así como de entre los alimentos, el hombre no escoge los más abundantes, sino los más agradables, del mismo modo, disfruta no del tiempo más largo, sino del más intenso placer".

Al restringir los límites de la participación en el campo de la política el individuo ha optado participar en la elección de los adornos y de la 'estetisation' de su cuerpo; en organizar su vida inmersa en un sistema de frivolidades que permanece como una danza continua y constitutiva de lo cotidiano. Encontrando que esta pasión prescribe, quizá, uno de los elementos que más lo integra con el devenir del mundo y yendo al encuentro de la mirada del otro. Muertas las ideologías, entrados los partidos en el túnel de la anacronía y en la practicidad estéril de las propuestas de sus dirigentes -que sólo termina siendo más de lo mismo-, agregando a todo ello la aceleración y cambio de los valores y las costumbres, el individuo halla en el carrusel de la moda una cierta estructura hedonista y lúdica que intercambia por la política tradicional y que lo incluye en un determinado conjunto humano que lo guía más a la experimentación narcisista que al mandato colectivo.

La moda, más que un conjunto de emblemas y símbolos de la diferenciación - como lo fue en otros tiempos-, ha quedado como el escenario que cierra y abre un intersticio de exploración para la convivencia y el intercambio simbólico comunicacional; lo que importa es el encuentro, la convivencia (Avila, Linares, 2006).

Elevando la constelación de lo efímero, como elemento ontológico de los actores sociales, se retrae y casi desecha de nuestras vidas la búsqueda de cambios sociales, políticos o económicos.

En la órbita de los gustos, de las frivolidades, de los atuendos, está toda una gramática abierta a una descripción y lectura del conjunto de nuestra trama y red de conflictos individuales integrados al concierto gris de la sociedad signada por la obsesión del presente, del peso de un pasado aparentemente glorioso, dador de una nacionalidad hoy bastante moribunda por la globalización y que apesta a sangre muerta derramada, que no interesa a nadie recrear ni revivir y de un horizonte rasgado por un futuro incierto.

## CAPÍTULO II

Todo este conjunto hace que lo cotidiano se torne en terreno de una sociabilidad difusa, donde se vive al margen de lo político institucional, lo histórico o lo religioso. En este espacio dilatado entra a confluir tanto lo privado como lo público, lo familiar como lo vecinal, lo erótico y lo lúdico, el ocio como el quehacer asalariado. Concentrándonos gracias a los nuevos hábitos adquiridos dentro del arraigo cambiante de nuestra sociedad para el consumo.

La cotidianidad se define desde el hogar, la calle, el centro comercial, el rutinario puesto de trabajo, el bar del encuentro, de la apuesta o del juego y la virtualidad de la iconografía mediática regida vertical y burocráticamente por una aspiración a un estatus elevado, junto a ritos y mitos surgidos del seno de la ciudad.

Pero los tiempos pasados tejieron una cotidianeidad que presentaba un grado de imprevisibilidad, espontaneidad, de una vitalidad ruralizante, de una incertidumbre y naturaleza que ahora no se permitiría para nuestras cerradas, temerosas y democratizadas vidas ciudadinas; la lógica tramada es la que se inscribe en el efecto ensordecedor e hipnótico de la repetición asfáltica.

La moda también como conducta externa, es una repetición cotidiana de los gestos, las mismas jergas, los mismos sueños, los mismos deseos, similares comportamientos prescritos para las ciudades, grandes o pequeñas, cada vez más parecidas, con sus trabajos terriblemente idénticos y monótonos, cuando los hay; acordémonos de la sombra del paro que recorre al mundo. La moda se inscribe en uno de los pliegues de lo cotidiano como dispensadora de alivio de la inercia y rutina; cotidianidad como densidad vital saturada con signos y ofertas en cada esquina (Ibíd.).

Si en el siglo XIX Ernst Engel propuso una ley para comprender el sentido innovador de los comportamientos sociales e individuales, la cual decía que "a medida que aumenta el consumo total tiende a disminuir el porcentaje del gasto destinado a la alimentación", hoy pudiera traducirse que entronizándose el consumo como algo cotidiano pudiéramos decir que a medida que aumenta la

presencia de la moda en nuestras vidas disminuye el porcentaje de gasto destinado al desarrollo de nuestra espiritualidad y diferencia; nuestra espiritualidad nace sólo desde lo externo, la democracia de la moda pide, sobre todo, únicamente la presencia del cuerpo junto a la lealtad de su espíritu.

La moda nos muestra la faz de lo nuevo -pero bajo el signo de la reiteración- para entender y vivir cotidianamente nuestras pulsiones subjetivas al tempo del imaginario social. Su presencia tiene una influencia mayor que la educación primaria y secundaria o universitaria, que los sindicatos, la empresa, los oficios, los partidos y hasta de los gobiernos (Herrero, 2000).

La moda se eleva por encima del aburrimiento generalizado presentándose como la “Diana cazadora” de la intimidad inconsciente y de los sueños en nuestra individualidad permeable. La prenda del momento cautiva más que las leyes permanentes o cambiantes de nuestros estados.

Al despertar el confundido ciudadano por los espejismos de la oficialidad institucional ofrecidos como meta que nunca llegaremos realmente a alcanzar, al ciudadano, inscrito dentro de una máscara social, le queda la posibilidad de aferrarse, en tanto respuesta y rechazo a la condición infernal de nuestras ciudades, al basurero vivencial en que ha convertido el hábitat de su barrio o urbanización, o la iconografía itinerante e infernal de las tragedias mundiales, en el reducto subjetivo y volátil, cambiante e hipnótico, integrador y dador de cierto sentido de belleza o percepción estética instantánea que nos presenta el balcón de la moda, convidándonos a una conciencia amarga de la resignación e identidad de lo incierto y arraigo pasajero en el tobogán del segmento cultural de lo breve, en lo fugaz de las formas estéticas de la individualidad; los objetos y matices que nos ofrece la moda gustan por permitir situarnos socialmente, desenmascarnos, sacando un provecho y placer distintos.

Ante el cerco del ruido político que pareciera no ir a ningún estadio feliz -o al menos a algún lugar al que uno realmente quiera ir o sentirse invitado-, y al dejar de tener la vida un valor y una dignidad, el individuo y su casi perenne

## CAPÍTULO II

fragilidad se escuda en la extensión plástica y finita de su propia piel, en la fantasía y decoración de su conciencia.

El individuo encuentra que la primera ley de la naturaleza personal para la defensa e identidad de su precaria humanidad en las sociedades actuales, está, por el hecho del constante sentido del accidente en nuestro marco vital, en el inmediato halo cambiante de los artilugios, en el adorno o el collar en el desnudo cuello, en un lóbulo de la oreja o en las aletas de la nariz, en la intervención o decoración y tatuaje corporal, en el oropel de las livianas fantasías, en los barroquismos de los contrastes, en los colores sin vida y en los gustos chocantes ante el buen gusto único que sólo se manifiesta en la medida que solapa y oculta -y ya no puede!- la injusticia, la pobreza, la muerte, las lacras, las desigualdades como una condición casi natural y eterna de nuestro estadio mediocrático cultural.

El individuo casi sintiéndose escoria de una sociedad que ya no ofrece salidas y a falta de elecciones y de deberes y derechos que cristalicen y reformen, o que aspiren a una cruel sinceridad de los límites de su suerte y condición política, asume la moda, como complemento de la sucesión de la vida, esa condición faltante para ejercer la elección y desplazar y empuñar la cercanía de la muerte por indiferencia a la política virtualizada y chata: abstracción que no se mezcla -y siempre es vista desde lejos- ya para sus vidas, ante la trampa mortal del ser estático de la nada política, asume la avalancha de naderías externas y de las pequeñas diferencias que forman la moda.

Ante la fatua gloria del mundo abstracto institucional y financiero su negación se cruza con otra abstracción pero de corte sensitivo y estético, la de la moda; todo ello nos da una emoción de la presencia y significación simbólico social en la capa del placer individual; rechazo a lo obsoleto y conjuro ante nuestras sociedades del vacío y de la transparencia.

En un tiempo en que las estructuras jurídicas y de legitimidad están a la deriva y no funcionan, las casi inertes democracias encuentran el respaldo del cauce

mediático, proponiendo como condición existencial al continuo cambio girando en un círculo cerrado. Al no encontrar que la representación del teatro de los políticos no devuelven la esperanza y tampoco se establece un piso más firme pero dinámico, menos brutal y más acogedor, borrando los pocos gestos humanos, esos electores nos muestran que su acción votante está, gracias a la continua medida bien administrada de frustración constante, más cercano a la seducción de las pasarelas mercantiles de los oropeles y telas, a los gustos alimenticios y looks que en mirarse y reflejarse en la cara sería -y verazmente cínica- torpe y gris de la constante política gerontocrática. Se busca refugio en la individualidad y en la ética hedonista de la 'estetización' de nuestra corporeidad.

La publicidad y la presencia de la moda no sólo domina nuestra visión de mundo, sino que hace de lo efímero nuestra certeza sensible, llena nuestros oídos, determina, en forma urgente, nuestra estética moral, nuestras miméticas conductas y hasta preconiza un sentido de la idea del bien individual y social (Birlanga, 2007).

La paleolítica corteza política aún cree que estamos esperando su última palabra para saber de cómo va la política, ciegos, nos hablan de los colores del mundo cuando nosotros hemos integrado, inventado y despertado nuestras vidas a los colores que nos significan y emocionan sin tener que pedir permiso de la política. Los intersticios de la micro-política, tienen sus matices y sus refugios donde constituimos y construimos la vida.

Si bien la lógica de las sociedades modernas han hecho posible en reducidos grupos humanos saltar la cerca de las necesidades vitales primarias, ellas han visto llenar su pecho con otras necesidades nuevas y llenas de artificio; una espuma simbólica e icónica que constituye toda una constelación coreográfica de las necesidades, que van desde el status, prestigio, ocio, cultura hasta la información, imágenes, confort, mitos, ritos y sueños: tornándose toda esa colección en un marco mínimo vital antropológico, independientes de toda

## CAPÍTULO II

necesidad primaria o con la subsistencia biológica; ellas más bien dejan de ser secundarias y obtienen la primera fila en la serie de las necesidades humanas.

Topándonos frente a una sociedad que registra sólo un mínimo de preocupación por construir un bien social y que garantice un respiro a la dignidad para sus integrantes, los recursos de lo efímero, de los medios, de los simulacros, de los cambios de escenarios electrónicos que nos inundan como virus inmortal de lo instantáneo y vital a la vez, presentando su subsistencia y la garantía de una cohesión social aferrada a lo virtual.

Desde hace siglos está presente en Occidente el olvido de la polis: lugar donde alguna vez los ciudadanos se reconocieron como agentes de la existencia y dirección del conjunto social. La polis se ha trasladado a una sociedad del escaparate electrónico, de la vitrina virtual y del precio. Las leyes subterráneas imperantes no son dictadas por las relaciones ciudadanas sino por los artifices -a veces geniales, hay que reconocerlo- de la moda y toda su corte de los milagros que proporcionan de estación a estación lo emblemático para respirar y permear entre los aires de las épocas estacionales.

Más que hablar de un ethos social, de un ser social, podemos arriesgarnos hablar de un hedoné social o de un no-ser social y de un ser asocial políticamente presente desde hace un tiempo. Marginal político, un elector que ya no le importa su voto, un apartidista nato, un individualista consciente de sus gustos, de sus gastos imprescindibles, reunido con lo externo por el imperio de lo cambiante modal en tanto recurso que atrapa una vida -su vida- y le da cierta "distancia y categoría" sin otro brillo y aptitud de movilidad e integración comunitaria, que concibe su integración a partir del círculo de la exhibición simbólica que le presta -periódicamente o generacionalmente- los signos de la moda.

Inexistente para ocupar un lugar en el ser de una comunidad se llena por el soplo de lo simbólico presente en un ser integrado en la vivencia diaria de la imaginación y del mundo onírico que procura como alimento en sustitución al

sentido del arraigo; su ser en el mundo es una exhibición y muestreo en y para todo el mundo. Donde el sentido del arraigo en el individuo, posiblemente hoy, hasta puede conducir a la muerte espiritual de ese individuo. El imperativo categórico, el deber-ser, está absorbido por el cambio y el grado de intensidad hedonista como condición de nuestra definición y voluntad de lo bueno individual y social.

Ello parte desde la nueva idea de progreso adoptada por la sociedad inscrita en la globalidad. Con ella se cambió la lógica de la producción industrial por una lógica del consumo, de un conjunto de necesidades y de subsistencias locales por la platina del confort y de la moda, agarrados a los múltiples canales coaxiales de la aldea ciberespacial.

De igual forma vemos que después de un siglo, la industria del lujo no será representativa de una elite. Ha cambiado mucho desde la aparición de las tiendas especializadas de la alta costura francesa, como aquella creada por Charles-Frédéric Worth en 1857, que convierte una empresa de creación de confecciones selectivas, de sedería original y de artilugios lujosos de inusitada novedad en un espectáculo publicitario dado en determinados escenarios.

Lipovetsky (1993) ha dicho que con él se inicia lo que será la moda en el sentido actual del término, poniendo en práctica el doble carácter que la constituye: autonomización del hecho y del derecho del modisto-diseñador, expropiación correlativa del usuario por lo que respeta a la iniciativa de la indumentaria. Hasta ese momento, el sastre, el diseñador o el modisto nunca dejaron de trabajar en relación directa con el cliente, de tomar sus sugerencias, de aceptar sus dictámenes: en mutuo acuerdo elaboraban el atuendo. Con Worth se adquirirá el derecho soberano de la libertad creadora y de la autoridad artística; la moda y sus creadores de ser subordinados pasan a esgrimir su propia voluntad creadora.

Pero también ocurre que la alta costura subsiste sólo si transita hacia la costura industrial; ya no se define y se diseña para satisfacer sólo a un reducido

## CAPÍTULO II

espacio geográfico clientelar y a una presencia mínima del gran porcentaje que le abre los mercados. Su mira está en los amplios pastos donde se citan los potenciales consumidores de nuestro siglo de masas.

No es la búsqueda de la exquisitez, sino su democratización lo que persigue. Si bien no abandona del todo las peticiones de la clase ociosa y de consumo conspicuo de la que nos habló el economista norteamericano Veblen quien en su obra *Teoría de la clase ociosa* publicada en 1989, se refiere a que las conductas del derroche terminaban convirtiéndose en algo necesario para la vida, ahora busca internarse en las posibilidades de las elecciones y las libertades de las mayorías, separadas del registro estatal y afianzadas en los hábitos de lo efímero.

Para los creadores de la moda no sólo cuenta la materia prima y sus aledaños, las telas y los diseños, el gusto y cierto sentido de perfección o imperfección consciente, de las asimetrías y las combinaciones de texturas, de talles y de formas; al fin y al cabo, sabemos que toda ella va a estar constituida de variaciones en el seno de una serie conocida; su mirada está colocada en esas mayorías y sus posibles demandas, sus porcentajes de compras, en la inoculación de nuevos hábitos y deseos que cautiva y monopoliza toda esta industria pareciendo sostener el rumbo ciego del loco barco sin timón de nuestras sociedades industriales emplazada dentro de una muy *sui generis* democracia.

Las casas de modas tienen su vida limitada por el dictado del termómetro de la aceptación de las mayorías que son quienes, como ya diría Ortega y Gasset en 1929, permiten el acceso a "los lugares preferentes de lo social".

De ahí que digan que la industria de los estilos, de las formas, de los lujos desvalorizados puede entenderse como un lenguaje cercano a lo político y al lúdico reinado del simulacro social. La moda como aquella cartera que retenía únicamente la condición y símbolo de un status, se nos presenta como toda

una industria liviana de la imaginería que proporciona una mitología, introduciéndose en la historia de la evolución de todos los estamentos sociales.

Nuevos modelos de sociabilidad, de diferenciación, de comunicabilidad y de conflictividad; es pauta de comportamiento, instaura toda una gramática de la comunicación citadina; cobija aspiraciones psíquicas estéticas y morales para el individuo integrado en una mayoría reglamentada y que ha sufrido una serialización de los deseos. Bien se ha hablado que en nuestras sociedades, y en el nuevo nivel de la civilización mediática que se nos impone, las diferencias que en el siglo XIX estaban representadas únicamente por los niveles económico no son ya las determinantes para el gusto, como sí lo son las distinciones que proveen las constelaciones simbólicas e icónicas.

Dime qué símbolos consumes y te diré qué gustos tienes. Hace tiempo que Jean Baudrillard señaló que los criterios de valor y de diferenciación se han trasladado a lugares distintos a los de la renta o la riqueza. Los signos internos de los nuevos privilegios vienen inscritos en la ocupación de los espacios de decisión de poder, manipulación cultural, control y estructura de responsabilidades, monopolio de cierto estilo consumista: son los signos del privilegio actual, ocupando el lugar que tuvo antaño el dinero en tanto signo externo (Baudrillard, 1984).

No se aspira a mostrar tanto las diferenciaciones económicas como sí la aspiración al prestigio; hoy lo determinante, aparte del juego de los estilos para el libre desenvolvimiento del individuo, está en las distinciones culturales que conforman cierto mapa de nuestra existencia individual.

Viendo que la moda ha unido al homo frivolus y al homo religiosus podríamos afirmar, como se ha dicho de la religión en estos tiempos de crisis, que la mejor moda es aquella que uno mismo se da; sobriedad y comodidad respecto a la moda pues, como refieren los versos de nuestro amigo y poeta Reynaldo Bello: "Clavan veracidades / en el concreto, / en los pechos, / y en un leve viento, / apenas con rozarlas/ las extrae..."

## CAPÍTULO II

Podría considerarse la imitación como una herencia psicológica, como el tránsito de la vida en grupo a la vida individual. Su fuerte está en que nos hace posible obrar con sentido y de manera conveniente, aun en los casos en que nada personal y original se nos ocurre. Podría llamársela la hija que el pensamiento tiene con la estupidez.

La imitación proporciona al individuo la seguridad de no hallarse solo en sus actos y además, apoyándose en las anteriores ejecuciones de la misma acción como en firme cimiento, descarga nuestro acto presente de la dificultad de sostenerse a sí mismo.

Engendra, pues, en el orden práctico la misma peculiar tranquilidad que en el científico gozamos cuando hemos subsumido un fenómeno bajo un concepto genérico. Cuando imitamos, no sólo transferimos de nosotros a los demás la exigencia de ser originales, sino también la responsabilidad por nuestra acción. De esta suerte se libra el individuo del tormento de decidir y queda convertido en un producto del grupo, en un receptáculo de contenidos sociales (Lafuente, 2008).

El instinto imitativo, como principio de la vida, caracteriza un estadio de la evolución en que existe ya el deseo de actuar de modo adecuado por propia cuenta, pero falta aún la capacidad de dar a ese deseo contenidos individuales.

El progreso sobre este estadio se verifica cuando, además de lo conocido, pasado y tradicional, comienza el futuro a determinar el pensamiento, la acción y el sentimiento. El hombre teleológico, es decir, el hombre que obra en vista de finalidades, es el polo opuesto al hombre imitador, que actúa, no -para lograr tal o cual fin- sino meramente porque los demás obran así.

En todos los fenómenos donde es un factor influyente, corresponde, pues, la imitación a una de las tendencias básicas propias a nuestro ser: a aquella que se satisface en la fusión de lo singular con lo general y que acentúa lo

permanente en lo que cambia. Por el contrario, dondequiera que se busque el cambio en lo permanente, la diferenciación individual, el distinguirse de la generalidad, obrará la imitación como un principio negativo y una rémora.

Ahora bien, el afán de persistir en lo conocido y hacer lo mismo y ser lo mismo que los otros es un enemigo irreconciliable del ansia opuesta, que quiere avanzar hacia nuevas y propias formas de vida. Y como estos dos principios son igualmente ilimitados cada uno por sí, la vida social se convierte en el campo de batalla donde cada palmo es disputado por ambos y las instituciones sociales vendrán a ser conciliaciones -siempre efímeras- donde su persistente antagonismo toma el cariz de una cooperación.

Con esto quedan circunscritas las condiciones vitales que hacen de la moda un fenómeno constante en la historia de nuestra especie. La moda es imitación de un modelo dado y satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad; conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar y destacarse.

Logra esto, por una parte, merced a la variación de sus contenidos, que presta cierta individualidad a la moda de hoy frente a la de ayer o de mañana. Pero lo consigue más enérgicamente por el hecho de que siempre las modas son modas de clase, ya que las modas de la clase social superior se diferencian de las de la inferior y son abandonadas en el momento en que ésta comienza a apropiarse aquellas.

No es de esta suerte la moda más que una de tantas formas vitales en que se compagina la tendencia hacia la igualación social con la que postula la diferenciación y variedad individuales. La historia de la moda se ha hecho hasta ahora sólo desde el punto de vista de la evolución de sus contenidos; pero si en vez de esto se estudiase históricamente su significación para la forma del proceso social, veríamos en ella la historia de los ensayos hechos para adaptar

## CAPÍTULO II

al estado de cada cultura individual y social la satisfacción de aquellas dos opuestas tendencias. A este carácter esencial de la moda se subordinan los demás rasgos psicológicos que en ella observamos.

Es ella, un producto de la separación por clases y se comporta como muchos otros fenómenos parejos, sobre todo como el honor, cuya doble función consiste en formar un círculo social cerrado y, a la vez, separarlo de los demás. Del mismo modo, el marco de un cuadro da a la obra de arte el carácter de un todo unitario, orgánico, que forma un mundo por sí y, a la par, actuando hacia fuera, rompe todas sus relaciones con el espacio en torno.

La energía de estas formas es, en rigor, simple; pero no podemos expresarla si no la dividimos en una doble actividad que opera hacia dentro y hacia fuera. Análogamente, el honor deriva su carácter, y sobre todo sus derechos morales, de que el individuo representa y salvaguarda en su propio honor el honor de su círculo social, de su estado. Claro es que esos derechos, desde el punto de vista de quienes no pertenecen a la clase, son tenidos más bien por injusticia.

Significa, por tanto, la moda nuestro ayuntamiento a los pares, la unidad de un círculo que ella define y, consecuentemente, la oclusión hermética de este círculo para los inferiores, que quedan caracterizados por su exclusión de él. Unir y diferenciar son las dos funciones radicales que aquí vienen a reunirse indisolublemente.

### **II. 1. EL DIFORMISMO SEXUAL**

Se entiende que la construcción de una figura femenina o masculina, determinada históricamente, abarca distintos aspectos: las concepciones de género, la asignación de los roles sociales, etc. También es importante dónde se muestra esta figura, lo que refiere a los escenarios y cómo se la muestra, en

este punto es muy importante el concepto de moda, ya que la vestimenta transmite sentido y es un factor más que se relaciona con los anteriores<sup>1</sup>.

Es importante indagar la razón por la que ciertas actividades, comportamientos, formas de ser e incluso sentimientos se consideran como propias del mundo femenino, y más aún, por qué existe una división entre lo masculino y lo femenino.

Esta cuestión comienza a aclararse cuando se comienza a pensar en la diferenciación que existe, no sólo entre lo masculino y lo femenino, sino también entre mundo público y mundo privado, como plantea Pateman. En su enfoque, las divisiones de género son correlativas con la dicotomía público/privado y es esta situación la que contribuye y hace a la reproducción del sistema patriarcal en el liberalismo capitalista. Por más que el liberalismo enarbole la bandera de la igualdad, esta igualdad no abarca a todas las personas, es una igualdad que se plantea para todos aquellos que están dentro del ámbito público, para aquellos que desde un principio tienen derechos.

Históricamente se adscribió al modelo que definía una esfera de acción para el hombre diferencial de la que reservaba a la mujer. Se define el rol masculino en términos de procurar los bienes necesarios para la reproducción del núcleo familiar, esto implica estar bastante tiempo fuera del hogar e incluye hacer la guerra si fuera necesario, mientras que la mujer es la entidad que hace a la reproducción biológica de la familia y sus tareas apuntan a la crianza de los hijos y el mantenimiento de la institución familiar, ya que es la mujer la que educa a los hijos, les da el idioma, etc.

Como la mujer está "naturalmente" preparada para desempeñar las tareas que refiere al cuidado de los hijos y de la casa por el solo hecho de que es ella quien los pare, su esfera de acción está fuertemente ligada al ámbito doméstico, al mundo privado. Por consiguiente su participación en la vida

---

<sup>1</sup> [www.geodakian.com](http://www.geodakian.com)

## CAPÍTULO II

pública fue por mucho tiempo casi inexistente y su igualdad con respecto al hombre una mera cuestión de formas.

La subordinación de la mujer se basa entonces en una concepción que se deriva de su naturaleza y esto no sólo se da en lo público sino también en lo privado, ya que es el hombre el que sigue teniendo el poder, tanto dentro como fuera del hogar y por esto el patriarcalismo perdura dentro del liberalismo. El hecho de que el patriarcalismo es una parte esencial, constitutiva, de la teoría y la práctica del liberalismo queda así oscurecido por la dicotomía, aparentemente impersonal y universal, entre lo público y lo privado en la propia sociedad civil.

Este planteamiento es interesante ya que al indagar sobre la figura femenina, su uso y la situación de la mujer en la sociedad, es importante tener en cuenta qué es lo que se oculta bajo la adscripción a ciertos modelos ideales de conducta que favorecen al mundo masculino y permiten que éste, tanto por la conducta de los hombres como de las mujeres, pueda utilizar esos tópicos en su propio provecho reproduciendo la vida patriarcal y con esto el liberalismo capitalista ya que la mujer como reproductora del hogar no recibe salario alguno pero, sin embargo, contribuye grandemente a la reproducción de la mano de obra.

Las concepciones sobre los roles diferenciados entre mujeres y hombres fueron centrales para el desarrollo de la sociedad. Ahora bien, la forma en que se recrea el imaginario femenino/masculino varía históricamente y se vale de diferentes medios, uno de ellos es la moda.

Si pensamos por ejemplo en el uso del corsé, cuyo objetivo era hacer que la cintura luciera más delgada, se podría trazar un paralelo con las mujeres del Japón que se vendaban los pies para que parecieran más pequeños; ambas cuestiones, que parecen meramente estéticas, esconden una relación de estatus y clase.

El poder económico del hombre era expuesto, exhibido en la vida social por sus mujeres (esposa e hijas), ya que ambos sistemas, además de lograr deformaciones muchas veces irreparables en el cuerpo femenino, eran la prueba de que la mujer no podía realizar actividad alguna –mientras un sistema impide caminar, el otro deja al torso y abdomen sin posibilidad de movimiento– y, por lo tanto, de la solvencia económica de su padre o marido que permitía que esa mujer viviera solo para mostrarse y que otras personas hicieran tareas por ella.

Esto contribuye a rescatar la idea de que la moda no tiene nada de superfluo, vano o frívolo (palabras que muchas veces caracterizan al mundo femenino), sino que, contrariamente, muestran que la mujer puede reproducir ella misma su situación de opresión y que la moda y sus cambios pueden servir como indicador histórico de la forma en que se vive el mundo masculino/femenino y las representaciones que cada una de las partes de este binomio hacen del otro y de sí mismos. Para tener una idea más clara de este planteo es importante remontarse en el tiempo y observar cómo eran...

### **II. 1. 1. Europa marca la tendencia**

Ya desde la última década del siglo XIX comienza tanto en Inglaterra como en Francia una época de ostentación y extravagancia que fue conocida como la Belle Époque. Durante éste período los corsés pasan a moldear la figura femenina en forma de S, lo que consistía en empujar el busto hacia adelante, manteniendo derecho el torso por delante y empujando las caderas hacia atrás.

Curiosamente este modelo fue conocido como "corsé salud" ya que liberaba a la mujer de la presión que ejercían hacia abajo en la zona del abdomen los anteriores corsés. Las faldas se ajustaban a las caderas y caían en forma de campana hasta el suelo y terminaban en una pequeña cola. Estos vestidos se llenaban de encajes, completándose con sombreros chatos con plumas y guantes largos.

## CAPÍTULO II

Pero es importante destacar también la aparición del traje-sastre, que adquiere gran importancia para las mujeres de clase media que empezaban a trabajar fuera de su casa como institutrices, secretarias o dependientas. Ya hacia 1908 la silueta femenina se modifica intentando que caderas y busto vuelvan a su posición natural, las ropas de la época hacen que las caderas se vean más estrechas (Herrera, 2000).

En 1910 se da un cambio profundo en la moda, ésta se orientaliza y se dejan de lado los corsés, la silueta femenina tendrá de ahora en más la forma de un cono invertido, siendo abultada arriba y estrecha en la parte inferior de la silueta, llegándose a usar faldas que impedían caminar con pasos normales. Para evitar que las mujeres diesen pasos más largos y rasgasen la falda se llevaba a veces una especie de 'grilletes de trencilla'. Parece como si todas las mujeres estuviesen decididas a parecer esclavas en un harén oriental. Esta frase es importante a la hora de relativizar aquellos detalles que eran vistos como indicios de la emancipación femenina.

Si bien se quitaron los corsés, se cambiaron por faldas incómodas y, lo que es más importante aún, estos cambios eran gestados por diseñadores masculinos como Paul Poiret (1989) y Leon Bakst. Por otra parte, los colores pasteles desaparecieron para darle paso a colores más chillones y llamativos como el amarillo.

Otra innovación se produce en 1913 con la aparición del "escote en V", conocido también como escote de la pulmonía, pero que fue rápidamente aceptado (Ver asimismo Beaton, 2010).

Justo antes del estallido de la Primera Guerra Mundial, se modificaron las faldas, sobre estas que eran estrechas y largas hasta los tobillos se puso una sobrefalda, una especie de túnica que llegaba justo debajo de la rodilla. Lo importante de este cambio es que durante la época de la guerra las mujeres comenzaron a usar solamente la sobrefalda, ya que la doble falda dificultaba la ejecución de las tareas de guerra a las que debían dedicarse. Se hizo popular

el uso del traje sastre y la falda acampanada. Además de diseños de modelos estándar, aptos para todo uso, no hubo grandes innovaciones durante la guerra (Boehn, 1945).

Con la paz, volvió la moda y el cuerpo femenino se buscaba mostrar como un cilindro. Las faldas eran largas y para lograr el efecto tubular hicieron su *rentrée* los corsés alisadores para que el busto femenino pudiera lucir como el de un hombre. La cintura como tal desapareció y corrió su frontera hasta la línea de la cadera.

Finalmente en 1925 se produce una verdadera revolución en la moda, aparece la falda corta que no pasaba de la rodilla. Se seguía cultivando el look andrógino, se ocultaban las curvas, el sombrero más usado era el *cloché*, acompañado por el corte de pelo *à la garçonne*, seguido en 1927 por el corte *Eton*, aún más drástico. Este tipo de moda dio preeminencia a las casas de Inglaterra y Estados Unidos, ya que en Francia no se creaban modelos de este tipo porque la silueta femenina tenía allí una contextura más robusta, más curvilínea.

La moda francesa tuvo su resurgimiento de la mano de mujeres como Coco Chanel (Affaticati, 2007), vinculada con el movimiento de arte de vanguardia de la época, que junto con Elsa Schiaparelli, Madame Paquin y Madelaine Vionnet introdujeron ropa que era considerada propia de la clase trabajadora, en la alta sociedad. Si bien estos trajes eran sencillos no dejaban de ser elegantes y funcionales, por esto eran admirados y copiados en todo el mundo.

Aunque en 1927 las faldas fueron más cortas que nunca antes, pronto la moda daría un nuevo viraje, cerca de 1930 durante la gran depresión norteamericana, las faldas se alargaron nuevamente y la cintura volvió a su lugar, el pelo pudo crecer una vez más, la figura ideal tenía hombros anchos y caderas estrechas (las actrices, como Greta Garbo, empiezan a tener un papel preponderante en cuanto a lo que es moda). Los tiempos del charleston habían terminado y con

el comienzo de la nueva década el foco de atención pasó de las piernas a la espalda, pero eso es otra historia (Affaticati y otros, 2007).

### **II. 2. MODA Y VIDA SOCIAL**

La importancia de la moda radica en la capacidad que tiene este fenómeno de generar sentido por sí mismo, la vestimenta es significado, cuando alguien se viste quiere decir algo, pero muchas veces la ropa habla por sí sola, genera un sentido, un discurso propio que muchas veces no coincide con la intencionalidad del que se viste.

Esto se puede explicar partiendo desde el punto de vista de Barthes (1967), quien plantea un estudio semiológico de la moda donde se distingue la vestimenta real de aquella escrita o hecha imagen. Uno podría pensar que son idénticas pero no es así, entre la primera y las segundas hay una diferencia de materiales y de relaciones e incluso de estructura. La vestimenta real es el modelo, guía la información que transmiten la vestimenta-imagen y la escrita.

Las unidades representativas de estas últimas son situadas al nivel de la forma o de la palabra, se trata de una estructura plástica o verbal, en cambio en la vestimenta real forzosamente se remite a la estructura tecnológica, es decir, aquella que da cuenta de los actos de fabricación del vestido y se constituye al nivel de la materia y sus transformaciones.

Allí donde se muestren los hombres hay una mujer, es una figura en exposición, ellos también, pero se arrojan el papel de protagonistas.

Mientras que la moda masculina es bastante cerrada con unas pocas prendas básicas y confecciones bien definidas y sobrias, desde los años del Rey Sol, cuando las prendas masculinas de la corte eran casi idénticas a las femeninas en cuanto a texturas, accesorios, confección, etc. y sólo se mantenía la consabida división entre faldas y pantalones, la moda femenina ofrece una amplia gama de posibilidades, no sólo se pueden encontrar vestidos para cada

ocasión, los hay también para toda ocasión y, por qué no, para cada lugar (Dejean, 2008).

Así como el hombre comenzó a distinguir su imagen de la de sus pares por el uso de cuellos, puños y corbatas, la distinción de las mujeres se jugaba en todo el ajuar, los colores, las telas, las confecciones, sus accesorios, su forma de peinarse, su silueta incluso. La moda ya no se remitía sólo al vestir, sino a toda la figura femenina, tal es así que, como se ejemplificó más arriba, un cambio drástico en la moda llega a implicar un cambio del cuerpo femenino.

La figura femenina es más versátil, ofrece más plasticidad ante el cambio, hasta se diría que es sumisa al cambio. Se podría concebir la hipótesis de que el hombre, al situarse en el plano de lo público, al encontrarse por definición en el lugar de ser visto, se auto-exige tener, por decirlo de alguna manera, una sola cara, trata de que lo vean como entidad, como unidad, esto le reporta credibilidad en la escena pública.

Ahora bien, la mujer podría verse como un elemento ajeno a esta escena, ya que su lugar está en la esfera de lo privado, por lo que cuando aparece en la escena pública puede hacerlo de múltiples formas y será reconocida en la medida en que logre hacer esto “con gracia y estilo”, al no ser parte del actor masculino, la mujer toma el papel de decorado en la escena pública y aparecerá al lado del hombre para representar cierto simbolismo de acuerdo a la escena, para poner el significante a aquello que a lo que el hombre le pone significado.

Esto es aún más claro si se piensa en que gran parte de los diseñadores, como se señaló anteriormente, son hombres. Este tipo de creación de sentido se da mediante la producción del vestido-imagen o escrito, allí es donde las representaciones toman cuerpo ya que pone en combinación lo material y lo simbólico.

## CAPÍTULO II

Así la mujer aparecerá en compañía del hombre para completar aquello que él no puede expresar o bien ocupando el espacio masculino y necesitando de otras mujeres que expresen aquello que queda en suspenso.

## **CAPÍTULO III.**

---

# **EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA MODA**

### CAPÍTULO III

En 1886, en la pequeña gruta de Cro-Magnon fueron encontrados varios esqueletos que permitieron afirmar que el hombre de esa raza alcanzaba una talla de 1,80 m, era robusto y vigoroso, de cráneo alargado y voluminoso, ligeramente aplanado en el occipucio, con una frente alta y arcos superciliares apenas salientes. El rostro, algo ancho en los pómulos, mostraba una nariz estrecha y larga. La mandíbula inferior tenía un mentón bastante pronunciado.

Los hombres y las mujeres de esa raza - qué vivió durante el periodo Paleolítico - cubrían el cuerpo con pieles a manera de taparrabos, que sujetaban con tiras de cuero crudo; se adornaban con collares hechos con las uñas y los dientes de los animales que cazaban para su sustento, así como también de caracolillos, que enhebraban en finas tiras de cuero. Es posible afirmar que conocían el fuego, el cual era conservado ritualmente (Fernández, 2007).

Ante el avance de los glaciares, el hombre tuvo que refugiarse en las cavernas naturales para poder soportar los crueles fríos que sobrevinieron. Comenzó a utilizar nuevos elementos para la confección de las ropas de abrigo que se vio forzado a vestir. Con astillas pulidas de hueso creó la aguja y cosió sus prendas, con las que llegó a cubrir enteramente su cuerpo. También empleó el marfil, que tallaba dándole formas diversas, y comenzó a decorar el interior de las cavernas que lo cobijaban con figuras de animales primorosamente dibujados y pintados.

Estas manifestaciones de arte marcan los albores de una cultura que revela cómo las circunstancias crean en el hombre la renovación de sus ideas para una vida mejor. Al retirarse los glaciares, el hombre primitivo buscó climas más benignos y templados, lo que le permitió conocer y desarrollar la agricultura, así como también emplear la lana de ciertos animales para la confección de tejidos que reemplazaran a las pieles (Turner, 1989).

Los grupos de familias y, por consiguiente, de viviendas, fueron conformando poblaciones, y así nació la primitiva ciudad.

La vida en sociedad y el trabajo en colaboración lograron un relativo refinamiento, pues ya por entonces las mujeres se adornaban con pulseras y se pintaban el rostro, lo cual puso de relieve un naciente bienestar y seguridad con relación a la supervivencia.

Además, como ejemplo de su incipiente artesanía, nos dejó valiosas muestras de una alfarería preciosamente decorada (Black, Garland, 1980).

### **III. 1. DESDE LA ANTIGÜEDAD HASTA EL SIGLO X**

#### **III. 1. 1. La moda en la antigüedad: Sumer, Babilonia y Asiria, Egipto, Israel y Persia**

La larga noche de la época paleolítica y la plomiza claridad de la barbarie neolítica dieron paso, hace cinco milenios, en la Mesopotamia del Oriente Medio, a la primera civilización y, con ella a la historia. Una historia que comienza con la invención de la escritura. Fueron las ciudades del país de Sumer, tales como la sagrada Nipur, la opulenta Ur y la orgullosa Nagash, las que nos dejaron, documentos escritos y obras de arte, la manifiesta fiebre creadora de aquellos hombres (Anawalt, 2008).

Los sumerios inventaron la rueda, construyeron palacios y templos en donde adoraban a sus dioses; fueron ellos quienes extrajeron el cobre, trabajándolo con fines útiles, mas tarde añadiéndole estaño, dieron con el bronce, aleación superior en resistencia y dureza. Fueron expertos artesanos y grandes escultores y dejaron elocuentes muestras de cincelado en plata y oro.

En el año 1.917 a. de C., los tres reinos de Elam, Asiria y Siria fueron unidos bajo el imperio de Babilonia. Asiria conquistó el imperio en 1.250 a. de C.; alcanzando su apogeo en las culturas mixtas de los siglos VIII y VII a. de C. La indumentaria de los babilonios y asirios se componía de dos prendas: una túnica de talle recto con bordes guarnecidos con flecos, unas veces larga y

### CAPÍTULO III

otras corta, denominada candys, y un chal adornado de diferentes dimensiones (Ibíd.).

Hombres y mujeres llevaban las mismas ropas, con la única diferencia de que los chales de las mujeres eran más amplios. Se usó el lino, aunque la lana era más común, con diversos bordados artísticamente diseñados. Los vestidos llevaban borlas y flecos. Abundaban los colores brillantes, rojos, azules, verdes. El púrpura era usado solamente por los reyes, cuyas tiaras estaban adornadas con alhajas. El cabello largo y las barbas eran cuidadosamente dispuestos en forma de bucles prietos y ajustados. Poco se sabe de la indumentaria femenina. Las mujeres vivían retiradas de la vida pública, y no figuran en los bajorrelieves y esculturas que nos han dejado.

Difícilmente podemos llamar vestidos a las ropas que usaban los egipcios en el Reino Antiguo. Las mujeres simplemente arrollaban un rectángulo de tela largo hasta los tobillos que iba atado en el hombro izquierdo, al lado de la axila, dando la impresión de ser un tirante. Los hombres casi siempre aparecen con un simple faldellín, y en el caso de obreros, con el taparrabos, sin más.

Más adelante aparecieron los llamados "vestidos funda", consistentes en un cilindro estrecho que se sujetaba más por su estrechez que por el o los tirantes, que además estaban sin coser. Los vestidos que se han encontrado en las tumbas no tenían tirantes. En las pinturas de las paredes, los tirantes dejan con frecuencia los pechos al aire, aunque en las estatuas están estratégicamente cubiertos por los tirantes. Este vestido-funda era utilizado por todas las clases sociales, reinas, sirvientes, e incluso diosas.

El asunto de los tirantes ha movido a grandes controversias, ya que al no aparecer vestidos con los tirantes cosidos, ni alfileres adecuados para sujetarlos, y ni siquiera haber un canon de utilización, esto podría llevarnos a la conclusión de que los tirantes eran unas bandas que se arrollaban al torso con el fin de sujetar el pecho, por tanto al ir bajo el pecho no necesitaban coserlos

al vestido. También se ha pensado que estas bandas fueran una forma de empapar el sudor, sin que chorrease por el cuerpo.

Las diosas llevaron a lo largo de la historia estos vestidos más adornados, con dibujos, colores o bordados.

Por supuesto las representaciones de estos vestidos están idealizadas, y no debían sentar tan bien como podría suponerse. Era difícil que un simple rectángulo arrollado al cuerpo cayese tan recto y simétrico, y es también difícil que un vestido funda, hecho de lino, que es un material que tiende a dar de sí, ajuste en un cuerpo de forma que revele las formas de la manera que vemos en las decoraciones parietales.

Lo que en los vestidos masculinos llamaremos faldellín, cuando es usado por mujeres no tenemos más remedio que llamarle falda, y considerarla una prenda de trabajo, utilizada por la clase trabajadora. Difiere de la prenda masculina en varios aspectos: es mucho más larga, hasta la rodilla o incluso los tobillos; además el borde del rectángulo de tela que en el faldellín masculino es redondeado, en la falda femenina desaparece (Cosgrave, 2005).

La falda es un rectángulo de tejido arrollado al cuerpo en la cintura, con el pico final enganchado de la misma manera que un pareo o una toalla, al salir de la ducha. A veces una banda o fajín sujetaba la falda en su sitio. Otra diferencia es que las faldas femeninas nunca iban decoradas, ni pliegues, ni flecos, ni adornos de ningún tipo, con excepción de las bailarinas.

Muy raramente aparecen vestidos más elaborados con escote de pico en V, que a veces iban bordados con cuentas de vidrio y llevaban un cinturón.

Prácticamente no había diferencia de forma entre los vestidos de las señoras y los de las sirvientas, aunque sí debía haberla en la calidad de los tejidos. Por supuesto las señoras llevaban peluca y joyas, mientras que las sirvientas no iban adornadas. Incluso, dependiendo del trabajo que desempeñaran en la

### CAPÍTULO III

casa, vestían un simple faldellín como los hombres, que les permitía mayor libertad de movimientos<sup>2</sup>.

Los mencionados vestidos de las bailarinas eran muy curiosos, consistían en una falda hasta la rodilla o el tobillo (tela arrollada al cuerpo y sujeta con una banda o fajín) y unas tiras entrecruzadas por el pecho y la espalda que acababan atándose en el pecho o en la espalda. Estos eran utilizados por las bailarinas del Reino Antiguo. Ejemplos de este tipo de traje se han encontrado en Sakkara, en las mastabas de Ti y de la princesa Idut.

Por otra parte, desde el Reino Antiguo aparecen los llamados vestidos red, consistentes en una red hecha de cilindros de pasta de vidrio engarzados formando rombos y otros dibujos. Dos tirantes sujetaban estos vestidos cilíndricos, que llevaban una especie de placas metálicas (bronce) o de terracota para ocultar la parte más comprometida de los senos femeninos.

Pruebas hechas con vestidos de este tipo que han llegado a nuestros días demuestran que estaban pensados para chicas muy jóvenes, unos doce o trece años. Los bordes de estos vestidos estaban formados por unos "flecos" hechos con conchas en las que introducían piedrecitas o bolitas de barro para que pesaran, y que sonaran al moverse. Los egipcios gustaban de admirar el cuerpo femenino semi-cubierto, casi más que totalmente desnudo. El sonido de las bolitas tenía además un efecto erotizante. Estos vestidos cuando eran utilizados por señoras respetables iban superpuestos a un vestido-funda, mientras que las prostitutas o bailarinas los utilizarían sin nada debajo. En el papiro Westcar aparece el conocido relato del rey Snefru y las chicas vestidas de red que remaban para él.

Los hombres también se enrollaban en rectángulos de tela como las mujeres, con algunas diferencias, ellos lo ataban en el hombro, como vemos en la paleta de Narmer, o de modo algo más complicado de manera que parecían tener una manga solo.

---

<sup>2</sup> [www.espanolsinfronteras.com](http://www.espanolsinfronteras.com)

No obstante la prenda masculina por excelencia a lo largo de toda la historia de Egipto fue el faldellín. Era esta una prenda consistente en un rectángulo de tela que llegaba a la rodilla y que se arrollaban al cuerpo igual que hoy en día hacemos con una toalla<sup>3</sup>.

A veces aparecen con los picos delanteros redondeados, dejando ver una especie de delantal que llevaban debajo cubriendo el taparrabos. Estos delantales en caso de personajes de la realeza podían estar bordados, plisados o con flecos o cenefas. El delantal básico sería una pieza de tela rectangular o trapezoidal que se ataba con cintas a la espalda. El faldellín/delantal era prenda de uso exclusivamente masculino.

El faldellín podía sujetarse a la cintura con bandas o fajines cuyos extremos se dejaban colgar por delante de la zona genital. Hay autores que sostienen que el faldellín/delantal era una sola prenda, pero hoy en día esa tendencia está obsoleta. Para que un rectángulo de tela presentase el aspecto de faldellín-delantal, el modo de atarlo debía resultar difícil y poco práctico.

La ropa interior no varió a lo largo de toda la historia de Egipto, y era igual para hombres y mujeres. Se trataba de una especie de pico-pañal triangular con cintas. Estaba formado por dos piezas triangulares unidas por una costura simple en el centro y dobladillo en los laterales.

Se colocaba como un pañal de bebé, metiendo el pico del triángulo entre las piernas y atándolo con las cintas desde detrás. A veces, en lugar de taparrabos, o encima de él pasaban una banda entre las piernas sujetando los bordes con otra banda que ataban a la cintura. Al dejar colgar los bordes por delante hacía el efecto delantal.

En cualquier caso tampoco se puede asegurar que el faldellín-delantal fueran dos piezas, ya que haría falta encontrar algún trozo lo suficientemente grande como para poder analizar marcas de uso, manchas, arrugas, etc.

---

<sup>3</sup> [www.historiadeltraje.com.ar/egipto.html](http://www.historiadeltraje.com.ar/egipto.html)

### CAPÍTULO III

Hay otro tipo de vestiduras de las cuales se conservan algunos ejemplos. En este caso son ropas "cosidas" y se trata de los famosos vestidos de Deshasha (Din V) y de la camisa de Tarkhan (Din.I). Todas estas prendas están hechas del mismo modo: montadas sobre un faldón y la parte de arriba en canesú rudimentario de dos piezas y manga larga. Las túnicas de Deshasha son largas y podrían servir para un adolescente, mientras que la camisa es corta y de tamaño adulto (Cosgrave, 2005).

Hay también otra camisa plisada, pero con el mismo corte, de la VI Din. Esta no parece una prenda muy cómoda, ya que tiene aspecto de ser muy pesada. También había vestidos largos plisados en sentido horizontal. Esto debió ser una moda pasajera, ya que el propio peso de la tela desplazaría el tejido y el vestido quedaría demasiado largo. Esta moda debió perdurar por poco práctica y poco estética.

Los vestidos femeninos seguían la misma "moda". Es decir un rectángulo arrollado al menos una vez y media en torno al cuerpo, y sujeto a un hombro.

Ahora, ya elaboraban un poco más los vestidos y curvaban los extremos que debían ser atados en una especie de rabos o rudimento de tirante para atarse a la espalda. Esto era un intento de facilitar la sujeción sin tener que obligar a la tela a arrugarse bajo el brazo, con la consiguiente incomodidad. Estos vestidos eran fundamentalmente utilizados por las sirvientas. A veces llevaban como adorno una sobrefalda de cuentas que variaba en longitud y tamaño.

Los vestidos funda seguían siendo utilizados. En las representaciones vemos que es más un deseo del artista que una verdadera forma de vestirse, ya que una prenda tan ajustada debía ser incómoda de poner, y no digamos de quitar o moverse con ella, teniendo en cuenta las temperaturas de Egipto. No podemos olvidar que el lino no es un tejido que ceda ni se acople, por tanto cuando vemos a una dama vestida así arrodillada y sin una sola arruga no nos cabe duda sobre la idealización.

En el Reino Medio comenzaron a utilizarse los plisados para la realeza y los colores para las sirvientas y obreras (Peacock, 1990).

Los hombres seguían utilizando faldellín, aunque durante el IM eran algo más altos de cintura, y solían cubrir el ombligo. También eran más largos. En la moda también se traslucía algo de la melancolía del Reino Medio. Aunque en esta época florecieron artes como la literatura, la sociedad en general era algo menos festiva, y esto se traduce en una moda algo más recatada, e incluso una cierta blandura de facciones en las estatuas.

Durante el Reino Medio aparecieron las llamadas túnicas-saco, o camisas. Pero no sobrevivió ninguna de aquella época, y las que conocemos son del Reino Nuevo (Cosgrave, 2005).

A partir del Reino Nuevo ya no se vuelve a ver el vestido arcaico, es decir el simplemente arrollado al cuerpo, aunque se siguen envolviendo en una tela de manera más o menos artística. Las telas eran más ricas y muchas veces plisadas, sobre todo para las clases altas.

Comenzaron a idear nuevas y complicadas formas de anudar en torno a su cuerpo grandes cantidades de tela, consiguiendo unos resultados realmente sorprendentes, como podemos ver en los fastuosos vestidos de Nefertari, o los de época amárnica.

Unas veces arrollaban la tela dejando un pecho al aire. Otras veces cubrían ambos, dando la impresión de llevar una especie de chal por encima, pero algunos dibujos nos enseñan cómo se podía conseguir tan magnífico resultado. Aunque los rectángulos de tela debían ser cada vez mayores para dar todas las vueltas necesarias. Y también las telas más finas para no abultar demasiado.

Se cree que después del complicado entrecruzado de tela iban atados delante, pero quizás esa es solo la impresión de las representaciones, ya que las diosas y las reinas realizaban estos modelos con fajines o, llamémosle, cinturones,

### CAPÍTULO III

aunque ahora éstos eran bordados, o de colores y tenían flecos trenzados para evitar que se deshilaran.

Los vestidos funda seguían utilizándose, aunque cada vez eran más nítidos, o quizás, los artistas más esmerados. Vemos Además que ya tenían dibujos y colores, incluso para las sirvientas.

Cuando vemos un color amarillento en los vestidos blancos de las fiestas tebanas, es, al parecer, las manchas de grasa de los conos de perfume, que iban impregnando las telas. También las franjas grises verticales que aparecen en los vestidos de las plañideras, no son ningún color añadido, sino las manchas de la ceniza que se arrojaban por encima para demostrar su dolor.

La moda masculina también varió, y en el Reino Nuevo los faraones y nobles se hacen representar con vestiduras más complicadas. A menudo llevan una falda larga hasta los pies, aunque de tela transparente a través de la cual vemos el faldellín corto.

También en esta época aparecieron las llamadas "Túnicas-Saco". Estas prendas eran utilizadas igualmente por hombres, mujeres y a veces niños. En algunos textos las llaman dalmáticas, por la semejanza que tienen con la vestidura sacerdotal actual. Se trata de un rectángulo de tela doblado a la mitad, con un agujero en forma de ojo de cerradura para el cuello, y cosida a los lados, pero dejando un espacio sin coser para los brazos de unos 30 cm. Las había con y sin mangas.

Normalmente eran simples, pero las había bordadas y con adornos de tapicería o flecos (Tutankhamon). También solían intercalar hilos de otros colores en el tejido La abertura del cuello se cerraba con cordones. A veces se las ceñían con cordones o fajines de colores, bordados o con flecos para ir más cómodos y evitar el antiestético aspecto de murciélago.

Las había largas y cortas. Las largas iban desde los hombros a las rodillas, o más frecuentemente a los tobillos. Eran utilizadas por todos. Las cortas, que

iban desde los hombros a las caderas eran de uso masculino. Ambas modalidades podían utilizarse solas, o sobre otras prendas, ya que su función primordial era la de abrigar en épocas frías, más que la de adornar o demostrar estatus social<sup>4</sup>.

Estas prendas comenzaron a verse en el Reino Medio, pero las que han sobrevivido pertenecen al Reino Nuevo. Por ejemplo en la tumba del arquitecto Kha aparecieron 16 de estas túnicas de material fino y una de material grueso, que hemos dado en denominar "de invierno". Tutankhamon tenía 12 túnicas-saco, algunas bordadas para uso ceremonial. Otras se encontraron en la aldea de los trabajadores de Amarna.

No olvidaremos las vestiduras de los sacerdotes. Los sacerdotes utilizaron las mismas vestiduras que la gente ordinaria, y no debieron variar gran cosa a lo largo de la historia. Sus vestiduras siempre debían ser de lino de la mejor calidad, casi transparente, y estar recién lavadas. Podían utilizar faldellín, vestido arcaico, o también los llamados túnica saco. Pero solo gracias a los demás símbolos de los vestidos podemos saber si un personaje era sacerdote o no, ya que solían llevar unos pectorales especiales, llevar unos báculos muy característicos, o bien ir peinados con un mechón lateral. También los adornos del delantal del faldellín, habitualmente adornado con una cabeza de guepardo nos informan de que el personaje pertenece al clero.

Para determinados ritos, o fiestas funerarias. Los sacerdotes Sem y lunmutef llevaban pieles de felino sobre sus túnicas. EL Sem la llevaba simplemente superpuesta, mientras que el lun-Mwt-ef solía agarrar la pata trasera de la piel del felino. Tanto sacerdotes, como sacerdotisas utilizaron estas pieles, aunque las mujeres arrollaban la piel al cuerpo como un vestido y no como una capa (Cosgrave, 2005).

Las representaciones de vestiduras en época ptolemaica y tardía nos muestran una vestidura que es una copia de las anteriores, aunque nos cabe la duda de

---

<sup>4</sup> [www.modaenlahistoria.blogspot.com](http://www.modaenlahistoria.blogspot.com)

### CAPÍTULO III

que esto pudiera ser solo de "cara a la galería" para las representaciones murales.

Lo cierto es que los faraones y reinas de esta época se hacían representar en las paredes y estatuas como egipcios clásicos. Pero a veces parecían estar disfrazados de algo que ya no era su modo habitual de vestir. A pesar de que hemos visto tantas veces representada a la famosa Cleopatra VII como ejemplo de la mujer egipcia, la verdad es que el atuendo habitual de Cleopatra debía ser más bien como dictaba la moda griega, es decir con clámide. Y solo para hacerse representar en los monumentos debió usar prendas egipcias.

No obstante tenemos magníficos ejemplos de vestidos de época tardía como el que luce la reina Karomama.

Además de los vestidos utilizados por todo el mundo, había otras prendas que también hemos de reflejar aquí. Se trata de los corseletes o cotas de malla que usaban los faraones en combate. Todos hemos visto en los museos, alguno de estos corseletes hechos de pequeñas placas metálicas colocadas como escamas de pescado. Eran la prenda que los faraones o los militares de alto rango utilizaban para las batallas. Es frecuente ver a los faraones de pie en sus carros luciendo una de estas cotas de malla en las representaciones murales de las batallas. Esta prenda se ve sobre todo en el Reino Nuevo. Entre los hallazgos de la tumba de Tutankhamon hay un ejemplar bastante bien conservado de uno de estos corseletes.

También una vestidura especial podemos considerar a los taparrabos de cuero que utilizaban los soldados. Los soldados llevaban como ropa interior el clásico taparrabos triangular utilizado por todo el mundo, pero encima del pico de tela llevaban una curiosa prenda de cuero, mejor dicho de tiras de cuero. Estas prendas no se metían entre las piernas, sino se superponían por la parte trasera sobre los glúteos y riñones y se ataba delante, aunque también los hay que se ataban a ambos muslos. Tenían, por lo tanto una forma algo curiosa. Más o menos rectangular con tiras en los cuatro ángulos.

Estaban hechos de una pieza de cuero con incisiones que hacían que al estirarse quedaran como una red, o como un trenzado. Estas prendas debían ser para preservar los tejidos en las batallas y para protección del cuerpo al sentarse en el suelo. Sólo lo usaron los soldados y algunos trabajadores de oficios especialmente duros.

Tenemos que distinguir muy bien lo que es un chal y lo que es una banda ornamental. En el Antiguo Egipto<sup>5</sup> sí que hubo chales, pero no todo lo que llaman chales lo son. Es producto de una traducción poco cuidadosa del inglés donde el término se presta a confusión. Llamamos chales a las piezas de tela rectangulares y de la anchura necesaria para poder ser usada como abrigo sobre los hombros, o bien envolviendo glúteos y caderas con fines ornamentales o ceñidores. El ejemplo más claro de chal que todos tenemos en la mente es el que llevaba la imagen del dios Anubis en la tumba de Tutankhamon. Estos chales podían ser lisos, o bien plisados. Normalmente se colocaban sobre los hombros y se ataban delante bajo el pecho. Eran prendas utilizadas igualmente por hombres y por mujeres.

En cuanto a las bandas, o fajines jugaron un importante papel en la moda egipcia. Se trataba de unas tiras de tela de un ancho máximo de 20 cm. Aunque muy largas. En el Museo de Leiden hay un ejemplar que tiene 3 m. de largo. Estas tiras de tela tenían la función de sujetar las faldas y faldellines, o bien se usaban como ceñidores en los vestidos complejos o sobre las túnicas-saco.

La clase trabajadora utilizaba cualquier trozo de tela disponible para ceñir sus vestiduras, incluso a veces ataban estas bandas en la espalda con el fin de que los extremos no les incomodasen en sus trabajos. Esto en cuanto al uso práctico de bandas.

Ahora bien, también había fajines más ricos, adornados con flecos, con bordados, de colores, que tenían una función más específica. Además de

---

<sup>5</sup> [www.modaweb.com/aula/historia](http://www.modaweb.com/aula/historia)

### CAPÍTULO III

sujetar las ropas, eran un adorno. Pensemos si no en los ceñidores que luce la reina Nefertari en sus atuendos. O en el artístico modo de anudarlo hasta tres veces que podemos ver en las ropas del príncipe Amonhirkhopeshef. Estos fajines más elaborados tenían dobladillo en uno de los lados largos, y en el otro la orilla viva del tejido.

Las bandas, como ya hemos dicho podían constituir el precursor del sujetador femenino, como vemos en los vestidos de las bailarinas.

En relación a los mantos. Les llamamos mantos para no confundirnos con las túnicas, que sí llevarían algo de confección. Los mantos eran simples piezas cuadradas o rectangulares, normalmente largas hasta los pies, que tenían la función de abrigar. No llegamos muy bien a saber si esto eran prendas de vestir, o si eran ropa de cama utilizada para abrigar. El hecho cierto es que suponemos que en épocas frías se abrigan con uno de estos mantos, que solían anudar en un hombro. La diferencia en la forma de usar los mantos parece ser que estriba solamente en la postura de la figura representada.

Mientras que si está sentado lo lleva solo superpuesto y cruzado por delante del pecho, si la figura está de pie con conduciendo un carro, lo lleva anudado en un hombro, o bien volando detrás de la espalda como si fuera una capa. Estos mantos se utilizaron desde el Reino Antiguo, y sobre todo los faraones lo usan en los rituales de la fiesta sed, en los que aparecen totalmente envueltos en pesados mantos.

En cuanto al calzado, en cambio, fue un aspecto del vestuario al que apenas se dio importancia, más que en ceremonias rituales. Los reyes y nobles usaban sandalias, aunque el pueblo llano iba descalzo. Es frecuente ver representados a dignatarios egipcios descalzos, con un sirviente detrás portando sus sandalias. Solamente las usaban en los actos oficiales, ya que eran prueba de posición social. Estaba mal visto llevar las sandalias puestas ante un superior (Casablanca, 2007).

Las sandalias estaban formadas por una simple suela de fibra de papiro o cuero trenzado y una tira que pasaba entre el dedo pulgar y el segundo del pie hasta una especie de pulsera en el empeine. A veces tenían la punta levantada (Cosgrave, 2005).

Se hicieron sandalias de oro para los faraones, pero no parece probable que pudieran calzarse con ellas. También tradicionalmente, en las sandalias más rituales, solían pintar a algún enemigo de Egipto, un Nubio o un asiático, con las manos atadas a la espalda, o bien representar a los Nueve Arcos, los nueve enemigos ancestrales de Egipto. Esto era un modo muy gráfico de demostrar que el faraón "pisaba" a sus enemigos.

En el Período Tardío se ataban a los tobillos de modo más parecido a las *caligae* romanas.

Luego de establecerse en la tierra prometida, **los hebreos** conservaron algunas prendas egipcias, tales como el delantal y la camisa. La tórrida temperatura de Canaán, obligo a los hombres a adoptar el kalasiris y el manto suelto. El kaftán y el ephod fueron las típicas vestiduras de este pueblo.

En los tiempos de David y Salomón, los hebreos acostumbraban a adornar mucho sus prendas. Los reyes usaban, para su traje de ceremonias, circulo o corona y largo bastón o venablo. Los sacerdotes vestían camisa talar, con aberturas a los costados. Sobre la túnica que prescribía el culto, el sumo sacerdote se ponía vestidura azul sin mangas, con el borde guarnecido de granates y campanillas, encima del ephod bordado en rojo y azul. Llevaba un casquete con una placa de oro con la inscripción: " Consagrado a Jehová".

Las mujeres hebreas vestían una camisa blanca con mangas y se cubrían con mantas de colores. Rizaban sus cabellos formando pequeños bucles, que trenzaban o los disponían en diadema alrededor de la raya. Usaban sandalias con correas, cadenillas de oro y lentejuelas (Marín, 2001).

### CAPÍTULO III

Entre los siglos VI A.C. y XIII D.C, la vestimenta de **los persas**, que tomaron importancia histórica a mediados del siglo VI A.C., estaba basada en la de los asirios y los babilonios, con algunos elementos propios. La prenda típica era el "candys", especie de túnica de lana hilo o seda importada del Lejano Oriente, que se adaptaba al cuerpo y tenía mangas amplias.

El gran rey y los sátrapas o gobernadores vestían solamente el "candys" y el del monarca era de púrpura. Generalmente usaba la saya o túnica amplia sostenida con un cinturón. Por primera vez en la historia de la humanidad, aparece el uso de la ropa interior (Anawalt, 2008).

Los persas fueron los creadores del bordado de aplicación, técnica que se introdujo en Europa después de las Cruzadas. Calzaban zapatos flexibles de cuero amarillo y de forma anatómica, atados a los tobillos con correas y botones.

Los hombres tenían cabellos y barbas largos y rizados, y los nobles los espolvoreaban con polvo de oro. Los reyes adornaban su cabeza con tiaras y mitras. Otra prenda típica era el paño de barbilla, de hilo blanco, que se envolvía en la cabeza y el cuello.

De la indumentaria femenina se conoce muy poco, pues las mujeres llevaban una vida de reclusión. Hasta el siglo XIII la vestimenta de los persas fue semejante a la que usaban en la época de su gran imperio. Su prenda característica era la túnica de lana o de seda, traída del Lejano Oriente, que, por lo general, les llegaba a los tobillos. Debajo de ella usaban prendas interiores, camisa y calzoncillos.

Otra innovación eran las prendas cortadas y cosidas, con mangas aplicadas y gran amplitud en los puños. La túnica del monarca era de color púrpura, azul oscuro, o blanca y el cinturón era tejido con hilos de oro. Las mujeres llevaban una vida recluida, por eso no se conocen muchos aspectos de su indumentaria.

Por lo general, las damas nobles vestían una túnica talar y un amplio manto con adornos en los bordes. El calzado era de cuero flexible sujeto con cintas o cordones de cuero. Los soberanos o personajes principales, como los gobernadores o sátrapas, llevaban sobre su cabeza tiaras, mitras o sombreros altos de fieltro.

### **III. 2. GRECIA Y ROMA**

Los griegos eran la cultura antigua que surge al borde del Mediterráneo alrededor del 3500 AC., tenía como organización política la ciudad-estado (Polis). Las dos ciudades más importantes de Grecia fueron Atenas, cuna de la cultura griega (la literatura, el teatro, la democracia y la filosofía) y Esparta, cuna del militarismo (Levi, 2003).

Los griegos crean el criterio clásico de belleza, que refleja la armonía entre las partes (simetría). La constante de diseño griega es el empleo de bandas con motivos decorativos de origen arquitectónico. Esto se refleja en el traje como ornamentación y en el corte, que es fundamentalmente rectangular. Los materiales que utilizaban eran la lana artesanal, el lino egipcio y eventualmente seda.

Entre los siglos VII y I antes de la era cristiana, la prenda que usaban los hombres y las mujeres era el chitón, trozo rectangular de lana, que se recogía en los hombros con una fíbula, que era una hebilla o broche.

El chitón o túnica básica se fija por medio de cordones o correillas a nivel de la cintura, bajo el busto o a nivel de las caderas (Casablanca, 2007).

Las mujeres usaban un chitón largo, que les llegaba hasta los tobillos; en cambio, el de los hombres era corto y alcanzaba solo a las rodillas. Los sacerdotes y algunos ciudadanos, en las ceremonias importantes se ponían chitón largo. Encima del chitón, las mujeres llevaban el peplo, que era un paño en forma de chal que colgaba desde el hombro hasta la cintura.

### CAPÍTULO III

Como abrigo se ponían el clámide, manto de lana de forma rectangular con pesos en las puntas para impedir que el viento los levantara; se ajustaba con una hebilla en el hombro o en el pecho.

Tanto los hombres como las mujeres llevaron el himation. Es un manto griego de carácter envolvente. De diseño rectangular, colocado sobre el cuerpo o cabeza, para cubrirla y protegerse del frío. Medía 3 mts. de largo por 5 mts. de ancho.

Los filósofos griegos usaban el himation como traje básico, ciñéndolo sobre el cuerpo y cubriendo el hombro izquierdo. Esta prenda refleja el criterio de simplicidad que promueve la cultura griega como símbolo de elegancia.

El teatro tuvo en Grecia una enorme importancia y los actores usaban una vestimenta especial, pues el teatro era al aire libre y debían hacerse oír y ver, desde las graderías donde se sentaba el público. Los actores se ponían caretas especiales, según se tratara de una tragedia o una comedia, y calzaban coturnos, zapatos que tenían una suela alta para aumentar la estatura.

Tanto los hombres como las mujeres eran aficionados a los perfumes. Las jóvenes griegas soltaban una de las fíbulas o cruzaban los extremos de la prenda en x entre el busto, dejando éste libre. Cuando la túnica cubre un solo hombro se denomina exomide (Levi, 2003).

Entre otros atuendos, cabe destacar:

- Túnica de Herretes. Compuesta por dos paños rectangulares, unidos entre sí, a lo largo del brazo por una serie de fíbulas o broches.
- Pharos o vestido jónico: prenda complementaria femenina que se usa a manera de chal. Se coloca alrededor del cuerpo en forma oblicua.
- Hepumis: Es un Peplo largo a mitad del muslo, usado por matronas.

- Klamide: Manto corto de diseño rectangular, usado por jinetes o caminantes. Se fija sobre el hombro derecho.
- Klaene: Manto rectangular que se fija en el centro del pecho mediante de fíbulas.

El maravilloso desarrollo griego -que hasta el presente nos resulta asombroso- también abarcó el cuidado personal. Los griegos hicieron del culto a la belleza algo fundamental: así cultivaban su cuerpo en búsqueda de un ideal físico, y también su rostro y pelo.

El culto a la belleza constituye una de sus características esenciales. En las abundantes estatuas se observa el meticuloso peinado con rizos en la frente y ondas simétricas cayendo sobre los hombros. Posteriormente empieza a diferenciarse el peinado femenino y masculino, llevando estos últimos el pelo corto y rizado.

Existen distintos modelos de peinados según sea la época, abundando las cabelleras largas recogidas en moños sobre la nuca que luego envolvían en redecillas doradas y cintas (Fernández, 2007).

El cabello era corto en los hombres y sujetado con una cinta. Las mujeres se dejaban caer el cabello y lo llevaban unas veces rizado y otras, sujeto en forma de tirabuzón, con horquillas de hueso o de marfil y oro. Cuando salían de viaje, los hombres usaban sombreros de fieltro, con alas muy anchas que se sujetaban con una correa a la barbilla; este sombrero se llamó petasos.

Los peinados tenían muchos detalles, de los que tenemos referencia gracias a las estatuas, que nos muestran mechones cortos que rodeaban la frente, o melenas largas recogidas y mucho, pero mucho, movimiento expresado a través de la ondulación del pelo (en esto, los griegos se diferenciaron bastante de los egipcios).

### CAPÍTULO III

Por primera vez, aparecen las escuelas de peluquería. Sin embargo, eran los esclavos los encargados de mantener lo más hermosamente posible esas cabezas, tan pensantes como coquetas (Chamoux, 1967).

Existen también barberías, las cuales se convierten en un lugar de encuentro y charla mientras se ponen en manos profesionales para arreglarse el cabello o la barba. Aunque muchos de sus productos proceden de Egipto, Grecia desarrolla también su propia industria cosmética. Es un pueblo con un refinado gusto estético.

En cuanto al calzado, en Grecia, el más común entre los hombres era unas albarcas de piel de buey ceñido al tobillo con unas cuerdas entrelazadas. Las personas más acomodadas calzaban sandalias más o menos lujosas.

El borceguí y la bota, son la tercera variante del calzado griego. Tanto en Grecia como en Roma las mujeres usaban una especie de zapatilla que cubrían solo los dedos y la parte anterior del pie, las sandalias griegas correspondían a la solea romana, que usaban los hombres y mujeres en sus hogares como los calceus, que cubrían todo el pie (Peacock, 2005).

El conturno inventado por los griegos y adaptados por los romanos se considera calzado de lujo, se diferencia del calzado corriente por que llegaba hasta la mitad de la pantorrilla, y a veces hasta las rodillas, se ataban con lazos en la parte delantera para destacar lo más posible la forma de la pierna.

Desde el siglo I a. de J.C., la vestimenta principal de **los romanos** fue la toga, tanto para las mujeres como para los hombres. Mas tarde; la prenda femenina se llamó palla. La toga era semejante al himation griego, pero más amplia, y medía unos 2,5 metros de ancho por 5,2 de largo. Se disponía sobre el cuerpo formando pliegues; un extremo se colocaba sobre el pecho y, atravesando por encima del hombro izquierdo, rodeaba la espalda, volvía hacia adelante pasando por debajo del brazo derecho, de allí tornaba otra vez sobre el hombro izquierdo y se ataba a la espalda.

La toga de los senadores era blanca, con franjas de color púrpura. Los emperadores vestían una túnica bordada en oro y una toga bordeada de púrpura (Anawalt, 2008).

Desde sus orígenes, Roma luchó contra los pueblos vecinos y fue extendiendo paulatinamente sus dominios, hasta organizar el imperio más grande de la antigüedad. Para ello necesitó contar con un buen ejército. La unidad militar se llamaba legión, que equivalía al recluta o llamado a las armas; de allí el nombre de legionario dado a los soldados. Estos llevaban coraza, casco, escudo, perneras lanza o pilo y una espada corta llamada gladius. La primitiva coraza de bronce macizo fue sustituida por otra más ligera - la lorica - , formada por pequeñas laminas de metal. Los soldados romanos, llevaban consigo todo lo necesario para subsistir, tanto las armas como los utensilios de cocina y su provisión de trigo para 15 días. Se los llamaba entonces *impeditus* (impedidos).

Cuando iban a la batalla, dejaban sus bultos y eran *expeditus*, es decir listos para combatir. Cada legión portaba sus insignias particulares, que consistían en largas picas llenas de adornos y coronadas con la figura del águila.

Entre los antiguos romanos los gladiadores, eran por lo general, prisioneros, esclavos o condenados a muerte que combatían entre si o contra animales feroces en espectáculos que atraían a gran multitud en los anfiteatros. Esa costumbre data del siglo II antes de J.C., pero se hizo muy popular en época de los emperadores. Los romanos distinguían a los gladiadores por sus armas y su manera de combatir.

Así estaban los *mirmillones*, que tenían un casco con una pieza de metal que cubría totalmente la cara y podía levantarse; los *reciarios*, que llevaban un tridente y una red con la que trataban de envolver la cabeza del adversario; los *traces* armados con escudo redondo y puñal; los *secutores*, con escudo y puñal, adversarios tradicionales de los *reciarios*.

También había gladiadores que combatían a caballo. Cuando un gladiador era vencido, solo podía salvar la vida si así lo decidía el emperador o el pueblo.

### III. 3. OTROS PUEBLOS

Los **galos** eran un pueblo bárbaro, que habitaba en el actual territorio de Francia. Fuertes guerreros, fueron dominados tras larga lucha por Julio Cesar. La vestimenta que usaban era semejante a la de otros bárbaros que ocupaban Europa central y nórdica. Los hombres vestían pantalones, túnica corta con mangas, manta de lana, y en invierno capa de pieles. Las mujeres lucían túnica larga y, como abrigo, una manta cuadrada de lana gruesa fijada sobre el hombro con un broche. La túnica caía en suaves pliegues ajustada por un cinturón colocado debajo del pecho<sup>6</sup>. Les gustaba usar alhajas - collares, brazaletes, pectorales, hebillas, etc. -, por lo general de bronce, pero también de oro, sabían forjar muy bien los metales, como lo prueban, además de las joyas, los cascos y las espadas de los guerreros. El calzado era sencillo, de tipo mocasín o sandalias que se ataba al pie con correas, también botas de cuero sin curtir, con bonitos adornos, los sacerdotes vestían amplia túnica y capa de color blanco (Anawalt, 2008).

Los **germanos** eran pueblos arios o indoeuropeos que habitaban en el centro de Europa. Entre ellos se distinguían los francos, burgundios, vándalos, visigodos, ostrogodos, anglos, sajones y otros, que irrumpieron violentamente en el Imperio Romano de Occidente y lo destruyeron en el año 476. Los germanos eran bravos soldados que cubrían su cuerpo con un simple trozo de piel, sujeto con un cinturón ancho de cuero, que llevaba a veces, adornos de metal. Protegían la cabeza con un casco también de metal. El calzado era sencillo: un mocasín sujeto con tiras de cuero cruzadas, que servían para sostener, en las piernas una especie de media de piel. Los adornos (por lo general, brazaletes) y los pectorales eran de bronce, lo mismo que los escudos.

---

<sup>6</sup> [www.espanolsinfronteras.com](http://www.espanolsinfronteras.com)

Los **sármatas** y los **dacios** eran pueblos bárbaros que lucharon contra los romanos, y fueron estos quienes nos proporcionaron datos sobre la vestimenta de aquellos. Los sármatas, que habitaron en Rusia meridional, usaban pantalones más bien anchos, túnica con mangas ajustadas, sombrero en forma de gorro frigio y manto cuadrado o semioval que se prendía en el hombro derecho. Los guerreros usaban una túnica larga y, sobre ella, una túnica plegada sin mangas y una gorra en forma de casco.

Los dacios vivían en el mar Negro, los Cárpatos y el río Danubio. Su vestimenta era semejante a la de los sármatas: pantalón sujeto al tobillo, túnica estrecha y manto. Las mujeres usaban dos largos vestidos con mangas; en lugar de cinturón, un manto cuyo borde superior rodeaba las caderas y se ataba por delante (Ibíd.).

Los **escitas** eran pueblos bárbaros, que habitaban en el norte del mar Negro. Sus costumbres eran semejantes a las de los nómadas mongoles. El traje de los hombres se componía de pantalón más o menos ancho, justillo abierto por delante y sostenido por un cinturón que sujetaba el pantalón, borceguíes (zapatos) encordonados en los tobillos y gorro alto, semejante al gorro frigio. Las prendas eran cosidas con finas tiras de cuero. Los escitas de la península de Crimea adornaban sus vestiduras con placas de oro. La gente común llevaba una túnica cerrada, abierta en el pecho. Las principales armas de los escitas eran el arco y la flecha. El primero era fabricado por dos cuernos unidos por el medio por un palo, con las flechas metidas en un carcaj de cuero labrado y suspendido de un cinturón. Llevaban, asimismo, espadas cortas y curvas, lanzas y hondas. Se adornaban con joyas de gusto bárbaro.

Los **partos** fueron antiguos pueblos escitas que en el siglo III antes de J.C. organizaron un imperio, que fue abatido tras largas luchas por el emperador romano Trajano. Eran buenos jinetes y especialmente peligrosos cuando, fingiendo huir, disparaban por sobre el hombro flechas al enemigo que los perseguía. Por ello la retirada era peor que el ataque. Los partos usaban

### CAPÍTULO III

pantalones de diversos anchos, y sayos abiertos en toda su longitud a partir de la cintura o con un corte en el pecho y una banda alrededor del cuello (Ibíd.).

La manga izquierda era más larga que la derecha y cubría la mano, característica muy singular. Usaban sombreros altos. Los hombres que pertenecían a la nobleza usaban sayo, pantalón doble forrado de blanco y manto de color púrpura. La vestimenta de los reyes era semejante a la de los persas; sobre la túnica usaban un manto púrpura y corona.

En el Imperio **bizantino**, aquel Imperio Romano de Oriente creado a la muerte de Teodosio en el año 395, cuando el antiguo Imperio Romano, lo dividió en dos partes entre sus hijos Arcadio y Honorio, correspondiéndole al primero la región oriental. Este imperio duró hasta el año 1.453, cuando su capital, Constantinopla, cayó en poder de los turcos. El período más brillante de tan largo imperio fue el del emperador Justiniano, en el siglo VI. En esa época se importó de China la cría del gusano de seda, pues dos monjes - con el apoyo real - introdujeron, ocultos en una caña de bambú, huevos de gusano de seda y semilla de morera, planta con la que se alimentan los gusanos. La indumentaria real tenía influencias grecolatinas y magnificencia oriental (Yonnet, 1998).

Tanto los hombres como las mujeres vestían túnicas de seda, damasco, brocado y otras telas suntuosas, ceñidas con anchos cinturones de cuero, muy trabajados. Sobre la túnica usaban una capa de forma semicircular, y sobre el costado izquierdo se colocaban una insignia o clavus. Las mujeres lucían vistosas joyas con piedras preciosas (Casablanca, 2007).

El Imperio Bizantino duró poco más de diez siglos y, naturalmente, en tan largo período de debió defender muchas veces sus fronteras amenazadas por otros pueblos.

En el orden interno eran frecuentes las intrigas palaciegas y rebeliones. De allí la necesidad de contar con un fuerte ejército, y para formarlo se recurrió casi siempre a tropas mercenarias. Los soldados usaban una coraza de metal hasta la cintura con caídas de cuero. Los jefes principales llevaban una rica

capa semicircular, sostenida por el clavus o insignia de dignatarios. El calzado era de cuero suave, y las calzas de seda labrada.

La espada fue alargándose y los escudos adoptaron una forma ojival muy característica. Los soldados usaban una túnica corta y protegían su cabeza con cascos lisos de metal, escudo y espada. Algunos cuerpos eran muy hábiles en el manejo de las lanzas. Cada escudaron tenía su estandarte con diversas insignias, pero en la mayoría aparecían símbolos cristianos.

La civilización bizantina dio el primer paso para adaptar la vestimenta a las líneas naturales del cuerpo, ya que en la antigüedad era muy holgada. El atuendo masculino y femenino estaba constituido por tres prendas: la túnica, que alcanzaba la rodilla en los hombres y el tobillo en las mujeres, la dalmática, o capa de algodón o lana según las estaciones, larga y recta pero plegable, y otra especie de echarpe de seda recta echada sobre los hombros y recogida en el lado derecho con un broche. Las damas de la corte usaban túnicas de sedas ricas y sedas labradas.

Recogían su cabellera con una cofia de seda o una red de perlas, costumbre que se adoptó luego en el resto de Europa.

En las joyas usaban mucho las perlas que combinaban con diamantes y otras piedras preciosas. El traje sacerdotal era parecido al de los laicos, pero la túnica talar era blanca. Sobre ella colgaban la casulla, con una cruz bordada en la parte posterior. Los obispos usaban una larga banda blanca con una cruz negra.

Los **godos** conservaron el traje a la usanza germana<sup>7</sup> ya que no fueron vencidos por los romanos, y solamente al final fueron adoptando las modas de estos últimos.

---

<sup>7</sup> [www.modaenlahistoria.blogspot.com](http://www.modaenlahistoria.blogspot.com)

### CAPÍTULO III

Llevaban anchos y largos pantalones con adorno dentellado. Los pantalones con franjas iban sujetos debajo de la rodilla, y los que eran lisos en los tobillos. Las prendas del cuerpo era cerrada y a menudo tenía un corte en el pecho y presilla en el cuello. Otras veces estaba abierta por delante o cerrada desde la cintura con botones.

Se ponían también un manto atado en hombro derecho con las puntas de arriba. Las mujeres llevaban vestiduras semejantes al "chitón " de las griegas y manto atado al hombro izquierdo. No usaron ni sombrero ni calzado.

Los **longobardos** y los francos eran pueblos bárbaros que penetraron en el Imperio Romano de occidente en la época de las grandes invasiones. Los primeros se establecieron en Italia y los segundos en el actual territorio de Francia, que precisamente, debe su nombre a este pueblo. Entre sus primeros reyes figuró Meroveo, que dio origen a la dinastía de los merovingios, en los comienzos de la edad media.

Tanto los longobardos como los francos vestían como los antiguos germanos y su prenda principal era una túnica corta ceñida al talle sobre una prenda interior con mangas largas. Los reyes o jefes principales lucían un manto abrochado por delante sobre el hombro derecho. Los guerreros se protegían con una coraza de placas metálicas y durante las campañas invernales se cubrían con mantos de piel. Protegían su cabeza con cascos de metal, y a veces con una especie de capucha para resguardarse del frío. Los longobardos sabían trabajar muy bien el hierro y hacían joyas con este metal.

Dentro del pueblo de los **francos**, en el siglo VIII, Pipino el Breve destronó al último rey merovingio, iniciando la dinastía de los carolingios, cuyo mayor representante fue Carlomagno, el cual fue coronado emperador en la Navidad del año 800. En esa época, la prenda interior o chainse evolucionó hasta convertirse en una camisa o ropa corporal de hilo o lana, que fue origen de nuestra ropa interior o ropa blanca. Sobre ella se colocaba una túnica corta que cubría las calzas. El emperador y los personajes principales usaban una

capa que caía rectamente, tanto por delante como por detrás, y se abrochaba al costado. Los hombres solían llevar el cabello y la barba largos, las mujeres dos trenzas largas con una raya en el centro de la cabeza que cubría el cabello. Las joyas eran de oro y plata con piedras preciosas incrustadas. Las mujeres cubrían la cabeza con un paño cuadrado de algodón, y en las iglesias usaban velos. Los reyes y el emperador lucían hermosas coronas con piedras preciosas (Black, 1980).

Desde épocas muy remotas los guerreros usaban armaduras para protegerse en los combates, pero fue en la Edad Media cuando la armadura se perfeccionó y generalizó. Los francos usaban la cota de malla, hecha con pequeños discos o placas de metal que les proporcionaban buena protección contra espadas, puñales y flechas. Los guerreros se ponían una túnica corta, y sobre ella, la cota de malla. La cabeza estaba bien protegida por un casco de metal, que se prolongaba en una especie de tejido que cubría gran parte del rostro y el cuello. La cota de malla tenía más de 200.000 piezas; por eso su costo era realmente elevado y solo estaba al alcance de los nobles, que la usaban en la guerra y también en los torneos. El calzado era de cuero ligero, y las piernas estaban protegidas con tiras de cuero arrolladas.

A comienzos de la Edad Media, la vestimenta de los francos consistía tanto para el hombre como para la mujer en dos túnicas y un manto. La prenda interior era una túnica de batista, nombre que viene de su inventor, un tal Bautista Chambray. Sobre ella se llevaba el b্লাuid, origen de la blusa actual. Otra prenda que apareció más tarde y que se hizo muy común, fue el gabán. El gabán femenino carecía de mangas y tenía, en cambio, amplias bocamangas; solía llevarse encima del b্লাuid y se abrochaba sobre los hombros con botones. Posteriormente, comenzó a usarse el vestido o robe, ceñido al cuerpo y con mangas amplias sobre una falda larga con muchos pliegues. Las mujeres usaban cabellos largos, a veces sujetos, formando dos largas trenzas, y las damas de la nobleza lucían coronas sobre un velo o pañuelo fino. Se adornaban con collares, brazaletes, broches y otras joyas.

### CAPÍTULO III

Los **normandos** (de north, norte, y man hombre) eran pueblos de origen germano que habitaron la península de Escandinavia y Dinamarca conocidos también con el nombre de vikingos. Hábiles y arriesgados marinos, los vikingos navegaron por el mar del Norte y el océano Atlántico, y se supone que llegaron a América mucho antes que Colon. En sus expediciones asolaban las costas y saqueaban las aldeas. Para tratar de detener las invasiones, el rey de Francia, Carlos el Simple, cedió, en el año 911, territorios al jefe vikingo Rolón, los que actualmente se denominan Normandía (Boehn,1945).

Debido a su actividad guerrera, el traje de los vikingos se componía esencialmente de una cota de malla de metal, gruesos pantalones de lana y capa también de lana sujeta a un costado.

Las pesadas espadas eran sostenidas por gruesas correas de cuero. Protegían la cabeza con cascos de metal, y cuando no luchaban llevaban gorros y chaquetas de piel.

Los normandos se habían establecido, a principios del siglo X, en el norte de Francia, en la región llamada Normandía. De allí partió Guillermo el Conquistador, quien invadió Inglaterra y se impuso en la batalla de Hastings en el año 1066. La conquista normanda abrió un nuevo período en la historia inglesa mejorando la organización y la cultura del país. La vestimenta se hizo más rica y comenzaron a usarse tejidos de seda, pieles y joyas. Durante el reinado de Guillermo II apareció el primer vestido femenino de estilo princesa. Los hombres usaban guantes adornados con joyas, y los pantalones amplios fueron reemplazados por calzas ajustadas. Los soldados protegían su cuerpo con casco y cota de malla de metal y túnica de cuero. En la lucha empleaban espadas, lanzas y hachas de metal y se cubrían con escudos metálicos.

En el siglo XII, después de la invasión de los normandos, apareció en las islas Británicas un nuevo vestido femenino llamado pelliza, que era una larga bata, suelta, con mangas que se ensanchaban en el borde y se ceñía en la cintura. Por lo general se usaban telas ricas y suntuosas, como paños de lana de

Flandes o brocados de Venecia. También se adoptó el gabán o surcoat, que usaban tanto hombres como mujeres y que se sujetaba con un cinturón de cordel o por una pretina. Las mujeres cubrían su cabeza con un manto, y por el año 1200 peinaban sus cabellos hacia arriba protegiéndolos con una toca y un barboquejo de hilo blanco. Las clases populares seguían usando túnicas de rústicas telas de lana ceñidas con cinturones de cuero. Las capas amplias tenían caperuza. El calzado era de cuero blando o tejido con bordados. Las clases altas usaban guantes de cuero también bordados y con adornos de joyas<sup>8</sup>.

La conquista normanda en Inglaterra tuvo gran influencia en la vestimenta, que se hizo más lujosa. Comenzaron a usarse telas adamascadas con diseños de estrellas, medialunas, etc., y los nobles usaron finos tejidos bordados con hilos de oro. Sobre la túnica, tanto hombres como mujeres usaban el gabán abierto a los costados, ceñido con un cinturón de cuero, y calzaban zapatos tejidos o de cuero bordados.

Los campesinos seguían usando rústicas túnicas de lana con caperuzas. Había diferentes tipos de mantos: unos largos y sueltos, con capuchón o sin él, y otros con amplio cuello. A veces llevaban cuello de piel haciendo juego con gorros de piel o con las alas de los sombreros. Los hombres llevaban un cinturón de cuero del que pendían una bolsita con dinero y una daga. Los hombres usaban, por lo general, el cabello largo, pero era también característico raparse los costados y la parte posterior de la cabeza.

Los primitivos habitantes de **Irlanda**, isla rodeada por el océano Atlántico y el mar de Irlanda, que la separa de Inglaterra, fueron los pictos, dominados luego por los celtas. Estos fornidos invasores lograron imponerse y formaron pequeños reinos. Por acción de esforzados misioneros se convirtieron al cristianismo y muchos de ellos se consagraron a evangelizar a los paganos. Irlanda soportó muchas invasiones a lo largo de su historia, y los irlandeses debieron defender con bravura sus tierras. Pueblo guerrero y de hábitos

---

<sup>8</sup> [www.modaweb.com/aula/historia](http://www.modaweb.com/aula/historia)

### CAPÍTULO III

sencillos, su indumentaria era también simple: chaqueta y gorra de lana o de cuero en los crudos inviernos, pantalón de lana que cubría toda la pierna. Sabían trabajar muy bien los metales, con los que fabricaban sus armas. Hachas, espadas, etcétera. La vestimenta femenina también era muy sencilla: túnicas de lana ceñidas a la cintura con cinturones de cuero.

Los **anglos** y los **sajones** eran pueblos de raza blanca que habitaban en el continente europeo y que a mediados del siglo V de la era cristiana invadieron las islas Británicas. Se impusieron a los celtas y galeses y organizaron un reino.

En estos pueblos la vestimenta tiene la influencia de los bárbaros y también de los romanos. Los hombres vestían una túnica corta de lana que en los nobles tenía diversos adornos. El manto o capa, también de lana gruesa, estaba sujeta a un costado por un broche. Usaban cabellos largos sujetos con una estructura de metal. Las mujeres llevaban, sujeta a la cintura, una larga túnica que cubría enteramente el cuerpo, y en la cabeza un manto semejante a la pella romana. Para ambos sexos las prendas principales eran la estola, la túnica y la palla, pero además, una prenda interior de hilo blanco o lana llamada camisola y que dio origen a la camisa. Los hombres calzaban zapatos de cuero bajos y las mujeres zapatos suaves de cuero o de género.

**Escocia** ocupa la parte norte de la isla de Gran Bretaña, y en el año 80 después de Jesucristo fue sometida por los romanos. Después de la caída del Imperio Romano de Occidente, el territorio se dividió entre los pictos, escotos, anglos y britanos, pero en el siglo VI el país se unió con la supremacía de los pictos. Durante siglos los escoceses lucharon contra los ingleses y noruegos para mantener su independencia. Los pictos se envolvían en una tela a cuadros llamada kilt, que a veces plegaban y sujetaban con un broche de metal en la cintura. El resto de la tela lo llevaban sobre el hombro izquierdo. Los colores de la tela indicaba la categoría del que los ostentaba. El rey podía usar 7 colores; la alta nobleza 5; la baja nobleza 4; los jefes de primera categoría 3;

los de segunda categoría, 2 y los labradores y soldados un solo color. Usaban medias a cuadros que dejaban libres las rodillas.

### III. 4. LA EDAD MEDIA

Los **alemanes** eran pueblos que habitaban en el centro de Europa. Entre los siglos XI y XIII vestían una túnica que era igual para ambos sexos, pero en los hombres llegaba, por lo general hasta las rodillas; en cambio, en las mujeres hasta el suelo. Con el tiempo la túnica femenina se convirtió en un vestido muy ajustado, con mangas flotantes, que se usaba sobre una prenda interior o camisa. El clima frío obligo a usar tejidos gruesos y pesados. Los jefes y nobles vestían túnicas largas y capas amplias con algunos adornos. Los hombres se cubrían la cabeza con un típico sombrero de paño de una sola pieza y con ala ancha. Sobre la túnica se colocaban una capa corta, no muy amplia, abierta en los costados, lo que les permitía gran libertad de movimientos. Ambos sexos calzaban zapatos ajustados, pero muy flexibles, de cuero o de lona.

Durante los primeros tiempos de la Edad Media (Peacock, 1990), los hombres y las mujeres de **Italia** continuaban vistiéndose de manera semejante a la de los antiguos romanos. Pero poco a poco la vestimenta se fue modificando por influencia de los bizantinos. Al principio se usaba una túnica larga y sobre ella una capa que se cerraba sobre el pecho con un largo alfiler o hebilla. Los hombres se ponían largas calzas ajustadas y sostenidas por un cinturón de cuero. Hacia el siglo XI comenzó a usarse la túnica interior de lana, hilo o seda cerrada en el cuello y puños con lazos. En esa época las telas empleadas en las túnicas eran más de seda o lana bordada, y forradas con pieles en el invierno. El calzado era de cuero suave, adornado a veces con bordados y hasta con joyas. La cabeza masculina era protegida con cascos de metal y también con caperuzas de lana y gorros con adornos de piel.

A principios del siglo VIII los árabes invadieron España y allí permanecieron hasta fines del siglo XV, en que fueron expulsados tras cientos de años de

### CAPÍTULO III

lucha. En la península ibérica los musulmanes recibieron el nombre de moros, y su influencia en la cultura fue notable, ya que, a manera de puente, vinculaban las antiguas civilizaciones de Oriente con las de Occidente. Su vestimenta era sencilla y voluminosa, de pura lana, y destinada principalmente a protegerles del calor excesivo (Marín, 2001). Llevaban dos túnicas: una larga y recta, que les llegaba hasta los tobillos y carecía de mangas, y otra más amplia, que tenía largas mangas flotantes. Un cinturón de cuero recogía la túnica exterior. Cubrían la cabeza con una caperuza que estaba adherida a la túnica exterior y que se conoce con el nombre de albornoz. Tanto los hombres como las mujeres vestían pantalones. Los personajes distinguidos usaban telas suntuosas, como sedas, damascos, brocados, etc. El tocado característico era el turbante, arrollado de diversas maneras.

En Suiza, país situado en la zona montañosa de los Alpes y paso obligado entre Francia, Italia, Alemania y Austria, sus primitivos habitantes fueron los helvecios, sometidos por Julio Cesar en el año 58 antes de J.C. Durante cuatro siglos la región estuvo en poder del imperio romano, pero al producirse las invasiones de los bárbaros, el territorio fue ocupado por tribus germánicas. En el año 553, los francos se impusieron y Suiza pasó a formar parte del reino merovingio y luego del imperio carolingio. Desde el siglo IX integró el imperio alemán; por lo tanto, las costumbres, los usos y hasta la moda germanos tuvieron gran influencia en Suiza. La prenda principal de la indumentaria masculina era la túnica de lana, que llegaba hasta la mitad de la pierna. Los nobles se abrigan con capas de paño que, durante el invierno, recubrían con pieles. Los servidores usaban túnicas cortas con caperuza para proteger la cabeza. Las piernas se cubrían con medias, y el calzado era muy simple y de cuero suave.

Desde el siglo IX, Suiza formó parte del sacro Imperio Romano Germánico, y desde ese momento la influencia alemana se hizo sentir en las costumbres y la moda. Debido al clima, los tejidos eran gruesos y pesados, con diseños muy elaborados. Había preferencia por los paños de lana y de terciopelo, y por los

brocados de colores brillantes. El traje femenino se caracterizaba por estar ceñido a la cintura, con los hombros estrechos y las faldas amplias.

La capa, corta o larga y forrada de piel, fue el principal abrigo invernal. Las mangas eran muy amplias, acuchilladas, y sujetas en la muñeca por una especie de puño. Los cabellos se usaban largos, sueltos o recogidos, y por lo general alisados sobre la cabeza y con trenzas arrolladas en espiral a los costados. La cabeza se cubría con un manto o con una cofia de tela fina de hilo almidonada que presentaba formas muy diversas. El calzado era ajustado y flexible de cuero suave.

En los comienzos de la época medieval, tanto los hombres como las mujeres **ingleses** usaban una túnica y un manto y ropa interior de hilo blanco denominada camisola<sup>9</sup>. Pero con la llegada de los normandos, en el siglo XI, las vestimentas se hicieron más ricas, prefiriéndose telas más suntuosas y, además, pieles y joyas. La medida de longitud inglesa, denominada yarda, se fijó durante el reinado de Enrique II, entre los años 1154 y 1189, y se tomó como patrón la longitud del brazo del monarca. En el siglo XII se adoptó el gabán, que vestían tanto los hombres como las mujeres. Los primeros lo usaban sobre la armadura de cota de malla. El gabán se sujetaba a la cintura por un cinturón de cuero grueso que llevaba adornos de metal y en el que pendía la espada. Los guantes se hacían de cuero o lana, y el calzado era muy simple, de cuero suave y muy ceñido al pie. Las damas de la nobleza lo usaban bordado (Casablanca, 2007).

Las prendas básicas de la indumentaria usada en **Francia** por hombres y mujeres eran dos túnicas y un manto. En el siglo XII la túnica interior evolucionó hasta concretarse en una camisa o ropa interior hecha de batista, tela suave que lleva el nombre de su inventor, Bautista Chambray. La túnica exterior dio origen al gabán, especie de capa recta con una abertura superior para la cabeza, sin mangas y con amplias bocamangas que se abrochaban a los costados. Durante el invierno se usaba también una chaqueta corta forrada

---

<sup>9</sup> [www.espanolsinfronteras.com](http://www.espanolsinfronteras.com)

con piel. A partir del siglo XIII se impuso el gabán, que llegaba debajo de las rodillas y se usó ceñido con un cinturón. En esta época las mangas presentaban gran variación, tenían amplias aberturas que llegaban hasta el suelo y los bordes terminaban en festones en forma de pétalos. Los hombres usaban calzas largas muy ajustadas en las piernas y calzado de cuero suave con punta (Boehn, 1945).

**España** fue invadida a principios del siglo VIII por los árabes, que permanecieron en la península durante casi ocho siglos. En todo ese tiempo los cristianos lucharon contra los invasores, librando numerosos combates, y lentamente lograron reconquistar el territorio y fundar reinos. Pero si bien los árabes fueron perdiendo poder político, su influencia cultural se mantuvo y aun se afianzó con el tiempo. En las artes y ciencias, así como en la técnica, los árabes introdujeron notables adelantos, y también dejaron su sello en las armas, armaduras, telas, joyas y perfumes. Y un detalle muy curioso en el terreno de la moda: las agujas fueron introducidas en España (y por lo tanto en Europa) por los moros. Entre los cristianos la indumentaria fue semejante a la de los franceses, aunque las telas eran más sencillas. La vestimenta de los moros era sencilla y voluminosa y consistía, principalmente, en dos túnicas: una de ellas, recta y sin mangas, cala hasta los tobillos; la exterior, con largas mangas flotantes, se recogía con un cinturón (Descalzo, 2007).

Entre los **turcos**, el traje femenino se diferenciaba del masculino no tanto por el corte como por los tocados y los adornos. Las mujeres también usaban pantalones largos, muy anchos y sujetos a la cintura con un cordón y también en los tobillos, y una camisa debajo del pantalón o sobre el mismo. La camisa se confeccionaba en hilo blanco o telas muy suaves y finas de diversos colores y negras. Solían tener bordados de seda en el cuello y bocamangas y encajes en la abertura del pecho. Debajo de la camisa se usaba un camisolín muy escotado que bajaba hasta las rodillas y que, por lo general, no tenía mangas. Encima se colocaba un sayo que caía hasta los tobillos, con mangas cortas y anchas o largas y ceñidas. Las mujeres usaban velos de gasa o de muselina

blanca. A veces, el velo se fijaba en la gorra y se echaba por la cara, dejando libres sólo los ojos, y se volvía a prender en el punto de salida.

Entre los **chinos** el traje femenino, salvo en algunos detalles, era semejante al masculino<sup>10</sup>. Las damas de categoría usaban una redecilla de malla espesa de seda, camisa corta abierta por delante, anchos pantalones sujetos a los tobillos para que resalten los pies pequeños, o túnica larga. Sobre ella se colocaban una prenda amplia, abierta por delante y cruzada que podía abrocharse a un lado, con mangas muy anchas que servían de manguito, ya que para una china era algo desagradable mostrar las manos o los pies. Un adorno característico era una bufanda larga con las puntas caídas o una banda cruzada en el pecho que se ataba a un lado. Los zapatos eran de suela gruesa, plana o inclinada de tal modo que el pie llegaba a sostenerse por la punta de los dedos. En invierno esta prenda estaba forrada con pieles. El peinado variaba de acuerdo con la localidad, pero en general se hacían una o varias trenzas y las arrollaban en un rodete sobre la cabeza sujetándolas con dos agujas. En las sienes usaban adornos de flores o de perlas.

Los antiguos pobladores de **Rusia** fueron los eslavos, pueblos que habitaban desde el mar Báltico hasta el mar Negro. Del modo de vestirse en los tiempos primitivos no existen muchos datos, pero igual que los sármatas y escitas, usaban pantalones, calzado de correas, sayo, manto y gorro. Hacia los siglos VIII al XII, el traje de los hombres se componía de camisa de tela con mangas largas y anchas, sayo hasta las rodillas, sin mangas, abierto por delante y sujeto en el pecho por una hebilla y en las caderas por un cinturón. Los pantalones eran anchos, y en épocas de mucho frío se ponían uno encima de otro, atados por debajo de las rodillas o de los tobillos. De la espalda pendía un manto sujeto por cadenitas. Las mujeres usaban una camisa que llegaba hasta media pierna, cerrada en el pecho con una hebilla, ajustada con un cinturón en las caderas, y bordada igual que el manto. En la cabeza, el típico adorno femenino era un aro.

---

<sup>10</sup> [www.mundomoda.portalmundos.com](http://www.mundomoda.portalmundos.com)

### CAPÍTULO III

A fines de la Edad Media y comienzo de la Edad Moderna, los **países bajos** estuvieron sometidos a las influencias: francesa, alemana y más tarde, española. En el siglo XIV, mientras Inglaterra y Francia se debilitaban tras la larga guerra de los Cien Años, los Países Bajos adelantaron mucho en la fabricación de tejidos de lana, hilo, seda y algodón. A fines de los siglos XIII y XIV, la túnica se acortó hasta media pierna y se sujetaba con un cinturón. La prenda más común de abrigo para las distintas clases sociales era un sobretodo corto, pero los nobles usaban una capa amplia que les llegaba hasta los muslos y que iba forrada con pieles o con telas finas y bordados. Las calzas eran largas y estrechas; sobre ellas, unos calzones amplios con acuchillados de seda. La camisa era de hilo blanco con una amplia gorguera que sobresalía del jubón o chaqueta. El sombrero más característico era de fieltro con copa alta y con adorno de cintas y alguna joya. El calzado era de cuero suave y cubría completamente el empeine (Boehn, 1945).

La vestimenta de los nobles **portugueses** era semejante a la de los españoles, pero tenía también influencia de los ingleses. Los hombres usaban una chaqueta larga que cubría las bragas anchas, metidas dentro de botas altas ensanchadas en la parte superior. En la cintura llevaban un cinturón ancho que terminaba en largos flecos. Los cuellos eran amplios, con bordados y encajes. También se usaban las golillas o gorgueras. La anchura de la gorguera elegante era, aproximadamente, de unos 25 cms y contenía desde 16 a 17 o más metros de linón de hilo muy fino o de batista. Las mujeres usaban vestido largo con falda amplia y un abrigo con las mangas acuchilladas. Lucían cabellos largos y la frente despejada. Los personajes de la nobleza ostentaban joyas con piedras traídas de Oriente y de Brasil.

### III. 5. LA MODA EN EL SIGLO XIX

#### III. 5. 1. El nacimiento de la alta costura: las marcas y la moda francesa

Charles Frederick Worth no fue el primer gran diseñador de renombre universal; este privilegio le fue concedido a Rose Bertin con el nombramiento de “Ministro de la Moda de S.A. Majestad María Antonieta”. Sin embargo, Worth fue precisamente el que, al contrario de sus predecesores, siguió manteniendo la línea fastuosa de las cortes monárquicas, aceptando los cambios de su época, pero manteniendo su aspiración de destacar la elegancia sobre todas las cosas.

Este diseñador es el primer modisto considerado dentro del Arte y el Diseño del siglo XIX y ostentar el título de “árbitro de las elegancias”. Fue también el primero en ponerle nombre a sus trajes. Creó la etiqueta. Además, está estrechamente ligado con el romanticismo, ya que el amor de la mujer de su vida, Marie Vernet, lo inspiró a diseñarle vestidos que resaltaran su belleza. La distinción y el encanto de la Vernet, quien fuera su primera modelo desde que se hicieron novios, lograron que sus clientes se interesaran empezando así su larga carrera de éxitos (Soler y Gutiérrez, 2005).

Worth nació en Bourne, Lincolnshire, Inglaterra el 13 de noviembre de 1826; su familia había perdido toda su fortuna en el juego, lo que le obligó a trabajar desde los trece años en la mercería “Swan and Edgar” que se especializaba en artículos para costureras. Luego, se desempeñó en una serie de establecimientos como tapicerías, mantelerías, fábricas, telares y comercios, hasta que en 1845 decidió dejar la última “Lewis & Allenby” para probar fortuna en París a la edad de veinte años (Casablanca, 2007).

Sufrió mucho para adaptarse y aprender el idioma, pero después de un año lo emplearon en “Gagelin’s” un emporio que hacía chales y telas de calidad y en poco tiempo lo promovieron. Ahí trabajaba Marie Vernet, protagonista del romance que lo impulsó a diseñar tan maravillosamente, que el propio Gagelin

### CAPÍTULO III

le propuso un pequeño departamento donde, la que ya era su esposa, exhibiera los vestidos que Worth confeccionaba con las telas de la firma.

Worth (Laver, 1990) fue el primero en utilizar maniqués vivos y Marie, su musa, fue su demostradora. Un año después el gerente de esta tienda envió varios de los trajes creados por el joven diseñador al mostrador que tenían en la “Gran Exhibición del Palacio de Cristal” en Londres. La respuesta no se hizo esperar y Worth fue adquiriendo seguridad en si mismo. Una de las innovaciones que impuso fue la trama de un vestido, de corte en oro y exquisitos minúsculos bordados, que caía suspendido de los hombros. Su creación ganó la medalla de la “Exposición Universelle” de 1855 (Boehn, 1945).

Sin embargo, a pesar de su triunfo, Gagelin nunca le ofreció que se asociaran y la pareja dejó el empleo para asociarse con un acaudalado sueco, Otto Bobergh y en 1858 en la Rue de la Paix se abrió la “Casa Worth et Bobergh”. Frederick envió a Marie con su libreta de diseños a la princesa Meternick, esposa del Embajador Austriaco –íntimo amigo de la Emperatriz Eugenia. La princesa se interesó y ordenó de inmediato dos vestidos que lució en la corte. Poco después, Worth se encargaba de toda la ropa real, incluyendo la de la Emperatriz Eugenia.

Por supuesto, pronto empezaron a llamarlo las testas coronadas de la época: la Gran Duquesa Marie de Rusia hermana del Zar Alejandro II, Margarita la Reina de Italia, y la Emperatriz Elizabeth de Austria. En 1870 cuando los prusianos avanzaban sobre París, la “Casa Worth et Bobergh” tuvo que cerrar y cuando Worth pudo abrirla, su socio había regresado a Suecia y su nombre estaba ya solo sobre la marquesina. A pesar de sus temores se encontró con la novedad de que nadie lo había olvidado, su reputación se había extendido a lo ancho del mundo. Había instituido la crinolina (llamada así por estar hecha de crin de caballo) y la usaba mucho hasta que a pesar de la vanidad de las damas, quienes admitían que les estrechaba la cintura, hallaron que era difícil de cargar en viajes, además de impedir movimiento y obstaculizar el sentarse (Johnston, 2006).

Worth trató de solucionar los problemas creando una modificación “camuflageada” con acolchamientos: el polisón. Utilizaba encajes preciosos y sus obras resultaban de una elegancia casi irreal, llenas de listones, alforzadas, moños, el “estilo princesa”, las túnicas ribeteadas con armiño denominadas “polonesas” que parecían inspirarse en pinturas de Van Dick, Velázquez o Gainsborough. Sus dibujos resultaban tan bellos que muchos los coleccionaban. En la década de 1880, Worth hacía dibujos asimétricos con plumajes de pavo real, de avestruz, agigantó las mangas sobre el hombro abombándolas, usó colores tenues y llegó a separar por primera vez la línea del cuerpo a la de la falda introduciendo lo que llamó “cornucopia”. Llegó a ser un auténtico dictador de la moda. Hizo tanto dinero que en sus salones de espera se servían manjares como bocadillos de langosta, pasteles y vinos de Madeira y cuando las damas se probaban algún traje, la luz de gas se esfuminaba para que ellas pudieran comprobar como se verían en los salones nocturnos. Utilizaba modelos de todas las tallas: altas, bajas, delgadas o gordas, para que desfilaran de acuerdo a los diversos cuerpos que ostentaban sus clientes y pudieran ver los trajes desde todos los ángulos que reflejaban los espejos con marcos de oro.

Tenía vestuario para todas las ocasiones: bodas, bautizos, presentaciones y lutos, pero cuanto presentaba era de una impresionante belleza y elegancia, sin repeticiones.

La palabra “couturier” fue creada por Worth adaptada de la femenina “couturiere”. Murió en Marzo de 1895 y sus dos hijos Gastón y Phillippe lo substituyeron, aunque sin igualarlo. La fama representativa de lo “chic” siguió por cuatro generaciones, aunque la división londinense con menos competidores que la francesa.

Su perfume lo sigue recordando en el mundo entero, pero se ha dicho que “hubo un solo Worth en el arte del diseño”.

### III. 6. LA MODA EN EL SIGLO XX: LA MODA SE PONE DE MODA

En todas las épocas ha habido bonitos vestidos. Pero el concepto de la moda no hizo su aparición hasta el siglo XX. Hasta ese momento convivían una gran variedad de indumentarias, que variaban en función de la posición social y del país como fue esbozado anteriormente. El panorama cambió radicalmente debido al conflicto que se suscita entre el diseñador inglés Charles Frederick Worth, quien insatisfecho con su trabajo como proveedor de ropa para la Emperatriz Eugenia de Montijo, empezó a “firmar” sus creaciones como si de un artista se tratase.

El proveedor pasó a ser modisto y sus obras moda (Lipovetsky, 2004).

La moda si viene de París y una de sus características es que cambia. Apenas algo se pone “de moda” ya casi se considera “pasado de moda”. Aunque aparentemente los modistos imponen estos altibajos según su capricho, lo cierto es que sus creaciones sólo se mantendrán si capturan el espíritu de su época. El modisto puede compararse con los artistas en tanto que sus producciones sean piezas únicas confeccionadas a mano.

De hecho el mérito de haber puesto la moda de moda corresponde a los diseñadores que se abrieron paso en medio de la euforia innovadora de los años 60. Éstos llegaron a la conclusión de que en plena época de las reproducciones, la prenda de vestir ya no tenía porqué ser única para ser considerada original. Desde ese momento, las marcas se han ido independizando y ya no se aplican exclusivamente a ropa de calle, sino también a gafas de sol, ropa interior, ceniceros, jarrones... Además, ya no hace falta que los diseñadores sean los responsables directos de sus creaciones, pues basta con su firma. Éste es un fenómeno de alcance mundial.

Desde Tokyo a Nueva York, el mundo de la moda habla actualmente el mismo idioma. Y éste no tiene porque ser el francés: el “dernier cri” puede haber nacido en Hamburgo, Londres o Milán. En realidad, ni siquiera hace falta que

venga avalado por un diseñador o un modisto, ya que cualquier nombre puede dejarse en manos de un buen equipo de publicistas, que lo pulirán hasta que merezca el apelativo de chic. Cualquier prenda, desde las camisetas hasta las zapatillas deportivas, pueden convertirse en objeto de culto como si fuera una obra del mismísimo Worth.

Las musas que este último invocara para proteger la exclusividad de su trabajo parecen haberse vengado de los creadores de moda. A finales del siglo XX, los modistos y diseñadores que con tanto glamour lo vistieron y cuya gloria le deben parecen ser superfluos. Algunos ya se niegan a prestar su nombre y su rostro a las campañas de publicidad de su propia moda, lo que demuestra que los creadores siguen un método más intuitivo que sistemático.

A modo de conclusión cabría preguntarse: ¿A dónde nos ha llevado un siglo de alta costura? No sería descabellado afirmar que de vuelta a los orígenes. Hoy se llevan corpiños y polisones igual que durante la Belle Époque, como si todo volviera a empezar. Se destacan de nuevo los pechos y las nalgas y las antiguas tentaciones nos seducen como si acabaran de inventarse. Y sin embargo, la moda se mueve: cuando las mujeres de hoy se ponen un corpiño e ignoran a su creador, lo hacen voluntariamente, con lo que cierran el círculo. Con todo, la pasión por la moda y las personas ya han entrado de la mano en el nuevo siglo.

### **III. 6. 1. Primer Período: 1890 - 1930**

Siempre se ha considerado que la moda es un placer frívolo y egoísta que reafirma la vanidad del ser humano y divide las clases sociales de acuerdo a la vestimenta. Pero la moda es mucho más que eso. Al igual que miles de otras costumbres, la moda habla de la sociedad y su idiosincrasia, muestra qué elementos son de importancia en una cultura y de qué manera su gente vive y se desenvuelve en un contexto histórico determinado, a su vez que éste influye en el qué y cómo sea esta vestimenta.

### CAPÍTULO III

Es cierto que sólo algunos tienen acceso a ella, pero la política, la economía, la religión e incluso las artes han pecado de elitistas a lo largo de nuestra historia, por lo tanto, no es extraño que el gusto por las telas y texturas haya sido y sea hasta la actualidad, privilegio de pocos, a pesar de que existen alternativas para cualquier presupuesto.

Antiguamente, los patrones que regían la moda eran completamente estéticos, despreocupando factores considerados secundarios como la comodidad e incluso el bienestar físico. Hasta comienzos del siglo XX la moda femenina se caracterizó por un perpetuo martirio que avalaba el dicho "Para ser bella hay que ver estrellas". La incomodidad y poca libertad de prendas como el "corsé", eran fiel reflejo de las costumbres que reprimían la expresión femenina a las labores domésticas y reproductivas, además, producía serios trastornos en el organismo ya que apretaba todos los órganos interiores. Siendo así la tradición, no era extraño que hasta los primeros años del siglo XX, la forma de vestir de la mujer se halla asimilado más a un objeto decorativo que a una persona.

Durante la denominada "Belle Époque" (1890- 1910), época de riqueza, ostentación y extravagancia (AA VV, 1986), los vestidos almidonados y con enagua de crinolina (falda circular con seis aros de acero flexible que abultaban el vestido), marcaban la pauta. El dificultoso y pesado armatoste, obligó a los modistos a crear algo más confortable pero siempre dentro de mismo ideal de mujer pomposa, como muñeca de porcelana. Fue así como a comienzos del 1900 se erigió el ideal de la "Chica Gibson", personaje de caricatura que representaba el ideal femenino de entonces y que se transformó en todo un patrón de vida. Su creador era por supuesto un hombre, el que atribuía a esta belleza los valores y costumbres que los caballeros consideraban adecuadas para una dama. Éstas debían ser de pecho erguido, caderas anchas y nalgas sobresalientes, además de sumisas y obedientes. Poco después nació la mujer con forma de "S", las que ajustaron la falda para resaltar la figura, los peinados se subieron sobre la cabeza y los sombreros se adornaban con plumas.

En este período comienza a nacer un nuevo ideal de mujer, el que por primera vez fue creado por ellas mismas y no por hombres. La nueva imagen era la de una mujer trabajadora y eficiente, que luchaba por obtener el derecho a voto y que se inmiscuía en los asuntos que hasta entonces eran privilegio del poder masculino. Para representar esta nueva tendencia, los vestidos se alejaron paulatinamente del decorado simplificando su confección. El traje de dos piezas, denominado "traje sastre", era lo más adecuado para los nuevos tiempos (Boehn, 1945).

En 1910 se produjo un cambio rotundo en la moda, influenciado por el "Ballet Ruso" que recorría los escenarios europeos. Los colores llamativos y la onda oriental, reemplazó la hegemonía en tonos pastel y las faldas largas. Bailarinas como la sensual Isadora Duncan y la enigmática Mata Hari, se transformaron en íconos de belleza seguidos mundialmente. Gracias a esta nueva moda las mujeres se atrevieron a desafiar los sólidos principios morales que las ataban y comenzaron a mostrar el cuerpo, lo que por supuesto no fue posible sin escándalo eclesiástico y machista de por medio (Bruun, 1981).

Los cuellos "hasta las orejas" dieron paso al escote en "V" y las faldas se acortaron levemente, dejando al descubierto los tobillos, cosa que también causó estupor en la época porque durante siglos las piernas femeninas habían sido el símbolo erótico que "provocaba la lujuria en los hombres" y que por lo tanto, debían ser escondidas.

En 1914 llegó la Primera Guerra Mundial. De dimensiones escalofriantes y trágicas consecuencias para el viejo continente, terminó por completo con la farándula y el lujo de la moda francesa e inglesa, en donde se encontraban las grandes casas de alta costura (Entwistle, 2002).

Una vez finalizado el conflicto, en 1918, la falda campana dio paso a los cortes rectos, "tipo tubo". El tan utilizado corsé cambió de estrategia, ya que si antes se había usado para levantar el busto, ahora lo hacían para disminuirlo. El "corsé alisador" y los vestidos acinturados en la cadera, dibujaron el nuevo tipo

### CAPÍTULO III

de belleza y de mujer, las que buscaban parecerse más a los muchachos que a las antiguas beldades femeninas. Así surgió la mujer estilo Garzonne, quienes para lograr más aún el parecido con los hombres, se cortaron el pelo y perfilaron las cejas, comenzaron a salir a bailar y se borraron los antiguos patrones sociales que diferenciaban las clases. Ahora hasta era bien visto ser amiga o parecerse a las cortesanas de "vida alegre".

En plena época de post guerra y representando a esta nueva generación de mujeres independientes y modernas, apareció la mítica Coco Chanel. Su estilo cómodo y práctico representaba la revolución femenina y la economía que debía surgir en época de recesión. Por esta razón, introdujo materiales más simples y baratos que el chifon, el tul y la seda. Creó entonces los trajes de punto, tejidos finos que otorgaban más y mejor flexibilidad para la nueva mujer, la que además ponía énfasis en la práctica deportiva, incentivada por la reciente costumbre de ocupar el tiempo en algo útil. La mujer ya no era una utilidad en sí, sino que "hacía" cosas útiles.

Con la crisis económica de 1929, la industria de la moda introdujo el lino como material en boga (debido a su bajo costo) y los materiales artificiales como las baratas medias de seda sintética que reemplazaron rápidamente a las antiguas de seda natural y que tenían un elevado costo. En 1930 la pauta a seguir eran las actrices como Greta Garbo y Marlene Dietrich, mujeres de hombros anchos y caderas delicadas, altas y delgadas como una esfinge egipcia. En este período el punto erótico cambió desde las piernas hasta la espalda, la que era resaltada por prominentes escotes y que provocaba el delirio masculino.

Ahora la mujer estaba envuelta con un halo de encanto, sensualidad y misterio. Los hombres sucumbían frente a esta belleza madura de movimientos felinos y mirada dormida; la mujer sacaba provecho de su cuerpo y no lo ocultaba por prejuicios moralistas.

### III. 6. 1. 1. La Era del Jazz

La década de los años 20 fue una de las más revolucionarias del siglo XX. Las mujeres se destaparon y comenzaron a beber y a fumar en público como una provocación al rígido estatus social que reinaba a principios de 1900.

Esta fue probablemente, la década más atrevida y trasgresora. Fue una época de cambio radical que afectó todos los aspectos culturales y que repercutió con fuerza en la moda (Boehn, 1945).

La “Era del Jazz” dio nacimiento a la Flapper. Con este nombre se llamaba a las mujeres jóvenes que se vestían de una manera absolutamente diferente a la de generaciones anteriores. A pesar de que llegaban hasta la rodilla, las faldas y los vestidos con flecos escandalizaban a más de uno.

El cabello se usaba corto al estilo varonil. Ese estilo se conoció como Bobbed y fue popularizado por Irene Castle, una bailarina que se cortó el cabello para hacer más fácil su cuidado mientras se recuperaba de una operación. Pero el estilo varonil no sólo era cuestión de cabellos. La tendencia era no marcar ni el pecho, ni la cintura de las mujeres y crear una “figura unisex”.

En estos años Gabrielle Coco Chanel –que pasará a la historia como un clásico de la moda- hace sus primeras apariciones.

Esta francesa abrió su propia casa de modas a principios de los 20. Con el lanzamiento de sus creaciones introdujo un cambio fundamental en la historia de la moda: quienes exhibían sus trajes no eran cantantes o actrices sino “modelos”, mujeres elegantes, delgadas, bellas y desconocidas.

Para el caso de los hombres, la moda no trajo demasiados cambios, aunque la popularidad creciente del gángster Al Capone empujó el auge del llamado traje sastre con rajas finas y sutiles.

### **III. 6. 2. Segundo Período: 1930-1960: el desarrollo de la industria textil**

Los años 30 comenzaron como una época de glamour y sofisticación enaltecida por las divas del cine que representaban toda la majestuosidad de la belleza. Sin embargo, pronto las cosas comenzaron a cambiar. La ascensión de Hitler al poder, en 1933, inquietó el ambiente político y social de entonces, quienes se negaron a reconocer el peligroso dominio de este hombre que rápidamente resquebrajó la paz en Europa.

Como una forma de negar los conflictos que surgían, los modistos intentaron revivir la opulencia de años anteriores, en donde el lujo regía la moda. A pesar de este intento fallido, Europa nuevamente entró en guerra en 1939. El aplastante poder nazi logró hacer sucumbir París en 1940 con lo que la capital de la moda se vistió de uniforme y colores grises. Como una muestra de lo representativo que es la vestimenta de las costumbres y coyunturas sociales de un pueblo, la moda de los años 40 fue opaca y se basó en un estilo militar. El traje de dos piezas y la sencillez de los materiales representaron la pobreza del viejo continente, que disimuló la escasez con recursos que desataron toda la creatividad en peinados, maquillaje y atuendos como guantes, pañuelos y bolsillos falsos en las chaquetas que le daban a la simple vestimenta, un toque de distinción (Yonnet, 1988).

Debido a que París se encontraba bajo ocupación nazi y Londres se debatía con sus últimas fuerzas, la industria textil y de la moda dejó de ser importante, por lo tanto, Estados Unidos se vio en la obligación de crear su propia pauta, logrando un mayor grado de independencia.

El conflicto finalizó en 1945 y nuevamente se buscó el brillo y la grandiosidad de años pasados; la nostalgia invadió de elegancia y sofisticación los años 50. La melena *soignéé*, estilo Marilyn Monroe, desplazó los moños y sombreros de los 40 y un verdadero delirio por las pieles finas, cachemiras y joyas se expandió en toda Europa (Remaury, 2005).

La antítesis de esta elegancia fue "la moda estudiantil", un estilo más desordenado y cómodo reclamado por las nuevas generaciones. A mediados de los 50 apareció el estilo Beatnik, cuyo origen callejero y popular estaba directamente ligado a la música rock que venía desde América con íconos como Elvis Presley y Bill Haley. El conjunto inglés The Beatles creó una moda particular de melenas largas y botas puntiudas elevadas por un pequeño taco, lo que causó una gran revolución social que desafió los rígidos cánones a los que los jóvenes estaban sometidos. De hecho, la moda siempre había girado en torno a "damas" y "caballeros" sin distinguir a los adolescentes como tal.

Los años 60 partieron con este espíritu revolucionario y protagonista de una juventud que comenzó a buscar sus propios gustos e intereses. A mediados de esta década la diseñadora Mary Quant llevó al límite esta odisea imponiendo la "mini", la que reducía a un pequeño trozo de tela a ras de las nalgas las antiguas faldas hasta la rodilla. Esto produjo la indignación y el escándalo de los padres y sectores tradicionales, los que adjudicaron la inmoralidad del vestir a la música satánica que llevaba a sus hijos al delirio (Casablanca, 2007).

Esta época frenética era consecuencia de la liberación juvenil, la rebelión contra los estándares impuestos hasta entonces. Esto también se reflejó en las artes, manifestándose principalmente en el arte rupturista y transgresor del "Pop Art" de Andy Warhol.

La vestimenta tenía dos esquemas bien definidos. Por un lado estaba la moda "little girl", una mezcla de inocencia y sensualidad perturbadora y la moda "espacial", de formas geométricas y rectas que comenzaron a mostrar abiertamente el cuerpo. Esta última se inspiró en la creciente competencia entre Estados Unidos y la URSS por conquistar el espacio durante la denominada Guerra Fría. Los materiales también cambiaron, las clásicas telas dieron paso al plástico, el que se empezó a usar no sólo en la ropa sino también en todo tipo de accesorios como aros, collares y carteras (Yonnet, 1988).

## CAPÍTULO III

La guerra de Vietnam polarizó aún más las relaciones entre adultos y jóvenes, ya que mientras los primeros apoyaban la intervención norteamericana en el país oriental, los últimos proclamaban todo un movimiento político y social basado en la paz y el amor.

Esta libertad adquirida abrió un mundo lleno de posibilidades y conocimientos que antes estaban vetados para los jóvenes, con lo que los excesos llegaron rápidamente a través de la experimentación con drogas, especialmente aquellas alucinógenas como el LSD. Las mentes distorsionadas crearon un estilo fantasioso y onírico inundado de formas y colores extravagantes las telas y vestidos. Así nació la era de la psicodelia y el hippismo de los "verdes" años 70.

### **III. 6. 2. 1. La sobriedad tras la crisis**

La llegada de los 30 trajo consigo la gran depresión de la bolsa. Muchos se quedaron sin trabajo y los que lo tenían, no ganaban lo suficiente. Con esta situación, estar a la moda pasó a ser un lujo. Nadie tenía dinero para comprar zapatos y ropa nueva, al menos no masivamente. La idea era preservar el mayor tiempo posible lo que había en el armario.

La industria de la moda debió adaptarse a los tiempos de crisis y crear para un mercado con un poder adquisitivo bajo. Para la mujer se impuso un estilo más femenino y liviano. La flapper quedó atrás. El largo de los vestidos y las faldas cayó hasta los tobillos.

El ingreso de la mujer a la fuerza del trabajo obligó a recurrir a la ropa más práctica. El glamour y la trasgresión de los 20 ya no tenían cabida en una sociedad que enfrentaba una gran crisis mundial.

Las prendas tendían a marcar la cintura y a entallar la figura. El traje de chaqueta era el más usado en las calles. El cabello corto dejó de ser moda y

se notaba un claro regreso al estilo más femenino. Chanel siguió siendo una de las diseñadoras claves de estos años.

### **III. 6. 2. 2. Los Tiempos de Guerra**

Al comenzar la segunda guerra mundial, sus efectos se sintieron en todos los ámbitos. Primero en Europa y luego en Estados Unidos.

En Europa las principales casas francesas dejaron de exportar los materiales para diseñar prendas y accesorios. De esta forma Estados Unidos se vio obligado a generar sus propios diseños y por primera vez en ese país la industria de la moda dependió de sus propios recursos (Yonnet, 1988).

Más tarde con la entrada de Estados Unidos al mayor conflicto bélico del siglo, la industria, incluida la de la moda quedó controlada por el gobierno. La vestimenta respetaba diseños para atender a las demandas de un país en guerra.

La moda reflejó la crisis y la desesperanza: los tejidos eran de baja calidad, las mujeres se vestían uniformadas con trajes de chaqueta planos y simples. Se popularizaron las prendas con doble uso que por medio de accesorios se podían utilizar tanto para el trabajo como para una salida en la noche.

Los trajes de hombre dejaron de ser de cuatro piezas (chaleco saco y dos pares de pantalones) y se redujeron a un pantalón y a un saco. Para las mujeres se impuso un estilo sencillo, nada extravagante y pocos accesorios. En esta década mezclar y combinar prendas para sacarles el máximo provecho pasó a ser la norma a la hora de vestir.

Como forma de respeto al hombre que estaba en la guerra, la mujer recurrió a un estilo conservador. El largo de las faldas y de los vestidos cubría las rodillas. Los pantys (medias) empezaron a comercializarse, aunque aun no

## CAPÍTULO III

eran de uso masivo. Para la cabeza, la moda era recurrir a gorritos diminutos, muy sencillos o simplemente pañuelos.

Christian Dior, quien junto a Pierre Balmain y Hubert Givenchy era uno de los diseñadores más conocidos de esta época cierra los cuarenta con el regreso al glamour y la moda de la post-guerra. En 1947 lanzó una colección que más tarde la prensa popularizó como el New Look, estilo que tuvo su máximo auge en los cincuenta.

### **III. 6. 2. 3. El Regreso del Glamour**

Con los 50 vuelve el esplendor. La moda vive otro de los momentos más intensos del siglo.

El “New Look” de Christian Dior, que había sorprendido al mundo de la moda a finales de los 40 se expande. El nuevo estilo contrasta por completo con las formas austeras y simples de los años en guerra y es tomado como un símbolo de esperanza y prosperidad en la post-guerra (Beaton, 1990).

El cambio trae ahora colecciones con hombros anchos, sujetadores armados, cinturas ajustadas. El estilo femenino, las sensuales curvas y el glamour son las estrellas de ésta época.

La silueta ideal se vuelve a forzar con una cintura muy estrecha y con mucho volumen en los hombros. La falda que se mantiene por debajo de las rodillas. Comienza el culto a la belleza.

Las más jóvenes comienzan a llevar una moda inspirada en las actividades deportivas.

Tras la austeridad de la guerra, repunta el consumo, impulsado por el optimismo económico. Las mujeres comienzan a liberarse de sus hábitos

hogareños e inician actividades sociales que las obligan a tener vestimenta apropiada para usar fuera de la casa.

Para los hombres, la moda popularizó el uso de los jeans Levis, camisetas blancas o negras bien ajustadas al cuerpo y chaquetas deportivas. El cabello se usaba hacia atrás y con rulos en la frente, al estilo James Dean.

En estos años, Christian Dior siguió siendo uno de los diseñadores más influyentes. Pero también tuvieron un papel importante Pierre Cardin, Cristóbal Balenciaga, Coco Chanel y Givenchy.

Marilyn Monroe, James Dean, Brigitte Bardot y Elvis Presley se transforman en los referentes de la moda de este tiempo (Remaury, 2005).

### **III. 6. 3. Tercer Período: 1960-1980**

La moda es una representación de la evolución política, económica y social de un pueblo en donde todo repercute en nuestra manera de vestirnos y desenvolvemos. Sus cambios son producto de un desarrollo global de la sociedad y además es una prolongación de nuestro cuerpo.

Los 60 fueron años en que la juventud reclamó su participación y se posicionó de un espacio que antes les estaba vetado. La liberación fue producto de una serie de cambios políticos, sociales y económicos, pero fue la música la que principalmente desencadenó las mentalidades juveniles reprimidas durante tanto tiempo. Fueron años de diversión y de una constante búsqueda de identidad.

La década siguiente comenzó con la entrada en la adultez de esta generación que de a poco fue perdiendo la incandescencia de años anteriores. Esta tranquilidad se reflejó en una vuelta hacia la naturaleza y en la utilización de materiales nobles y sencillos como el algodón y la lana. Era un estilo simple, sin producción de peinados ni maquillaje.

### CAPÍTULO III

Por entonces se produjo una fiebre por lo "retro", las tiendas de ropa usada estaban de última moda y en una época de escasez, sus precios eran los más convenientes.

El inconformismo con un mundo ambicioso y conflictivo los llevó a mirar hacia oriente, específicamente hacia la India y su religión el Hindú. Numerosos artistas como The Beatles y Jane Fonda entre otros, profesaron este culto y lo expandieron por occidente, de cuya experiencia se extrajo una moda que más que una simple manera de vestir, fue todo un movimiento social: el Power Flower Hippie. Radicados en la ciudad estadounidense de San Francisco, los jóvenes vivían en comunidades, consumían comida macrobiótica y fumaban libremente marihuana. Bajo este estilo de vida nacieron los clásicos "patas de elefante", las camisas hindú, el pelo largo y desordenado y un pacifismo cuyo principal centro de ataque era la Guerra de Vietnam y el gobierno norteamericano (AA VV, 1990).

La música también jugó un rol fundamental. La experimentación y los sonidos más radicales y disonantes de artistas como Janis Joplin, Jimmy Hendrix y el destructivo Jim Morrison, hacían delirar a las drogadas masas y se transformaron en mitos vivientes de toda esta generación. Mientras tanto las flores, símbolo de la época, se usaban tanto en la ropa como en el pelo y representaban la ideología utópica que los guiaba en la llamada "Revolución de las Flores".

Durante el transcurso de estos años se presentaron dos polos bien definidos de jóvenes: aquellos que sólo querían divertirse y aquellos que buscaban una participación activa en el país. Estos últimos participaban en movimientos estudiantiles y políticos y aspiraban a lograr un verdadero cambio social, profundo y comprometido. A diferencia de las épocas anteriores en las que existía una hegemonía mundial en cuanto a moda y actitud, esta realidad correspondía principalmente a la latinoamericana en general y a la chilena en particular. Eran idealistas por naturaleza y querían cambiar el mundo.

A este movimiento se sumó la creciente popularidad del feminismo, que repercutió en una marcada masculinización de la vestimenta. Las mujeres buscaban la comodidad más que la estética y la ropa ya no tenía sexo, eran prendas unisex. El pelo tampoco era ya un signo de distinción; caminando de espaldas, muchos hombres parecían mujeres de eternas cabelleras. Ya entrados los años 70 se desató una pluralidad de formas y estilos. Como en toda época, una parte del cuerpo femenino llamaba la atención por sobre el resto y los trajes y vestidos se encargaban de resaltarla. Esta vez fue el turno de las nalgas, las que se lucían con ajustados pantalones. El ser extremadamente delgada, sin pechos ni caderas prominentes, eran la herencia dejada por el culto a una belleza anoréxica cuya principal exponente fue la modelo inglesa Twiggy. Hacia finales de la década, la irrupción de los brillos y bailes de "Fiebre de Sábado por la noche", la película de culto del momento, trasladó la vida hacia las oscuras horas nocturnas. La diversión, la música con ciertos toques electrónicos, las discotecas y las luces hiperkinéticas hicieron de la moda una fiesta. El algodón fue desplazado por la lycra y las ojotas de cuero dieron paso a las botas y zapatones de tacón tipo sueco, con una altura exagerada<sup>11</sup>.

La sencillez del maquillaje y el pelo lacio y suelto, se transformó en una producción multicolor y estrafalaria de estilos y formas más complejos y despampanantes. El pelo crespo y voluminoso tipo Donna Summer o Jackson Five, guiaban la estética mientras la música "disco" de grupos como "ABBA", "K.C and The Sunshine Band" y Gloria Gaynor entre otros, hacían vibrar a una generación que quería pasarlo bien.

Derivando de este estilo estrafalario y original, nació una corriente que fusionó los colores de ésta con el inconformismo de los primeros años. Fue así como a principios de los 80 el "Punk" irrumpió en las calles de Gran Bretaña. Representantes del anarquismo y transgresores en su propuesta estética y musical, rompieron con una moda "políticamente correcta" y sacaron a relucir artículos y peinados con un marcado significado violentista y anti-monárquico.

---

<sup>11</sup> [www.modaweb.com/aula/historia/XX.html](http://www.modaweb.com/aula/historia/XX.html)

Más adelante en el tiempo, los colores fuertes, los estampados y las hombreras gigantes pusieron de moda los "excesos". Todo era recargado; los peinados enlacados y la superposición de prendas rodeadas por un grueso cinturón, llevaron la moda a su peor momento histórico y derivó en una propuesta grotesca y artificial. Esta tendencia está directamente relacionada con la música "New Wave" de grupos como Erasure y Depeche Mode y marcó los inicios de nuestro contemporáneo "Techno".

### **III. 6. 3. 1. Rock y Psicodelia**

Los sesenta traen otra revolución. Surge el concepto de la ropa joven, divertida y experimental. El lujo y el glamour quedan atrás. Ahora es el turno de la extravagancia y de la psicodelia.

La cultura Pop marca el camino de la moda con el uso de estampados y materiales como el plástico. Llegan las gafas grandes, de pasta y los cinturones anchos. El exitoso debut de la minifalda, de la mano de la diseñadora británica Mary Quant, es uno de los hechos claves de esta década, en lo que a moda se refiere.

Gran Bretaña desplaza a Francia e Italia y se transforma en el centro de la movida cultural. El rock británico concentra la atención del resto del mundo e impone su estilo sin resistencias (Casablanca, 2007).

El Mod Look arrasa. Las mujeres se demarcan los ojos con gruesas líneas negras. El cabello se usa corto o con cortes geométricos. También se usa largo con postizos. Se combinan todos los colores.

Twiggy, una cantante británica que entra de lleno en el mundo de la moda se transforma en un icono de los 60. Su extrema delgadez deja atrás las sensuales curvas que reinaban en los 50.

En los últimos años de ésta década aparecen los “hippies”. Los impulsores de este movimiento que promulga “la paz y el amor” son los primeros en reciclar la moda y crear estilos individuales, con dibujos psicodélicos e imágenes relacionadas con los efectos de los alucinógenos.

Hombres y mujeres usan los pantalones de campana (ceñidos hasta la rodilla y luego anchos). Las blusas de algodón también se imponen. En esta década la moda la llevan las firmas Mary Quant, André Courrèges,

Paco Rabanne y Elio Berhanyer.

### **III. 6. 3. 2. Años de Disco**

En los setenta comenzó la era disco. Esta época no fue solo un estilo de música, sino un medio de vida.

Estos son los años de “la fiebre de sábado en la noche”. Las grandes plataformas se ganan un lugar en las pistas de baile disco, junto con las vestimentas de colores fuertes.

Los vestidos entallados se popularizaron en los clubes. También asociados con el look disco se utilizó la lycra y las prendas ajustadas. Los hombres se animan a usar trajes de colores claros y camisetas con cuellos en punta. Después de la revolución de la paz y el amor de los 60, la moda comenzó a tomar nuevos rumbos.

Una de las controversias de la moda de estos años fue continuar con la minifalda o suplantarla por la falda a la rodilla (midi), Yves Saint Laurent fue uno de los diseñadores que apostó por la segunda opción aunque la minifalda no fue desplazada en ningún momento.

### III. 6. 4. Cuarto Período: 1980 – Actualidad

Los 80 trajeron dos estilos bien diferentes: uno basado en el mundo del trabajo y el otro basado en el ejercicio físico.

Esta época trajo de regreso a la Alta Costura y el sentido elitista de la moda. Con el resurgimiento del glamour aparecen las supermodelos. Christian Lacroix se convierte en uno de los referentes de la Alta Costura.

Jean Paul Gaultier también se gana un lugar en el terreno de la moda. Sus originales diseños –lanza al mercado el corpiño con forma de cono- expresan la sensualidad y apertura sexual de las últimas décadas.

Sin embargo los 80 fueron los que marcaron el éxito de los clásicos: Calvin Klein, Giorgio Armani y Ralph Lauren definieron un estilo que expandió su fama hasta nuestros días.

Ellos se dedicaron a atender las necesidades de los hombres y mujeres ligados al mundo del trabajo. Los trajes para las mujeres en colores grises y negros se volvieron clásicos en la moda.

Los salones de belleza se llenaron de mujeres que reclamaban una cabellera rubia. El cabello se usaba largo, rebajado y con rulos. Los 80 marcaron el nacimiento de las supermodelos: mujeres que promocionaban rostros perfectos y cuerpos estilizados.

La moda obliga a mantenerse delgada y trabajar duro por conseguir un buen aspecto físico: es el boom de las dietas y de los ejercicios. Se publica casi a diario una dieta nueva y los gimnasios se llenan de jóvenes interesados en mantener la figura (AA VV, 1990).

Esta “obsesión” por el ejercicio físico, trae de la mano la moda aeróbica o deportiva. Llegan lo joggins, los calentadores (medias de lana que se usaban en los tobillos) y la ropa de lycra.

### **III. 6. 4. 1. Obsesión por la Figura**

La moda como casi todo, siempre va y viene. En estos años todo vuelve aunque con algunas innovaciones, para adaptarse al nuevo estilo. Por esta razón muchos diseñadores definen a los 90 como “la mezcla de todos los estilos”.

Los zapatos de plataforma. Los colores fuertes. El clásico negro. Los colores pasteles, todo llega otra vez con mayor o menor aceptación.

Vuelve la mini y la falda a la rodilla. Los pantalones de tiro bajo y los escotes. Los accesorios, las carteras y los cintos anchos y finitos. Todo se recicla. La ropa se superpone. El jean se transforma en un clásico junto con el cuero.

Las supermodelos siguen imponiendo cuerpos casi sin curvas y rostros perfectos. En estos años la obsesión por la delgadez se transforma en una “epidemia” especialmente entre las mujeres. Ser delgada es un reto casi obligado para la mujer moderna.

Los peinados tienden a respetar la naturaleza del cabello. Estilos simples, largos y cortos. El rubio sigue siendo el color elegido por las mujeres, aunque los rojos logran meterse de lleno en el mundo de la moda.

Las pasarelas de Milán, dirigen la moda, aunque la diversidad de las colecciones aumenta más allá de las pasarelas.

### **III. 6. 4. 2. Fin de Siglo: 1990 en adelante. El estilo retro y el culto a la técnica. Un cambio de perspectiva**

En la moda de los años noventa resulta determinante el papel de la nueva generación: la población comprendida entre los 15 y 30 años son hijos del 68 y como tales también postulan una actitud nueva respecto al estilo de vida. La música tecno y la ropa de materiales plásticos muestran que la fiebre ecológica

de anteriores años se ha calmado. Así, mientras que para unos la protección del medio ambiente se ha convertido en algo obvio, para otros el reciclaje es fuente de enojo. Con el paso del tiempo, se demostró que los tejidos naturales se trataban con productos químicos, así que en realidad ya no podían recibir el nombre de “naturales”. En cambio numerosas de las nuevas fibras artificiales resultaban muy adecuadas para la piel humana y podían descomponerse en armonía con el medio ambiente (AA VV, 1990).

Por un lado, la recesión, el paro, las guerras y el nacionalismo y por el otro una globalización casi imposible de seguir en el aspecto político, cultural y tecnológico, son los factores que determinan las perspectivas actuales. Así mismo, parecen dar pie a cierta frialdad como cualidad indispensable, al menos en los espacios urbanos. De un modo inaudito hasta este momento, los medios informativos y el sector de las comunicaciones se han convertido en elementos muy importantes que influyen en la cotidianeidad de los 90. De hecho la percepción del mundo viene determinada por una serie de imágenes en tropel, nacidas de la técnica que en muchas ocasiones llevan a confundir la realidad virtual con la auténtica.

#### **III. 6. 4. 2. 1. Las transformaciones de la moda**

En el campo de la moda también se aprecia un cambio muy significativo. De un modo más intenso que en los ochenta, las reminiscencias de otras épocas se convierten en el elemento predominante. De alguna manera, los 90 proseguían las tendencias iniciadas en los 80. No crearon una silueta nueva, pero contribuyeron con una infinidad de variaciones espectaculares de líneas y estilos ya existentes. Así, en la moda juvenil reaparecieron los aires de los sesenta y setenta, mientras que John Galiano reinterpretó los años 20 en sus diseños de alta costura para Dior.

Los resurgimientos de los distintos estilos se seguían los unos a los otros con extrema rapidez y las distancias entre los ciclos cada vez se acortaban más. Las normas en el vestuario se relajaron, hasta el punto de que era posible

asistir al trabajo con mallas o vaqueros. Para ir al teatro no hacía falta acicalarse demasiado, puesto que era válida la expresión: “Está permitido vestir como más le guste”. La moda deportiva se impuso por todas partes y ella sola representó un gran mercado, en el que existían unas distinciones que iban desde lo cotidiano a lo elegante, así como de las actividades al aire libre a las relacionadas con las salidas a los lugares de moda. La moda “democrática” permite combinar los niveles más alejados del diseñado entre sí sin ningún problema, como unas zapatillas Reebok con unas gafas de Armani o bien unas mallas con un blazer (Ibíd.).

Por otro lado, cabe destacar que si bien a principios de siglo estaba muy bien delimitada la edad en la que se podían llevar determinadas prendas de ropa, así como los estilos, las líneas, los colores y las telas que correspondían en cada caso, esta distribución de las edades empezó a desaparecer en los años 20. Jeanne Lanvin diseñó unos vestidos para madre e hija, que aunque guardaban diferencias tendían claramente a hacerlas desaparecer.

En conjunto, la tendencia en los años 20 hacia la juventud y la androginia favoreció que la moda eliminara los límites entre lo joven y lo viejo. En los años 60 reapareció esta evolución y en los 80 prácticamente no existían diferencias. Los niños, los adultos y las personas mayores vestían, más o menos, en los mismos estilos.

Aunque esta tendencia siguió existiendo, en muchos ámbitos se volvió a marcar una distinción clara entre la moda juvenil y la moda para adultos. La moda recuperada de los 70 sólo la llevaban los jóvenes con sus característicos zapatos de plataforma, los pantalones acampanados, los tops ceñidos que dejaban ver el ombligo con tonalidades naranjas, verdes o marrones. Todos los que habían sido jóvenes en la década de los 70 y que ya habían vestido dicha moda, la rechazaban por completo, las mujeres de esta generación solían llevar trajes de corte clásico. Ya sea con faldas o a la altura de la rodilla o cortas –en cualquier caso de corte estrecho– combinadas con blazers ceñidos, recordaban a los trajes de los 80, aunque parecían más formales y

### CAPÍTULO III

elegantes que los de la década anterior. La alternativa eran los trajes pantalón, que en la segunda mitad de los 90 tuvieron un éxito apabullante hasta el punto de que casi desbancaron al traje clásico (AA VV, 1990).

Las chaquetas y los pantalones ceñidos eran muy cómodos ya que solían confeccionarse en parte con stretch. Estos conjuntos solían complementarse con un chaleco. Con el tiempo, los trajes pantalón en los colores clásicos como el gris, el negro o el azul –en función del año y de la temporada, también a cuadros o con rayas discretas– se convirtieron en imprescindibles en cualquier armario. Rápidamente los pantalones fueron acaparando más espacio en detrimento de las faldas. Esto provocó que la industria textil realizara grandes esfuerzos por colocar y comercializar la falda de un modo más efectivo. Habitualmente presentaban un largo que oscilaba entre la rodilla y el muslo, aunque también se observaba una tendencia por la larga hasta el suelo, de corte estrecho, confeccionada con material de stretch y de luminosos colores naranjas, verdes kiwi, amarillos limón o beige. También presentan estampados de leopardo o cuadros, así como cortes o cierres con cremallera.

Desde 1966 suelen combinarse con chalecos acolchados de algodón. En cambio las faldas largas y con muchos colores, confeccionadas con tejidos ligeros, así como las camisetas y blusas con bordados –un estilo que nació en los 80– han quedado reservadas a las mujeres de mediana edad y de ingresos medios. Una vez más, la moda de las transparencias vuelve a ser del agrado de las más jóvenes, así como de las que también desean aparentar juventud. Para todas estas personas existen cadenas de tiendas especializadas en moda económica y a la última, orientada a la población entre 20 y 25 años<sup>12</sup>.

Las mujeres “mayores” sólo pueden ponerse algunas prendas individuales de estas colecciones –a veces una falda, otras una blusa-. En la actualidad, la población de mediana edad constituye la zona intermedia, cuyos límites tanto hacia arriba como hacia abajo no están nada fijados.

---

<sup>12</sup> [www.modaweb.com/aula/historia/XX.html](http://www.modaweb.com/aula/historia/XX.html)

### III. 6. 4. 2. 2. La moda hoy

Tanto la alta costura, el prêt-à-porter, la moda de grandes almacenes y la moda de la calle cada vez se alejan más, incluso parecen estar totalmente desvinculadas. En las pasarelas se presentan faldas para hombre pero en raras ocasiones se llevan por la calle y como mucho aparecen en acontecimientos como la Love Parade. Los traseros abultados, los vestidos con jorobas y otros bultos o los vestidos que dejan los senos al descubierto sólo se ven en los acontecimientos de moda, pero no en la vida real.

En la práctica se busca la comodidad adaptada al cuerpo, pero respetando cierta urbanidad.

Los salones de los modistos cambian las costumbres y parecen un taller en el que se crean esculturas nuevas del cuerpo femenino, que poco tienen que ver con la anatomía real y la belleza tradicional. Sin embargo, puede afirmarse que tienen muchos elementos en común ya que en un cuerpo joven esculpido por las dietas y el ejercicio, se convierte en su propia vestimenta puesto que se desprende de la tela y en consecuencia se desnuda en vez de vestirse.

La moda de los 90 parece de componerse de toda esta variedad de ingredientes. En esencia ya no se puede dividir en distintos ámbitos (esto es moda, esto no lo es), delimitados por límites muy exactos. Así, es moda aquello que crean los grandes diseñadores, pero también las prendas que se encuentran en las boutiques o en los grandes almacenes y que deberán desecharse la temporada siguiente. Por un lado, la moda sirve para formar la personalidad del individuo y por otra, poner de manifiesto una diferenciación social así como la pertenencia a un grupo determinado.

Sin embargo las formas que va adoptando, cada vez se transforman más rápidamente. Parecen ser más arbitrarias e intercambiables y en consecuencia, el individuo no debe proponerse representar siempre un tipo determinado. De este modo, aparece un elemento lúdico en la moda. Aún así, lo que cuenta es

### CAPÍTULO III

el aspecto que ofrecen el vestido, el blazer y los zapatos por los que se ha optado en el momento de vestirse.

El cambio en sí constituye la esencia de la moda, pero no puede tener lugar sin unos contenidos que lo fomenten. Estos ya no están tan regulados como en los 50 y de hecho se pueden seleccionar bastante libremente. Así pues, no se puede decir que la moda de los 90 presente una única tendencia. Juega con la androginia a la vez que se regodea en el abismo que separa los dos sexos. Es una moda deportiva, femenina, sobria, glamurosa, andrajosa y emperejilada, atributos que presenta simultáneamente.

El nacimiento de la moda coincide con el capitalismo o sea con el consumismo que desde hace tiempo es una actitud frente a la vida. Así mismo, el arte – independientemente de si se trata de pintura, literatura o el arte de la moda- ya no se puede desvincular del comercio, hecho del que tampoco reniega.

## **CAPÍTULO IV.**

---

# **LOS GRANDES MAESTROS**

### IV. 1. PAUL POIRET

Poiret renueva la moda francesa, de la que elimina alrededor de 1907-1908 una serie de ornamentos no funcionales como el llamado corset. Apoya y se rodea de un grupo de amigos pintores como Raoul Dufy, Andre Derain que realiza un bello retrato del modista (hoy en el Musée Grenoble), Maurice Vlaminck, Paul Iribe (después compañero de Coco Chanel) etc. Iribe realiza para él en 1908 el album *Les robes de Paul Poiret, racontées par Paul Iribe*, un excelente cuaderno de publicidad modernista de la tienda en la rue Auber, aun cuando el espíritu de Poiret esá más en la línea de innovación de Isadora Duncan , en el racionalismo de Robert Mallet-Stevens que le construye su casa en las afueras de París (“es la única runina moderna que conozco”), o en el espíritu de la revolución cubista. Con el pintor Dufy publica el anuario *L'Almanach des Letres et des Arts*, con grabados en madera de este pintor en colaboración con otros grandes artistas (Poiret, 1989).

Poiret realiza, hacia 1928, un análisis del sentido del cubismo de Braque y Picasso: “no me sentí indiferente a las investigaciones de Picasso, pero siempre las consideré como ejercicios de taller y especulaciones del espíritu, que no deberían haber salido de un círculo de artistas y que el público hubiera debido ignorar. Lo peligroso ha sido que ha tomado esas elucubraciones analíticas por obras completas, cuando no eran más que borradores, descomposiciones y esquemas explicativos. La evolución del arte de Picasso parece darme la razón actualmente, porque después de haber pasado su juventud en trabajos de análisis, parece haber vuelto a una síntesis más accesible”.

Poiret fue el primer modista que se embarcó para los Estados Unidos y que previó la importancia de los agentes de los grandes almacenes de New York y de los copistas en la alta costura.

Después de la Primera Guerra Mundial, en la que se encarga de proyectar una carpa para los soldados menos pesada pero no realizada, cierra su casa de modas. La abre de nuevo con motivo de la Exposición de Artes Decorativas de París en 1925. Poco después se retira a la Provenza, donde escribe su libro de memorias *En habillant l'époque* (publicado por Grasset en 1930, con un prólogo de Henry Millar) traducido al español en 1989 como *Vistiendo la Época* (Editorial Parsifal, Barcelona). Se dedica a la pintura como amateur y a cultivar la amistad de los viejos compañeros como Jean Cocteau. Con Pierre Fau realiza *Popolorepo*, textos escogidos por un imbécil e ilustrados por otro.

Escribe asimismo un interesante libro de gastronomía, *Les 107 recettes ou curiosités culinaires* (Ed. Sonquières, 1928), ilustrado por Marie Alix, agrupando recetas de las mejores fuentes. Incita a la bebida diaria de vino: “sin el vino y sin el aguardiente qué sería de Villon, Rabelais, Verlaine y Baudelaire. No es solamente lo que bebieron lo que les enriqueció, iluminó e inspiró, es lo que bebieron las generaciones de las que salieron”. Añadiendo el comentario de que las restricciones de alcohol que ha vivido en los Estados Unidos “pueden dar buenos resultados en el deporte y en los negocios, pero ciertamente no aumentará el número de los poetas, de los músicos y de los pintores”.

## IV. 2. JACQUES DUCET

Ducet convierte la empresa textil familiar en la primera casa haute couture de París en 1875. Desde el primer momento en su taller y tienda de la rue Spontini se rodeó de buena pintura de Chardin, Fragonard, La Tour, Mollet, etc. En 1912 subastó toda su colección que fue a parar a los mejores museos del mundo. Tras la Primera Guerra Mundial, se dedicó al arte contemporáneo para su casa en el barrio de Neully decorada con obras de Cezanne, Seurat, Rousseau, Picabia, Ernst comprando en 1924 por veinticincomil francos directamente a Picasso sus *Demoiselles d'Avignon* (hoy en el MoMA, NY).

En 1910 subvencionó el proyecto *Repertoire d'art et archeologie* fundamental en la cultura francesa y dona su excelente biblioteca a la Universidad de París. A finales de los años 20 comienza la primera biblioteca sobre el tema de la cinematografía. Siempre se rodeó de consejeros pagados, tanto para el aspecto literario o bibliófilo como el escritor Andre Soares, el matrimonio Moussinac, o poetas como Max Jacob, Pierre Reverdy o el propio Andre Bretón.

Doucet apoyó también a excelentes diseñadores y les encargó trabajo como a Pierre Emile Legrain, Joseph Csaky o al vasco Paul Iribé. Sobre el taller y el estilo de Doucet trabajando la ropa, al margen de sus memorias en 1930, es interesante el punto de vista de Paul Poiret, cuyos primeros trabajos fueron encargados por Doucet que vio en él al gran modisto de la vanguardia de principios de siglo.

### IV. 3. MARIANO FORTUNY

Aunque no era modisto, consiguió crear el único vestido que se ha ganado un sitio en la historia: **el Delfos**, un traje casi insustancial de seda plisada que, si se dobla como una madeja de lana, cabe en las cajas más minúsculas. Las mujeres del mundo más exigentes siguen luciéndolo, siempre que hayan podido hacerse con uno de los escasos originales en alguna subasta. El modelo que Fortuna creó en 1907 nunca pasa de moda por la sencilla razón de que no lo estuvo nunca. Los entendidos lo calificaron de inmediato de obra de arte. Por fin aparecía un vestido que, aún sin mostrar nada, tampoco lo escondía (Casablanca, 2007).

El Delfos de Fortuny se inspiraba en los chitones de la Antigua Grecia y como ellos caía desde los hombros hasta los pies sin costuras que le dieran forma, relleno o tela recogida. Daba a las mujeres que no necesitaban llevar corsé la libertad de movimientos que anhelaban. Así, esta túnica se convirtió en el último grito para las estrellas de la danza moderna, desde Isadora Duncan a Martha Graham. La genialidad de Fortuna inspiró a muchos: primero a su

amigo Paul Poiret y luego la norteamericana Mary McFadden y al japonés Issey Miyake, como se ve en su colección Pleats Please.

Fortuny nacido en Granada en el seno de una familia de artistas, se consideraba únicamente un pintor, aunque desarrolló talentos de lo más dispar, tanto en su país como en Venecia, ciudad a la que se trasladó a los 18 años. Fue ingeniero, inventor, fotógrafo, impresor, coleccionista y descubridor. El interés por las telas y los colores le hizo experimentar con el terciopelo, la seda y las técnicas de estampado. Las formas le dejaban indiferente (Nicolás, 2001).

Su primera creación fue el chal Knossos, una túnica de corte similar a un sari confeccionada con tela estampada. Fue muy apreciado como comodín para distintos usos en el vestuario teatral y lo usó entre otras Mata Hari. De la misma manera el Delfos nació de un simple retal de seda que Fortuny consiguió plisar de forma permanente con un método secreto que todavía no ha logrado aclararse. Otro misterio lo constituyen los sutiles matices cromáticos de la tela. Todos estos detalles convierten al vestido de Fortuny en una pieza de museo.

#### **IV. 4. CRISTÓBAL BALENCIAGA**

Mientras todos hablan de Dior y su New Look, Cristóbal Balenciaga se caracterizó por su estilo perfeccionista y por su gran calidad. El fotógrafo especializado Cecil Beaton dijo sobre el diseñador: "Ha creado el futuro de este sector". Se dice que incluso Dior, le profesaba una admiración ilimitada. Cuando en el año 1948, Balenciaga decidió cerrar su casa a causa de una depresión, Dior le suplicó que no tirase la toalla.

Balenciaga habría podido convertir su empresa en una multinacional, pero tras conocer el estilo de confección norteamericano, a raíz de una visita a EE.UU., el diseñador había decidido que nunca usaría máquinas. En el recogimiento monacal de su taller nacieron piezas únicas elaboradas con maestría artesanal, Balenciaga se considera el arquitecto de la alta costura, ya que sus sobrios patrones recuerdan a esculturas y sus colores melancólicos (sobre todo, el

## CAPÍTULO IV

negro a menudo combinado con el marrón) hacen pensar en los cuadros de Velázquez y de Goya del Museo del Prado de Madrid (Casablanca, 2007).

Balenciaga, hijo de una humilde costurera del País Vasco, empezó muy pronto a ayudar a su madre. Protegido por la Marquesa de Casa Torres, fue enviado a París a conocer a Decroll, donde recibió una buena formación. A los 24 años inauguró su primera casa de alta costura en San Sebastián en 1919. Ahí permaneció hasta 1936, año en el que se trasladó a París con un capital de un millón de francos. Entre su clientela se encontraba la familia real. En 1933 abrió una casa en Madrid y dos años más tarde lo haría en Barcelona. La Guerra Civil lo obligó a cerrar sus tres tiendas, aunque en 1937 consiguió establecerse en París con ayuda de algunos compatriotas (Jouve, 1997).

El salón que abrió en la capital francesa fue un éxito inmediato. Todas las mujeres que solían aparecer en la lista anual de las mejor vestidas se convirtieron en clientas suyas: Mona von Bismark, Barbara Hutton, Gloria Guinness, Pauline de Rothchild, la Duquesa de Windsor y por supuesto actrices célebres como Marlene Dietrich e Ingrid Bergman<sup>13</sup>. Tras este fulminante éxito, Balenciaga considerado el modisto más caro de todos, superó la Guerra sin grandes pérdidas e incluso pudo reabrir sus casas de alta costura en España.

Los trajes de este diseñador eran perfectos para grandes ocasiones y se complementaban con detalles cargados de dramatismo, como capas cortas, grandes volantes, colas y pliegues efectistas. Sus vestidos de noche estaban influidos por el flamenco. Balenciaga creó blusas sin cuello, pero también cuellos que proporcionaban esbeltez. Diseñó vestidos globo, vestidos túnica, vestidos saco y vestidos camiseros. Impuso así una nueva línea, la línea saco inspirada en estas túnicas; impuso también el color negro como símbolo de la elegancia y la sobriedad.

En 1948 lanzó una línea de perfumes, única concesión que otorgó a la comercialidad. Su técnica se refinaba año tras año y sus modelos eran cada

---

<sup>13</sup> Ver [www.fundacionbalenciaga.com](http://www.fundacionbalenciaga.com)

vez más sencillos. Trabajaba con telas caras y a menudo rígidas que se adaptaban perfectamente a la silueta femenina. André Courrèges y Emanuel Ungaro aprendieron realmente el oficio en su taller, pero no son pocos los modistos que le califican de “maestro”, sobre todo Hubert de Givenchy y Christian Dior.

En 1968, Balenciaga decepcionado por el camino que había tomado la moda cerró su empresa al ser incapaz de adaptarse a los nuevos tiempos. En su opinión el sector estaba contaminado por la producción masiva y la vulgaridad. Su último diseño fue el traje de boda para Carmen Martínez Bordiú. El cierre de su negocio supuso una gran decepción para sus clientas.

#### **IV. 5. GIORGIO ARMANI**

Armani es uno de los diseñadores de moda más influyentes del siglo XX. Su fama mundial se debe a que ha sabido transformar radicalmente las normas de la moda de nuestro tiempo y crear una visión atemporal de la indumentaria moderna. Mediante la supresión de ornamentos superfluos y la conversión de lo que hasta entonces había sido la imagen deportiva en una forma de vestir más formal, tanto en el mundo de los negocios como en las prendas de noche, Armani desarrolló el estilo informal contemporáneo que define el fondo de armario moderno. La exposición Giorgio Armani, cuyo original diseño se debe a Robert Wilson, pretende ser tanto una presentación de la obra de Armani como un modo de honrar su legendaria carrera.

Giorgio Armani nació en el seno de una familia modesta en Piacenza, una pequeña ciudad cercana a Milán. Acudió a la escuela pública local y desde su infancia empezó a desarrollar su amor por el cine y el teatro. Tras una corta estancia en la facultad de medicina de la Universidad de Milán, en 1957 aceptó un empleo en los grandes almacenes milaneses La Rinascente. Durante un breve período trabajó como ayudante de fotografía y más tarde fue trasladado al departamento de estilismo, donde se ocupaba de adquirir y exhibir artículos de calidad provenientes de la India, Japón y los EE UU. Con esta actividad

## CAPÍTULO IV

ayudó a que el consumidor medio italiano se familiarizara con las culturas extranjeras (Casablanca, 2007).

En 1964, sin ningún tipo de formación específica previa en el campo, Armani diseñó para Nino Cerruti una línea de vestir para hombre y en 1970, animado por su socio Sergio Galeotti, Armani dejó la firma Cerruti para convertirse en diseñador y asesor de moda independiente. Muy pronto creó su propia marca. En la temporada 1973-4 presentó con gran éxito, en la prestigiosa pasarela celebrada en la Sala Bianca de Florencia, una colección de cazadoras de aviador en las que había dado al cuero el mismo tratamiento que a un tejido corriente. Esta tendencia a utilizar los materiales en contextos y combinaciones inesperadas se convirtió en un rasgo característico de su genialidad.

En 1975 Armani y Galeotti fundaron su propia empresa, Giorgio Armani S.p.A. y crearon la marca Armani. En julio de ese mismo año Armani inició una auténtica revolución en el mundo de la moda con su chaqueta desestructurada y sin forro para hombre. Aquella chaqueta, con su gran caída y su corte informal, se adaptaba al cuerpo revelando sus formas de un modo sensual; significó una alternativa al típico traje rígido que encorsetaba a los hombres de la década de 1960 y al look desgarrado de la generación hippy. La chaqueta arrugada obtuvo un éxito fulminante y con ella nació un nuevo tipo de confección. Tres meses más tarde presentó una chaqueta igualmente desestructurada para mujer confeccionada con tejidos que tradicionalmente se utilizaban en la sastrería masculina. Con el mismo corte sencillo y flexible que había caracterizado las chaquetas para hombre, era además portadora de cierta autoridad masculina. Al proponer una alternativa a las faldas largas de infantiles estampados florales y al clásico traje sastre francés, Armani siguió el camino iniciado por Coco Chanel y Paul Poiret hacia la liberación de la moda femenina (Erner, 2005).

En los años 80, el "traje de ejecutivo" de corte impecable de Armani para hombre y mujer se convirtió en todo un símbolo en una época de bonanza económica internacional. Aquel look de hombros anchos, grandes hombreras y

grandes solapas se inspiraba en el glamour del Hollywood de los años 40. La película de Paul Schrader *American Gigolo* (1980) ejemplifica esa combinación característica de poder y sensualidad. En una de sus famosas escenas, Richard Gere saca de su armario una bacanal de camisas, chaquetas y corbatas entre las que se contornea mientras escoge el conjunto perfecto. La película le aseguró a Armani la fama ante el gran público y fue la primera de una larga serie de fructíferas colaboraciones en el cine, la última de ellas con ocasión del remake de John Singleton *Shaft, The Return* (2000). Armani ha creado así mismo vestuarios para obras de teatro, ópera y ballet.

Armani se convirtió en 1982 en el primer diseñador de moda que aparecía en la portada de la revista Time desde que lo hiciera Christian Dior en los años 40. Armani fue también el primero en acercarse a personajes famosos para invitarles a que vistieran sus diseños, empezando en 1988 por el entonces entrenador de Los Angeles Lakers, Pat Riley. También propuso a algunas estrellas de Hollywood que llevaran sus modelos en la ceremonia de entrega de los Oscars, ganándose con ello la fidelidad de clientes como Michelle Pfeiffer o Jodie Foster. Hoy en día Armani diversifica su talento en múltiples campos, desde el diseño de prendas para equipos de fútbol, como el italiano o el inglés, hasta el diseño del uniforme de los auxiliares de vuelo de Alitalia.

#### **IV. 6. COCO CHANEL**

Una mujer que gobierna sin Parlamento desde hace más tiempo que cualquier ministro. Una mujer que ha de tomar más de cuatrocientas decisiones al año, y cuyas decisiones se convierten en leyes más allá de las fronteras de nuestro país..." El retrato de Mademoiselle Chanel bosquejado por la princesa Bibesco ha permanecido como una metáfora de la moda, la que "viste realidades y hace soñar".

"El modisto de Alta Costura es un hombre que tiene presente el futuro", decía Chanel. Nacida en 1883 y fallecida un domingo de 1971, Chanel, que según la escritora Edmonde Charles-Roux "era de otro siglo", supo, no obstante,

## CAPÍTULO IV

revolucionar el suyo. Aportando a las mujeres la comodidad y soltura reservadas hasta entonces al guardarropa masculino, contribuyó a su emancipación (Affaticati, 2007).

Sin haber estado sujeta en su juventud a las restricciones de la alta sociedad, puede afirmar su independencia abriendo en 1909 un taller de modista en París, por el que desfila todo el universo de las carreras de caballos. Sus sombreros, de una asombrosa simplicidad, contrastan ya con las "tortas" y los "ridículos sombreritos" de las elegantes de la época... En 1913 abrió una tienda en Deauville, en Normandía, donde propone a las mujeres sus primeros trajes de chaqueta en jersey. Chanel entra en el mundo del arte gracias a su amiga Misia Sert, y al entregar su primer cheque a Diaghilev, director de la compañía de Ballets rusos, inicia su vocación de mecenas (Casablanca, 2007).

En esta capital mundial de las artes que es París, en 1920, consigue imponerse Chanel como árbitro del buen gusto y de la elegancia. Su historia está salpicada de "creaciones-faro", como el célebre N°5, el primer perfume lanzado por un modisto y convertido en leyenda, el vestido negro o el inolvidable traje sastre de tweed, o como también sus "joyas bárbaras"\*. Más que una firma logró imponer todo un estilo de vida.

Desde 1984 se encarga de la dirección artística de la Casa el alemán Karl Lagerfeld que, a golpes de efecto publicitario encarnados por top models como su compatriota Claudia Schiffer que sucedió a la francesa Inès de la Fressange, le ha dado una nueva dimensión a esta institución que sigue haciendo soñar a América y al mundo entero.

### **IV. 7. Christian Dior**

Fundada en 1947, la casa del n° 30 de la avenida Montaigne, en las proximidades de los Campos Elíseos, rima con el ineludible new look y la imagen de una eterna parisina de hombros suavemente redondeados y cintura estrecha. Christian Dior logró en diez años, de 1947 a 1957 (fecha de su

muerte), crear una de las casas de fama indiscutiblemente mundial. Fue uno de los pioneros de la implantación del sistema de "licencias" para determinados productos como las medias, la cosmética y todos los accesorios. Una política que desde entonces será muy imitada (Ibíd.).

El "CD" contenido en un medallón estilo Luis XVI es más que una firma, un mito. La casa Dior fue comprada en 1987 y depende hoy del número uno mundial del lujo, el grupo Louis-Vuitton-Moët-Hennessy. De su dirección artística se encarga hoy el italiano Gianfranco Ferré para quien *"Dior es el Watteau de los modistos, lleno de matices, delicado, chic. Ser italiano en una casa de tradición francesa, es participar en la Europa de 1992"*.

De ahí que este Pavarotti del dedal sea tan fiel a ese "saber hacer", avalado por los talleres, de los trajes sastres ribeteados de marta cibelina o los fastuosos trajes de noche estructurados y románticos. Gianfranco Ferré decidió que su colección Otoño-invierno 1995 rendiría homenaje a Cézanne con motivo de la retrospectiva que el Grand Palais de París le dedica a este pintor. Así, la pasarela se vio poblada de muselinas verdeazules con los colores de la montaña Sainte-Victoire, cerca de Aix-en-Provence. El trabajo de la casa se identifica fácilmente en el corte de los trajes sastre, en el sentido de los detalles, incrustaciones, costuras invisibles, abrigos de guipure blanco bordados, en las largas colas de las chaquetas en forma de golondrina o en los vestidos de noche de terciopelo, fieles a ese *"sentido del perfecto acabado"* del que hablaba el inventor del new look (Beaton, 1990).

#### **IV. 8. HUBERT DE GIVENCHY**

Un metro noventa y seis de galantería, la planta de un gran chambelán de la costura, Hubert de Givenchy se retiró de la profesión el pasado 11 de julio de 1995, fecha de su último desfile de Alta Costura. Balenciaga, a quien Givenchy considera su maestro, había cerrado brutalmente en 1968, como diciendo: *"Esta época no me conviene"*. En cuanto a Hubert de Givenchy, confrontado a

## CAPÍTULO IV

un problema de fondos propios, vendió su empresa en 1988 al grupo LVMH (Dior, Christian Lacroix, Céline, Kenzo...).

Hubert de Givenchy se inscribe en la leyenda: su nombre permanece unido al de Audrey Hepburn, a ese cuerpo estilizado como un junco, a quien vistió tanto de calle como para la escena: el vestido blanco bordado de *Sabrina* para bailar con Bogart y Willian Holden, el sombrero de campana de gasa y el vestido tubo de seda de cloqué para Desayuno con diamantes. "*Hubert es como un árbol alto, erguido y hermoso...*", decía la ingenua de ojos rasgados.

En 1952, Hubert de Givenchy abrió oficialmente sus salones en el barrio de Monceau. Siete años después de la aparición del tan encorsetado *new look* de Dior, Givenchy le concede a la Alta Costura un soplo de aire fresco, adaptándose a las nuevas exigencias de las elegantes viajeras. Hoy se va y otro le sustituye. ¿Su nombre? John Galliano, un dandy turbulento y muy *british*, elegido mejor diseñador del año por los ingleses. Seleccionado por LVMH presenta su primer desfile para la Casa en enero de 1996<sup>14</sup>.

### IV. 9. PACO RABANNE

Nació en San Sebastián, en España, y su verdadero nombre es Francisco Rabanea Cuervo. Coco Chanel lo llamaba el "metalúrgico". Guiado por un hilo de plata, este hombre de hierro de la Alta Costura lanzó en 1964 sus primeros trajes "*experimentales e imponentes realizados en materiales contemporáneos*". Por sus modelos en metal o sus vestidos de papel, el inventor de la cota de malla de los años 60 es una figura de referencia para muchos diseñadores (Casablanca, 2007).

Casi treinta años después, el encargado del vestuario de Barbarelle, -el personaje de dibujos animados de Jean-Claude Forrest interpretado en el cine por Jane Fonda- persevera. En su "taller-laboratorio" sigue fiel al plástico, al

---

<sup>14</sup> [www.modaenlahistoria.blogspot.com](http://www.modaenlahistoria.blogspot.com)

metal y a su fe en el futuro (Kamitis, 1999). Sus instrumentos preferidos son, aparte del lapicero, las tenazas y el soplete... Su musa no es sino la Juana de Arco del año 2000: *"una luchadora que domina a los hombres de manera asombrosa."*

Cubierto de honores y distinciones, habiendo desfilado en el mundo entero se inscribe en la línea de los modistos- "conceptores". Lo importante para él es crear volúmenes, modelos únicos concebidos como móviles en el espacio: trajes "de picnic" adornados con cubiertos de plástico, boleros confeccionados con golletes de botellas, túnicas realizadas con plaquetas articuladas. Su nombre brilla en letras de plata en el mundo entero con 140 licencias. En Francia, su fábrica de cosmética tiene 150 empleados y expide 3.000 toneladas de productos al año (desde el perfume *Calandre* al más reciente *XS*). *"El más hermoso atuendo de un hombre o de una mujer es la inocencia"*, dice.

#### IV. 10. PIERRE CARDIN

Hombre "orquesta" de la moda, ha acumulado desde hace cuarenta y tres años todos los papeles de la moda: desde el diseñador visionario al infatigable hombre de negocios. Es tan famoso que a veces se le ha tomado en China por el Presidente de la República... Participó en 1957 en el vuelo que inauguraba la línea París-Tokio y fue el primer modisto que lanzó una línea de prêt-à-porter: siempre parece haber precedido a sus colegas en la conquista del mundo. Su carrera infatigable está marcada por multitud de invenciones, desde el "cosmocuerpo" (1963) a las medias de colores... *"con él aprendí que con una silla se podía hacer un sombrero"*, declara uno de sus antiguos ayudantes, un tal Jean-Paul Gaultier... También fue el primero en diversificarse. En 1970 compra el antiguo Théâtre des Ambassadeurs, cerca de los Campos Elíseos, y lo transforma en sala de espectáculo, el Espace Cardin. En 1978 firma contratos de fabricación con la URSS y en 1983 abre el primer restaurante occidental en China: *Maxim's*.

## CAPÍTULO IV

Pierre Cardin está hoy a la cabeza de un auténtico imperio. Desde 1994 decidió presentar sus colecciones de Alta Costura exclusivamente a un círculo privilegiado de clientas. Las contradicciones no le asustan. Aunque en el extranjero se le recibe como a un auténtico jefe de Estado, duerme en una celda de monje con vistas al palacio del Elíseo y es un futurista que detesta los ordenadores. Este antiguo cortador de la casa Dior es uno de los magnates de la "moda-business". Se autofinanza, no hace publicidad (excepto para los perfumes) e invierte sus beneficios en el sector inmobiliario. *"El dinero no es más que un medio", declara, "mi forma de vivir es la misma que hace veinte años"*.

Su imperio se extiende a más de cien países y da empleo indirectamente a 180.000 personas en 700 fábricas. Baldosas, mermeladas, cacerolas, corbatas, su nombre se inscribe ya en cerca de 800 productos diferentes. Sin duda Pierre Cardin sabe como Chanel que *"sólo los imbéciles se atreven a asociar el dinero que se gana con el éxito"*. Estimulado por la ambición acumula títulos, al igual que colecciona muebles Boule, loros y sus vestidos que almacena en un "museo personal"<sup>15</sup>.

### IV. 11. EMANUEL UNGARO

Gran amante de la ópera, este modisto en el que algunos ven *"un mediterráneo con aspecto de Werther"*, califica su trabajo de batalla permanente. Hijo de un emigrante italiano, modesto sastre en la región francesa de Midi, descubre París a la edad de veintidos años. Se forma en la escuela del maestro Cristóbal Balenciaga, con quien en calidad de cortador dice haber aprendido todo entre 1958 y 1963. *"Soñaba apasionadamente con la Alta Costura"*, dice hoy, fiel a su bata blanca y a su barba de poeta. *"La Alta Costura es como la ópera, es un ritual. Forma parte de las solemnidades de la sofisticación, del elitismo, el lujo,*

---

<sup>15</sup> [www.modaweb.com/aula/biografias](http://www.modaweb.com/aula/biografias)

*y el refinamiento. La Alta Costura no se improvisa. Está unida a una memoria, al artesanado y a la excelencia de un "saber hacer"<sup>16</sup>.*

Al principio estaba instalado en cincuenta metros cuadrados con siete costureras. En la actualidad trabaja en el triángulo de oro parisino, en la avenida Montaigne, dirigiendo una de las últimas casas de Alta Costura independientes. Allí realiza sus trajes de noche con unas 90 costureras. En 1995 celebró su cuarto de siglo en la Costura. *"Hoy todo el mundo quiere ser artista... En lo que a mí respecta, yo barría el suelo una vez que se habían ido las costureras porque me hubiera dado vergüenza que supieran que de la limpieza me encargaba yo..."*, recuerda. Rico, florido, sensual, su estilo se declina en toda una paleta de marcas, entre ellas una línea de prêt-à-porter, "Parallèle", ampliamente comercializada. Un éxito que no le impide perseguir sus quimeras: *"captar lo inalcanzable que me hace un gesto amistoso y se va a paradero desconocido"*.

#### **IV. 12. OSCAR DE LA RENTA**

El talento de Oscar de la Renta recibe continuamente reconocimiento internacional. Entre otros muchos honores, ha sido dos veces ganador del Coty, otorgado por los críticos de moda americanos.

Su colección para la primavera de 1993 realizada para la casa Pierre Balmain, le convirtió en el primer americano en diseñar para una casa francesa de alta costura. En 1996, recibe el premio a una Vida de Logros otorgado por la Sociedad de Herencia Hispánica.

Oscar de la Renta se fue de su nativa República Dominicana con 18 años para estudiar pintura en la Academia de San Fernando, en Madrid. En España se interesó por el mundo del diseño y empezó a bosquejar para las principales casas de modas, lo que le llevó a convertirse en aprendiz del renombrado

---

<sup>16</sup> [www.modaweb.com/aulas/biografias/ungaro.html](http://www.modaweb.com/aulas/biografias/ungaro.html)

modisto español Cristóbal Balenciaga. Más tarde, se traslada a Nueva York para diseñar la colección de alta costura de Elizabeth Arden (ACME, 2009).

No es hasta 1995 que empieza su propia firma bajo la línea prêt-à-porter. Oscar de la Renta se define como un infatigable patrocinador de las artes. Por ello es miembro de la junta del Metropolitan Opera o del Carnegie Hall.

### IV. 13. GUY LAROCHE

*Mi intención es adaptar la Alta Costura a las exigencias actuales: hacer ropa sencilla y chic".* En 1957, Guy Laroche inaugura su propia firma. En ruptura con el academicismo y los faralaes de la posguerra, este técnico cortador iba a imponerse, sin agresividad, sin rigidez, como artesano de una moda natural, uno de los primeros en crear para Estados Unidos una colección de prendas vendidas separadamente. Guy Laroche murió en 1989. En 1994 le sucede Michel Klein cuya primera colección de Alta Costura está en la misma línea de exigencia: *"Embellecer a las mujeres. Si un traje asusta es porque no ha sabido expresarse. Un traje ha de parecer evidente. Debe seguir al cuerpo, dejarlo vivir. Si no, está vacío, está como muerto"*<sup>17</sup>.

Realizó su primer modelo siendo niño. Se trataba de una túnica de satén con un sencillo galón de oro que su hermana les vendía a las amigas de la familia. Luego un quimono también negro. El color en que este enemigo del buen gusto y del falsa arruga, hace realizar los ejemplares de muestra, las "toiles": *"Para ver mejor"*, dice. Pues en el negro *"no cabe ningún defecto"*.

Dejó la escuela para lanzarse a una carrera parisina autodidacta que lleva con la indolencia del primero de la clase, dibujando sus colecciones en sus grandes cuadernos negros. A los quince años vende sus dibujos de estampados a Yves Saint Laurent. A los diecisiete le contrata Dorothée Bis como ayudante. Hoy compagina el prêt-à-porter de su propia firma y la Alta Costura de Guy Laroche.

---

<sup>17</sup> [www.fashionmodeldirectory.com/designers/guy-laroche/](http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/guy-laroche/)

#### **IV. 14. CAROLINA HERRERA**

Al lado de Oscar de la Renta, Carolina Herrera es la única diseñadora latinoamericana que ha logrado trascender las fronteras y alcanzar la fama de los grandes genios de la moda. Su estilo sobrio y elegante es escogido por las celebridades del momento y sus diseños se encuentran en las principales pasarelas del mundo.

Desde su primer colección, en 1981, el estilo de esta diseñadora se reconoce por el manejo que le da a las mangas y hombros y por colores como el negro, blanco, marrón, vino y algunos colores pasteles.

Esta venezolana, quien durante más de diez años ha aparecido en la lista de las mujeres mejor vestidas a nivel internacional, fue quien le diseñó el vestido de novia a Caroline Kennedy y gracias a la majestuosidad del diseño decidió abrir su propia línea de trajes de boda, una de las divisiones más exitosas que maneja.

En los años ochenta la unión del negro con el amarillo en un estampado que tenía blanco de fondo fue su combinación preferida que la lanzó al estrellato<sup>18</sup>.

#### **IV. 15. GIANNI VERSACE**

Desde sus inicios, el italiano Gianni Versace se destacó por sus creaciones exuberantes, sin miedo a la forma ni al color, incorporando materiales y técnicas novedosas. A través de su carrera, creó los más fabulosos vestidos de malla metálica en diversos colores que incluían otros tejidos como el algodón y el encaje plisados (Casablanca, 2007).

---

<sup>18</sup> [www.mundomoda.portalmundos.com](http://www.mundomoda.portalmundos.com)

## CAPÍTULO IV

En un vestido de una sola pieza para la noche, Versace podía insertar paneles de transparencias en faldas de cuero que marcaron un estilo propio en el mundo de las pasarelas.

Versace también puso de moda las camisas de seda con grandes estampados, los jeans de colores vivos y las chaquetas de colores, muy populares en países como Italia y Francia en los años 80's.

Italia fue su gran adoración y la cultura italiana, representada en imágenes como jarrones romanos, la constante en el diseño y la forma de sus creaciones.

La música también fue otro de sus medios de inspiración y muchos artistas modernos lo adoraron. Elton John era uno de esos grandes amigos que en varias oportunidades confesó vestirse exclusivamente con ropa del diseñador italiano.

En 1996, Gianni Versace fue asesinado en Miami Beach y su hermana Donatella asumió la dirección creativa de la Casa Versace desde donde continúa el legado de su hermano.

### **IV. 16. LOUIS VUITTON**

Louis Vuitton nació en el año 1821 en Anchay, cerca de las Montañas de Jura. A la edad de 14 años, Louis Vuitton se marchó caminando a París y en 1837, luego de dos años, llegó a la ciudad luz, donde trabajó como aprendiz de un fabricante de cajones<sup>19</sup>.

La historia de los viajes siempre ha estado ligada a este legendario francés. Su enfoque visionario del diseño de piezas de equipaje no tenía rival durante sus días.

---

<sup>19</sup> [www.biography.com/people/louis-vuitton-17112264](http://www.biography.com/people/louis-vuitton-17112264)

Un buen ejemplo de ello es que en 1875, el modisto Charles Frédéric Worth le divulgó a Louis Vuitton un importante secreto del negocio: las fundas de crinolina y carne de cordero pronto darían origen a materiales mas suaves. Louis Vuitton respondió a esta información añadiendo a su colección de baúles uno con espacio para colgar y varias gavetas, el cual se convirtió en el famoso *guardarropa*, la primera pieza de mobiliario utilizada para viajar.

Louis Vuitton, murió en 1892. Más de cien años después de su muerte, la firma que lleva su nombre todavía está viva. Hoy en día es propiedad de LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) y su Presidente Ejecutivo es nada más y nada menos que el propio Papa de la Moda: Bernard Arnault.

#### IV. 17. GUCCIO GUCCI

Guccio Gucci nació en 1881 y en 1906 fundó la casa Gucci, la cual comenzó siendo una talabartería en Florencia. Por razones desconocidas, Guccio se mudó a París y luego a Londres, donde trabajó como Maitre d'Hotel en el Savoy. En 1920, cuando tenía 39 años de edad, Guccio regresó a su natal Italia<sup>20</sup>.

Guccio abrió la primera tienda con un capital de tan solo 30,000 mil liras, lo cual sería el inicio de un gran imperio comercial. Después de la Segunda Guerra Mundial, la firma fue nombrada como Guccio Gucci srl, conservando el mismo nombre hasta la muerte de Guccio en 1953. En 1982 se le cambió el nombre a la firma por Guccio Gucci spa.

El éxito inicial de Guccio se debió a la calidad del artesanado de sus pieles. Durante los años 20's su clientela original consistía de jinetes a quienes les vendía accesorios de cuero. A medida que su clientela se volvió más sofisticada, lo mismo ocurrió con sus líneas de productos. Posteriormente se

---

<sup>20</sup> [www.biography.com/people/guccio-gucci-9322555](http://www.biography.com/people/guccio-gucci-9322555)

## CAPÍTULO IV

incluyó la venta de equipajes de lujo, convirtiéndose en el equivalente a la firma Louis Vuitton en Francia.

Guccio tuvo cuatro hijos –Aldo, Ugo, Vasco y Rodolfo. Fueron ellos quienes expandieron la firma y abrieron nuevas tiendas en Florencia, Roma y Milán. Las peculiares doble G de Gucci fueron introducidas al mercado por primera vez después de la Segunda Guerra Mundial. En 1953, el mismo año en que Gucci murió, sus hijos Aldo y Rodolfo abrieron la primera tienda Gucci en el extranjero en la ciudad de Nueva Cork. Los *clásicos* de Gucci fueron creados durante los 50's: el bolso de mano con asas de bambú, los mocasines con el característico pedacito de freno de caballo, los pañuelos de seda, las hebillas de los cinturones, las corbatas. Se abrieron nuevas tiendas en Londres, Palm Beach, París, Beverly Hills y Tokyo.

Los 60's demostraron ser muy buenos para la firma Gucci, con el reconocimiento de esta marca como un símbolo de status social. Pero, con el éxito de las tiendas surgieron numerosas confrontaciones entre los miembros de la familia. Estos hechos fueron documentados por tabloides y periódicos alrededor del mundo. En 1989, Maurizio Gucci se convirtió en presidente del grupo Gucci.

La negativa publicidad y las litigaciones en la corte trajeron consecuencias negativas a la Casa Gucci. En 1993, Maurizio Gucci se retiró y vendió sus acciones a Investcorp, una multinacional de origen árabe. Dawn Mello fue el director creativo en el período 1990-1991 y Tom Ford se encargó de su posición en 1994. Bajo el timón de Ford, la Casa Gucci volvió a ser lo que era anteriormente: la más chic de las chics.

### **IV. 18. FRANÇOIS LESAGE**

Herederero de una tradición secular, François Lesage es el más famoso bordador del universo de la moda (Agreda, 2000: 294). Fruto de innumerables horas de

trabajo, la Alta Costura y el prêt-à-porter disfrutaban de cuadros en movimiento donde compiten magia y suntuosidad.

*"He visto morir a algunas pasamaneras llevándose con ellas sus secretos"* lamenta François Lesage. En los años 50, este maestro bordador contaba unos cuarenta colegas en la capital. Hoy no llegan a diez. En una época poco pródiga en fiestas brillantes, son escasos los mecenas bastante fastuosos para el bordado artístico, esta peculiar joyería que pone a disposición de la belleza una paciencia infinita. ¿Cómo se explica que la Casa Lesage haya contado hace diez años hasta con 120 empleados y que sean ahora y a pesar de la crisis aún cuarenta?<sup>21</sup>

Además de ser el primer bordador de París, Lesage es también el más prolijo: 60.000 referencias, un consistente volumen de negocios y una fama que se propaga a la esfera cultural. Sus modelos han sido adquiridos por importantes museos y el Palacio Galliera, sede del Museo de la Moda de París, incluso le ha llegado a consagrar toda una exposición. En el naufragio general del artesanado, Lesage conocía la aguja del marear, gracias a su inmemorial alianza con la moda. *"No puedo concebir la moda sin el bordado"*, decía Karl Lagerfeld, *"Ni el bordado sin Lesage"*.

La moda rejuvenece a Lesage y a cambio él le confiere un suplemento de eternidad. Y ello desde hace ya mucho tiempo. Cuando Lesage aún no era todavía Lesage y se llamaba Michonet. La Casa, fundada en 1868, ya había bordado para la emperatriz Eugenia y había prestado sus servicios a Worth, el inventor de la Alta Costura. También a Doucet, Paquin, Poiret... En 1924, Albert Lesage adquiere el negocio. Su unión con la moda quedará definitivamente sellada cuando Marie-Louise Favot, que diseñaba para Madeleine Vionnet, se convierta en la esposa del joven bordador. En el ajuar de la novia, la gran modista depositó un contrato de exclusividad.

---

<sup>21</sup> Ver [www.lesage-paris.com](http://www.lesage-paris.com)

## CAPÍTULO IV

Con la crisis de 1929, la Alta Costura inicia la travesía del desierto. Aparece entonces un hada madrina: hacia 1934, Elsa Schiaparelli embiste contra la melancolía ambiente con un gran soplo de humor e imaginación. Bordando sus chalecos con signos astrales en láminas de oro y plata, sus redingotes con tonos otoñales en *strass* y visón, Albert Lesage es el demiurgo de todas sus fantasías. Ni siquiera la guerra interrumpirá su trabajo. Incluso en los peores momentos Lesage borda caracolas y mejillones. También por entonces envía a François, su hijo, a Estados Unidos, donde el taller que abrió en Sunset Boulevard borda para las estrellas de Hollywood.

Tras la muerte de su padre en 1949 este jovencito a tomará las riendas de la casa Lesage. Y la suerte le acompañará, ya que con la eclosión de nuevos talentos -Dior, Balmain, Fath, Balenciaga...- el París de la posguerra vuelve a ser capital de la moda. Los años pasan, las técnicas avanzan (la termoadherencia para imprimir con panes de oro), los materiales se diversifican (plásticos, cristales de roca, cuero, flores artificiales...).

La década de los 80 es la década de la moda, y así pues, también la de François Lesage. La bandeja de mariscos de Christian Lacroix (que llama a François Lesage "*su padrino*"), el mono chino de Chanel (1.800 horas de trabajo, 200.000 microperlas) así como los lirios de Yves Saint Laurent que ornan el cárdigan más caro del mundo: sesenta colores de cuentas de satén, seiscientas horas de trabajo.

*"A veces cuando me llama un modisto",* confiesa François Lesage, *"se contenta con decirme "cocodrilos" o "Braque"... y soy yo quien ha de interpretar".* Para ello ha de adentrarse en su universo íntimo. Ansioso por adivinar cómo será la próxima "mujer Lacroix" o "mujer Givenchy", él es el primero en estar al tanto de las nuevas tendencias. También realiza sus propias colecciones que presenta a los modistos dos veces por año. Su inspiración procede de los más diversos elementos, tanto de un charco de barro (le encanta la equitación) como de un cuadro.

Cuando llega el pedido, se exploran las cuatro toneladas de provisiones almacenadas. En el taller, las mágicas manos de las Penélopes se despliegan dibujando por arte del oficio cielos de lentejuelas, cortinas de oro, paisajes de luz... *"Si la moda está en París, nos recuerda Lesage, es porque París cuenta con una maravillosa paleta de artesanos unidos en cuerpo y alma a la moda"*. Y por mucho tiempo... ¿Acaso no ha creado Lesage la más cotizada escuela de bordado del mundo?

#### IV. 19. CHRISTIAN LACROIX

Christian Lacroix crea su firma financiada por LVMH en 1987, exactamente cuarenta años después de la apertura de la casa Dior. Nacido en 1951 en Arles, en el sur de Francia, Christian Lacroix alegró la Alta Costura con sus colores, atreviéndose con mezclas inusuales que hicieron de él uno de los paladines del estilo "neobarroco". Sus joyas de metal dorado y martilleado, sus encajes arlesianos y sus pufs de tafetán, siguen haciendo vibrar a un lujo que sale con él de su reserva clásica para aventurarse con brío en las culturas populares de todos los países del mundo.

Su historia es la de un apasionado por el teatro que soñaba con realizar vestuario escénico<sup>22</sup>. Tras su paso por la casa Hermès, crea sus primeras colecciones de Alta Costura para Patou, antes de lanzar su propia firma, la última creada hasta el momento. Christian Lacroix, a quien el Museo de la Moda de Marsella le ha consagrado últimamente una exposición, realiza también vestuario para la ópera y el teatro: para *Carmen* de Bizet, montada en Nimes en 1989, o más recientemente en la Comédie Française de París para *Fedra* de Racine. El público no dudó en levantarse para aplaudir sus últimas colecciones de Alta Costura, tan sugerente por la magia de los colores recortados como sombras, la oleada de muselinas y sedas inspiradas en el

---

<sup>22</sup> [www.edym.com/CD-tex/01mod/12/1212301.html](http://www.edym.com/CD-tex/01mod/12/1212301.html)

pintor americano Whistler, una llamada a un nuevo romanticismo. También su línea de prêt-à-porter "Bazar" conoce un éxito comercial muy alentador<sup>23</sup>.

### IV. 20. CLAUDE MONTANA

Cuellos en forma de minerva, cremalleras y espaldas exageradas, Claude Montana impuso su estilo en los años 80 con sus "divinas", sus *superwomen* de aspecto gélido, extremadamente sofisticado. Su perfume, de líneas frías y depuradas, es la firma de un diseñador que no duda en crear ropa interior en visón color pastel y lujosos trajes de chaqueta de piel.

Nacido en París, de padres de origen alemán y español<sup>24</sup>, vivió primero en Londres donde comenzó a crear piezas de bisutería en cartón piedra. Ayudante en Mac Douglas a partir de 1971, se inicia en su gran pasión: el cuero. En 1979 crea su propia Casa situada en un antiguo almacén de plátanos de París. Tras pasar por la Casa Lanvin donde firmó algunas colecciones de Alta Costura, Claude Montana continúa presentando un prêt-à-porter impecable del color de sus quimeras.

### IV. 21. JEAN-PAUL GAULTIER

En 1976, este antiguo ayudante de Pierre Cardin creaba la primera colección con su propio nombre. En 1993, el lanzamiento de su primer perfume, un corsé de cristal introducido con mucho humor en un bote de conserva, fue un auténtico éxito. Mezclando culturas con desenvoltura, este "enfant terrible" de la moda, sabe imponerse como un gran clásico, capaz de expresar en sus prendas el espíritu de la época: mestizaje, nomadismo, recuperación. Sus chaquetones, cazadoras tejanas, jerseys marineros, que retrabaja de temporada en temporada, forman un guardarropa muy masculino o muy

---

<sup>23</sup> Ver [www.christian-lacroix.fr](http://www.christian-lacroix.fr)

<sup>24</sup> [www.fashionmodeldirectory.com/designers/claude-montana](http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/claude-montana)

femenino, asociado a una fantasía muy francesa. "Sueño con realizar Alta Costura", dice en la actualidad. Jean-Paul Gaultier viste al mundo del espectáculo y cuenta entre sus clientes y amigos con famosos personajes como Madonna, para quien ha creado su vestuario de escena. La estrella ha llegado a decir de él: "Es el primer hombre que me viste" (Casablanca, 2007).

#### IV. 22. THIERRY MUGLER

En 1984 ponía en escena su colección en el Zenith -una conocida sala de París- ante 6.000 personas (de las cuales 4.000 habían pagado su entrada). Los tiempos han cambiado, pero Thierry Mugler sigue siendo fiel a sí mismo: el pasado mes de marzo festejó en el Cirque d'Hiver de París los veinte años de su firma. Al ritmo de *Sex Machine*, el cantante James Brown surgía de una estrella gigante. Con Thierry Mugler París desbordaba locura y alegría. Vestidos enfundados de cristal, sirenas de lentejuelas, corsés armados. De Tippi Hedren (protagonista de *Los Pájaros* de Hitchcock) a Claudia Schiffer, 75 estrellas desfilaban en aquella ocasión para él.

Es uno de los pocos creadores franceses dueño de su propia fábrica, donde se confeccionan los modelos a partir de prototipos concebidos en los talleres. Aunque numerosos son los modelos que se realizan por encargo para las últimas divas de este siglo.

Nacido en 1947 en Estrasburgo<sup>25</sup> (Alsacia), Thierry Mugler fue bailarín de la Opera del Rin. Enemigo de lo natural, siempre ha exaltado el espíritu de Hollywood y el universo del cómic, para recrear, con una extraordinaria virtuosidad, *vampiresas* y *vampirellas* con trajes de chaqueta de cuellos encrestados y tacones extremadamente afilados. Gigantismo y sentido del espectáculo se dan cita en sus fotos con personajes en pose de estatuas. En Nueva York no dudó en atar a una modelo a una escalera de mano colgada del piso 65 del Chrysler Building. Los escándalos pasan pero su estilo permanece.

<sup>25</sup> [www.lahistoriadela moda.webnode.es/modistas/thierry-mugler/](http://www.lahistoriadela moda.webnode.es/modistas/thierry-mugler/)

#### IV. 23. ROBERT GOOSSENS

Aunque a mil leguas de los tesoros de la alta joyería, la bisutería resulta ser una perfecta aliada de las prendas en los desfiles de moda. En este universo de libertad, mezcla de materiales nobles y de fantasía, el nombre de Robert Goossens simboliza, desde hace veinte años, una cierta excelencia francesa.

En el efímero mundo de la moda, las creaciones de Robert Goossens nos remiten al objeto de lujo más antiguo de la humanidad: la joya. Mezclando lo falso y lo auténtico, inspirándose del gran bazar de la Antigüedad y de la Edad Media, de la Persia aqueménida a los capiteles románicos de las iglesias catalanas, aquel a quien la gran Coco Chanel llamara "*mi bárbaro bizantino*" es un auténtico creador que se niega a aceptar tal título. Aunque sus joyas cautivaron durante mucho tiempo a las clientas de Chanel y de Balenciaga, aunque decoren hoy las colecciones de Yves Saint Laurent, Dior, Thierry Mugler y Sonia Rikiel, y aunque algunas de ellas incluso hayan dado la vuelta al mundo, estas piezas son obra de un artesano de gran talento, que siempre se negó a reconocerse artista<sup>26</sup>.

Nacido de un padre fundidor en el barrio de artesanos de Le Marais, en París, Robert Goossens aprendió diversos oficios: fundición, joyería, orfebrería, grabado, impresión, etc., porque sabiendo que cada joya requiere una técnica diferente, deseaba dominarlas todas o rescatarlas si se habían perdido. En 1960, su encuentro con Gabrielle Chanel transformó su existencia. "Mademoiselle" se había encariñado con este hombre sencillo cuyas manos de oro darían vida, durante veinte años, a sus más locas fantasías.

Colección tras colección, Robert Goossens se convirtió en el "orfebre de Chanel". Se estableció entonces un intercambio: el joyero mostraba sus proyectos y "Mademoiselle" guiaba su inspiración. Broche trenzado de oro y plata con una esmeralda engastada; colgantes para los bolsos con detalles "león-sol" y "tierra-luna"; cruces "bizantinas" de cristal... Miles de mujeres han

---

<sup>26</sup> Ver [www.goossens-paris.com](http://www.goossens-paris.com)

llevado sus creaciones sin saberlo. Las joyas "bárbaras", rudas y voluminosas, que abastecen hoy a tantas tiendas, son parientes lejanos de aquellas primeras creaciones. Nadie ha sido tan copiado como Robert Goossens. Aunque la desaparición de Coco Chanel le llevó a ausentarse por un tiempo de la costura, pronto volverá de mano de Yves Saint-Laurent y otros grandes nombres de la moda.

Los talleres Goossens, establecidos en La Plaine Saint-Denis, al norte de París, albergan a unas cincuenta personas y tienen fama de ser los más eficaces de Europa. Las más diversas nacionalidades se dan aquí cita bajo el mismo lema: la competencia. Robert Goossens, que se ocupa personalmente de la formación de sus obreros, ha puesto claramente su éxito al servicio de la pervivencia de la artesanía francesa.

Aquí la crisis del artesanado nunca existió. Ya se trate de realizar doce mil broches de oro puro para Dior o un trofeo único de cristal de roca para la Federación Francesa de Esgrima, la calidad de las joyas proviene ante todo de la calidad humana. Todas las tareas se llevan a cabo en una franca atmósfera de compañerismo. Aquí se talla una pulsera a partir de un bloque de estaño. Más allá se esculpe la cera en una de las placas de silicona. Abajo, los moldes están dispuestos para el vaciado. Racimos de joyas penden en baños de oro.

Robert Goossens regresa de cada uno de sus viajes con algunos kilos (a veces toneladas) de piedras: zafiros, amatistas, rubíes, corales, calcedonias... Su preferida es el cristal de roca. El fue el primero que lo engastó en una joya, sabiendo que es una de esas piedras delicadas y poco costosas que se adecúan perfectamente a la bisutería de alta costura -joyas auténticas serían demasiado caras-. Fue Coco Chanel quien puso de moda la bisutería, una creadora paradójica a quien encantaba mezclar lo "rico" a lo pobre. Las creaciones de Robert Goossens se inscribían en la misma línea. Aunque la pieza reservada a "Mademoiselle" era de oro y piedras auténticas, las imitaciones destinadas a las modelos eran tan perfectas que no era difícil equivocarse. Todo el estilo Goossens se basa en esto. *"Yo soy el Facteur*

*Cheval\* de la joya", proclama el interesado. "Tomo un poco de bizantino, una pizca de etrusco, algo de celta, de egipcio... Y obtengo mi cóctel Goossens"*<sup>27</sup>.

### IV. 24. YVES SAINT LAURENT

Aunque de Nueva York a París y de Sidney a Pekín, más de dos millones de visitantes hayan admirado sus creaciones en un museo, su estilo se expresa ante todo a través del color, de la vida, y del movimiento y la historia de las mujeres, a quienes ha acompañado con cariño desde 1958, fecha de su primera colección en la Casa Christian Dior que le hizo famoso en el mundo entero (Casablanca, 2007). Nacido en Oran, Argelia, en 1936, tan sólo tiene veintiún años cuando ya se le llama "Christian II". Funda su Casa de Alta Costura en 1962 con Pierre Bergé, y lanza en 1966 su línea de prêt-à-porter "Saint Laurent Rive Gauche", que permite a miles de mujeres conjugar la comodidad y la elegancia. Así la sahariana (1968) o el traje pantalón (1969) se convertirán en clásicos del guardarropa contemporáneo. *"Una mujer feliz, es una mujer con falda negra, jersey negro, medias negras, una joya de fantasía y a su lado un hombre que la ame"*.

Para imponerse como responsable del vestuario de su época, este esteta supo como nadie transcribir sus sueños inspirados en pintores como Andy Warhol, Mondrian y Tom Wesselman en los años 60, Picasso en los años 70, Van Gogh y Bonnard en los años 80. Algunas de sus creaciones escandalizaron en su momento, así las blusas transparentes en 1968 o su perfume Opium lanzado en 1977. Pero su fuerza consiste en conjugar al mismo tiempo un clasicismo absoluto cuya perfecta emisaria es Catherine Deneuve (Toussaint-Samat, 1994). Heredero de Chanel y de Balenciaga, sigue siendo fiel a sus líneas depuradas que no se distraen en ningún detalle: *"la elegancia es una manera de moverse"*<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> [www.biography.com/people.yves-saint-laurent-9469669](http://www.biography.com/people.yves-saint-laurent-9469669)

Gran coleccionista, enamorado de la ópera, Yves Saint Laurent ha sido uno de los últimos grandes estetas del Siglo XX. De Cyrano de Bergerac a L'Aigle à deux têtes ha creado el vestuario de numerosas obras de teatro, su primera afición. Su arte es depurado y, con un soplo de muselina, recrea sueños dignos de un Botticelli, como para expresar mejor que "El atuendo más hermoso de un hombre o una mujer, es el amor".

#### **IV. 25. ANDRÉ COURRÈGES**

André Courrèges (Pau, 1923) captó a la perfección el estilo de su época. Modisto, arquitecto e incluso futbolista, inauguró en 1961 una casa de alta costura junto a Coqueline Barrière (1935), quien m'as tarde sería su esposa. Ambos habían trabajado durante años como ayudantes con Cristóbal Balenciaga del cual heredaron la renuncia a todo lo decorativo y la concentración en el corte perfecto, la simplificación de las formas y la utilización de colores vivos (Casablanca, 2007).

Courrèges ex-constructor de puentes y piloto de aviación decoró su salón como un moderno laboratorio: todo en blanco y cromo reluciente, siempre con un toque inspirado en el espíritu del jazz progresivo. En el, Coqueline y Courrèges, centrados en un futuro marcado por la técnica, desarrollaron la colección para primavera / verano de 1965 que supuso una auténtica revolución de la modernidad.

Fue la presentación de la minifalda en la alta costura: con un corte completamente recto y alejado del cuerpo, con galones y rayas, de tejidos rígidos, concebidas según las reglas de la Bauhaus, inspiradas en la era del espacio. Y aún así no resultaban duras ni angulares, gracias a las curvas previamente cosidas o termofijadas. Los botines a conjunto eran de plástico blanco con puntera separada. El creador tuvo que calcular de nuevo las proporciones. Sombreros, cascos y pelucas artificiales contribuían a alcanzar una longitud elegante en la nueva línea. Y con las gafas de sol blancas, de

## CAPÍTULO IV

aberturas visuales muy estrechas, las modelos adquirirían el aspecto de un cosmonauta ensimismado.

El estilo cosmonauta hizo de Courrèges el modisto más copiado de la década. Se le llegó a comparar inclusive con Le Corbusier. Este culpó a la prensa de ello y vetó a los medios de comunicación, mientras endilgaba a su selecto grupo de clientas, bermudas y peleles debajo de vestidos cortos. Se le consideró como el principal enemigo de Coco Chanel, quien afirmaba que Courrèges, lo que pretendía era aniquilar las formas de la mujer para convertirla en una niña. Courrèges replicó fríamente: “He rejuvenecido a las mujeres 20 años sin la ayuda del escalpelo”.

En realidad, su truco consistía en dejar unos tres centímetros de margen entre el vestido y la piel, lo que permitía mayor libertad de movimientos, en relación al corset.

El 1969, con su segunda línea “Couture Future”, introdujo en el prêt-à-porter el punto de lana pegado a la piel, precursora de los leggings y los leotardos. Lo que en realidad pretendía era diseñar ropa para el deporte, ya que había sido un entusiasta alpinista, atleta y jugador de rugby. Al fin y al cabo, siempre creyó que sólo los pantalones garantizaban suficiente margen de movimiento a la mujer. Sin embargo, ello no le impidió diseñar vestidos con volantes en 1972, aunque resultaron ser un fracaso.

En su máximo esplendor vendió su firma a L’Oreal y en 1985 el grupo japonés Itokin, se hizo con la mayoría de capital de la firma de cosméticos.

Courrèges se dedicó cada vez más a la pintura y a la escultura. Recientemente se ha redescubierto su importancia como “Corbusier de la costura”<sup>29</sup> y su moda futurista de los años 60 ha encontrado nuevos seguidores e imitadores. Con su bendición, Courrèges también consagró la margarita en

---

<sup>29</sup> [www.modaweb.com/aula/biografias/courreges.html](http://www.modaweb.com/aula/biografias/courreges.html)

la alta costura, junto a la minifalda reivindicada por la inglesa Mary Quant como marca propia.

#### **IV. 26. OLEG CASSINI**

Nació el 11 de abril de 1913 en París, Francia. Llegó junto a su familia de emigrantes rusos a los EE UU en 1936. Comenzó diseñando vestuario para las películas de Hollywood antes de establecer su propia firma en New York (1950). Su estilo se basa en provocativas prendas, trajes de cocktail y, en los años primeros 60, se inspira en la imagen de " Jackie Kennedy " para todos sus diseños. Sus trabajos le proporcionaron una clientela con "encanto" y estrellas de cine por lo que fue habitual el verle a él y a sus trajes en las columnas de sociedad y en los cotilleos de los periódicos.

#### **IV.27. ANNA SUI**

Su estilo es juvenil, alternativo, funky o simplemente diferente. Es la reina del color y de una generación que busca seguir una forma de vestir que vaya con su personalidad. En los últimos años las caras nuevas de Hollywood se empezaron a interesar por el look que ella ofrecía y poco a poco su nombre fue reconocido como el de una de las mejores diseñadoras del mundo.

De padres de origen chino, Anna Sui creció en Dearborn, Michigan en los EE.UU. con la idea de ser algún día diseñadora de modas. Dibujar sobre papel, cortar la tela y crear un estilo propio en el mundo de la moda fue siempre su pasión, por ello, cuando era adolescente sus padres la enviaron a la Gran Manzana para que fuera al prestigioso colegio de diseño Parson's School of Design<sup>30</sup>, donde estudió durante dos años. Luego, Sui trabajó en varias compañías de ropa deportiva pero dedicaba también tiempo a sus propios diseños. En ese entonces Macy's descubrió su talento y compró algunos de

---

<sup>30</sup> [www.annasui.com/en/anna-sui-biography.html](http://www.annasui.com/en/anna-sui-biography.html)

sus modelos pero luego de un tiempo ella decidió consolidar su nombre como marca.

El debut de su primera colección fue en Nueva York en 1991. A partir de ese momento la música fue su inspiración y sus diseños empezaron por tener una marcada influencia infantil. Luego se destaca en sus colecciones un estilo punk con colores fuertes, rayas y arabescos.

### **IV. 28. MIUCCIA PRADA**

Prada tiene casi cien años de historia: establecida en Milán en 1913 por Mario Prada; Fratelli Prada ofrecía lujosos productos de piel para un selecto grupo rico e influyente. Miuccia Prada, la nieta de Mario, heredó el negocio en 1978<sup>31</sup>.

A pesar de que Miuccia Prada no siguió ningún tipo de entrenamiento formal en el área del diseño (su educación incluye un PhD en Ciencias Políticas), el haber nacido en medio de este fino arte de calidad le ofreció una fuerte base a esta diseñadora.

De tal manera, cuando Miuccia se quedó a cargo del negocio, se sintió tan cómoda como un pez en el agua. Junto a su esposo y socio de negocios, Patricio Bertelli, posicionó a Prada en un nuevo panorama, expandiendo la línea de artículos de piel y añadiendo ropa casual y accesorios.

También Prada expandió su participación en otras casas de moda, incluyendo una fuerte cantidad de acciones en Gucci y Jil Sander. Recientemente, Miuccia Prada fue nombrada como una de las 30 mujeres más poderosas de Europa por el diario The Wall Street Journal.

Perspicaz negociante, Miuccia Prada continúa presentando Prada como un producto de lujo, siguiendo los pasos de su abuelo. Su ingenio se encuentra

---

<sup>31</sup> [www.lui.excite.it/miuccia-prada-la-biografia-N28804.html](http://www.lui.excite.it/miuccia-prada-la-biografia-N28804.html)

en la selección y mezcla de tejidos para la ropa y los accesorios, así como en combinarlos magistralmente como una sola pieza.

## **CAPÍTULO V.**

---

# **LOS GRANDES INVENTOS**

Primero llegó el corset de varas rígidas y largos cordones que entrelazados marcaban la cintura y enfatizaban el busto como la parte más llamativa del cuerpo. Luego en 1913, apareció el primer sujetador y en los 40's la minifalda que provocó críticas, protestas y hasta la desaprobación del Vaticano. Las medias panty también desataron escándalos y ni que hablar del bikini que dejó al descubierto por primera vez las curvas. A lo largo de las décadas los genios del diseño, han inventado una serie de prendas que rompieron el esquema en el mundo de la moda y se quedaron como artículos esenciales en el diario vestir de hombre y de la mujer de hoy.

## **V. 1. LA MAGIA DEL COLOR A TRAVÉS DEL MAQUILLAJE**

Muchos de los productos que han sido inventados en los últimos tiempos buscan desesperadamente preservar la juventud y resaltar la belleza de los ojos, el rostro, el cabello, el cuerpo, los labios y hasta el olor que se desprende del cuerpo. Entre estos, el maquillaje es el único que gracias al color logra disimular los defectos y destacar los mejores rasgos del rostro femenino.

El primer conocimiento que se tiene del origen de los cosméticos proviene del antiguo Egipto, en el Cuarto Milenio A.C., cuando las mujeres resaltaban sus ojos con tierras y cenizas y los labios con un tinte hecho a base de ocre y óxido de hierro natural que esparcían con un cepillo. Las mujeres de esta época fueron las primeras que impusieron la moda de los labios rojos.

Durante la era de los Griegos y los Romanos, el maquillaje se perfeccionó y empezó a cobrar importancia en la piel, que se blanqueaba con una mezcla a base de yeso, harina de habas, tiza y carbonato clásico de plomo. Asimismo, las pestañas se encrespaban utilizando una mezcla de huevos de hormigas y moscas machacadas (Levi, 1993).

En los inicios del siglo XIX se vivió el verdadero apogeo del maquillaje en la corte de Francia. Durante esta época la piel del rostro la blanqueaban con polvos y cremas nacaradas brillantes a base de azufre y se daba especial importancia a los ojos (Bruun, 1981).

Años más tarde, Francia continuó dando muestras de interés porque sus mujeres se pintaran y se convirtió en el pionero científico del maquillaje moderno. Después de la Primera Guerra Mundial salieron al mercado nuevos productos y novedosas técnicas de manufactura, empaque y publicidad para ubicar a los cosméticos al alcance de todos.

## **V. 2. LA SEDUCCIÓN COMO DETERMINANTE EN EL VESTIR**

El corset ha sido un símbolo de seducción por excelencia. Era la prenda íntima que se escondía debajo de los pesados vestidos para resaltar el busto y acentuar la cintura de avispa que exigía la época.

El origen de esta prenda se remonta al siglo II A.C., cuando antiguas civilizaciones, en especial los primitivos habitantes de la isla de Creta, usaron el corset como medio para destacar la figura perfecta.

En sus inicios, el corset era elaborado a la medida del cuerpo por corseteras especializadas, quienes con una tela resistente, varas rígidas que se adherían al torso y cordones que se cruzaban entre si, apretaban la cintura hasta donde fuera humanamente posible para conseguir los gloriosos 50 centímetros de diámetro. En el intento, algunas mujeres se desmayaban y otras simplemente quedaban sin respiración.

Con el corset, llegó la liga graduable, popularizada en el mundo entero por las bailarinas de can-can y más tarde se inició la era del brassiere, inventado a finales del siglo XIX por la francesa Hermine Cadolle<sup>32</sup>. El primer modelo de

---

<sup>32</sup> [www.cadolle.com](http://www.cadolle.com)

brassiere que se conoció se formaba a través de dos pañuelos blancos y un trozo de cinta rosa que sujetaba en el medio.

En Estados Unidos, la primera persona que registró la marca de un brassiere moderno fue Mary Phelps Jacob en 1913. Este era un modelo liviano, suave y que separaba el busto naturalmente.

Las primeras modelos de ropa interior aparecieron en 1938 en una alternativa de publicidad considerada demasiado osada para la época.

### **V. 3. REESTRUCTURA DEL CALZADO**

De 1533 datan los primeros tacones que aparecieron en la historia. Las señoras de la época los usaban como sinónimo de lujo y se diseñaron con el simple objetivo de imprimirle elegancia a la moda de entonces.

Durante el siglo siguiente, la mujer europea se tambaleaba sobre tacones de 13 cm, e incluso más altos, ayudándose de bastones para mantener el equilibrio (Peacock, 2005).

A mediados del siglo XIX, después del fervor por las zapatillas planas y sencillas, el tacón se convirtió de nuevo en el estilo en boga. En esa época, las mujeres se sentían con más poder arriba de unos zapatos imponentes.

Más adelante, los genios de la moda del calzado se valieron de todo tipo de elementos y texturas para generar diferentes estilos y llevar sus creaciones a diferentes gustos.

En el siglo XVIII, las creaciones similares se denominaban zapatos “venez-y-voir” o “pasen y vean” y las mujeres continuaron fieles a su uso.

En la actualidad, la variedad de zapatos para mujer que se encuentra en el mercado es mucho más amplia pero sin duda los zapatos de tacón son lo

preferidos para los momentos especiales que requieran un poco más de distinción.

#### **V. 4. LA INFLUENCIA UNIVERSALIZADA DE CROACIA**

Seguramente muchos imaginan que el origen de la corbata, un accesorio imprescindible para el hombre moderno está relativamente cercano a nuestros días. Para sorpresa de la gran mayoría, esta prenda, a la que todavía se le desconoce su utilidad, marca su nacimiento en el calendario del siglo XVII y muestra que el uso de este elegante complemento tuvo un inicio asociado con el mundo de la guerra.

Alrededor del año 1635, unos seis mil soldados y caballeros de las tropas croatas se presentaron en París para dar apoyo al Rey Luis XIII. El uniforme militar de estos soldados generó gran interés y todos llevaban sus cuellos cubiertos por pintorescos echarpes (Brand, 2009).

No pasó mucho tiempo para que los parisinos adoptaran este original estilo croata. Esta prenda debutó en sociedad como un signo de distinción y fue rápidamente incorporada por los funcionarios militares franceses.

Luego, el llamativo estilo croata salió del ámbito militar y se metió en la realeza. Durante el reinado de Luis XIV –un soberano conocido por cuidar su imagen personal y vestirse decorativamente- se afirmó esta prenda como elemento de prestigio y distinción y se ganó la aceptación de los miembros de la corte.

Los franceses hablaban por entonces del “croate de la”, expresión que pronto entró en la raíz de la palabra cravate en francés.

Con el paso de los años, la moda de la corbata fue importada a Inglaterra a través de un miembro de la realeza, Charles II la llevó a su tierra cuando regresó del exilio. Una década más tarde, el uso de esta prenda ya se había

extendido a todos los países de Europa y sucesivamente hasta casi todos los rincones del planeta.

## V. 5. INVENTOS FUNCIONALES EN EL VESTIR

El esmoquin –cuyo nombre original es tuxedo- es un verdadero invento americano que ya tiene más de cien años. Nació de la mano de un acaudalado residente de Nueva York que quería demostrarles a los hombres de su círculo social que la ropa elegante también podía ser cómoda, moderna y superar al estilo pingüino al que estaba acostumbrada la alta sociedad.

Este hombre fue Pierre Lorillard IV, miembro de una familia de magnates de la industria del tabaco, quien frecuentaba reuniones sociales y su mayor obsesión era poder vestir de una forma elegante, sin tener que sufrir incomodidades por el sólo hecho de estar a la altura de los hombres de su clase<sup>33</sup>.

Pierre era dueño de una tierra en Tuxedo Park, un pequeño pueblo ubicado a unos 60 kilómetros de Maniatan y en el otoño de 1886, decidió finalmente crear una vestimenta menos formal que los trajes que se veían en ese entonces pero que mantuviera la elegancia.

Así fue como puso manos a la obra y diseñó sacos de color negro y con la forma de las chaquetas que se usaban en la cacería de zorros. Sus diseños dejaban atrás el frac o la llamada “cola de pingüino” que caracterizaba a los trajes de la época.

Después de trazar su idea en un papel, un sastre le dio vida a sus diseños. Cuando finalmente llegó la noche del estreno, Lorillard decidió desistir de su plan. Sin embargo, Griswold, uno de sus hijos y muchos de sus amigos resolvieron usarlos. A partir de entonces esta vestimenta fue adoptada por los

---

<sup>33</sup> [www.alsformalwear.com/library-tuxedo-history.asp](http://www.alsformalwear.com/library-tuxedo-history.asp)

jóvenes, que le agregaron el chaleco en honor a los que se usaban para cabalgar.

Actualmente, el tuxedo es una prenda básica para el hombre moderno que recurre a él casi de forma obligada para asistir a una boda, fiesta o reunión social importante.

## **V. 6. IGUALDAD DE GÉNERO EN EL VESTIR**

Durante los años de Primera Guerra Mundial el mundo tuvo que transformarse para sobrellevar uno de los momentos más difíciles en la historia. En materia de moda, todo cambió. Los ostentosos vestidos largos e imponentes fueron reemplazados por prendas más cómodas y prácticas.

En este sentido, la moda cumplió un papel secundario. Ya no había tiempo ni dinero para gastar en diseños fastuosos y la mujer de sociedad dejó a un lado su obsesión por verse y vestirse bien (Entwistle, 2002).

En esos años, el hombre había partido al campo de guerra y la mujer se vio obligada a asumir funciones que antes eran propias del sexo masculino.

De esta forma, con el ingreso de la mujer a la fuerza laboral, surgió un nuevo estilo para vestir en el que el pantalón sería el protagonista.

Por primera vez en la historia, la mujer dejó de lado su feminidad para asumir un rol que estaba a la par con el hombre. Así mismo, con la moda del pantalón, llegaron nuevas tendencias que no distinguían los sexos. Nace el concepto de trajes “unisex”.

## V. 7. APERTURA DE LAS COSTUMBRES I

En 1930, Wallace Hume Carothers, Julian Hill y otros investigadores de la compañía Dupont estudiaron cadenas de moléculas llamadas polímeros con el objetivo de encontrar un material que sustituyera a la seda<sup>34</sup>.

En este proceso descubrieron que la mezcla del carbón y moléculas de alcohol a altas temperaturas generaban un tejido de consistencia elástica. Así mismo, si a este tejido se le dejaba en temperatura ambiente adoptaba una textura sedosa.

Después de algunos análisis, este nuevo material cumplió con las necesidades requeridas y se le llamó nylon. Este producto fue usado por primera vez en las líneas de pescar, accesorios de cirugía y las cerdas de los cepillos de dientes. Más tarde, Dupont decidió innovar el mercado e introdujo por primera vez las medias de nylon. A través de la publicidad de entonces definieron su invento: Las medias Dupont, “tan fuertes como el acero y tan finas como una telaraña”.

Durante el primer año en el mercado esta compañía vendió 64 millones de medias y con tan sólo unos meses de absoluto éxito aparecieron en la película “El Mago de Oz”.

Este boom desafortunadamente decayó en los años de la Primera Guerra Mundial, cuando se suspendió la producción de medias porque el nylon debía ser utilizado en la confección de paracaídas y carpas. Sin embargo, con la llegada de la minifalda al mundo de la moda, las medias hicieron su re-entrada triunfal, esta vez con nuevas texturas y colores.

---

<sup>34</sup> [www.albaiges.com/fci/calcetologia/historiamedias.html](http://www.albaiges.com/fci/calcetologia/historiamedias.html)

## V. 8. APERTURA DE LAS COSTUMBRES II

Eran los años sesentas y Londres se convertía en el lugar donde el mundo centraba toda su atención. Una diseñadora -Mary Quant- fue la persona que redujo el largo de las faldas, antes enormes y amplias, por unas que llegaban centímetros antes de las rodillas y dejaban ver por primera vez las piernas.

Por esos años el rock estaba en su apogeo y la cantante Twiggy, una mujer lánguida y suave, era el estereotipo de belleza ideal. Ella fue una de las primeras en usar la “mini” y la que después provocaría una avalancha de críticas que alegaban que esa moda iba en contra de la moral<sup>35</sup>.

El Vaticano fue una de las primeras instituciones en declararse en contra de la falda corta y se recuerda que en los colegios ingleses se incorporó una cláusula de expulsión en la que se advertía que una joven tendría que ser retirada de la escuela si insistía en usar la mini falda.

La controversia, sin embargo, no fue sólo inglesa. En Brasil un hombre de 63 años fue sentenciado a 3 días de prisión por morder a una mujer en minifalda cuando ambos estaban en un bus público. En el juicio los abogados del hombre afirmaron que la culpable era la joven por “provocar” a los demás usando faldas indecorosas.

Pese a la polémica, la “mini” superó los obstáculos y la mujer la continuó usando. Mary Quant recibió la Orden de la Corona Inglesa por su aporte a la moda y poco a poco los diseñadores franceses la adaptaron a sus nuevos diseños.

En 1966 Jackie Kennedy apareció en minifalda y con ello el símbolo de la mujer americana daba paso a la avalancha de mujeres que, aglomeradas en los almacenes, escogían la “mini” que se ajustara a sus medidas. Hoy, treinta y

---

<sup>35</sup> [www.maryquant.co.uk](http://www.maryquant.co.uk)

seis años después, la “mini” de Mary Quant perdura en el tiempo como una moda que aún no termina de escribir su historia.

## **V. 9. APERTURA DE LAS COSTUMBRES III**

En la playa, los cuerpos nunca habían estado tan liberados de ropa como cuando llegó el “bikini”. Por primera vez, las mujeres dejaron a un lado los vestidos de baño enterizos y se pusieron unas pequeñísimas prendas, que cubrían sólo lo necesario.

En 1946, Jacques Heim y Louis Reard fueron los dos responsables de que el mundo se volviera enloqueciera con este invento. Sin embargo, hay quienes afirman que ellos no fueron los inventores del bikini ya que las primeras imágenes de un vestido de baño de dos piezas datan del año 1600 A.C.

Lo cierto es que Heim fue quien bautizó como bikini a este inusual traje de baño en honor a Bikini Atoll<sup>36</sup>, uno de los tantos atolones de Marshall Islands, en el Pacífico Central. Este lugar es reconocido por ser ideal para bucear, por su riqueza natural y se hizo famoso en la década de los 40's cuando Estados Unidos lo utilizó como lugar de pruebas nucleares.

Pero el “bikini” dejó de ser el referente de esos hechos, para convertirse en el nombre de la prenda más sugestiva de la moda. Así fue como los primeros diseños en papel de una ropa diminuta pasaron a la tela y de la tela a las primeras modelos que escandalizaron a la sociedad de la época<sup>37</sup>.

Y antes de que el boom del bikini explotara, Louis Reard, un ingeniero mecánico, contrató un avión para hacer publicidad aérea del bikini con un éxito arrollador. Por esos días, en el cielo de Cannes se leía “Bikini...el más pequeño traje de baño en el mundo”.

---

<sup>36</sup> Ver [www.bikiniscience.com](http://www.bikiniscience.com)

<sup>37</sup> [www.estiloymoda.com](http://www.estiloymoda.com)

Una de las imágenes que más se asocia con los primeros bikinis fue la de Raquel Welch, en una fotografía con un insinuante bikini para la revista LIFE en 1965.

## **V. 10. HOMOGENEIZACIÓN ACTUALIZADA EN EL VESTIR**

Con nombres que cambian de país a país, los jeans, vaqueros, pantalones de mezclilla o tejanos son los mejores compañeros del hombre actual. Cómodos, fáciles de combinar y muy prácticos esta prenda es una de las pocas que nunca pasó de moda y siempre se conserva como un elemento esencial en el ropero de todo hombre y toda mujer.

Su origen se remonta al siglo XIX, en las minas de la zona oeste de los Estados Unidos, cuando los buscadores de oro se trasladaban en carretas de un lugar a otro. Un comerciante pensó que la tela de los toldos de las carretas podía servir para confeccionar pantalones y creó los primeros denim en tonos marrones, anchos y con tirantes. Sin embargo, la textura no era la más conveniente para los granjeros, quienes probaron con tejidos más flexibles como el algodón.

Luego de años de ser considerados ropa únicamente para trabajadores, el 20 de mayo de 1873, Levi Strauss y Jacob Davis fueron los primeros en registrar como marca los “blue jeans” que darían origen a un imperio<sup>38</sup>.

A partir de ese momento, los jeans han tenido diferentes significados a lo largo del siglo XX. Durante la segunda guerra mundial este tipo de pantalones eran extremadamente útiles, tanto que a las tropas aliadas les enviaban jeans norteamericanos junto a las provisiones. En los años 60 los jeans simbolizaron la rebeldía de la juventud y en los 70 representaban la igualdad de las clases.

---

<sup>38</sup> [www.history.com](http://www.history.com)

Los primeros cambios, diseños y técnicas llegaron en los años 80 y las principales fábricas se apresuraron a adaptarlos a las nuevas tendencias con lavados químicos y adornos como flores estampadas y aplicaciones con el dorado de moda de la época.

Gracias a este éxito, en los 90 los jeans continuaron adaptándose a los diferentes estilos y diseñadores como Versace y Armani los incorporaron en sus colecciones.

Y en el siglo XXI continúa siendo una prenda actual.

## **V. 11. RECAPITULACIÓN SOBRE EL FUTURO DE LA MODA**

El futuro de la moda o la moda del futuro es algo aún incierto. El nuevo milenio ya está en marcha y poco de lo que enunciaban los profetas de la moda, una década atrás se ha cumplido realmente.

El look futurista –que mostraba a hombres y mujeres con cabellos cortos, rostros pálidos, pocos accesorios y ropa de diseños simples y uniformes- aún no ha llegado a las pasarelas del mundo, ni menos aún se ha popularizado entre los jóvenes del nuevo siglo.

Seguramente deberá pasar mucho tiempo para que los clásicos del siglo XX sean suplantados en estilo y creaciones por las nuevas generaciones de diseñadores. Quizá nunca lleguen a desterrar del todo el legado de los grandes creadores que marcaron el rumbo de la moda en los últimos cien años.

Quién podrá desprenderse del blue jean, los elegantes trajes, el color negro y los pantalones. Quién podrá convencer a hombres y mujeres que lo mejor está por venir y que aquello que hoy usamos, que elegimos con dedicación y que con lo que definimos nuestro estilo no será más que parte del pasado, que hasta podría ser tildado de ridículo o de extravagante.

La moda sigue el curso de la historia y como parte inseparable de ese campo no puede anticiparse con certeza.

**SEGUNDA PARTE.**

---

# **EL ESTUDIO DE CAMPO**



## **CAPÍTULO VI.**

---

# **MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## VI. 1. EL MÉTODO CIENTÍFICO

Siguiendo a autores como Marqués, podemos realizar una serie de consideraciones previas sobre la metodología, antes de pasar a explicitar el diseño, aplicación y resultados del cuestionario.

En efecto, una de las cuestiones primordiales es que los seres humanos nos hemos enfrentado siempre al reto, teórico y práctico a la vez, de aumentar nuestros conocimientos y de transformar la realidad circundante y así hemos ido acumulando saberes sobre el entorno en el que vivimos. Este conjunto de conocimientos que las personas tenemos sobre el mundo, así como la actividad humana destinada a conseguirlos, es lo que denominamos **ciencia** (deriva del latín "*scire*" que significa: saber, conocer; su equivalente griego es "*sophia*", que significa el arte de saber).

Sin embargo, no todo conocimiento se puede considerar ciencia, sino únicamente a los saberes que han sido obtenidos mediante una metodología, el método científico, y cumplen determinadas condiciones.

Así, Marquès (2010) define el conocimiento como aquel saber consciente y fundamentado que somos capaces de comunicar y discutir; se corresponde con el término griego "*episteme*" y se distingue así del conocimiento vulgar o "*doxa*" que es simplemente recordado y que no podemos someter a crítica.

Por otro lado, podemos considerar que el conocimiento es un proceso, en oposición a la consideración de la filosofía tradicional que lo concebía como algo estático (las formas inmanentes pero permanentes de Aristóteles, el idealismo cartesiano, la teoría de la armonía preestablecida de Leibnitz, las categorías a priori de Kant...).

Podemos destacar que lo que caracteriza a la ciencia actual no es la pretensión de alcanzar un saber verdadero sino la obtención de un saber riguroso y contrastable, es decir:

*La ciencia debe conseguir estructurar sistemáticamente los conocimientos en función de unos principios generales que sirven de explicación y poseen a aquéllos, dando una coherencia general y claridad inexistente anteriormente (Popper, 1985: 68).*

Siguiendo esta línea argumentativa, Marqués (2010) destaca las palabras de Bunge (1969) sobre el alcance de la ciencia, en cuanto a que no pretende ser verdadera, ni final, incorregible ni cierta.

En cambio, aquello que define a la ciencia es:

- Que es más verdadera que cualquier modelo no científico del mundo.
- Que es capaz de probar, sometiéndola a contrastación empírica, esa pretensión de verdad.
- Que es capaz de descubrir sus propias deficiencias.
- Que es capaz de corregir sus propias deficiencias, o sea, de reconstruir representaciones parciales de la estructura del mundo que sean cada vez más adecuadas.

Pero, el conocimiento no crece de una forma natural, sino que, en palabras de Shulman (1986: 9-10) crece por las investigaciones ya sean empíricas, teóricas o prácticas, a partir de preguntas formuladas, problemas planteados y cuestiones estructuradas.

El conocimiento científico, debe ser por tanto, racional, sistemático, exacto, verificable y fiable.

Marquès (2010) retomando las ideas de Díaz y Heler (1985:72) señala las características de dicho conocimiento científico:

- **Saber crítico y fundamentado.** Debe justificar sus conocimientos y dar pruebas de su verdad.
- **Sistemático.** El conocimiento científico no consiste en conocimientos dispersos e inconexos, sino en un saber ordenado lógicamente que constituye un sistema que permite relacionar hechos entre sí. Las interrelaciones entre los conocimientos es lo que da sentido a las TEORÍAS (formulaciones que pretenden explicar un aspecto determinado de un fenómeno), que se estructuran en LEYES y se representan mediante MODELOS (representaciones simplificadas de la realidad que muestran su estructura y funcionamiento).
- **Explicativo.** La ciencia formula teorías que dan lugar a leyes generales que explican hechos particulares y predicen comportamientos. Son conocimientos útiles.
- **Verificable.** Se centra en fenómenos susceptibles de ser comprobados experimentalmente o al menos contrastados experiencialmente (de manera que demuestren su adecuación, su utilidad).
- **Metódico.** Los conocimientos científicos no se adquieren al azar, sino que son fruto de rigurosos procedimientos (observación, reflexión, contrastación, experimentación, etc.).
- **Objetivo.** Aunque actualmente se reconoce la dificultad de una objetividad completa incluso en el ámbito de las Ciencias Naturales.
- **Comunicable.** Debe utilizar un lenguaje científico, unívoco en términos y proposiciones, y que evite las ambigüedades.
- **Provisorio.** La concepción de verdad como algo absoluto debe ser abandonada y substituida por la certeza, considerada como una adecuación transitoria del saber a la realidad. El saber científico está en permanente revisión, y así evoluciona.

Tan importante como estos conocimientos es la forma como se obtienen. La manera de proceder característica de la ciencia se ha dado en llamar **el método científico**. Marqués (2010) retoma unas palabras de Bertrand Russell (1969) señala que el método científico consiste en observar aquellos hechos que permiten al observador descubrir las leyes generales que los rigen, y describiendo el proceso de investigación científica en tres etapas fundamentales:

- Observación de hechos significativos
- Sentar hipótesis, que en el caso de ser verdaderas expliquen los hechos observados
- Deducir de esas hipótesis consecuencias que puedan ser sometidas a contrastación.

Sin embargo, no todos los actuales coinciden con la idea de que la observación y la experimentación sean un fundamento seguro y sostengan la ciencia. Tal es el caso de Chalmers (1986:5) que afirma que *"no hay ningún método que permita probar que las teorías científicas son verdaderas (...) no hay método que permita refutar de modo concluyente las ideas científicas"*.

Y es que no puede afirmarse que la práctica del método científico elimine toda forma de sesgo personal o fuente de error, ni tampoco que asegure la verdad de las conclusiones. La **epistemología** es, por ello, un componente básico para el conocimiento científico. Si bien el científico no es plenamente consciente de la totalidad de los factores (sociales, políticos, culturales e ideológicos) implicados en su actividad, ni sus propósitos y gestos son totalmente objetivos, ni las hipótesis son perfectamente conocidas y explícitas, ni su método absolutamente transparente.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede concluir en el hecho de que método científico consiste *"... en exponer una teoría (...) a la crítica constante y aguda*

*del investigador. Sólo podrá seguir siendo válida una teoría que resista al continuo esfuerzo de falsación" (Von Cube, 1981:53)*

Marquès recuerda que mientras que Popper afirma que la ciencia avanza sobre la falsación de los enunciados que formula, otros autores como Kuhn propugnan que esta teoría de la falsación es errónea ya que propicia la supervivencia de muchas teorías ante la imposibilidad de rechazar muchas de las hipótesis que generan, y relaciona la madurez de una ciencia con la existencia de un **paradigma** ("una realización científica universalmente reconocida que, durante un cierto tiempo proporciona modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica" según Kuhn) compartido por la comunidad científica, identificando la función de la ciencia no tanto con la exigencia de la conquista objetiva e imparcial de conocimientos, sino con la necesidad de dar pruebas fehacientes de su progreso. En este sentido, Sarramona (1991:257) apunta que "el conocimiento científico y la manera de acceder a él son relativos y están en función de cada momento histórico, lo que nos debe motivar a seguir investigando permanentemente en la búsqueda de conocimientos cada vez más amplios y estables".

### **VI. 2. INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA EN CIENCIAS SOCIALES**

Como señala Antonio Monclús se puede ante todo, examinar las actividades de las Ciencias Sociales para buscar la presencia o ausencia de los distintos rasgos que aparecen, destacados, en diversas teorías de la ciencia. Dichos rasgos son : 1) presencia de hipótesis bien articuladas y puesta a prueba sistemática de las mismas; 2) medición cuantitativa precisa y operacionalización de los conceptos; 3) observación meticulosa según métodos públicamente comprobables; 4) estructuras conceptuales complejas y rigurosas; y, 5) paradigmas compartidos, al menos por grandes comunidades académicas que resisten a la prueba del tiempo. Y, de hecho, no cabe duda de que todos estos rasgos, frecuentemente combinados, pueden encontrarse en diversas ramas de las Ciencias Sociales.

Gellner añade que se sabe que muchas de las características indiscutibles de la ciencia están presentes con frecuencia en la investigación social. Los aspectos de la vida social que son intrínsecamente cuantitativos u observables con precisión (como por ejemplo, en los campos de la demografía o la geografía social) se investigan efectivamente con precisión y por medio de técnicas complejas y refinadas. Se sabe, por otro lado, que en diversas esferas de estas ciencias se elaboran modelos abstractos, también de gran perfección y sutileza, que sirven como paradigmas comunes a vastas comunidades de estudiosos (caso de los economistas), y, además, en campos donde el aparato conceptual no dista demasiado de las ideas de mero sentido común se sabe, no obstante, que un profesional de la especialidad bien preparado posee informaciones y conocimientos nuevos y de primera mano para el desarrollo de la materia en cuestión. En todos estos casos, los estudios sociales se consideran efectivamente científicos. Extensos sectores de los mismos satisfacen plenamente una u otra de las muchas teorías existentes (Monclús, 2004).

Por su parte, Piaget (1975: 77) señalaba, asimismo, las dificultades epistemológicas propias de las ciencias del humanas, que se concretan en torno a problemas de método, ya que la principal dificultad de las interacciones entre sujeto y objeto propias de estas disciplinas es que hacen particularmente difícil la experimentación, en el sentido en que es practicada en las ciencias de la naturaleza.

Si bien, Piaget (1975: 81) hace notar que no por ello deja de ser cierto que los problemas metodológicos de la experimentación, de la medida y de la confrontación de los datos de la experiencia con los esquemas teóricos, presentan en las ciencias humanas dificultades muy peculiares. Estas, no se deben tanto a las limitaciones de la experimentación misma, ya que este mismo problema se encuentra en algunas ciencias de la naturaleza por razones de escala y de desarrollo histórico, sino que en principio, la experimentación en sentido estricto, puede ser remplazada por un análisis suficiente de los datos de observación y de las medidas.

## CAPÍTULO VI

Por otro lado, sigue recordando Monclús, que Carr y Kemmis (1988) plantean que una de las controversias más importantes de la historia del pensamiento social ha sido la referente a la relación entre la manera en que las personas perciben sus propias acciones y la finalidad de las ciencias sociales.

El comportamiento de los seres humanos, según Carr y Kemmis, está principalmente constituido por sus acciones, y es un rasgo característico de las acciones tener un sentido para quienes las realizan y convertirse en inteligibles para otros sólo por referencia al sentido que les atribuye el actor individual. Observar las acciones de una persona, por tanto, no se reduce a tomar nota de los movimientos físicos visibles del actor, sino que hace falta una interpretación, por parte del observador, del sentido que el actor confiere a su conducta. Es por ello por lo que un tipo de comportamiento observable puede constituir toda una serie de acciones.

Igualmente, se podría decir que todas las descripciones de acciones han de contener un elemento interpretativo. Describir a alguien que enseña, por ejemplo, no se reduce simplemente a describir su comportamiento observable. Lo que se observa puede ser alguien que amasa un pastel, que hace la vertical, que lee un libro, que toca el piano o que habla con un niño. Para que cualquiera de estos comportamientos puede ser interpretado como enseñanza, se necesita una identificación de los significados subjetivos particulares en razón de los cuales entienden lo que hacen quienes llevan a cabo esas acciones. Las acciones, a diferencia del comportamiento de casi todos los objetos, siempre incorporan las interpretaciones del actor, y por este motivo sólo pueden ser entendidas cuando nos hacemos cargo de los significados que el actor les asigna. Una de las misiones de la ciencia social interpretativa consiste en descubrir esos significados y, de este modo, hacer inteligible la acción.

Añade Monclús (2004) que para Carr y Kemmis las acciones humanas tienen significado. Esta afirmación implica más que una referencia a las intenciones conscientes de los individuos. Requiere, asimismo, que se entienda el contexto

social dentro del cual adquieren sentido tales intenciones. Las acciones no pueden ser privadas; la mera identificación de una acción como perteneciente a tal o cual especie implica el empleo de reglas de identidad según las cuales pueda decirse de dos acciones que son lo mismo. Y de esta característica pública de las reglas de interpretación se desprende que una acción sólo puede ser identificada correctamente cuando corresponde a alguna descripción que sea públicamente reconocible como correcta. Por tanto, al describir a alguien diciendo que "enseña" se está apelando implícitamente a un trasfondo de reglas, operativo en una sociedad determinada, que especifican lo que ha de entenderse por enseñar. En realidad, éstas constituyen la misma posibilidad de enseñar propiamente dicha.

El carácter social de las acciones implica que éstas surgen de las redes de significados conferidas a los individuos por su historia pasada y su orden social presente. Dichas redes estructuran de cierta manera su interpretación de la realidad, y, por ello, los significados en virtud de los cuales actúan los individuos están predeterminados por las formas de vida en que dichos individuos han sido iniciados. De ahí se deduce otra misión de una ciencia social interpretativa, que es la de descubrir el conjunto de reglas sociales que dan sentido a determinado tipo de actividad social, y así, revelar la estructura de inteligibilidad que explica por qué tienen sentido cualquier acción que observemos (Carr y Kemmis, 1988).

En el caso de Max Weber, Monclús se refiere a su análisis de las ciencias sociales es inseparable de aspectos que habitualmente constituyen lo científico, como el problema de la "objetividad" del conocimiento, entre otros. Pero igualmente, todos estos aspectos resultan insuficientes si no se tiene en cuenta el lugar y el significado del valor en relación con ellos. Así, indica Weber (1988: 64) que la objetividad del conocimiento en ese ámbito de las Ciencias Sociales está subordinada al hecho de que lo empíricamente dado se mantiene de modo ininterrumpido sobre ideas de valor, únicas en conferirle un valor por el conocimiento. Y pese a que la significación de tal objetividad sólo es

comprensible partiendo de dichas ideas de valor, nunca se convierte en pedestal empíricamente inverosímil de su validez.

La ciencia social que Weber propone es una ciencia de la realidad. Le interesa comprender las particularidades de la realidad de la vida alrededor nuestro y en la que nos encontramos sumergidos. Por un lado, el contexto y el significado cultural de sus diversas manifestaciones en su forma presente, y, por otro, las causas de que su evolución histórica no se hubiera producido en forma distinta, sino, por el contrario, precisamente así. Pero, en cuanto se realiza el intento de tomar conciencia de la manera cómo se desarrolla la vida, nos percatamos de que ella nos brinda una sucesión, poco menos que al infinito, de diversos acontecimientos simultáneos, los cuales se presentan y se esfuman "en" y "fuera" de nosotros. Y este infinito absoluto y tan diverso persiste de una manera nunca aminorada, aun si nos fijamos en un "objeto" único, quizá una determinada transacción, es decir, en cuanto tratamos de explicar exhaustivamente dicho objeto único, en su totalidad de elementos constitutivos individuales y más aún en nuestra tentativa de captar su condición causal, por cuya razón todo conocimiento de la realidad infinita, mediante el espíritu humano finito, se encuentra fundamentada en la tácita premisa de que únicamente un fragmento finito de esa realidad puede constituir el objeto de la comprensión científica, de igual manera que solamente se considera "esencial", dándole la significación de "digno de ser conocido" (Weber, 1988: 27).

La aplicación de métodos empíricos ha podido constituir una ayuda para objetivar la investigación en ciencias sociales pero, no hay que olvidar la peculiaridad metodológica compleja que estas ciencias conllevan.

### **VI. 3. PAUTAS PARA UNA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA**

Como hace notar Monclús, a partir de una perspectiva epistemológica, se puede considerar que la educación comparte con las ciencias humanas y sociales una serie de características especialmente comunes. Siguiendo el

modelo de clasificación propuesto por Piaget, parece posible aplicar a la educación atributos de tipo nomotético, histórico, normativo y epistemológico.

En lo que se refiere a su dimensión nomotética, la educación pretendería la explicación del proceso de enseñanza y aprendizaje y procuraría la obtención de principios y leyes generales que definan las relaciones, la naturaleza de las estructuras subyacentes.

La dimensión histórica quedaría centrada en el estudio de la evolución que a lo largo del tiempo ha experimentado la educación, tanto en sus aspectos teóricos como prácticos.

La dimensión normativa se hace presente desde el momento en que la educación tiene por objeto la conformación del desarrollo del hombre a través de la estimulación del aprendizaje. De ello se deduce, por una parte, la necesidad de delimitar fines o metas de perfeccionamiento, y de otra, la necesidad de elaboración de normas que orienten, que guíen la actividad instructiva para conseguir con la mayor eficacia posible dichas metas.

La dimensión teórico-epistemológica aparece a partir de que se plantea, en educación, la necesidad de elaboración de un cuerpo teórico fundamentante que proyecte su desarrollo en el futuro y permita una integración adaptada de contribuciones procedentes de otras áreas del saber (Rosales, 1988: 37).

Para Monclús, Von Wright (1987) señalaba algo que es una síntesis suficientemente aceptada por la comunidad científico-social, y que ayuda a identificar la cientificidad de la investigación educativa como ciencia social: la explicación y la comprensión son dos dimensiones en interrelación, sin las que un fenómeno social no puede ser enfocado con pretensión científica. En el mundo de la educación a partir de ahí se distinguirá lo que será considerado ciencia de lo que será filosofía. Así, la definición de un fenómeno educativo a partir de postulados filosóficos previos a dicho fenómeno y en función de ellos será algo radicalmente distinto de la búsqueda de la explicación y comprensión de dicho fenómeno según una metodología científica.

## CAPÍTULO VI

La propia organización escolar necesitará acudir a otras ciencias sociales, como en muchos de sus análisis otros científicos sociales necesitan, para explicar y comprender un fenómeno social. Nos encontramos, así de hecho, con una característica fundamental de las ciencias sociales, y, por lo tanto, de una investigación sobre curriculum que es la de interdisciplinariedad entre las diferentes perspectivas de los hechos y de las ciencias sociales.

La investigación sobre curriculum como realidad social necesita en muchas ocasiones de la interdisciplinariedad con otras ciencias sociales para acceder a la explicación y comprensión de los fenómenos, cambios, situaciones y procesos de la enseñanza y la escuela. La realidad de los fenómenos de la enseñanza y la escuela mediatizados por otras ciencias sociales requiere un análisis básicamente interdisciplinar.

La interdisciplinariedad no es el producto de una ciencia que utiliza ciencias auxiliares. De ahí que exprese un fenómeno capaz de asombrar a todos aquellos que creen que nuestra época ha realizado la integración del concepto y de la acción, la exigencia de la pragmática y la práctica intelectual.

La interdisciplinariedad, siguiendo esta línea, es más el síntoma que la emanación de una tendencia de nuestra civilización. Es decir, no es la emergencia de la situación adaptada a conocimientos cada vez más volátiles, sino que es el signo de las preferencias por la decisión informada, apoyada en visiones técnicamente fundadas, en el deseo de decidir a partir de escenarios contruidos sobre conocimientos precisos. Por lo tanto, es en todas las ciencias aplicadas, sociales o no, donde la interdisciplinariedad encuentra los lugares a que incorporarse (Monclús, 2004).

A juicio de Monclús, Sinaceur (1983) plantea la actitud interdisciplinaria en preocuparse de la correlación irreductible a la simple yuxtaposición, a la reunión de los veredictos particulares enunciados a partir de una especialidad. La razón de ello es que la perspectiva interdisciplinaria no puede satisfacerse con esta síntesis, ya que si una disciplina no basta para dar un contenido

significativo a la acción que se quiere emprender, una multidisciplina tampoco puede. La interdisciplinariedad es más bien la asociación de la información procurada por varias disciplinas en su acto final, de una naturaleza tan compleja que es sin duda éste a quien aquélla debe su carácter.

Por ello, en la interdisciplinariedad, en definitiva, es la finalidad práctica la que determina la división de los hechos que deben estudiarse. Estas reciben de ella la transmutación necesaria para la objetivación de los fenómenos, es decir, a su presentación científica. Nada lo muestra mejor que el lugar sobre el que se ha formado una práctica interdisciplinaria ejemplar: la investigación operacional. La didáctica y organización escolar, como veremos, es un campo privilegiado para comprobar la necesidad de la interdisciplinariedad, ya que los hechos de la enseñanza son fenómenos complejos, que necesitan considerar una pluralidad de dimensiones para su análisis (Monclús, 2004).

Gusdorf (1983: 50) plantea que la pluralidad de las disciplinas del conocimiento implica una diversidad de aproximaciones, ninguna de las cuales puede pretender absorber a las demás. El tema de la interdisciplinariedad no designa la búsqueda de un mínimo común múltiplo o de un máximo común denominador, sino que evoca el espacio epistemológico global, en cuyo seno se despliegan los saberes particulares, como otros tantos caminos hacia lo desconocido.

Cualquier ejemplo que analicemos al hablar de curriculum debe tener en cuenta este enfoque interdisciplinar.

Monclús recuerda que Andy Hargreaves y otros autores (2001: 95) hablan de curriculum integrado o interdisciplinar para referirse a uno de los aspectos más ambiciosos y al mismo tiempo controvertidos de la reforma educativa, debido a que se pretende conectar el aprendizaje del aula con las vidas y mentalidades de todos los alumnos. Este curriculum integrado ofrece una propuesta interesante para aquellos que pretenden conseguir que tanto el curriculum como el modo en que lo experimentan los alumnos sea menos fragmentado.

## CAPÍTULO VI

Pero esta propuesta de curriculum integrado no está exenta de cierta tensión, e incluso, contradicción con las reformas curriculares centradas en el enfoque por materias. En países como Irlanda y España, principalmente católicos, las políticas curriculares nacionales otorgan una mayor importancia a la integración de los conocimientos y al interés por el alumno, que suponen los pilares del aprendizaje en la enseñanza secundaria. Por el contrario, en otros países, como por ejemplo en Australia, la integración curricular se ha producido como respuesta a la alienación y pobres resultados en los adolescentes de los primeros años de secundaria, principalmente. En Estados Unidos, el curriculum integrado se produce de una forma más voluntaria y localizada, coexiste con las políticas estatales y federales formuladas por materias. La integración es importante en la reforma de la enseñanza secundaria, y especialmente en áreas curriculares como la creación literaria, y en muchas otras corporaciones y fundaciones de carácter reformista que dan prioridad al hecho de que los docentes conozcan bien a sus alumnos.

Desde las primeras décadas del siglo XX se habla ya de curriculum interdisciplinar. Así, Dewey en 1938, sostenía la importancia de conectar el aprendizaje que realizan los alumnos con sus experiencias cotidianas. Y, en fechas más recientes, los psicólogos del aprendizaje han señalado la importancia de conectar el curriculum (y su manera de impartirlo) con los conocimientos previos que tiene el estudiante, que son los que van a dar sentido a las nuevas informaciones que hay que incorporar. Por otro lado, la diversidad etnocultural ha contribuido a hacer que los educadores reconozcan la necesidad de producir un curriculum más acorde con las culturas y estilos de aprendizaje de los diversos grupos que componen una escuela. Pero también hay que destacar que los profesionales de la educación tratan de definir y concebir principios de contextualización o relevancia puedan vincular el aprendizaje con las experiencias de quienes se adentran por sus sendas e incrementar el compromiso de todos los alumnos con sus progresos (Monclús, 2004).

Hargreaves propone un análisis sobre esos principios de contextualización o relevancia que acabamos de mencionar y que se producen en la práctica de los profesores. Pero, para ellos, hay que tener en cuenta que el curriculum integrado se discute desde posiciones intelectuales e ideológicas lo que condena, en palabras del autor, a la integración y a la especialización por materias a dos soledades opuestas, cada una de ellas retratada por sus partidarios como la panacea que resolverá todos los males y por sus críticos como un mal del que hay que protegerse. Tanto los partidarios como los adversarios de la integración adoptan con frecuencia justificaciones exageradas para defender su causa, permaneciendo atrapados en una constante batalla entre el esencialismo de las disciplinas y el relativismo de todo el conocimiento.

Diferentes autores para responder a la comprensión e intervención en la realidad a través del curriculum, relacionan la concepción o concepciones sobre la interdisciplinariedad con el enfoque globalizador.

Zabala (1999) enmarca además el problema con la consideración del pensamiento complejo, que permite tener en cuenta su dimensión científica, sociopolítica, económico-profesional, psicológica y pedagógica. Porque el enfoque globalizador se relaciona con una visión holística e integradora.

Gallego y Salvador (Medina y Salvador, 2002), según Monclús, puntualizan que la interdisciplinariedad, entendida como una relación entre dos o más disciplinas que buscan un mayor y mejor conocimiento de la realidad, no conlleva necesariamente una situación globalizadora. A veces, esas organizaciones interdisciplinares representan un intento frustrado de llegar al conocimiento global, en la medida en que ofrecen integraciones forzadas de contenidos, que han seguido los dictámenes que estipulan las lógicas específicas de las materias. En relación con los enfoques globalizadores no se puede negar que en la actualidad es una realidad como forma de organización del curriculum escolar. La globalización aparece como la solución más adecuada para organizar los contenidos educativos, con el fin de que los

## CAPÍTULO VI

alumnos realicen aprendizajes significativos y funcionales. El carácter compensador de la acción educativa debe contribuir a evitar que los contenidos curriculares de los distintos ámbitos o áreas adquieran posiciones de jerarquía o independencia entre ellos, para respetar la forma en que los niños perciben la realidad o se plantean su conocimiento. Observan estos autores que se puede afirmar que el concepto de globalización se fundamenta en razones de carácter psicológico, sociológico y pedagógico. Para el alumno, la globalización es una función psicológica, basada en el carácter sincrético de la percepción infantil. Desde una perspectiva social, los profesionales han de ser capaces de integrar los saberes culturales para facilitar los aprendizajes del alumno. Por otro lado, la actividad educativa reclama una planificación de las tareas escolares de acuerdo con las peculiaridades e intereses del niño y la niña. La metodología globalizadora no es más que el intento de ofrecer a cada alumno los materiales de aprendizaje de la forma más similar posible a como reciben las informaciones en su vida cotidiana. Es, en definitiva, una manera de actuar, la adopción de una determinada actitud ante la enseñanza.

Ambos autores señalan en este punto que la globalización no puede consistir en una simple vertebración de los contenidos de las diversas áreas del curriculum en torno a un eje o centro de interés, sino que está en la base misma de la construcción del conocimiento. Cabe destacar que la globalización de los contenidos facilita a los alumnos la significatividad de los aprendizajes, porque cuanto más globalizado se presente el aprendizaje de los alumnos y alumnas mayor potencial de significatividad y funcionalidad tendrá.

Una investigación sobre una propuesta curricular, en este caso sobre el Diseño Textil y Moda, y su ubicación curricular deberá tener en cuenta, por consiguiente, las características generales de las ciencias sociales, y en concreto las de las ciencias de la educación en cuyo marco general se sitúa. Y, a continuación, las necesidades derivadas de la peculiaridad del mundo de la educación actualmente, señaladas anteriormente.

## **CAPÍTULO VII.**

---

# **DISEÑO DE LA HERRAMIENTA, UNIVERSO Y ÁMBITOS DE APLICACIÓN**

Una vez analizados las herramientas de estudio de campo habituales en las Ciencias Sociales, tal y como hemos visto en el capítulo anterior, nos proponemos, a continuación, sistematizar el diseño y la aplicación de la misma.

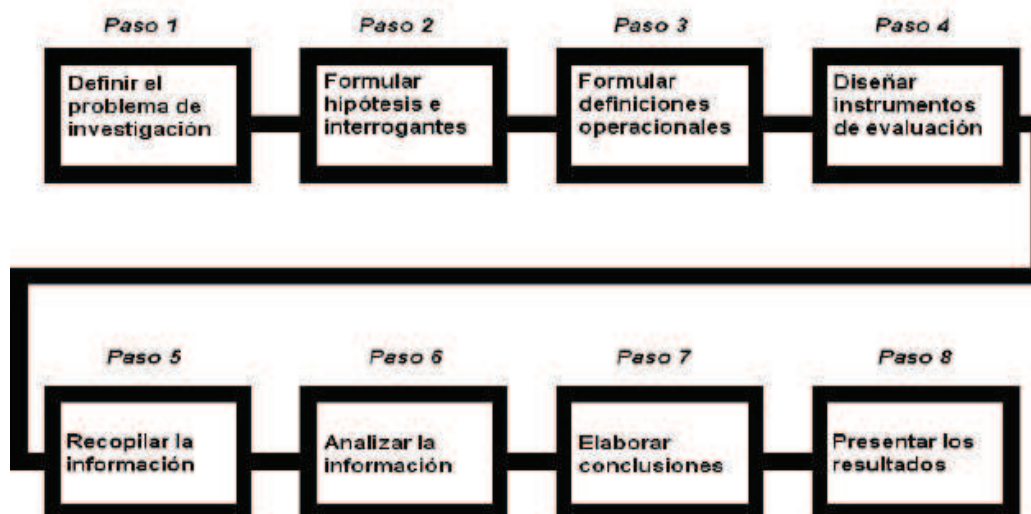
Uno de los elementos fundamentales en la investigación social y educativa, es la formulación del problema. Sin embargo, la demostración o la refutación de las hipótesis depende en muchos casos del análisis de los datos cuantitativos. Lo que se puede observar en la investigación tradicional es el movimiento del inicio cualitativo (del problema) a la conjugación de los datos en las hipótesis, que es principalmente cuantitativo y su interpretación que es otra vez cualitativa.

A la hora de abordar un proceso de investigación, tenemos que tener en cuenta, siguiendo a Spradley, una serie de pautas. O, en palabras del autor, un patrón lineal de un modelo lógico de investigación cuantitativa, que puede desglosarse en las siguientes fases (1980):

1. Definición del problema de investigación.
2. Definición de hipótesis e interrogantes.
3. Formulación de definiciones operacionales.
4. Diseño de instrumentos de evaluación.
5. Recopilación de información.
6. Análisis de la información.
7. Elaboración de resultados.
8. Exposición de las conclusiones.

---

**Patrón lineal de la Investigación Cuantitativa:**



Fuente: James P. Spradley (1980). Observación Participante. New York: Rinehart and Winston.VIII. 1. Objetivos del cuestionario

---

En relación a la metodología de la investigación social, según García Fraile (2005), se pueden distinguir:

- Epistemología: Definición de objetivos y planes de investigación.
- Técnicas de recogida de evidencia empírica: cuestionario.
- Técnicas de selección y análisis de datos: análisis cuantitativo de los datos
- Criterios de valoración del proceso de investigación: criterios de valoración del proceso de investigación.

En cuanto a los objetivos de la investigación podemos establecer, siguiendo a García Jiménez y Alvarado (2002: 142 y ss), que su redacción constituye una tarea de elevada complejidad. De ahí la necesidad de insistir en calificar los objetivos como el eje central de la investigación, pues orientan sistemáticamente los interrogantes hacia el fin último de la investigación. Para convertirse en un problema de investigación, los requisitos que debe de cumplir ese interrogante son, por orden de importancia:

- 1.- Que no se conozca la respuesta
- 2.- Que pueda ser contestada con evidencia empírica
- 3.- Que implique usar medios éticos
- 4.- Que sea clara
- 5.- Que el conocimiento sea sustancial

Una vez definidos los objetivos y detectadas las variables que serán objeto de investigación, se hace necesario proceder con un registro cuantitativo de dichas variables. Este registro puede realizarse a través de diversos instrumentos (León y Montero, 2002: 58 y ss.):

- 1.- Aparatos
- 2.- Revistas
- 3.- Cuestionarios
- 4.- Técnicas de observación
- 5.- Autoobservación
- 6.- Test: de inteligencia, de conocimientos o de personalidad
- 7.- Escalas: de actitud, de valores, etc...
- 8.- Sociogramas
- 9.- Registros *ad hoc*

El objetivo de estos instrumentos es registrar la evidencia empírica. Cada uno de ellos está constituido para un fin específico, y la condición es que los datos que recojan sean generalizables (García Fraile, 2005: 285).

La herramienta utilizada en esta investigación ha sido el **cuestionario**. El cuestionario constituye un instrumento dentro de la investigación cuantitativa que permite establecer la relación entre variables predefinidas a partir de una muestra de población. De lo expuesto se desprende que el cuestionario como herramienta supone que el investigador tiene perfectamente definidos los indicadores de las variables que desea registrar. Al procedimiento de

## CAPÍTULO VIII

utilización de un cuestionario para describir grandes grupos de personas se le denomina encuesta.

Entre las ventajas que se derivan de la utilización de un cuestionario destacan (Torres, 1984): la variada y rica información de los aspectos que nos interesa estudiar; las opiniones son recogidas a partir de lo que expresan por escrito los sujetos, y posibilita la preparación y estructuración previa de las preguntas. Otro tipo de ventajas (Selltiz, 1965) es que resultan poco costosos, son fáciles de aplicar, simultáneamente se puede extender a una población amplia, y sobre todo gozan de la ventaja del anonimato y de la uniformidad de las respuestas.

El guión orientativo a partir del cual debe diseñar el cuestionario lo conforman las hipótesis, sin embargo, hay que tener en cuenta las características de la población (nivel cultural, edad, aspectos económicos, etc...), y el sistema de aplicación que va a ser empleado, ya que estos aspectos son decisivos para determinar el tipo de preguntas, el número, el lenguaje y el formato de respuesta.

Dentro de las técnicas cuantitativas de investigación social, es necesario tener en cuenta las técnicas de selección y análisis de datos. Esta dimensión del análisis describe las técnicas de recogida de la evidencia empírica. Las técnicas cuantitativas se utilizan dentro de una visión del conocimiento que prima lo común, lo objetivable, así que tienen que ayudar en este proceso de acotación del fenómeno. Para ello, la información obtenida mediante el cuestionario debe procesarse a fin de obtener conclusiones útiles y pertinentes a los fines de la investigación. A este proceso se lo conoce como *análisis cuantitativo de los datos*.

Existe abundante bibliografía de cómo llevar a cabo este proceso, como puede ser Azorín (1986), Santos y otros (1999) u Ortega (1992). Sin realizar un análisis en profundidad, destacan ciertos puntos como comunes en la mayoría de las recomendaciones:

- 1.- Revisión del cuestionario. En esta fase se trata de identificar y corregir las posibles fuentes de error dentro del cuestionario.
- 2.- Codificación del cuestionario. La codificación tiene por objeto sistematizar y simplificar la información procedente de los cuestionarios. Ha de ser lo más simple e intuitiva posible, unívoca, estandarizada y preferentemente numérica.
- 3.- Análisis de las preguntas: Es la fase de análisis propiamente dicha y comienza una vez organizados los datos. Taylor y Bogdan (1987: 160-166) proponen modelos cuya aplicación supone llevar a cabo un proceso que incluya las siguientes etapas:
  - a. codificar toda la información
  - b. agrupar datos cuantitativos en porcentajes y frecuencias
  - c. realizar tablas para sintetizar la información
  - d. efectuar la definición de categorías exhaustivas significativas que constituyeron las variables
  - e. realizar un estudio descriptivo más profundo
  - f. interpretar los datos en el contexto en el que fueron recogidos
  - g. extraer conclusiones
- 4.- Detectar la evolución del estudio. La percepción del objeto de estudio de las ciencias sociales cambia pareja a la evolución de la propia sociedad. Por ello, en un proceso de investigación sobre variables sociales, se hace necesario realizar sondeos y estimaciones durante distintos modelos del análisis.
- 5.- Presentación final de la información: La información que se presente ha de ser muy clara, incluyéndose únicamente aquella que sea relevante para las decisiones que hay que tomar. Es necesario proporcionar la menor cantidad de datos posible, y de estos datos los más relevantes han de exponerse en el análisis. Al final del análisis, se ha de incluir un

## CAPÍTULO VIII

breve resumen de los resultados y de las conclusiones, y si corresponde, plantear recomendaciones operativas.

Una vez extraída la información de nuestra población, el investigador ha de comprobar que las conclusiones alcanzadas a partir del muestreo cumplen los requisitos de generalizabilidad al resto de la población (García Fraile, 2005: 288-289).

Para que una aseveración sea generalizable, debe de cumplir los siguientes requisitos de fiabilidad y validez (Ver Pascual, Frías y García, 1996: 76 y ss.):

- 1.- Fiabilidad. Es la cualidad que mide el grado de constancia de la aseveración.
- 2.- Validez. Para que una aseveración sea fiable, debe cumplir los siguientes requisitos de validez:
  - a. Validez aparente: responde a la incógnita planteada al comienzo de la investigación.
  - b. Validez de contenido: los elementos que configuran la aseveración son representativos del objeto del estudio.
  - c. Validez de constructo y discriminante: Una aseveración tiene validez de constructo si correlaciona las variables que la teoría dice que debe correlacionar. Debe tener además validez discriminante, sin relacionar las variables que la teoría dice que son independientes.
  - d. Validez discriminativa: la aseveración tiene que diferenciar entre grupos de personas que “sabemos” que son diferentes.

### **VII. 1. OBJETIVOS DEL CUESTIONARIO**

En un primer momento, cabe destacar la necesidad de plantearnos unos objetivos de investigación que pretendemos demostrar con la aplicación del cuestionario.

Así, hemos establecido los siguientes:

- 1.- Conocer si los diseñadores de moda en ejercicio actualmente en España poseen o no alguna titulación al respecto y que tipo de titulación poseen.
- 2.- Conocer si realmente hay una demanda social en relación a la posibilidad de que el Órgano Pertinente cree una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.
- 3.- En función a la pregunta anterior conocer si lo que demanda la sociedad es una Diplomatura Universitaria, una Licenciatura Universitaria o una Formación Profesional.
- 4.- Analizar la situación actual en España en relación a los objetivos propuestos en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda.
- 5.- Analizar la situación actual en España en relación a los contenidos propuestos en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda.
- 6.- Analizar la situación actual en España en relación a la objetivos metodología utilizada en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda.
- 7.- Conocer la demanda actual en España en relación a los objetivos que deberían incluirse en una propuesta curricular para una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.
- 8.- Conocer la demanda actual en España en relación a los contenidos que deberían incluirse en una propuesta curricular para una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.

## CAPÍTULO VIII

- 9.- Conocer la demanda actual en España en relación a la metodología que debería incluirse en una propuesta curricular para una Facultad de Diseño Textil y de la Moda.
- 10.- Conocer si los Centros o Departamentos existentes en las diferentes escuelas de formación de diseñadores de moda que tienen como objetivo el facilitar a los alumnos la inserción laboral al finalizar sus estudios atienden realmente a esa función.

### **VII. 2. UNIVERSO Y ÁMBITOS DE APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO**

El cuestionario se ha diseñado pensando en tres grupos claramente diferenciados para su aplicación:

Grupo 1: Docentes de escuela de diseño textil y de la moda

Grupo 2: Diseñadores de moda/profesionales

Grupo 3: Alumnos egresados de escuelas de diseño textil y de la moda en España.

En relación al grupo referido a los docentes, fundamentalmente provienen de escuelas de diseño textil y de la moda de las Comunidades Autónomas de Cataluña y de Madrid.

En relación al Grupo de diseñadores profesionales de Europa, Asia y América.

En cuanto a los alumnos egresados de escuelas de diseño textil y de la moda fundamentalmente de las Comunidades Autónomas de Madrid y de Cataluña.

#### **Universo:**

Grupo 1: Docentes: 44 docentes

Grupo 2: 50

Grupo 3: 106

**Total muestra:** 200 personas

### **VII. 3. EL CUESTIONARIO**

El modelo de cuestionario presentado para su aplicación se puede definir como un cuestionario semiestructurado, como a continuación se relaciona:

- Preguntas para elegir entre sí y no
- Un segundo tipo de preguntas que supone elegir una opción entre varias
- Un tercer tipo de preguntas que supone valorar del 1 (puntuación mínima) al 4 (puntuación máxima)
- Finalmente, preguntas de carácter abierto donde libremente se pueden exponer diferentes ideas por los encuestados

El total de las preguntas que conforman nuestro cuestionario asciende a la cantidad de 33.

En cuanto a su contenido se pueden agrupar en los siguientes:

- 1.- Un primer nivel relativo a la identificación académica y profesional del encuestado
- 2.- Un segundo nivel de preguntas sobre el tipo de titulación que debería tener un profesional del diseño textil y de la moda: duración, formación previa, acceso, etc.
- 3.- Sobre los generales que deberían incluirse en los estudios de Moda
- 4.- Sobre las materias y el curriculum que deberían incluirse en dichos estudios

## CAPÍTULO VIII

- 5.- Sobre la metodología a utilizar en las diferentes disciplinas en cuanto a formación teórica, teórica-práctica y necesidad de practicum
- 6.- Sobre la formación académica y nivel profesional de los docentes
- 7.- Sobre las perspectivas y posibilidades de inserción laboral

### VII. 3. 1. Modelo de cuestionario

Se puede decir que el Diseño Textil y Moda es la intersección entre lo posible y lo deseable, entre lo que se necesita y lo que se puede tener, entre el hombre y su entorno si lo vemos en el sentido más amplio, y desde lo cotidiano, entre el mercado, la producción y la cultura.

En el presente cuestionario encontrará Usted varios tipos de cuestiones; en unas se trata simplemente de elegir entre el **SI** y el **NO**, marcando para ello con una **X** la palabra que se corresponda con su respuesta. Un segundo tipo de preguntas supone elegir una opción entre varias; en tal caso, basta con marcar **X** el número que **precede** a la alternativa seleccionada por usted. Un tercer tipo de preguntas supone valorar del **1** (puntuación mínima) al **4** (puntuación máxima) marcando con una **X** su opción. Por último, hay algunas preguntas **abiertas**, donde se le solicita que, **libremente**, exponga sus ideas; si el espacio que se le concede es insuficiente, puede añadir lo que estime en folio aparte.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

1.-Indique su sexo

1.- Masculino

2.- Femenino

2.- Indique su edad

\_\_\_\_\_ Años

3.- ¿Posee alguna Titulación en Estudios de Moda?

1.- Si

2.- No

4.- En el caso de que posea alguna Titulación en Moda, ¿Puede indicarnos cuál?

\_\_\_\_\_

5.- ¿En qué ciudad curso esos estudios de Moda?

\_\_\_\_\_

6.- ¿Qué estudios le exigieron para acceder a esos estudios de Moda?

\_\_\_\_\_

7.- ¿Cuántos años comprendían los estudios de Moda que usted realizó?

\_\_\_\_\_Años

8.- ¿Qué años tenía usted cuando finalizó los estudios de Moda?

\_\_\_\_\_Años

9.- ¿Cuál cree usted qué tipo de titulación debería obtener el Diseñador de Moda?

1.- Grado Medio

2.- Grado Superior

3.- Grado Universitario

10.- ¿Cuántos años considera debería tener dicha Titulación?

1.- Dos años

2.- Tres años

3.- Cuatro años

4.- Cinco años

5.- Más de cinco años

## CAPÍTULO VIII

**11.-** ¿Cuáles cree usted que deberían ser los estudios mínimos exigibles para acceder a esos estudios?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.- Formación Profesional	1	2	4	5
2.- Bachillerato	1	2	4	5
3.- Selectividad	1	2	4	5

**12.-** Aparte de la exigencia de una titulación mínima para acceder a los estudios de Diseño Textil y de la Moda, considera ¿debería el alumno superar una prueba específica para poder acceder a esa Titulación?

1.- Si

2.- No

**13.-** En el caso de que la pregunta anterior fuese afirmativa, ¿Cómo considera debería ser esa prueba?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1.- Un ejercicio teórico de carácter general	1	2	3	4
2.- Un comentario de texto de un tema de actualidad	1	2	3	4
3.- Un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general	1	2	3	4
4.- Un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda	1	2	3	4
5.- Un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general	1	2	3	4
6.- Un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda	1	2	3	4
7.- Un ejercicio Mixto de un Comentario de Texto actual y una prueba de carácter creativa de un tema relacionado con el Campo del Diseño Textil y de la Moda	1	2	3	4

Otro \_\_\_\_\_

**14.-** ¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los estudios de Moda que usted ha cursado?

1.- Siempre

2.- Casi siempre

3.- Algunas veces

4.- Nunca

**15.-** ¿Qué Objetivos considera usted deberían proponerse a nivel general en unos estudios de Moda?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1.- Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda	1	2	3	4
2.- Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda	1	2	3	4
3.- Promover la Educación del Diseño Textil y de la Moda	1	2	3	4
4.- Desarrollar la Educación del Diseño y de la Moda	1	2	3	4
5.- Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la moda	1	2	3	4
6.- Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional	1	2	3	4
7.- Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional	1	2	3	4
8.- Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional	1	2	3	4
9.- Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos	1	2	3	4
10.-Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción	1	2	3	4
11.-Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda	1	2	3	4
12.-Contribuir a la Formación Permanente	1	2	3	4
13.-Potenciar la Creatividad	1	2	3	4
14.-Conocer la estructura de la industria de la confección	1	2	3	4
15.-Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre	1	2	3	4
16.-Formar en conocimientos tecnológicos	1	2	3	4
17.-Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos	1	2	3	4

## CAPÍTULO VIII

18.-Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda	1	2	3	4
19.-Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece	1	2	3	4
20.-Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente	1	2	3	4
21.- Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país	1	2	3	4
22.-Dotar de una formación suficiente para poder llevar a cabo proyectos de Investigación Científica	1	2	3	4

23.- Otros \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**16.-** En relación a las materias cursadas en los estudios que usted hizo de Moda ¿Considera que son los suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda?

1.- Si

2.- No

**17.-** ¿Qué materias considera deberían incluirse en un plan de estudios de Moda?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1.- Historia del Mundo	1	2	3	4
2.- Historia del Arte	1	2	3	4
3.- Historia de la moda	1	2	3	4
4.- Historia del Cine	1	2	3	4
5.- Filosofía de la Moda	1	2	3	4
6.- Sociología de la Moda	1	2	3	4
7.- Semiología de la Moda	1	2	3	4
8.- Estética	1	2	3	4
9.- Heurística	1	2	3	4
10.- Psicología	1	2	3	4
11.-Sociología General	1	2	3	4
12.-Introducción al Derecho	1	2	3	4
13.-Didáctica	1	2	3	4
14.-Informática	1	2	3	4
15.-Química General	1	2	3	4

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

16.-Geometría	1	2	3	4
17.-Geología	1	2	3	4
18.-Matemáticas Básicas	1	2	3	4
19.-Estadística	1	2	3	4
20.-Dibujo técnico	1	2	3	4
21.-Dibujo Artístico	1	2	3	4
22.-Crítica Literaria	1	2	3	4
23.-Pensamiento Crítico	1	2	3	4
24.-Antropología	1	2	3	4
25.-Lengua Española	1	2	3	4
26.-Idioma Inglés	1	2	3	4
27.-Idioma Francés	1	2	3	4
28.-Idioma Alemán	1	2	3	4
29.-Fotografía	1	2	3	4
30.-Comunicación Audiovisual	1	2	3	4
31.-Matemáticas Financieras	1	2	3	4
32.-Gestión Empresarial	1	2	3	4
33.-Marketing	1	2	3	4
34.-Análisis de Mercado	1	2	3	4
35.-Estudios de Mercado	1	2	3	4
36.-Técnicas de Producción	1	2	3	4
37.-Teoría de la Manipulación	1	2	3	4
38.-Análisis de Tejidos	1	2	3	4
39.-Diseño Textil	1	2	3	4
40.- Tecnología Textil	1	2	3	4
41.-Tecnología de la Confección	1	2	3	4
42.-Ergonomía	1	2	3	4
43.-Orientación Profesional	1	2	3	4
44.-Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas a la Moda	1	2	3	4
45.-Creatividad	1	2	3	4
46.-Publicidad	1	2	3	4
47.-Protocolo	1	2	3	4

48.- Otras \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**18.-** ¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que usted curso en sus estudios de Moda era la idónea?

1.- Siempre

## CAPÍTULO VIII

- 2.- Casi siempre
- 3.- Algunas veces
- 4.- Nunca

19.- ¿Cuál considera debería ser la Metodología más idónea en los estudios de Moda?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1.- Teórica y práctica al 50%	1	2	3	4
2.- Más teórica que práctica	1	2	3	4
3.- Más práctica que teórica	1	2	3	4

20.- En lo referente a la formación teórica (clases en el aula) ¿Qué número de alumnos considera usted sería el idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1.- Entre 10 y 15 alumnos.	1	2	3	4
2.- Entre 15 y 20 alumnos	1	2	3	4
3.- Entre 20 y 25 alumnos.	1	2	3	4
4.- Entre 25 y 30 alumnos.	1	2	3	4
5.- Más de 30 alumnos.	1	2	3	4

21.- Y en el caso de las prácticas ¿Qué número de alumnos considera usted sería el idóneo para un aprendizaje idóneo?

<b>Valoraciones</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1.- Entre 1 y 5 alumnos.	1	2	3	4
2.- Entre 5 y 10 alumnos.	1	2	3	4
3.- Entre 10 y 15 alumnos	1	2	3	4
4.- Entre 15 y 20 alumnos.	1	2	3	4
5.- Más de 20 alumnos	1	2	3	4

22.- En relación a las prácticas realizadas en el Centro donde realizó los estudios de Moda ¿Considera que han atendido correctamente a los objetivos propuestos?

- 1.- Siempre
- 2.- Casi siempre
- 3.- Algunas veces
- 4.- Nunca

**23.-** ¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?

- 1.- Si
- 2.- No

**24.-** ¿Ha hecho prácticas en talleres de Moda, Empresas, etc. durante el tiempo en el que usted ha cursado estudios de Moda?

- 1.- Si
- 2.- No

**25.-** En el caso en que la pregunta anterior haya sido afirmativa, ¿Considera que han atendido a los objetivos propuestos en su Centro de Formación?

- 1.- Siempre
- 2.- Casi siempre
- 3.- Algunas veces
- 4.- Nunca

**26.-** ¿Y considera han atendido a sus expectativas?

- 1.- Siempre
- 2.- Casi siempre
- 3.- Algunas veces
- 4.- Nunca

**27.-** ¿Dónde considera deberían hacerse las prácticas fuera del Centro Docente?

- 1.- En talleres de Diseñadores
  - 2.- En empresas textiles
  - 3.- Otras \_\_\_\_\_
- 

**28.-** En relación a la Formación Académica de los docentes del Centro donde ha cursado los estudios de Moda ¿Tenían Formación Universitaria?

- 1.- Todos
- 2.- Casi todos
- 3.- Pocos
- 4.- Ninguno

## CAPÍTULO VIII

**29.-** ¿Considera que los docentes de los centros de formación de Diseñadores de Moda deberían ser titulados universitarios?

- 1.- Todos
- 2.- Casi todos
- 3.- Algunos
- 4.- Ninguno

**30.-** En el Centro donde cursó los estudios de Moda, ¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios?

- 1.- Si
- 2.- No

**31.-** En el caso en que la respuesta de la pregunta anterior haya sido afirmativa ¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral?

- 1.- Si
- 2.- No

**32.-** ¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos de dicho centro?

- 1.- Si
- 2.- No

**33.-** Finalmente, si quiere hacer algún comentario hágalo a continuación.

---

---

---

---



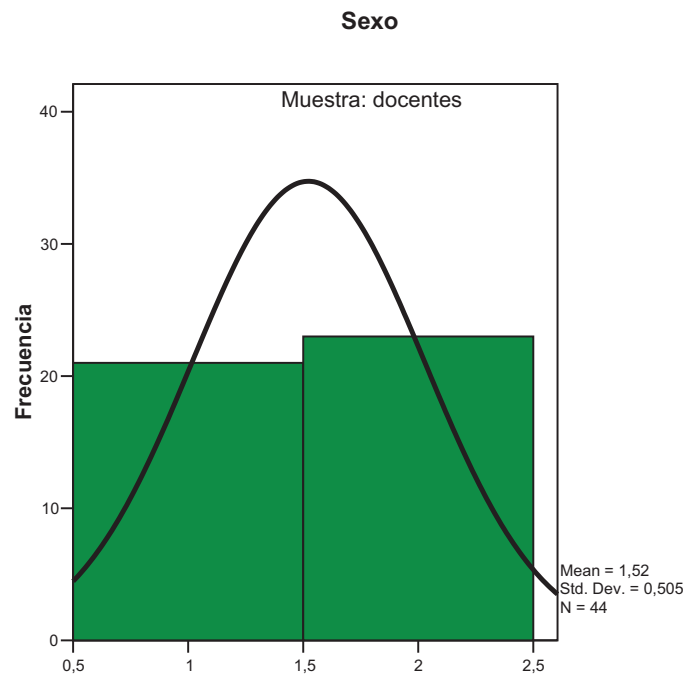
## **CAPÍTULO VIII.**

---

# **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

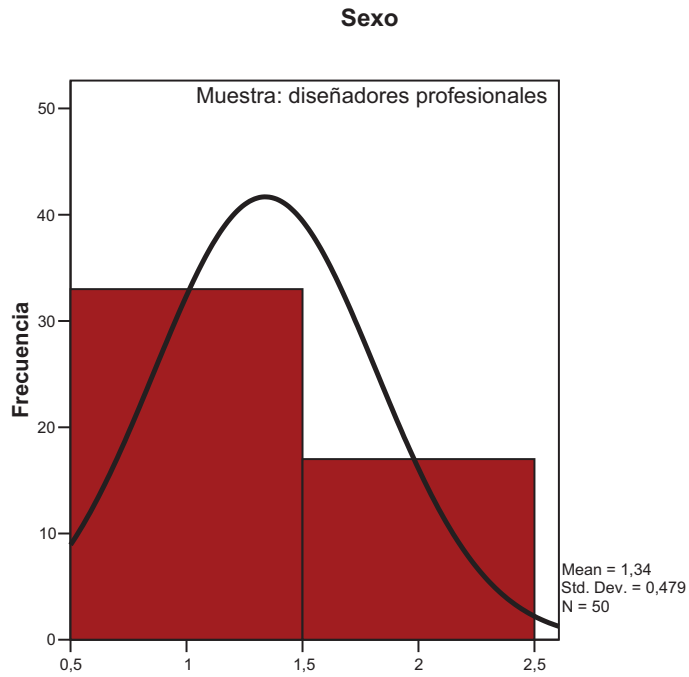
## Cuestión 1.- Sexo

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	masculino	21	47.7	47.7	47.7
		femenino	23	52.3	52.3	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	masculino	33	66.0	66.0	66.0
		femenino	17	34.0	34.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	masculino	34	32.1	32.1	32.1
		femenino	72	67.9	67.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

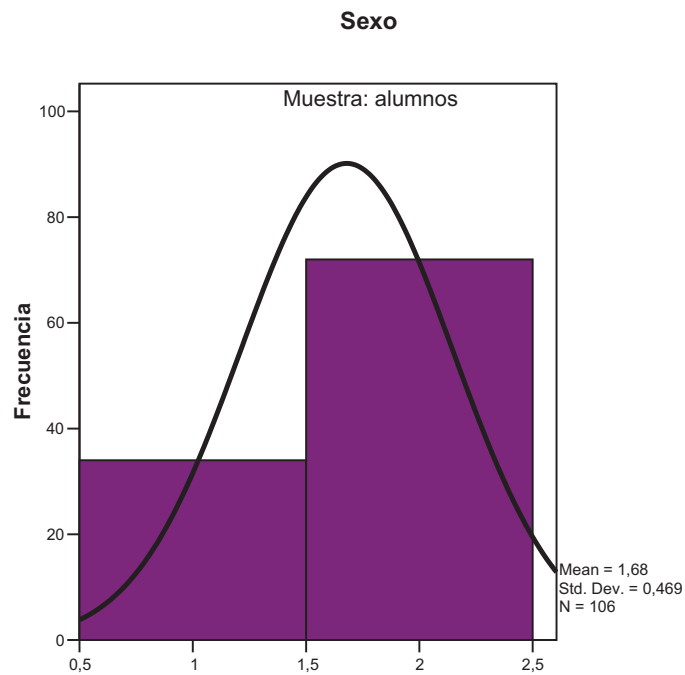


Del total de la muestra de docentes, 23 personas son de sexo femenino y 21 de sexo masculino.

## CAPÍTULO VIII



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 33 son de sexo masculino y 17 de sexo femenino.



Del total de la muestra de alumnos, 72 son de sexo femenino y 34 de sexo masculino.

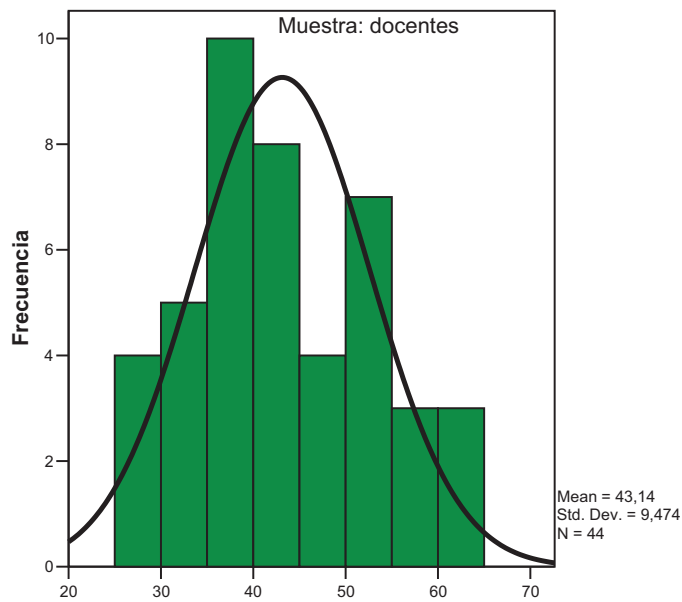
## Cuestión 2.- Edad

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	28	1	2.3	2.3	2.3
		29	3	6.8	6.8	9.1
		31	1	2.3	2.3	11.4
		33	3	6.8	6.8	18.2
		34	1	2.3	2.3	20.5
		36	2	4.5	4.5	25.0
		37	5	11.4	11.4	36.4
		38	1	2.3	2.3	38.6
		39	2	4.5	4.5	43.2
		41	1	2.3	2.3	45.5
		42	3	6.8	6.8	52.3
		43	3	6.8	6.8	59.1
		44	1	2.3	2.3	61.4
		46	1	2.3	2.3	63.6
		47	1	2.3	2.3	65.9
		48	2	4.5	4.5	70.5
		50	1	2.3	2.3	72.7
		51	2	4.5	4.5	77.3
		52	1	2.3	2.3	79.5
		54	3	6.8	6.8	86.4
		55	1	2.3	2.3	88.6
		56	1	2.3	2.3	90.9
		57	1	2.3	2.3	93.2
		60	1	2.3	2.3	95.5
61	1	2.3	2.3	97.7		
62	1	2.3	2.3	100.0		
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	24	2	4.0	4.0	4.0
		26	2	4.0	4.0	8.0
		27	1	2.0	2.0	10.0
		28	1	2.0	2.0	12.0
		29	1	2.0	2.0	14.0
		30	3	6.0	6.0	20.0
		31	2	4.0	4.0	24.0
		32	2	4.0	4.0	28.0
		33	3	6.0	6.0	34.0
		34	2	4.0	4.0	38.0
		35	3	6.0	6.0	44.0
		36	4	8.0	8.0	52.0
		37	1	2.0	2.0	54.0
		38	2	4.0	4.0	58.0
		39	3	6.0	6.0	64.0
		40	1	2.0	2.0	66.0
		42	3	6.0	6.0	72.0
43	2	4.0	4.0	76.0		
48	2	4.0	4.0	80.0		
50	1	2.0	2.0	82.0		

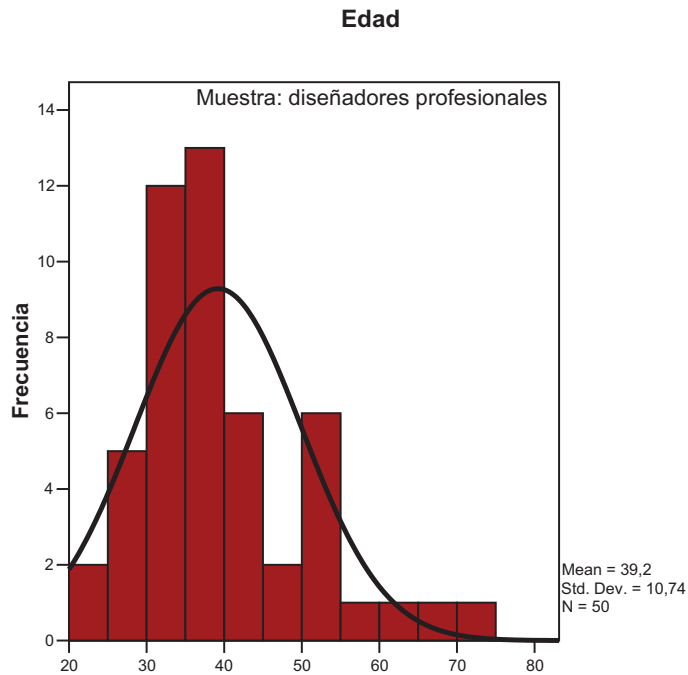
CAPÍTULO VIII

	52	2	4.0	4.0	86.0
	53	3	6.0	6.0	92.0
	55	1	2.0	2.0	94.0
	60	1	2.0	2.0	96.0
	66	1	2.0	2.0	98.0
	72	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos				
	22	3	2.8	2.8	2.8
	23	9	8.5	8.5	11.3
	24	24	22.6	22.6	34.0
	25	21	19.8	19.8	53.8
	26	25	23.6	23.6	77.4
	27	11	10.4	10.4	87.7
	28	5	4.7	4.7	92.5
	29	4	3.8	3.8	96.2
	31	2	1.9	1.9	98.1
	34	1	.9	.9	99.1
	35	1	.9	.9	100.0
	Total	106	100.0	100.0	

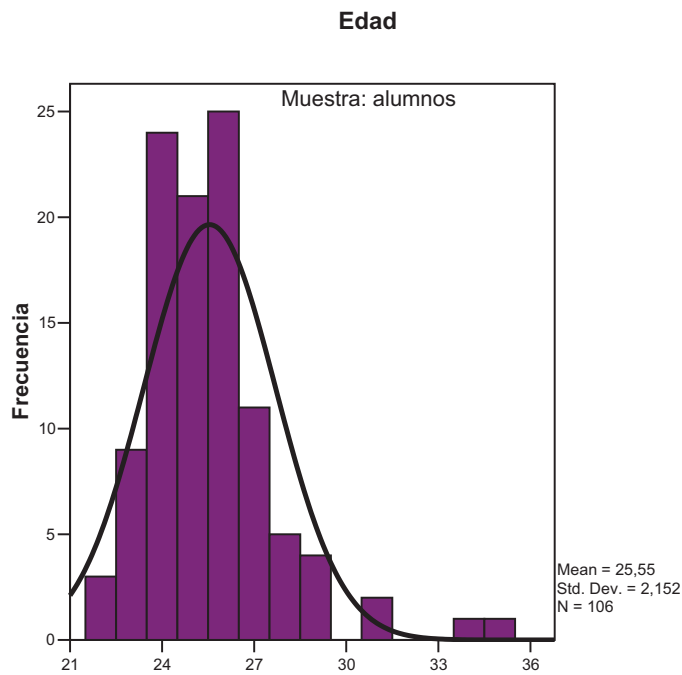
Edad



La franja de edad más representativa del grupo de docentes corresponde al intervalo de 35 a 40 años, con un total de 10 individuos.



La franja de edad más representativa entre los diseñadores profesionales corresponde al intervalo de 35 a 40 años, con un total de 14 individuos.

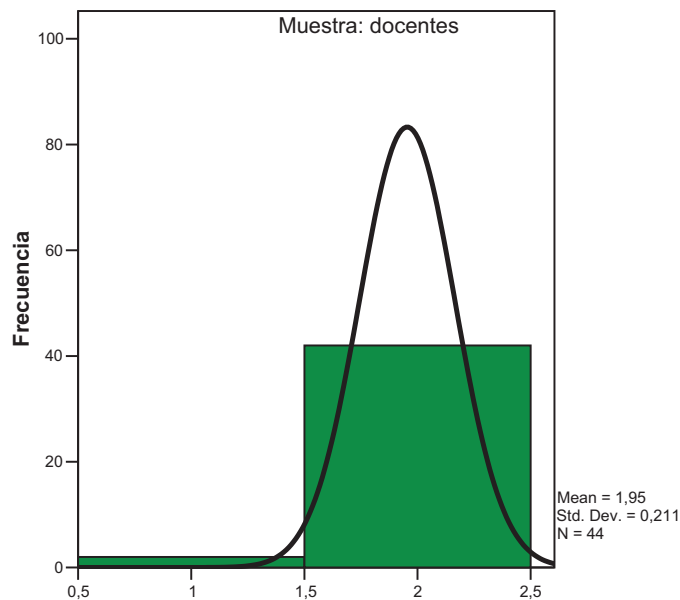


El intervalo de edad más representativo de los alumnos corresponde a la franja de edad de entre 23 y 28 años, con un total de 95 individuos.

**Cuestión 3.- ¿Posee alguna titulación en Estudios de Moda?**

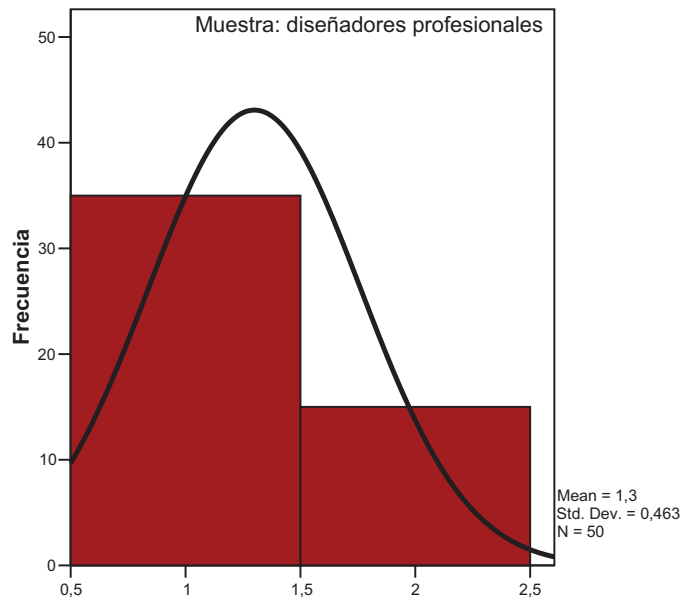
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	Si	2	4.5	4.5	4.5
		No	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores	Válidos	Si	35	70.0	70.0	70.0
		No	15	30.0	30.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	Si	106	100.0	100.0	100.0

**¿Posee alguna titulación en Estudios de Moda?**



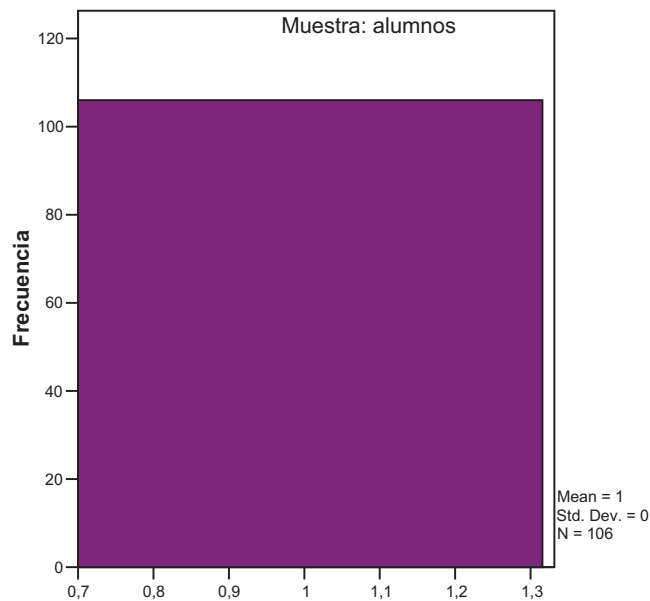
Del total de la muestra de docentes, 42 poseen alguna titulación en Estudios de Moda frente a 2 que no poseen ninguna titulación en Estudios de Moda.

¿Posee alguna titulación en Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 35 sí tenían una alguna titulación en Estudios de Moda frente a 15 que no poseía ninguna.

¿Posee alguna titulación en Estudios de Moda?

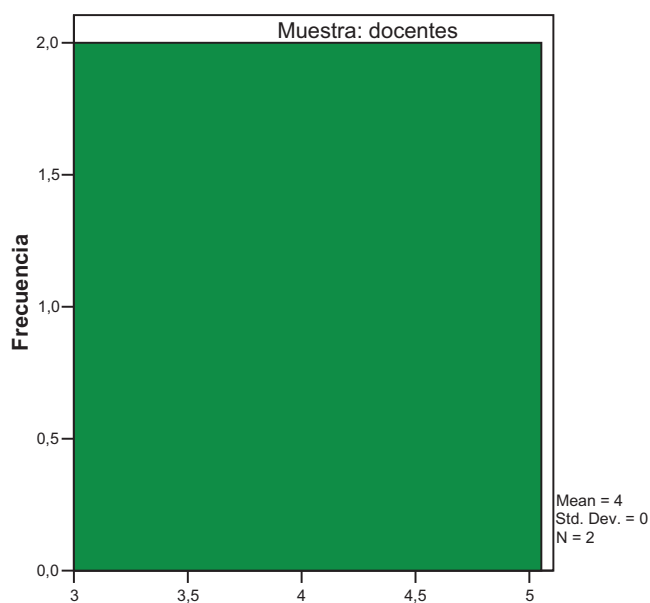


El total de alumnos participantes poseían alguna titulación en Estudios de Moda.

**Cuestión 7.- ¿Cuántos años comprendían los Estudios de Moda que Usted realizó?**

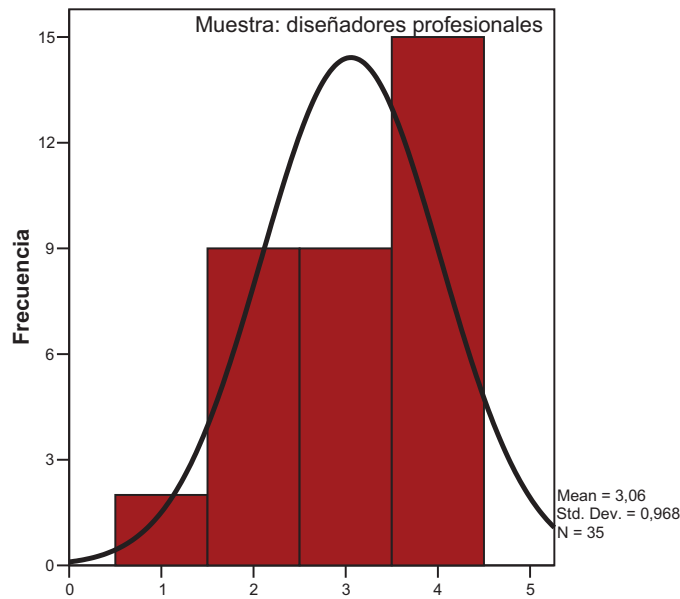
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
docentes	Válidos	4	2	4.5	100.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	42	95.5			
	Total		44	100.0			
diseñadores profesionales	Válidos	1	2	4.0	5.7	5.7	
		2	9	18.0	25.7	31.4	
		3	9	18.0	25.7	57.1	
		4	15	30.0	42.9	100.0	
		Total	35	70.0	100.0		
		Perdidos	Sistema	15	30.0		
		Total		50	100.0		
alumnos	Válidos	3	52	49.1	49.1	49.1	
		4	54	50.9	50.9	100.0	
	Total		106	100.0	100.0		

**¿Cuántos años comprendían los Estudios de Moda que Usted realizó?**



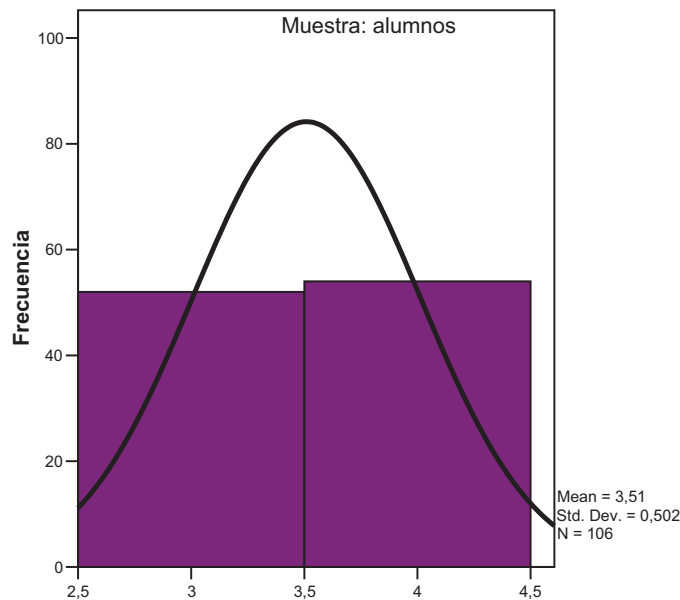
De las respuestas válidas en el área de los docentes, el 100% ha indicado que sus Estudios de Moda comprendían cuatro años.

**¿Cuántos años comprendían los Estudios de Moda que Usted realizó?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, la mayoría (15) ha indicado que sus Estudios de Moda se desarrollaron en 4 años.

**¿Cuántos años comprendían los Estudios de Moda que Usted realizó?**

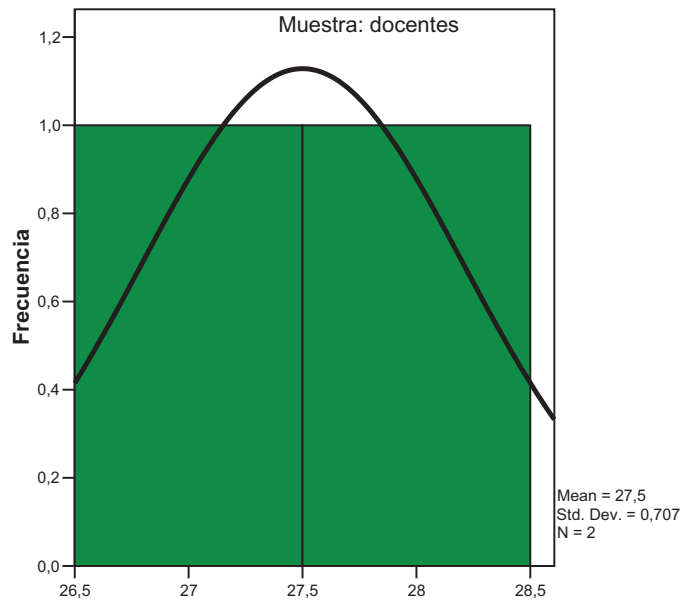


Del total de la muestra de alumnos, 54 han indicado que sus Estudios de Moda duraron 4 años frente a 52 que indicaron que comprendieron 3 años.

**Cuestión 8.- ¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?**

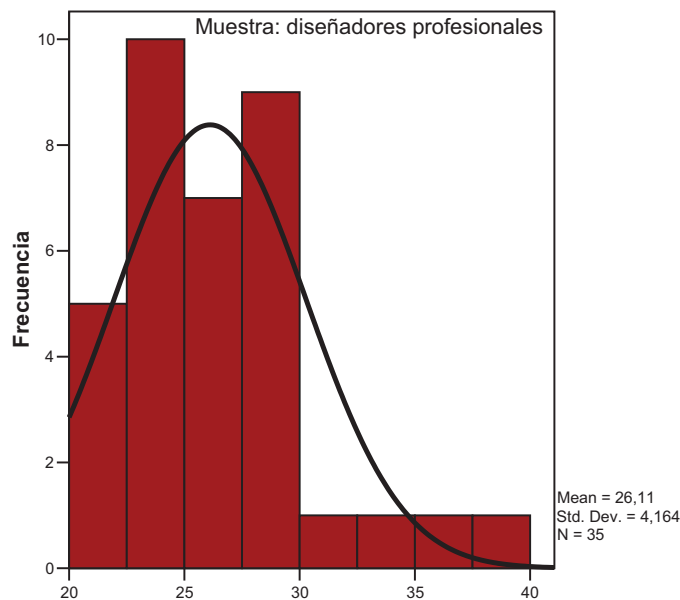
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
docentes	Válidos	27	1	2.3	50.0	50.0	
		28	1	2.3	50.0	100.0	
		Total	2	4.5	100.0		
	Perdidos	Sistema	42	95.5			
	Total	44	100.0				
diseñadores profesionales	Válidos	21	2	4.0	5.7	5.7	
		22	3	6.0	8.6	14.3	
		23	7	14.0	20.0	34.3	
		24	3	6.0	8.6	42.9	
		25	4	8.0	11.4	54.3	
		26	3	6.0	8.6	62.9	
		28	5	10.0	14.3	77.1	
		29	4	8.0	11.4	88.6	
		30	1	2.0	2.9	91.4	
		34	1	2.0	2.9	94.3	
		35	1	2.0	2.9	97.1	
		40	1	2.0	2.9	100.0	
		Total	35	70.0	100.0		
		Perdidos	Sistema	15	30.0		
		Total	50	100.0			
		alumnos	Válidos	21	2	1.9	1.9
22	17			16.0	16.0	17.9	
23	52			49.1	49.1	67.0	
24	22			20.8	20.8	87.7	
25	6			5.7	5.7	93.4	
26	3			2.8	2.8	96.2	
27	1			.9	.9	97.2	
28	2			1.9	1.9	99.1	
29	1			.9	.9	100.0	
Total	106			100.0	100.0		

¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?



Del total de respuestas válidas recogidas entre los docentes, la mitad finalizó sus Estudios de Moda con 27 años y la otra mitad con 28.

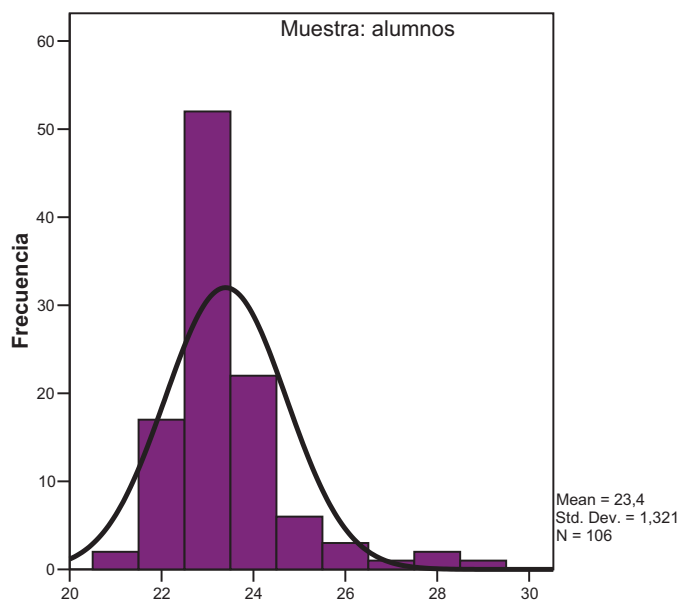
¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, la mayoría finalizaron sus Estudios de Moda con 23 años (7 respuestas) o con 28 (5 respuestas).

## CAPÍTULO VIII

### ¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?

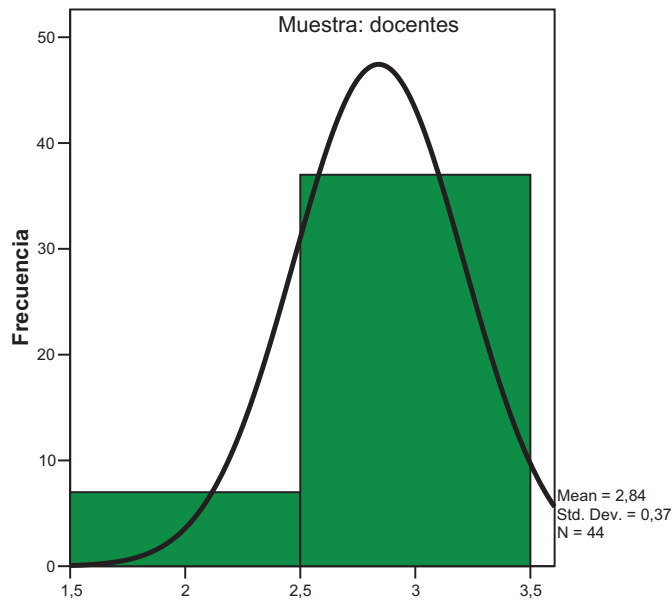


Del total de la muestra de alumnos, la franja mayoritaria de edad de finalización de sus Estudios de Moda corresponde a la de 23 años con 52 respuestas.

### Cuestión 9.- ¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?

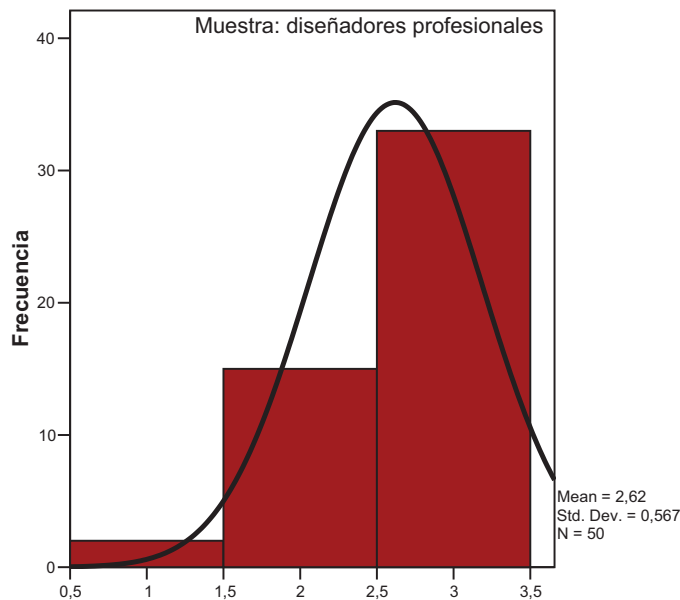
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	Grado Superior	7	15.9	15.9	15.9
		Grado Universitario	37	84.1	84.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	Grado Medio	2	4.0	4.0	4.0
		Grado Superior	15	30.0	30.0	34.0
		Grado Universitario	33	66.0	66.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	Grado Medio	4	3.8	3.8	3.8
		Grado Superior	30	28.3	28.3	32.1
		Grado Universitario	72	67.9	67.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?**



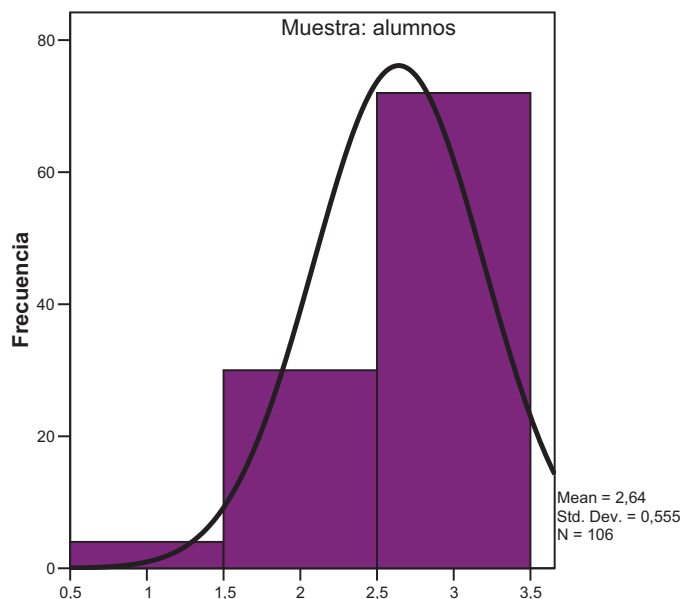
Del total de la muestra de docentes, 37 individuos consideran que la titulación obtenida por el Diseñador de Moda debería ser Grado Universitario.

**¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 33 individuos consideran que la Titulación obtenida en por un Diseñador de Moda debería ser Grado Universitario.

**¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?**

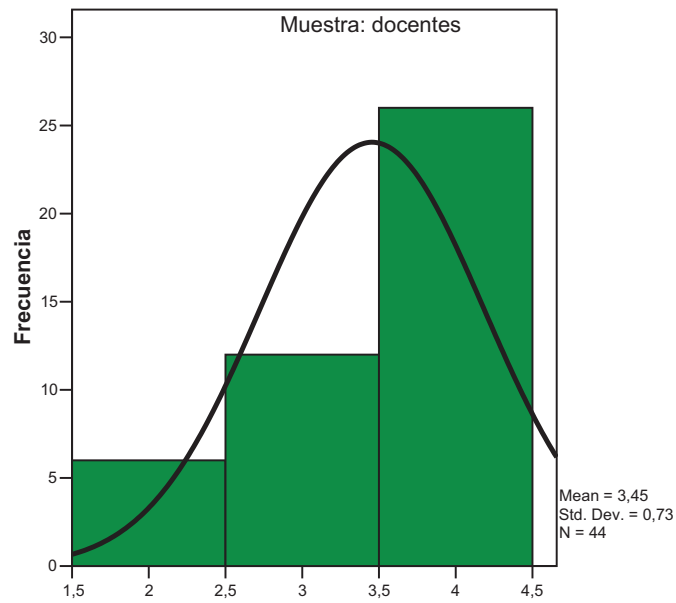


Del total de la muestra de alumnos, un total de 72 individuos consideran que la Titulación obtenida por un Diseñador de Moda debería ser Grado Universitario.

**Cuestión 10.- ¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?**

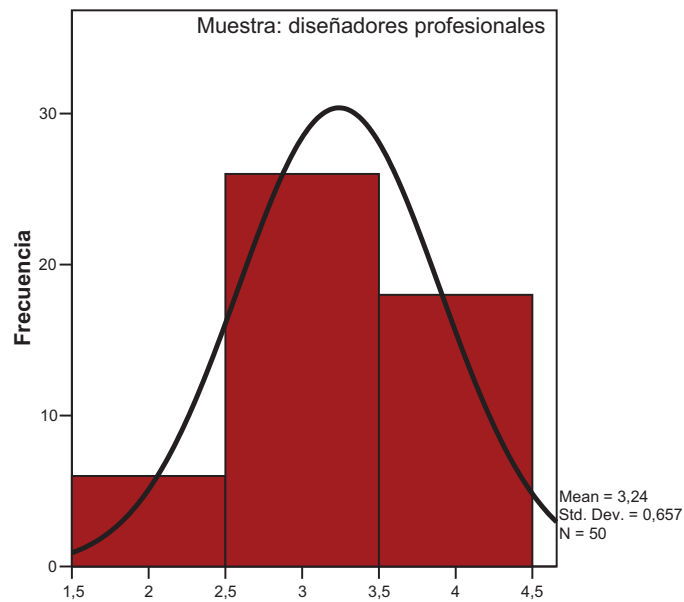
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	tres años	6	13.6	13.6	13.6
		cuatro años	12	27.3	27.3	40.9
		cinco años	26	59.1	59.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	tres años	6	12.0	12.0	12.0
		cuatro años	26	52.0	52.0	64.0
		cinco años	18	36.0	36.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	dos años	2	1.9	1.9	1.9
		tres años	27	25.5	25.5	27.4
		cuatro años	28	26.4	26.4	53.8
		cinco años	49	46.2	46.2	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?**



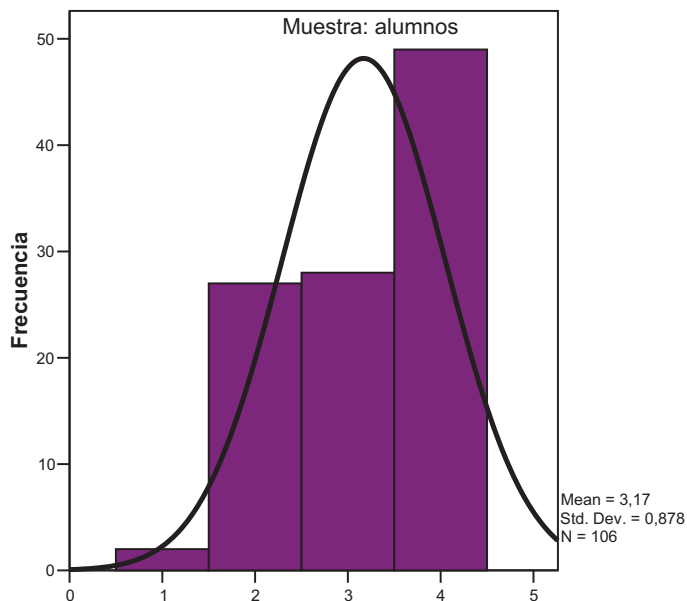
Del total de la muestra de docentes, un total de 26 individuos consideran que los Estudios de Moda deberían durar 5 años.

**¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, un total de 26 individuos consideran que los Estudios de Moda deberían durar 4 años.

**¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?**

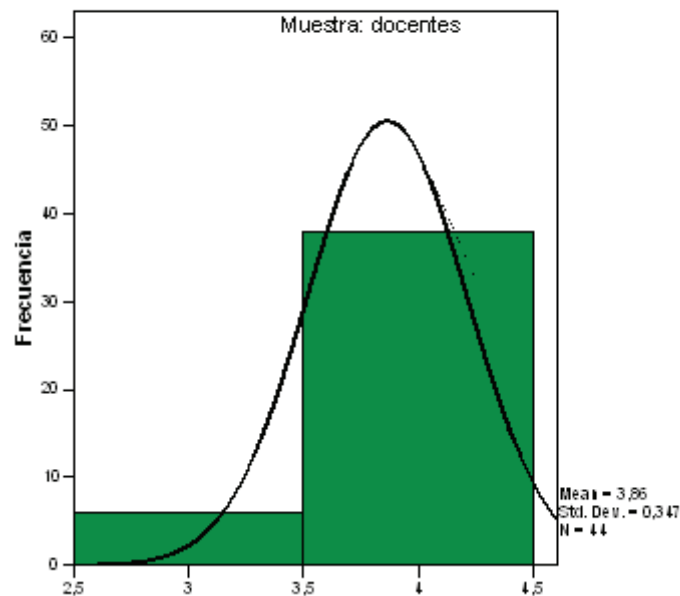


Del total de la muestra de alumnos, un total de 49 individuos consideran que los Estudios de Moda deberían durar 5 años.

**Cuestión 11. 1.- ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?**

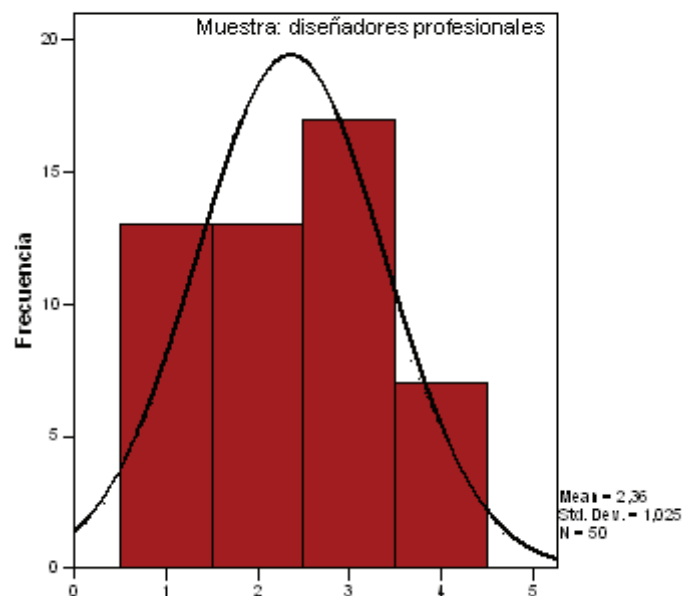
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	6	13.6	13.6	13.6
		mucho	38	86.4	86.4	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	13	26.0	26.0	26.0
		poco	13	26.0	26.0	52.0
		bastante	17	34.0	34.0	86.0
		mucho	7	14.0	14.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	11	10.4	10.5	10.5
		bastante	63	59.4	60.0	70.5
		mucho	31	29.2	29.5	100.0
		Total	105	99.1	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	.9		
Total			106	100.0		

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?**



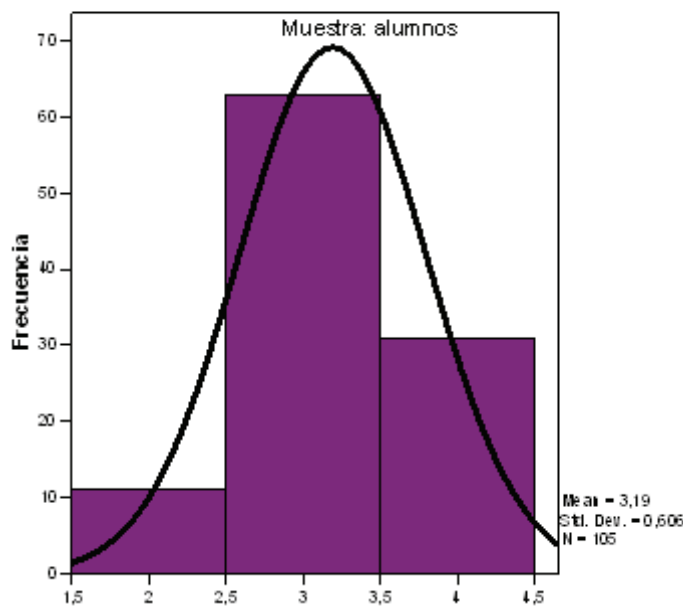
Del total de la muestra de docentes, un total de 38 docentes considera como muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Formación Profesional.

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, un total de 17 diseñadores considera como bastante importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Formación Profesional.

**¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?**

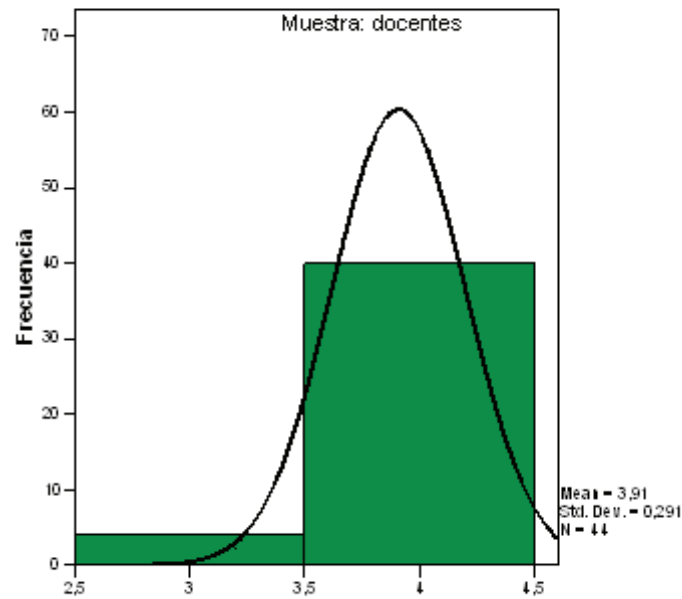


Del total de la muestra de alumnos, un total de 63 individuos considera como bastante importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Formación Profesional.

**Cuestión 11. 2.- ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Bachillerato?**

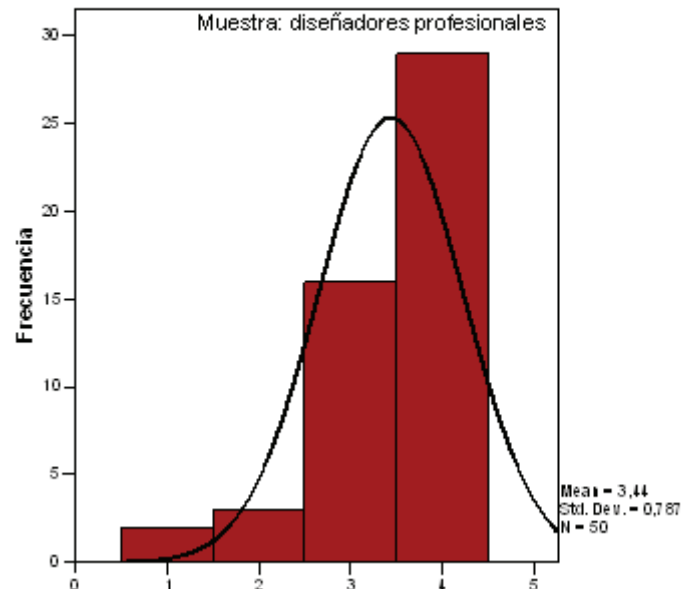
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	4	9.1	9.1	9.1
		mucho	40	90.9	90.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	2	4.0	4.0	4.0
		poco	3	6.0	6.0	10.0
		bastante	16	32.0	32.0	42.0
		mucho	29	58.0	58.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	2	1.9	1.9	1.9
		bastante	19	17.9	18.1	20.0
		mucho	84	79.2	80.0	100.0
		Total	105	99.1	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	.9		
Total			106	100.0		

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de COU?**



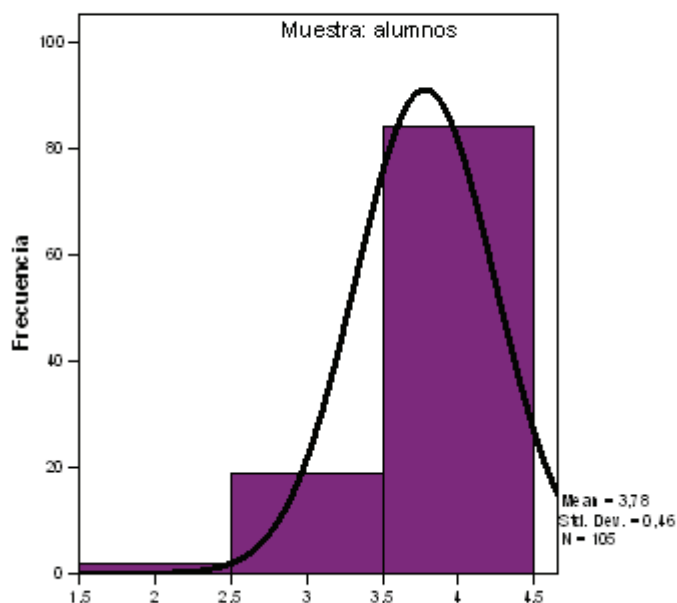
Del total de la muestra de docentes, un total de 40 docentes considera como muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de COU.

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de COU?**



Del total de la muestra de diseñadores, un total de 29 individuos considera como muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de COU.

**¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de COU?**



Del total de la muestra de alumnos, un total de 84 individuos considera como muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de COU.

**Cuestión 11. 3.- ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?**

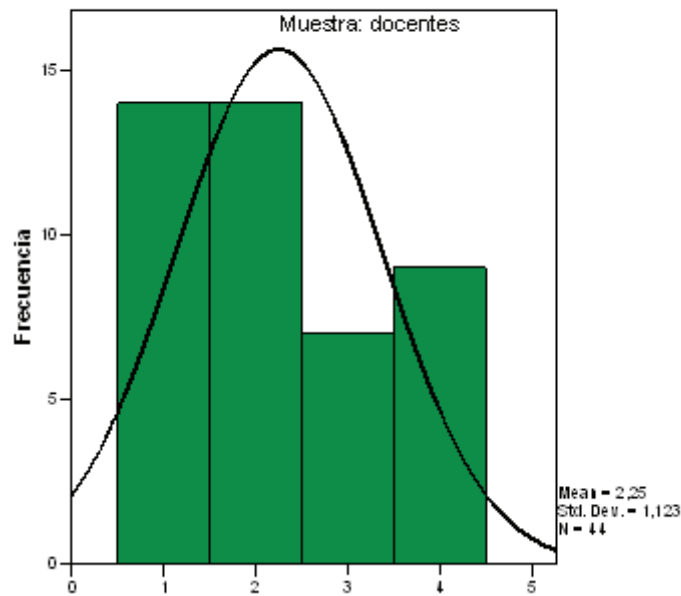
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	14	31.8	31.8	31.8
		poco	14	31.8	31.8	63.6
		bastante	7	15.9	15.9	79.5
		mucho	9	20.5	20.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	25	50.0	50.0	50.0
		poco	10	20.0	20.0	70.0
		bastante	10	20.0	20.0	90.0
		mucho	5	10.0	10.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	13	12.3	12.4	12.4
		poco	23	21.7	21.9	34.3
		bastante	40	37.7	38.1	72.4
		mucho	29	27.4	27.6	100.0
		Total	105	99.1	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	.9		

Total

106

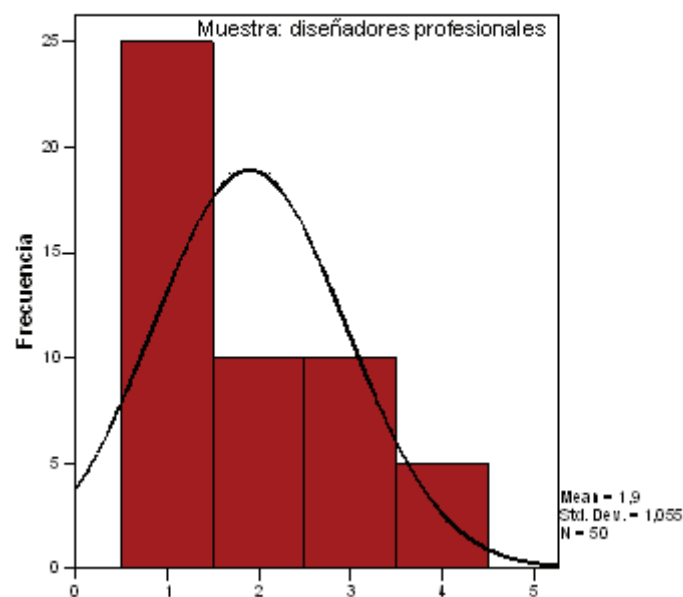
100.0

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?**



Del total de la muestra de docentes, un total de 28 individuos considera como poco o nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Selectividad.

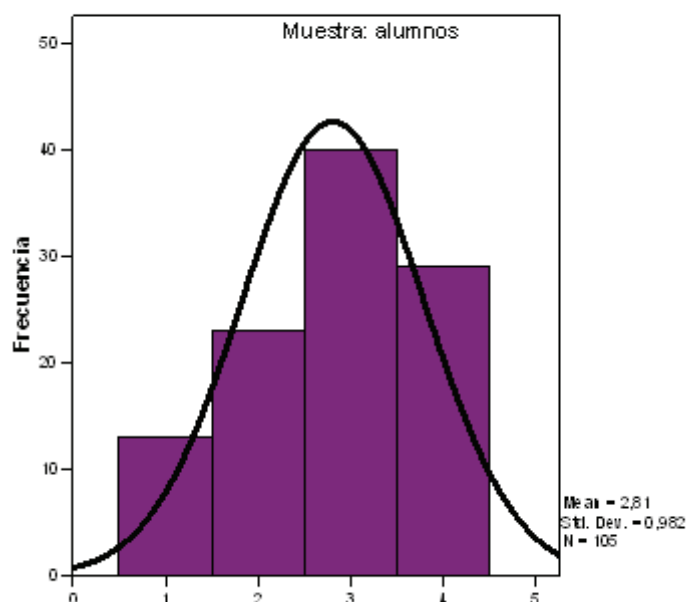
**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?**



## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de diseñadores profesionales, un total de 25 individuos considera como nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Selectividad.

### ¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?

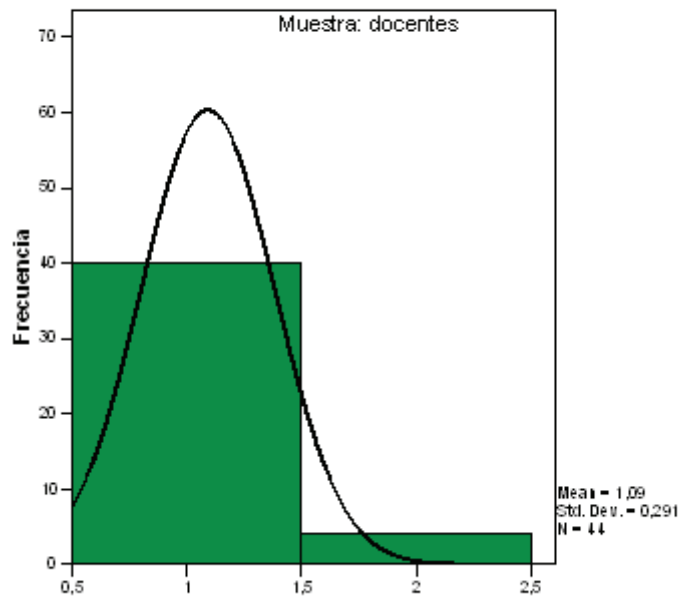


Del total de la muestra de alumnos, un total de 40 individuos considera bastante importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Selectividad.

### Cuestión 12.- ¿ Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?

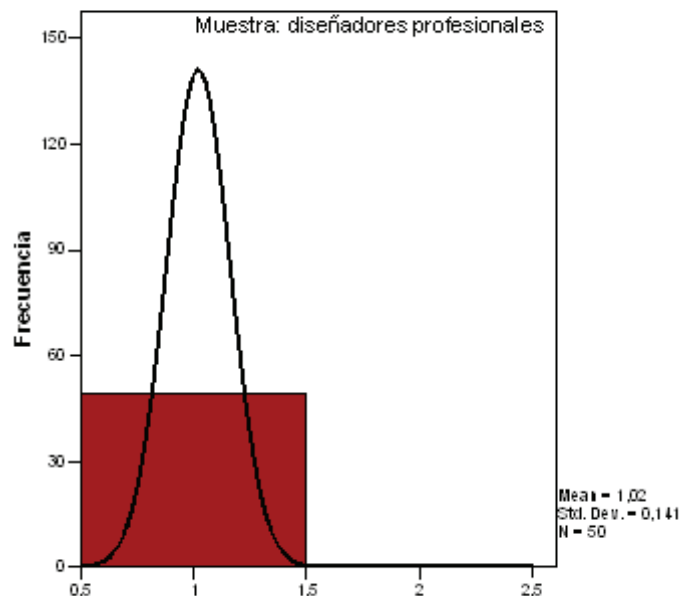
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	40	90.9	90.9	90.9
		no	4	9.1	9.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	si	49	98.0	98.0	98.0
		no	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	si	101	95.3	95.3	95.3
		no	5	4.7	4.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?**



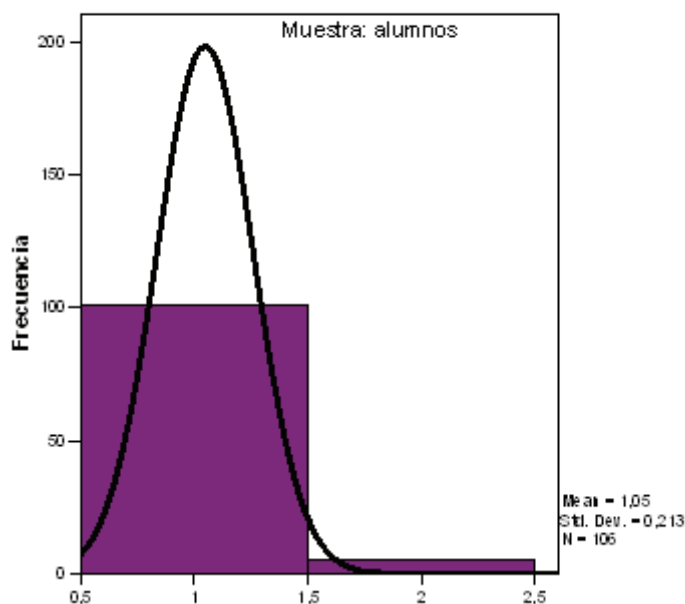
Del total de la muestra de docentes, la mayoría (40) opina que el alumno debe de superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda.

**¿Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, la mayoría (49) opina que el alumno debe de superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda.

**¿Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?**

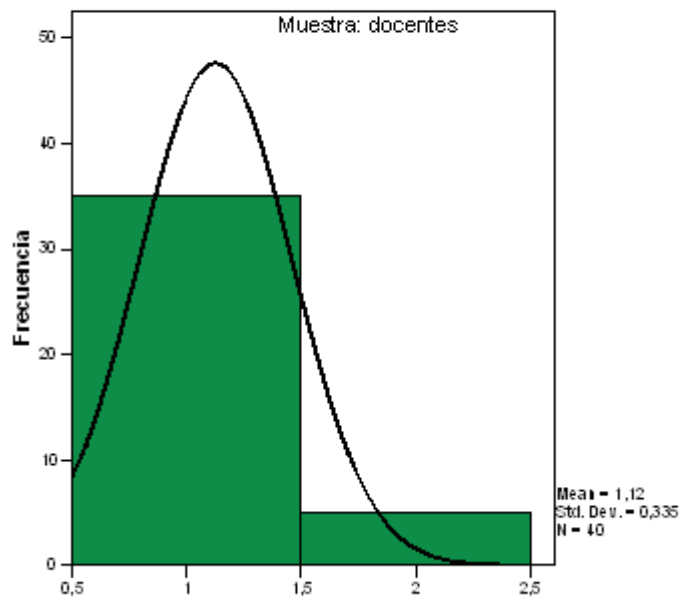


Del total de la muestra de alumnos, la mayoría (101 individuos) opina que el alumno debe de superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda.

**Cuestión 13. 1.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?**

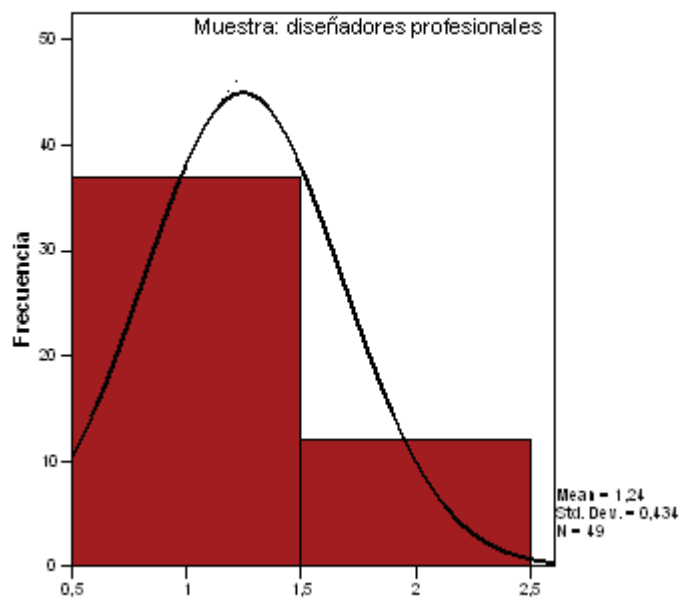
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	35	79.5	87.5	87.5
		poco	5	11.4	12.5	100.0
		Total	40	90.9	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	9.1		
Total		44	100.0			
diseñadores profesionales	Válidos	nada	37	74.0	75.5	75.5
		poco	12	24.0	24.5	100.0
		Total	49	98.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	2.0		
		Total	50	100.0		
alumnos	Válidos	nada	67	63.2	65.7	65.7
		poco	31	29.2	30.4	96.1
		bastante	4	3.8	3.9	100.0
		Total	102	96.2	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	3.8		
		Total	106	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?**



Del total de la muestra de docentes, 35 individuos consideran que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general.

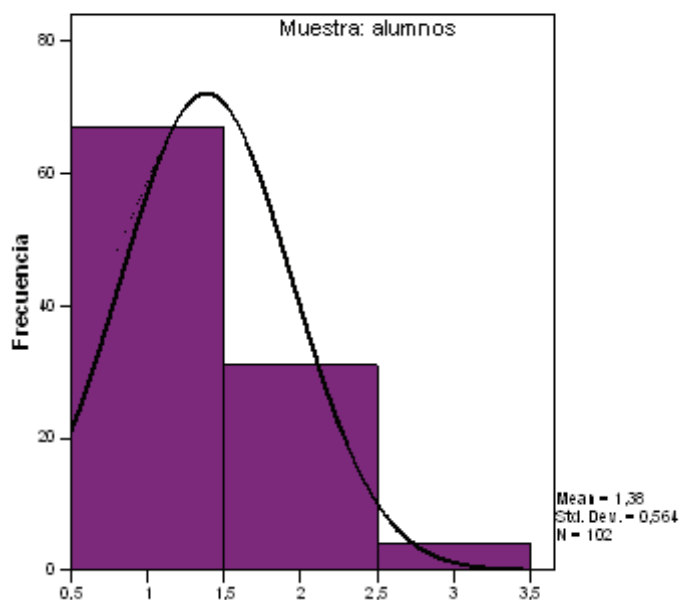
**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?**



## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 37 individuos consideran que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?**



Del total de la muestra de alumnos, 67 individuos consideran que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general.

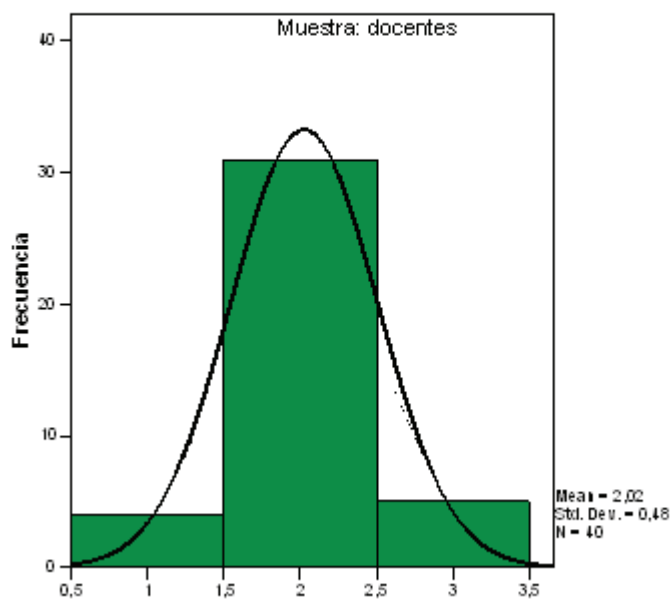
**Cuestión 13. 2.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	4	9.1	10.0	10.0
		poco	31	70.5	77.5	87.5
		bastante	5	11.4	12.5	100.0
		Total	40	90.9	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	9.1		
	Total	44	100.0			
diseñadores profesionales	Válidos	nada	23	46.0	46.9	46.9
		poco	18	36.0	36.7	83.7
		bastante	8	16.0	16.3	100.0
		Total	49	98.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	2.0		
	Total	50	100.0			
alumnos	Válidos	nada	14	13.2	13.7	13.7

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

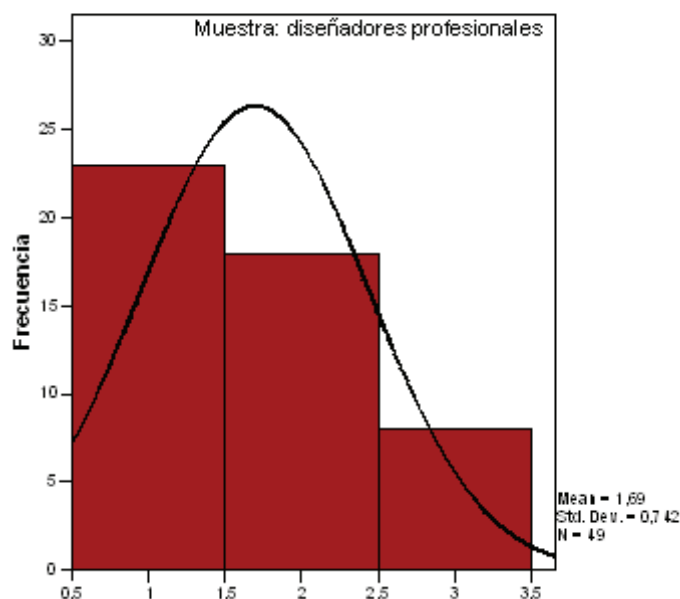
	poco	69	65.1	67.6	81.4
	bastante	19	17.9	18.6	100.0
	Total	102	96.2	100.0	
Perdidos	Sistema	4	3.8		
Total		106	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?**



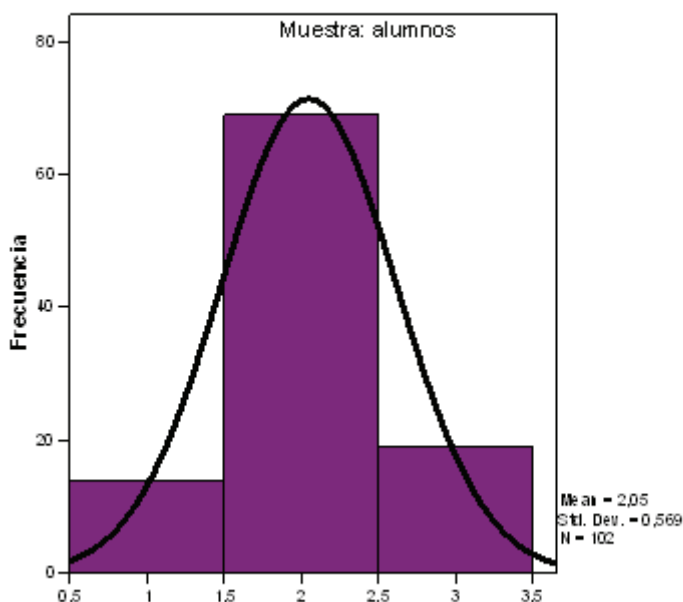
Del total de la muestra de docentes, 31 individuos consideran poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un comentario de texto de un tema de actualidad.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 23 individuos consideran nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un comentario de texto de un tema de actualidad.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?**

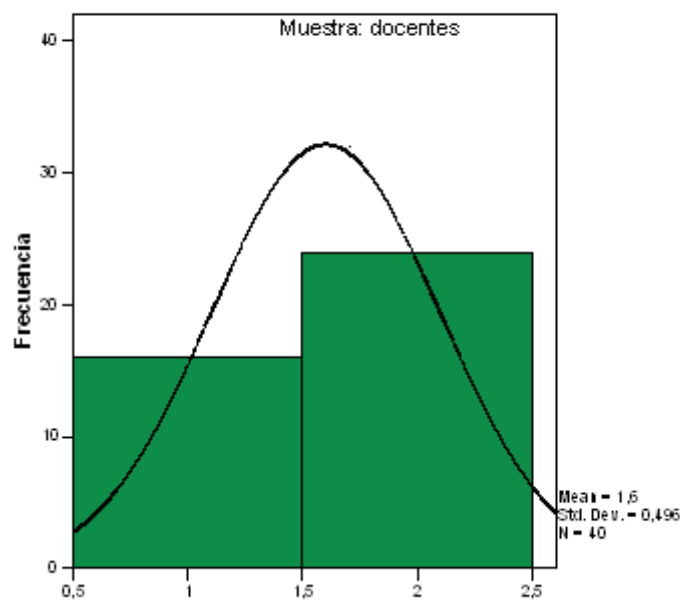


Del total de la muestra de alumnos, 69 individuos consideran poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un comentario de texto de un tema de actualidad.

**Cuestión 13. 5.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	16	36.4	40.0	40.0
		poco	24	54.5	60.0	100.0
		Total	40	90.9	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	9.1		
		Total	44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	nada	25	50.0	51.0	51.0
		poco	23	46.0	46.9	98.0
		bastante	1	2.0	2.0	100.0
		Total	49	98.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	2.0		
alumnos	Válidos	nada	29	27.4	28.4	28.4
		poco	46	43.4	45.1	73.5
		bastante	27	25.5	26.5	100.0
		Total	102	96.2	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	3.8		
	Total	106	100.0			

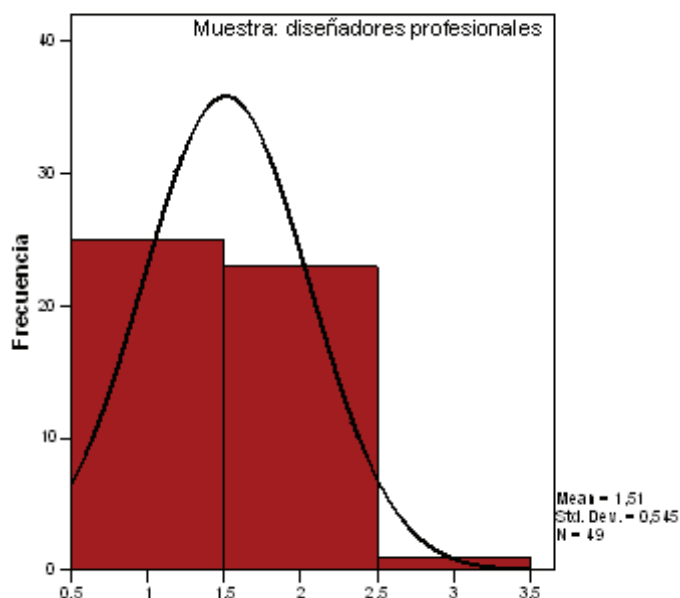
**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?**



## CAPÍTULO VIII

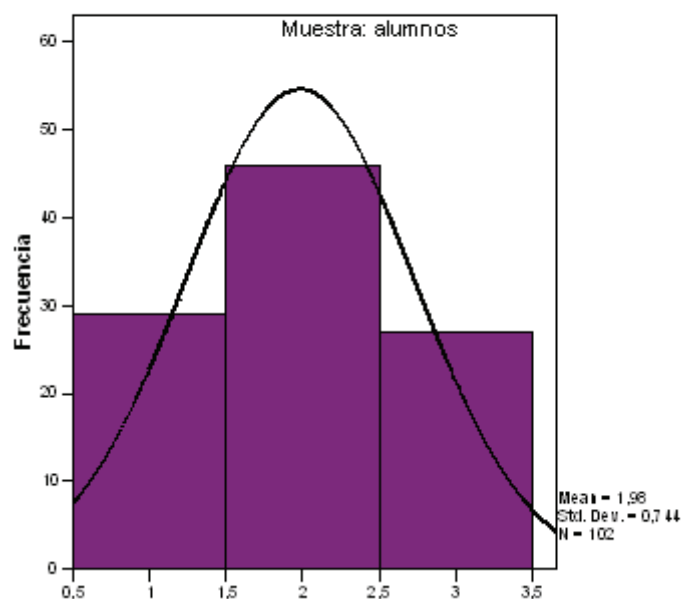
Del total de la muestra de docentes, 24 individuos consideran poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 54 individuos consideran nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?**

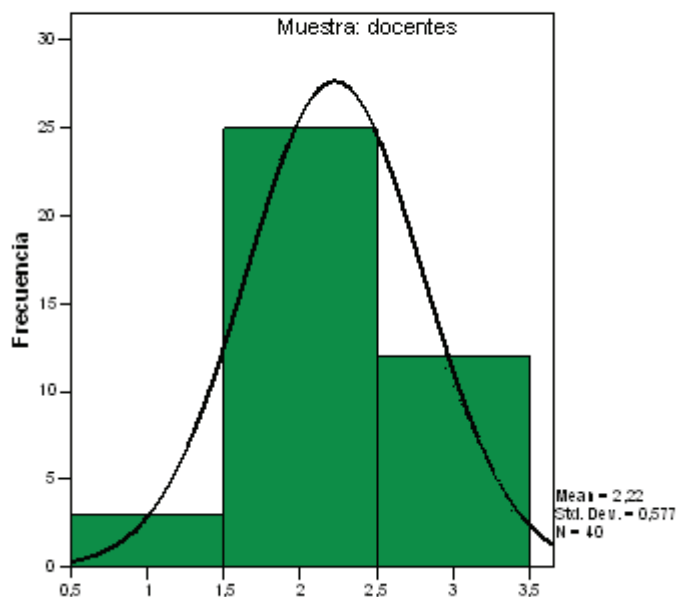


Del total de la muestra de alumnos, 46 individuos consideran poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general.

**Cuestión 15. 6.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?**

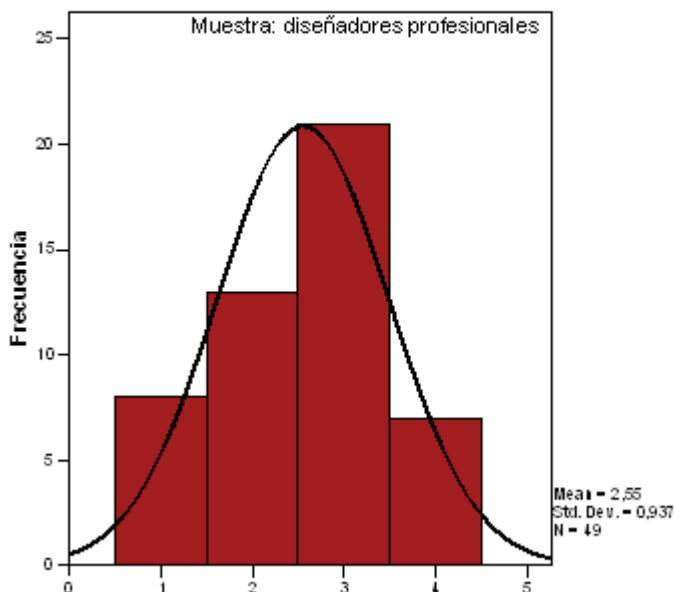
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	3	6.8	7.5	7.5
		poco	25	56.8	62.5	70.0
		bastante	12	27.3	30.0	100.0
		Total	40	90.9	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	9.1		
	Total	44	100.0			
diseñadores profesionales	Válidos	nada	8	16.0	16.3	16.3
		poco	13	26.0	26.5	42.9
		bastante	21	42.0	42.9	85.7
		mucho	7	14.0	14.3	100.0
	Total	49	98.0	100.0		
Perdidos	Sistema	1	2.0			
	Total	50	100.0			
alumnos	Válidos	nada	13	12.3	12.7	12.7
		poco	43	40.6	42.2	54.9
		bastante	46	43.4	45.1	100.0
		Total	102	96.2	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	3.8		
	Total	106	100.0			

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?**



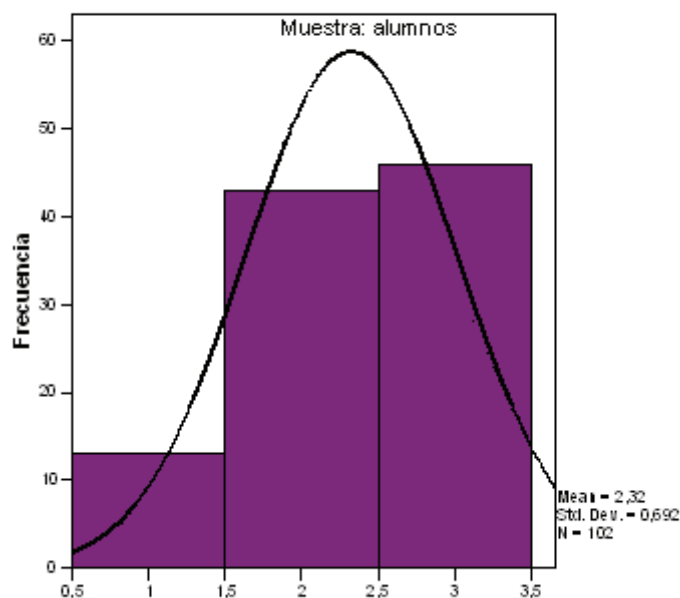
Del total de la muestra de docentes, 25 individuos consideran poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 21 individuos consideran bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?**



Del total de la muestra de alumnos, 46 individuos consideran bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda.

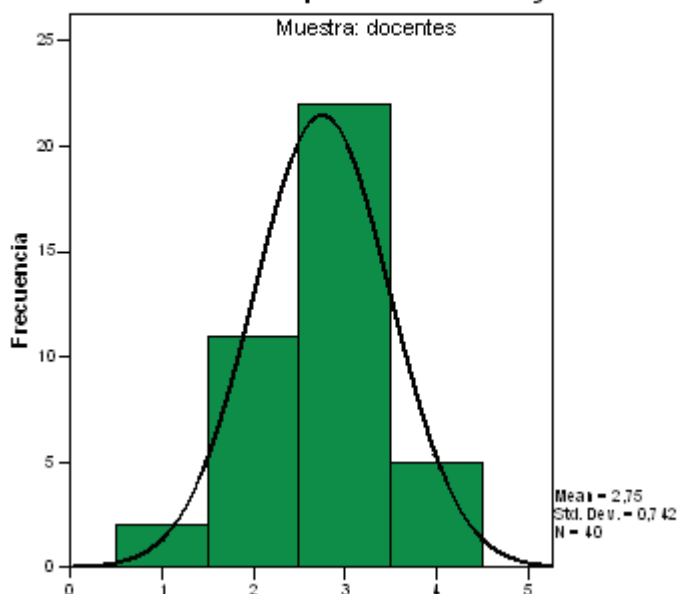
**Cuestión 13. 7. Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	2	4.5	5.0	5.0
		poco	11	25.0	27.5	32.5
		bastante	22	50.0	55.0	87.5
		mucho	5	11.4	12.5	100.0
		Total	40	90.9	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	9.1		
	Total		44	100.0		

## CAPÍTULO VIII

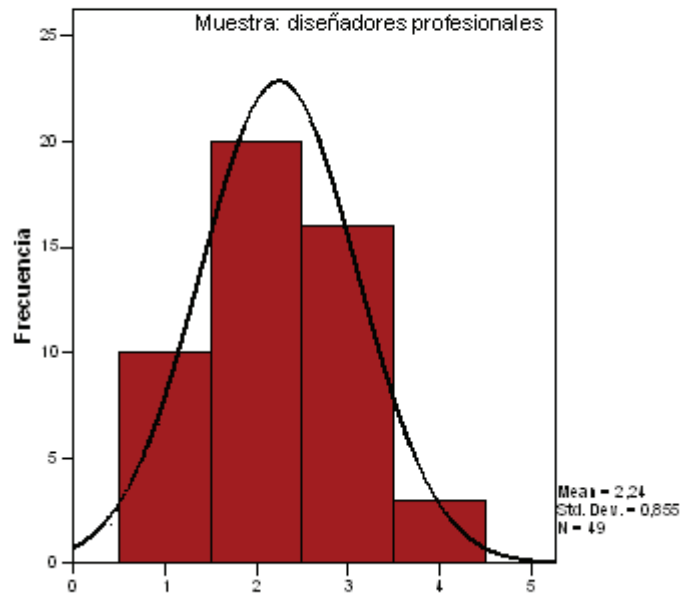
diseñadores profesionales	Válidos	nada	10	20.0	20.4	20.4
		poco	20	40.0	40.8	61.2
		bastante	16	32.0	32.7	93.9
		mucho	3	6.0	6.1	100.0
		Total	49	98.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	2.0		
	Total		50	100.0		
alumnos	Válidos	nada	6	5.7	5.9	5.9
		poco	38	35.8	37.3	43.1
		bastante	45	42.5	44.1	87.3
		mucho	13	12.3	12.7	100.0
		Total	102	96.2	100.0	
	Perdidos	Sistema	4	3.8		
	Total		106	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**



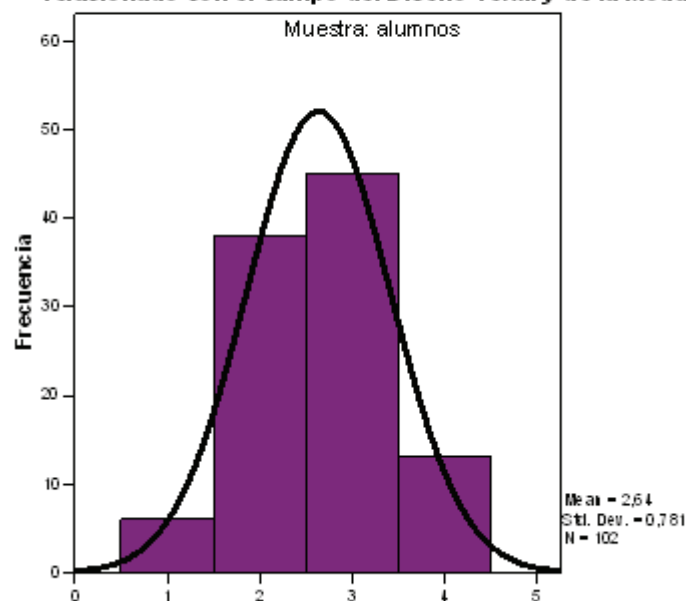
Del total de la muestra de docentes, 22 individuos consideran bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo Textil y de la Moda.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 20 individuos consideran poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo Textil y de la Moda.

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**



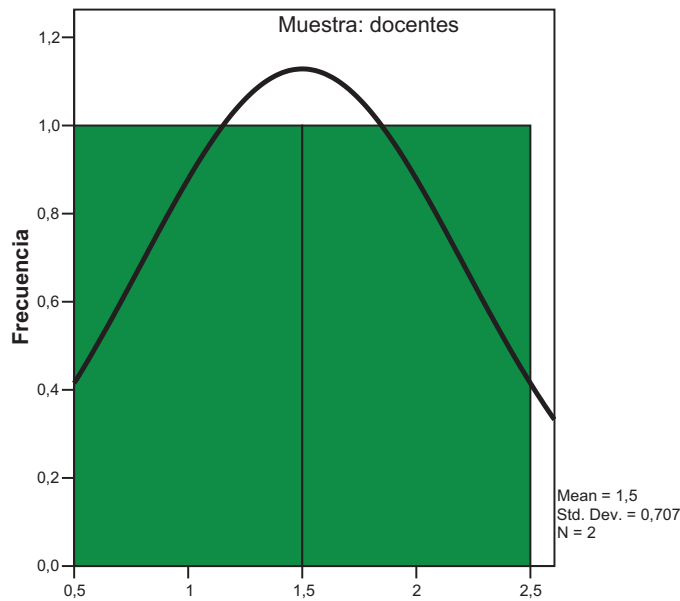
## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de alumnos, 45 individuos consideran bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativa de un tema relacionado con el campo Textil y de la Moda.

### **Cuestión 14.- ¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado?**

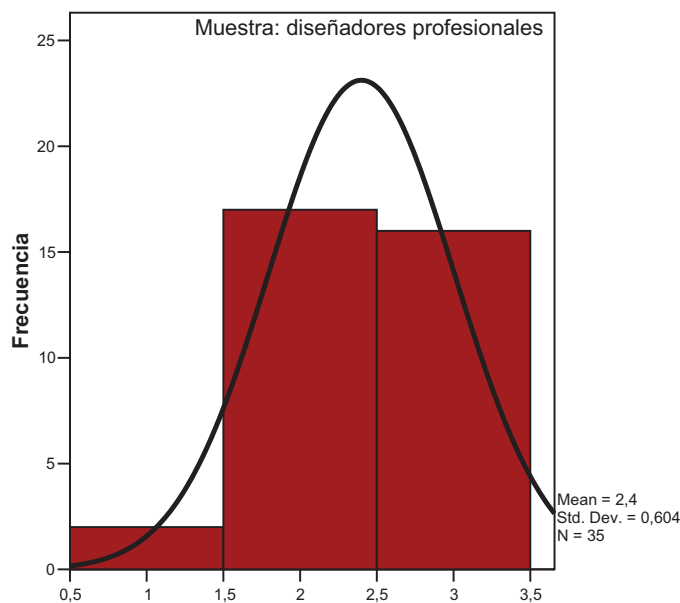
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	siempre	1	2.3	50.0	50.0
		casi siempre	1	2.3	50.0	100.0
		Total	2	4.5	100.0	
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
		Total	44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	siempre	2	4.0	5.7	5.7
		casi siempre	17	34.0	48.6	54.3
		algunas veces	16	32.0	45.7	100.0
		Total	35	70.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	15	30.0		
	Total	50	100.0			
alumnos	Válidos	siempre	1	.9	.9	.9
		casi siempre	26	24.5	24.5	25.5
		algunas veces	74	69.8	69.8	95.3
		nunca	5	4.7	4.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado?**



Del entre el total de las respuesta válidas de la muestra, las respuestas se dividen por igual entre los que sí consideran suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado y los que consideran que no eran suficientes.

**¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado?**



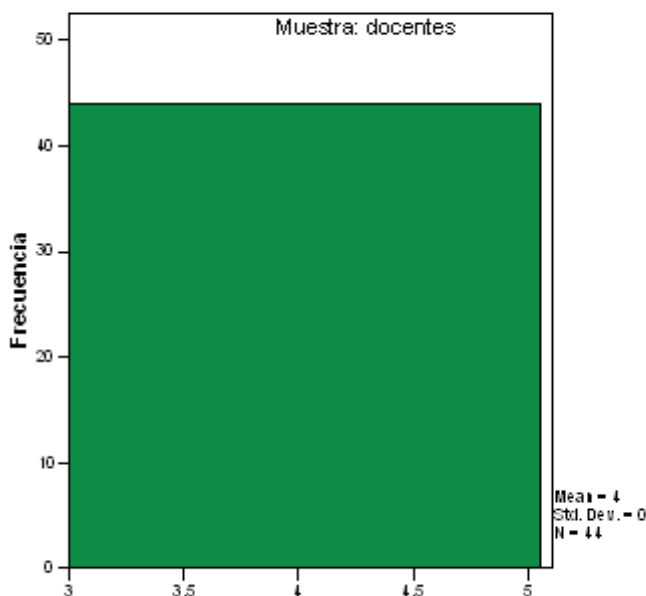
## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 17 individuos consideran que los objetivos que se proponían en sus Estudios de Moda casi siempre eran suficientes.

**Cuestión 15. 1.- ¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

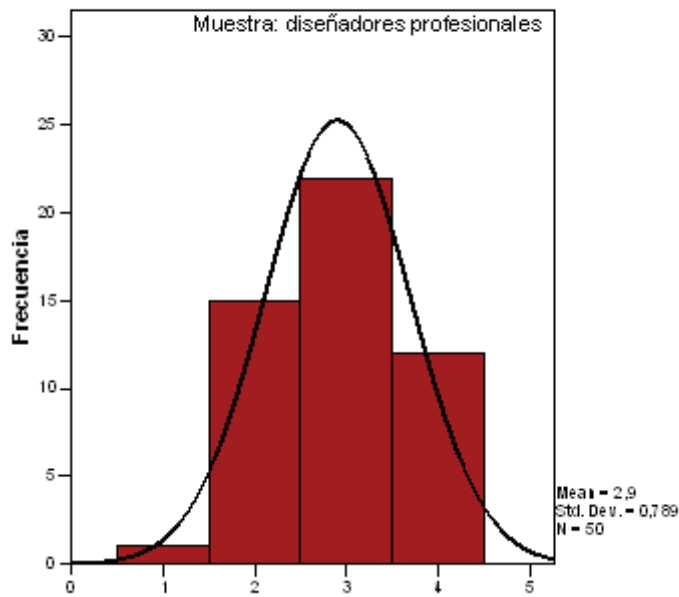
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	15	30.0	30.0	32.0
		bastante	22	44.0	44.0	76.0
		mucho	12	24.0	24.0	100.0
alumnos	Válidos	Total	50	100.0	100.0	
		poco	3	2.8	2.8	2.8
		bastante	51	48.1	48.1	50.9
		mucho	52	49.1	49.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



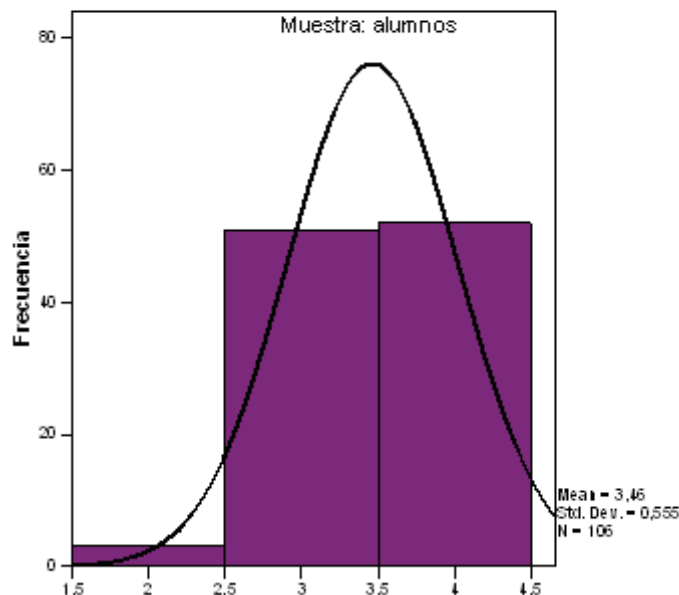
El total de la muestra de docentes considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 22 individuos consideran como bastante importante "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

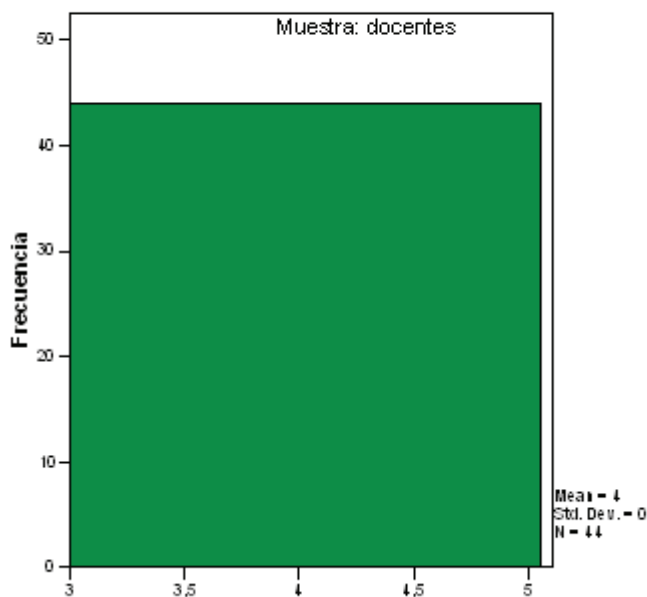


Del total de la muestra de alumnos, 52 individuos consideran como muy importante "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 2.- ¿Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

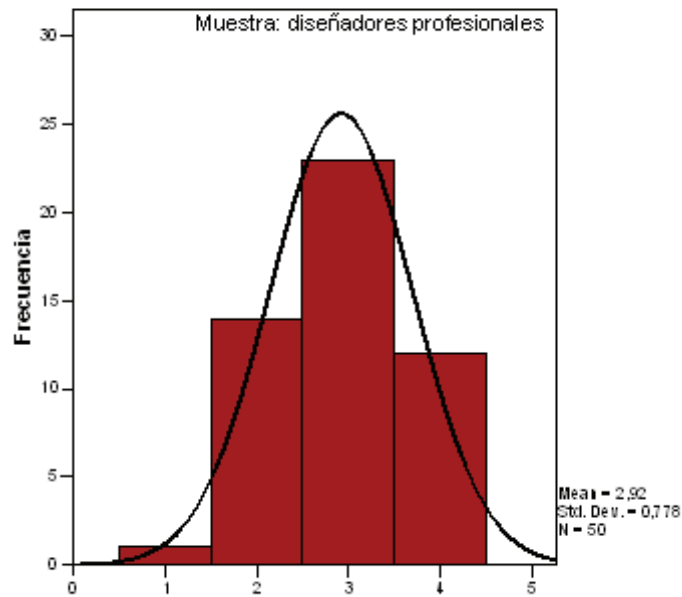
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes diseñadores profesionales	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	14	28.0	28.0	30.0
		bastante	23	46.0	46.0	76.0
		mucho	12	24.0	24.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	4	3.8	3.8	3.8
		bastante	45	42.5	42.5	46.2
		mucho	57	53.8	53.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿ Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



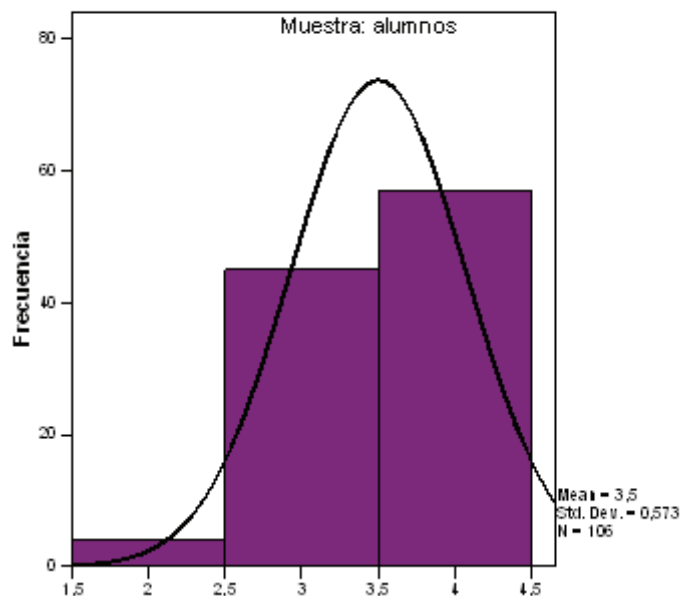
El total de la muestra de docentes considera como muy importante "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 23 consideran como bastante importante "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

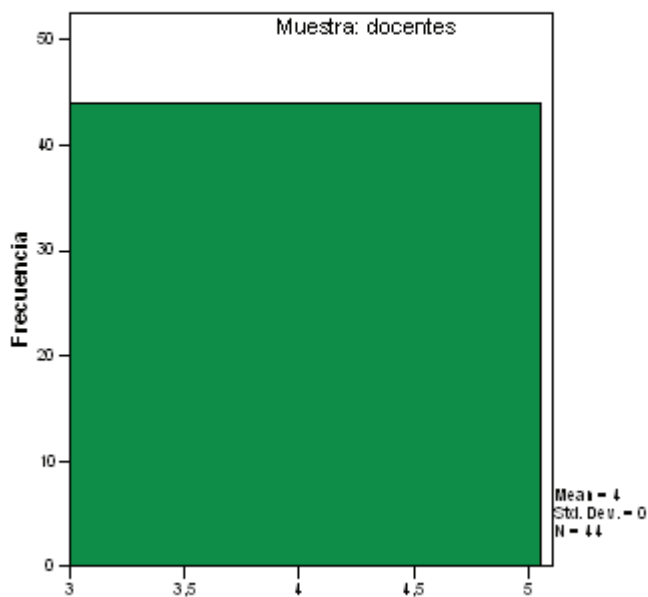


Del total de la muestra de alumnos, 57 consideran como muy importante "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 3.- ¿Considera "Promover la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

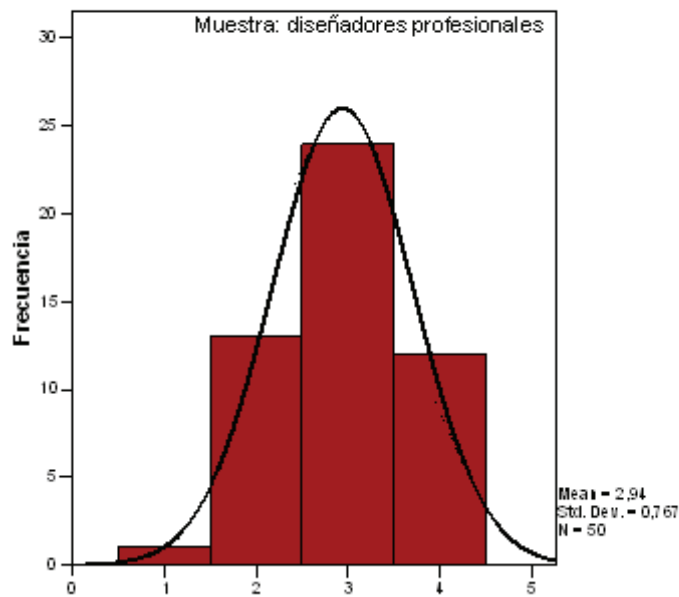
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes diseñadores profesionales	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	13	26.0	26.0	28.0
		bastante	24	48.0	48.0	76.0
		mucho	12	24.0	24.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	5	4.7	4.7	4.7
		bastante	47	44.3	44.3	49.1
		mucho	54	50.9	50.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



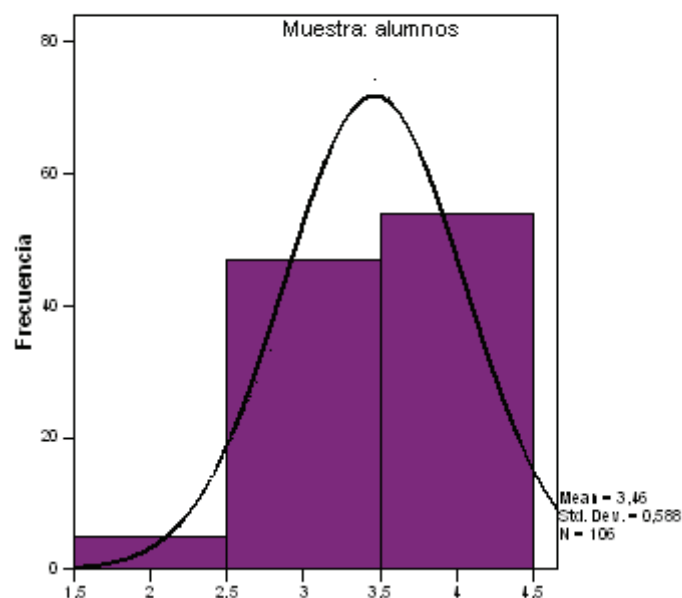
El total de la muestra de diseñadores profesionales considera como muy importante "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 24 consideran como bastante importante "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

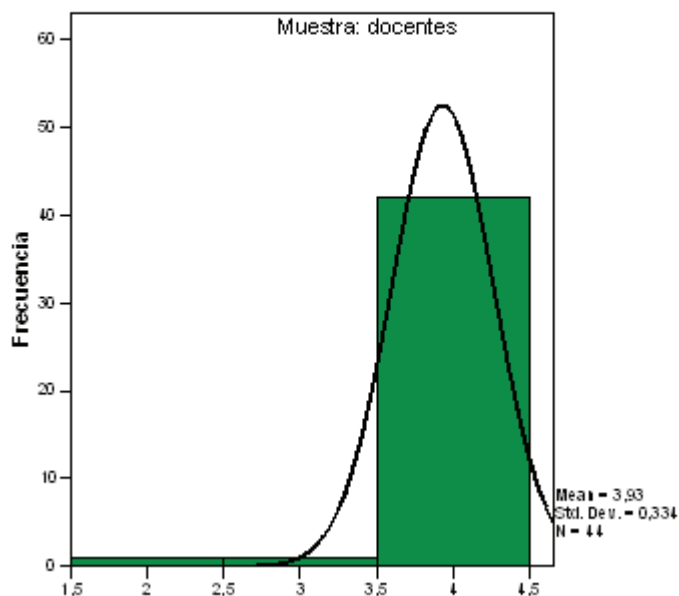


Del total de la muestra de alumnos, 54 consideran como muy importante "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 4.- ¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

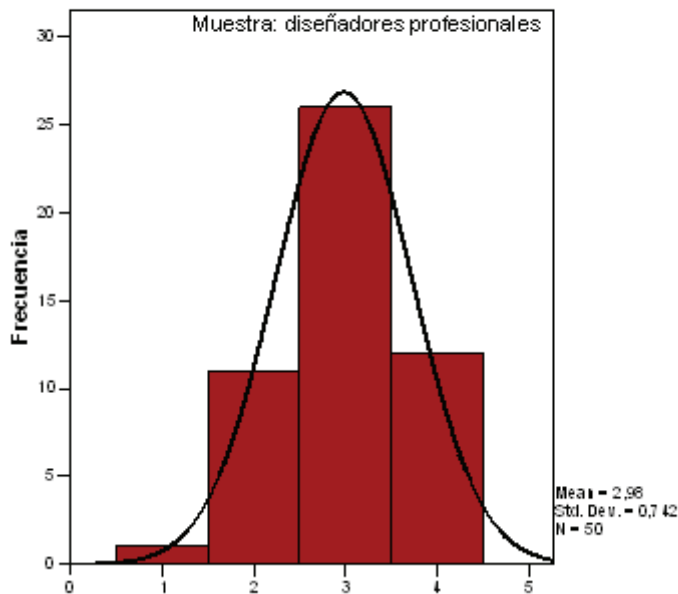
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	1	2.3	2.3	4.5
		mucho	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	11	22.0	22.0	24.0
		bastante	26	52.0	52.0	76.0
		mucho	12	24.0	24.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	4	3.8	3.8	3.8
		bastante	45	42.5	42.5	46.2
		mucho	57	53.8	53.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



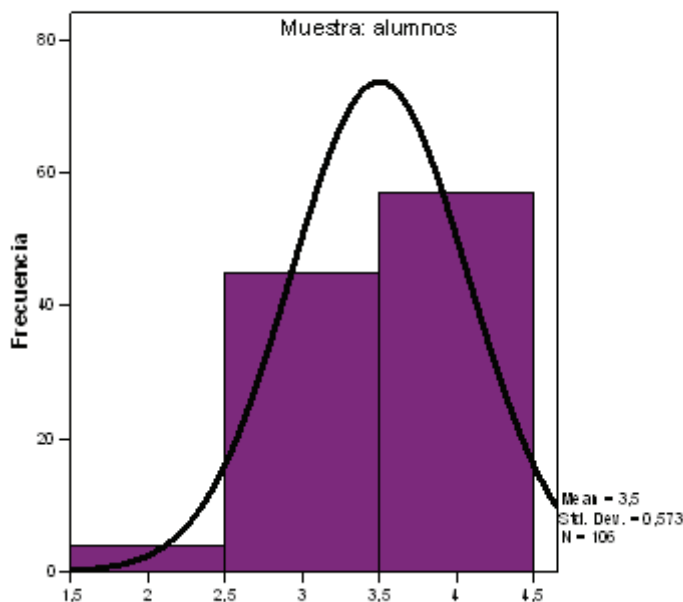
Del total de la muestra de docentes, 42 consideran como muy importante "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 26 individuos consideran como bastante importante "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

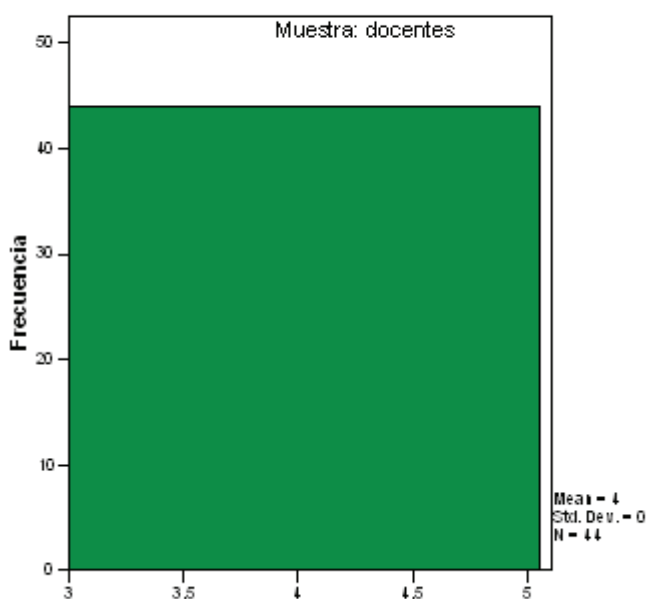


Del total de la muestra de alumnos, 57 consideran como muy importante "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 5.- ¿Considera "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

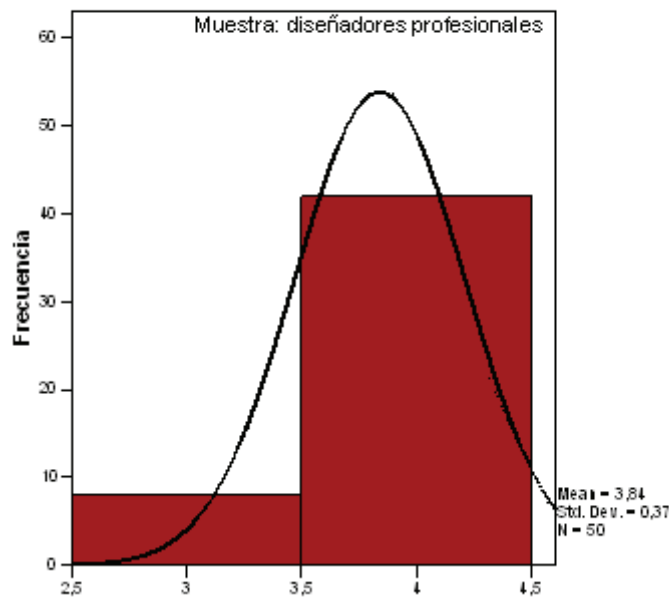
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes diseñadores profesionales	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
	Válidos	bastante	8	16.0	16.0	16.0
		mucho	42	84.0	84.0	100.0
	Total		50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	1	.9	.9	.9
		mucho	105	99.1	99.1	100.0
	Total		106	100.0	100.0	

**¿Considera "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



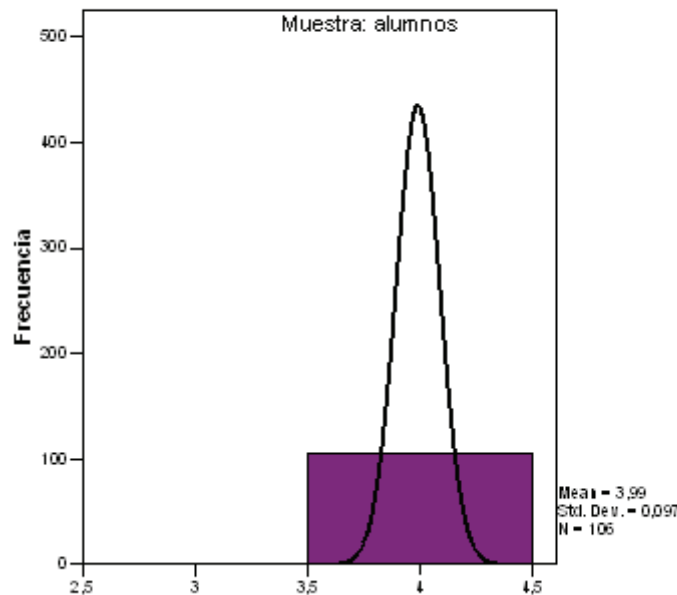
El total de la muestra de docentes considera como muy importante "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 42 consideran como muy importante “Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

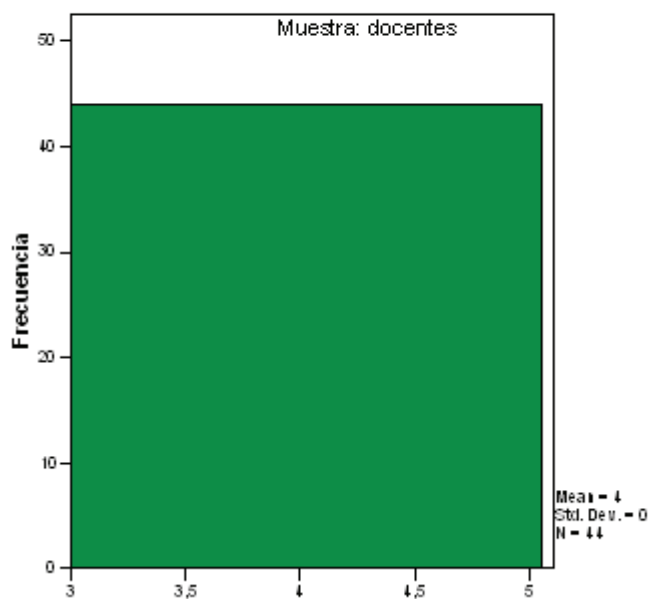


Del total de la muestra de alumnos, 105 consideran como muy importante “Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 6.- ¿Considera "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

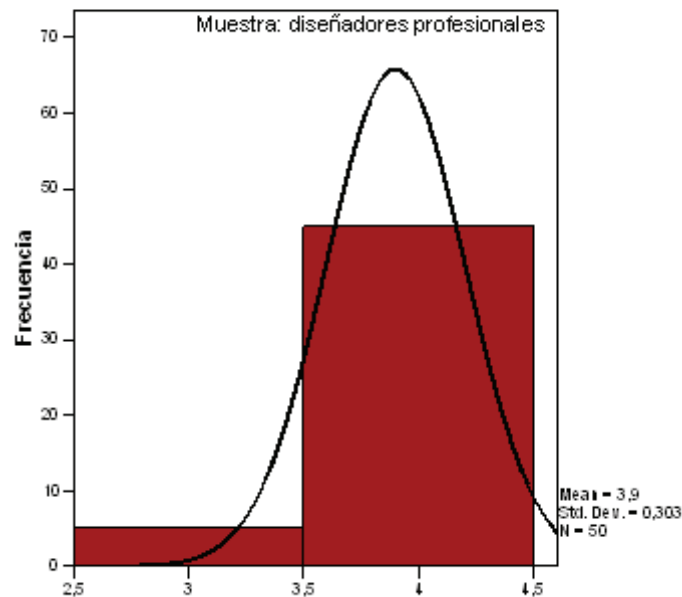
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		diseñadores	5	10.0	10.0	10.0
		profesionales	45	90.0	90.0	100.0
alumnos	Válidos	Total	50	100.0	100.0	
		bastante	16	15.1	15.1	15.1
		mucho	90	84.9	84.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



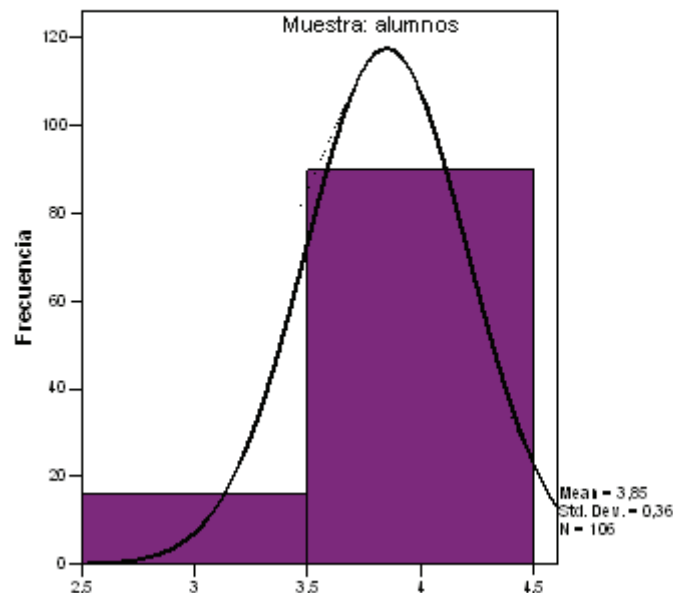
El total de la muestra de docentes considera como muy importante "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 45 consideran como muy importante "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?

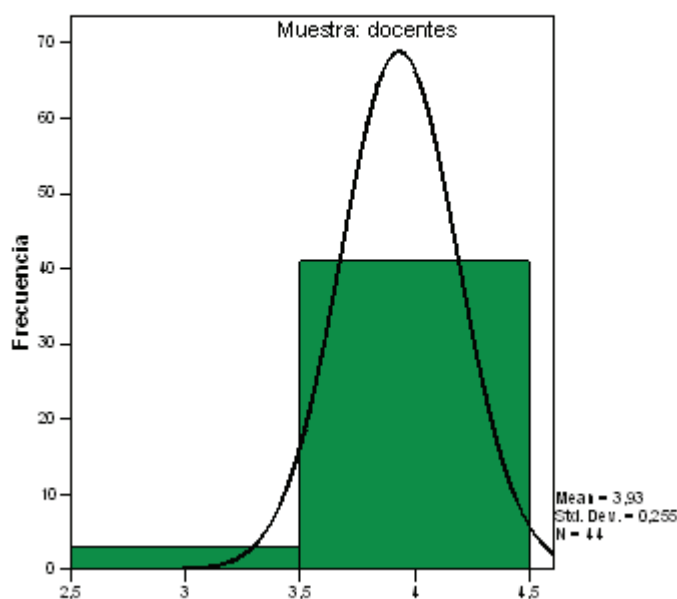


Del total de la muestra de alumnos, 90 individuos consideran como muy importante "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 7.- ¿Considera "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

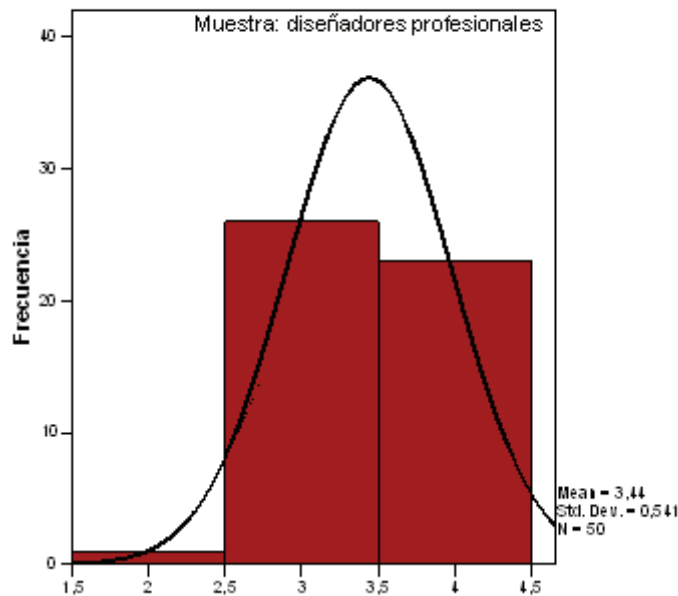
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	26	52.0	52.0	54.0
		mucho	23	46.0	46.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	47	44.3	44.3	44.3
		mucho	59	55.7	55.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



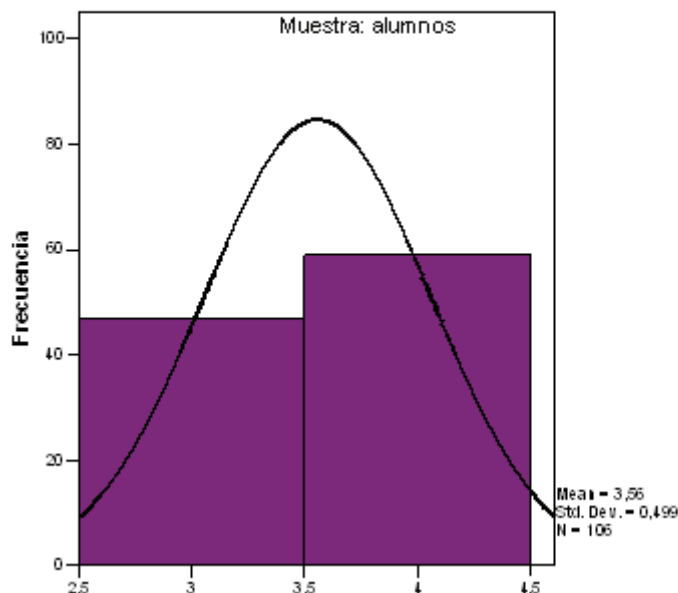
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran como muy importante “Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 26 individuos consideran como bastante importante "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

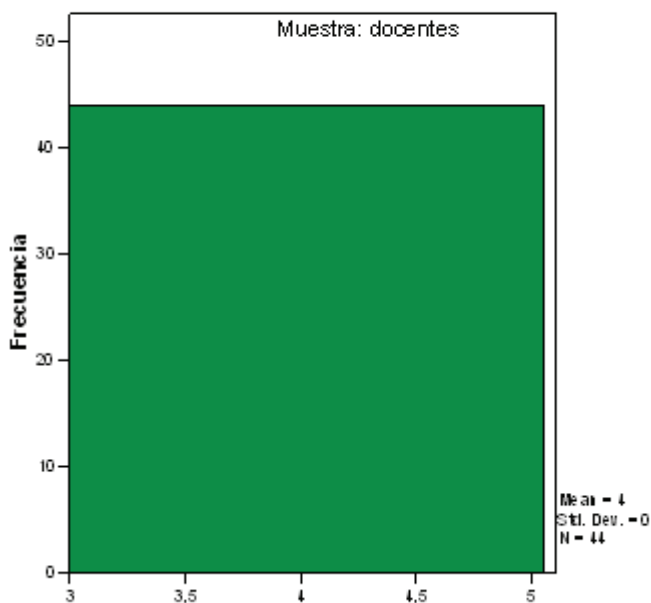


Del total de la muestra de alumnos, 59 individuos consideran como muy importante "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 8.- ¿Considera "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

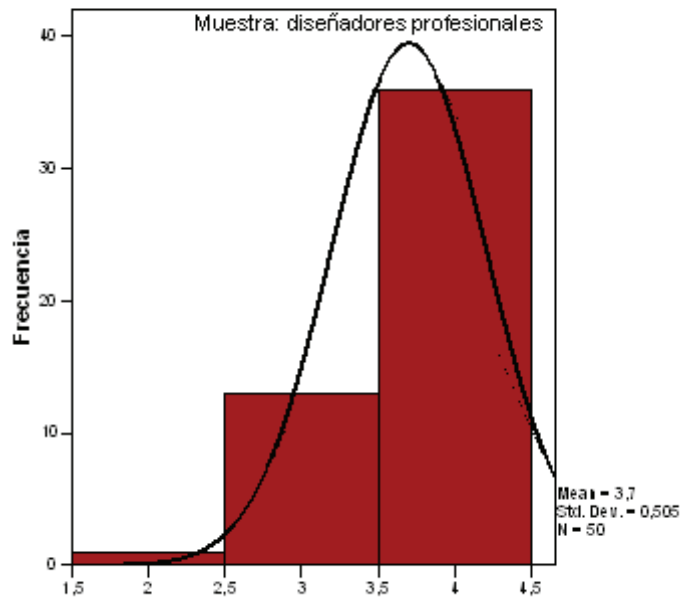
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		diseñadores	1	2.0	2.0	2.0
		profesionales	13	26.0	26.0	28.0
		bastante	36	72.0	72.0	100.0
		mucho	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	Total	14	13.2	13.2	13.2
		bastante	92	86.8	86.8	100.0
		mucho	106	100.0	100.0	
		Total				

**¿Considera "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



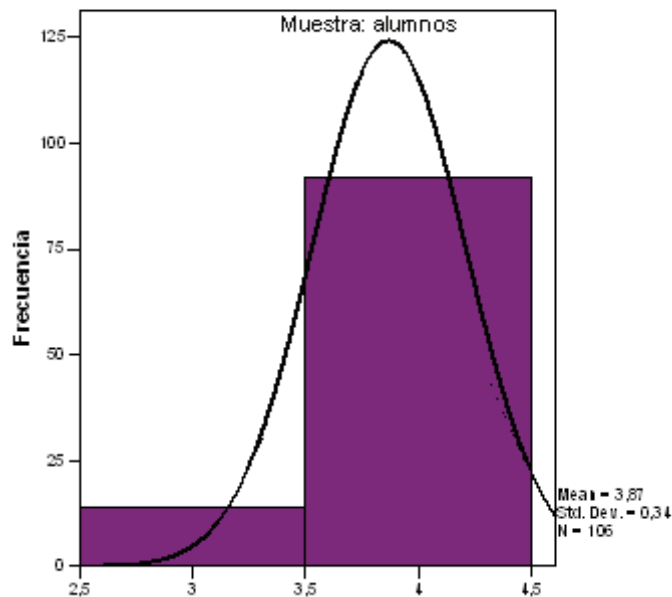
El total de la muestra de docentes considera como muy importante "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 36 individuos consideran como muy importante "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

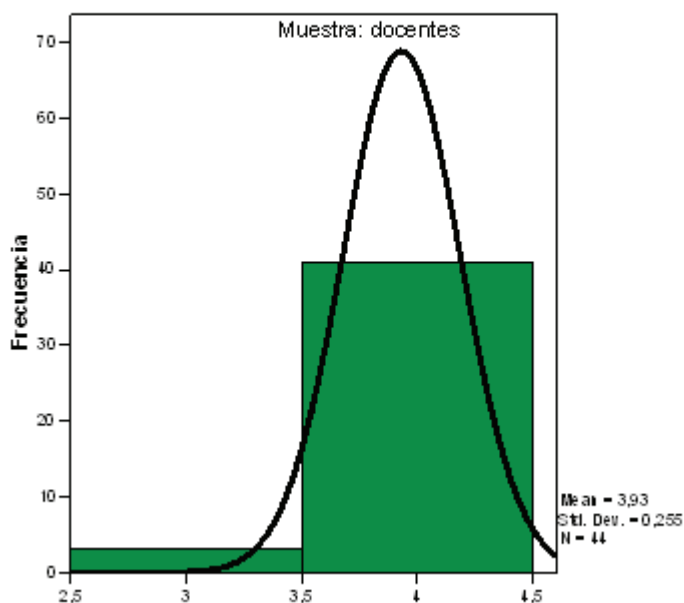


Del total de la muestra de alumnos, 92 individuos consideran como muy importante "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 9.- ¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

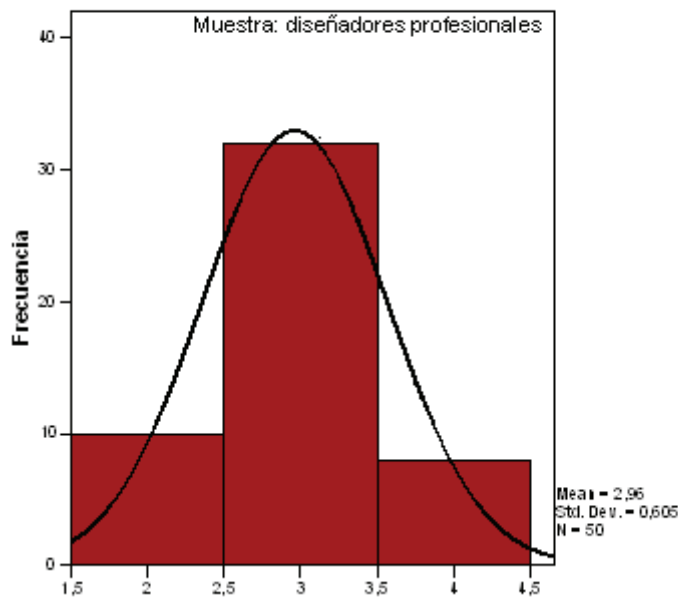
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	10	20.0	20.0	20.0
		bastante	32	64.0	64.0	84.0
		mucho	8	16.0	16.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	61	57.5	57.5	57.5
		mucho	45	42.5	42.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿ Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



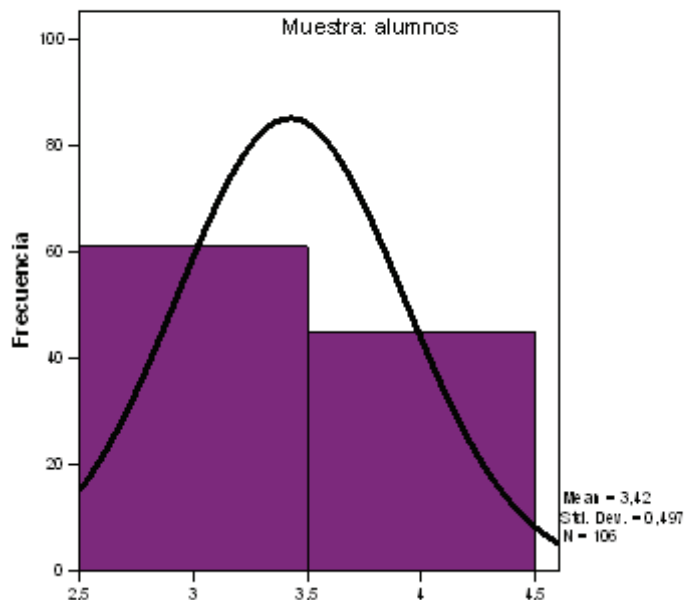
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran como muy importante “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 32 individuos consideran como bastante importante "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?

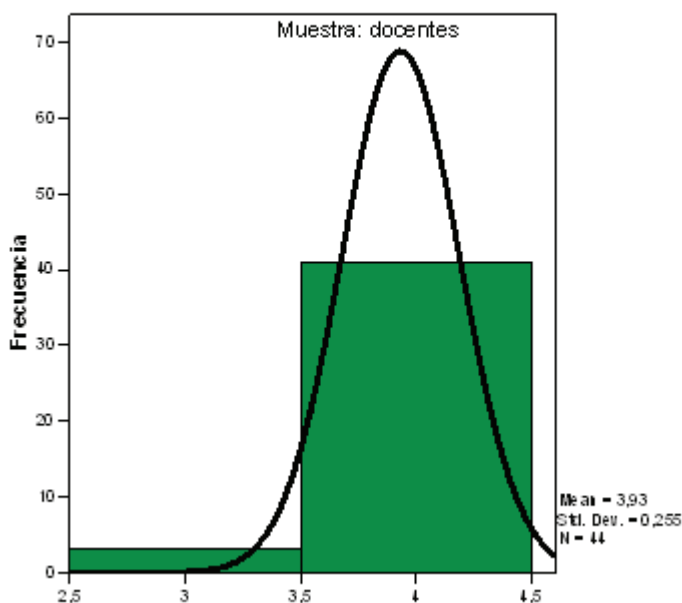


Del total de la muestra de alumnos, 11 individuos consideran como bastante importante "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 10.- ¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

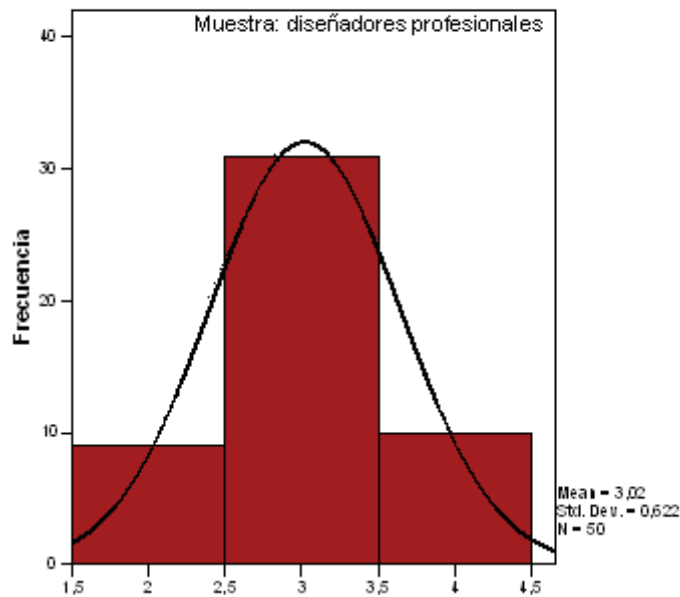
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	9	18.0	18.0	18.0
		bastante	31	62.0	62.0	80.0
		mucho	10	20.0	20.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	57	53.8	53.8	53.8
		mucho	49	46.2	46.2	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿ Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



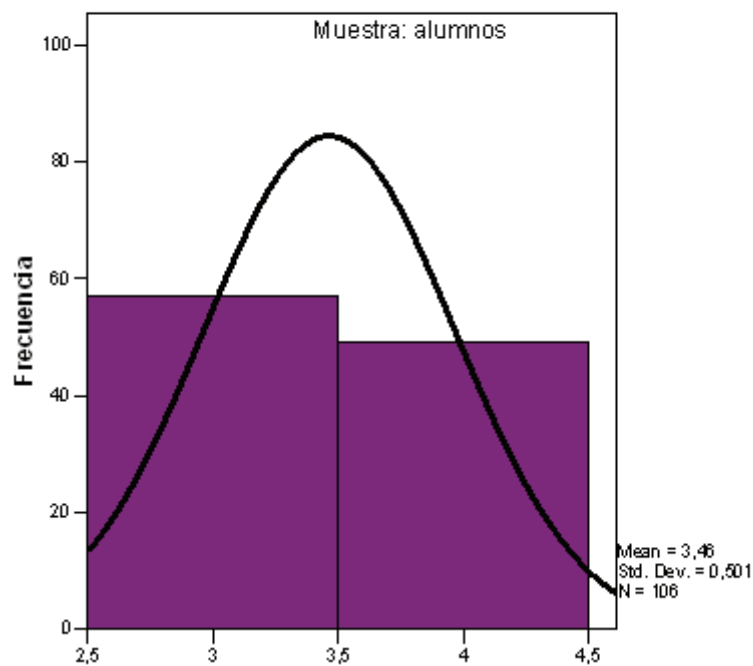
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran como muy importante “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿ Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 31 individuos consideran como bastante importante "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿ Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



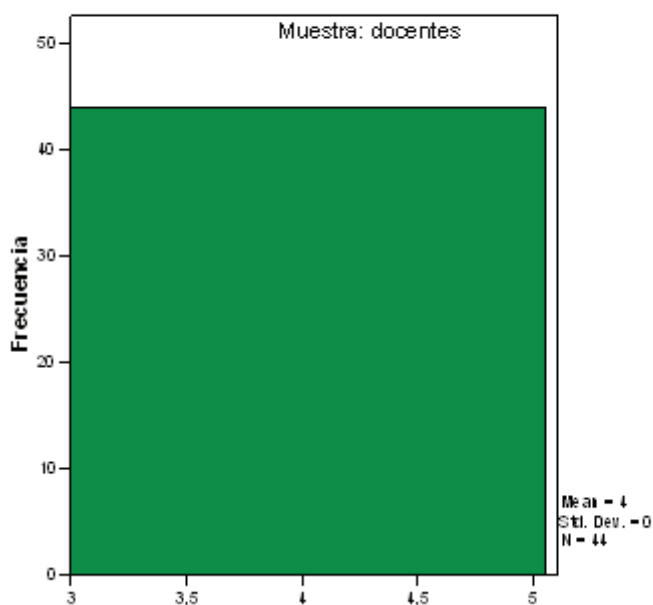
## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de alumnos, 57 individuos consideran como bastante importante “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 11.- ¿Considera "Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

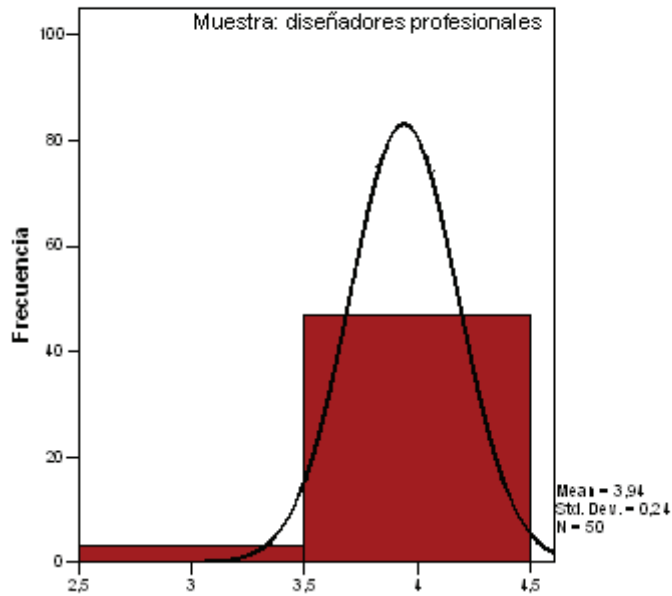
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		bastante	3	6.0	6.0	6.0
diseñadores profesionales	Válidos	mucho	47	94.0	94.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	2	1.9	1.9	1.9
		mucho	104	98.1	98.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



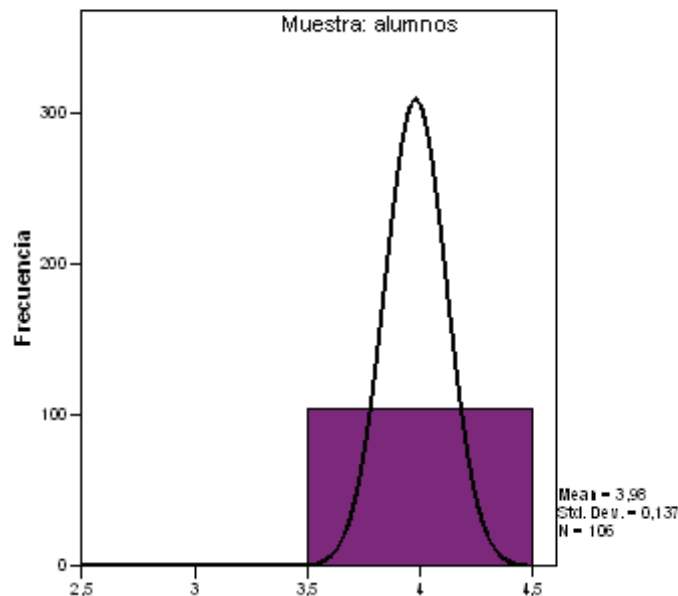
El total de la muestra de diseñadores considera como muy importante “Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en el Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 47 individuos consideran como muy importante “Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en el Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

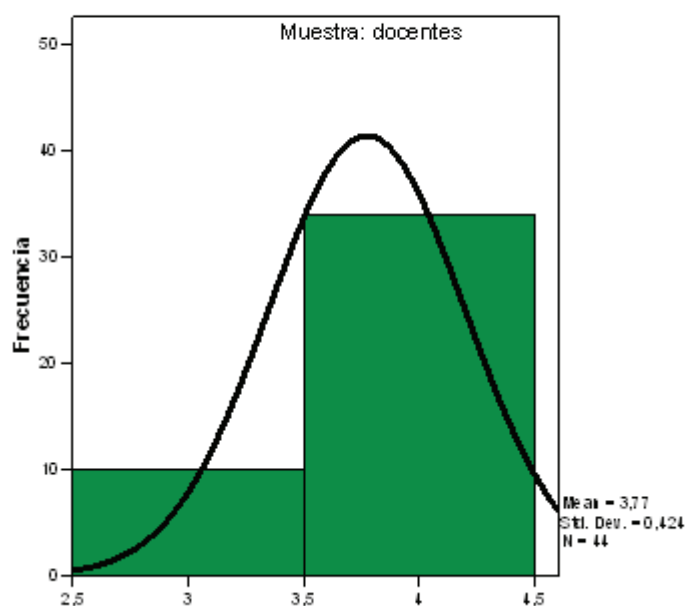


Del total de la muestra de alumnos, 104 individuos consideran como muy importante “Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en el Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 12.- ¿Considera "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

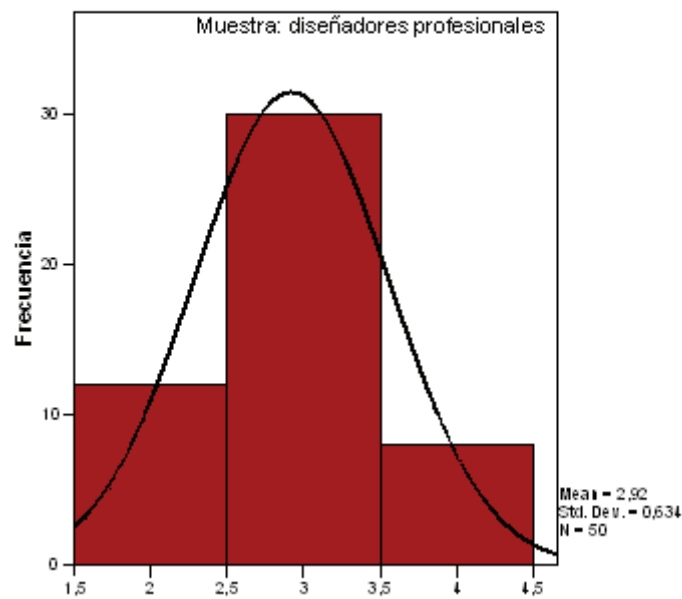
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	10	22.7	22.7	22.7
		mucho	34	77.3	77.3	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	12	24.0	24.0	24.0
		bastante	30	60.0	60.0	84.0
		mucho	8	16.0	16.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	2	1.9	1.9	1.9
		poco	13	12.3	12.3	14.2
		bastante	68	64.2	64.2	78.3
		mucho	23	21.7	21.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



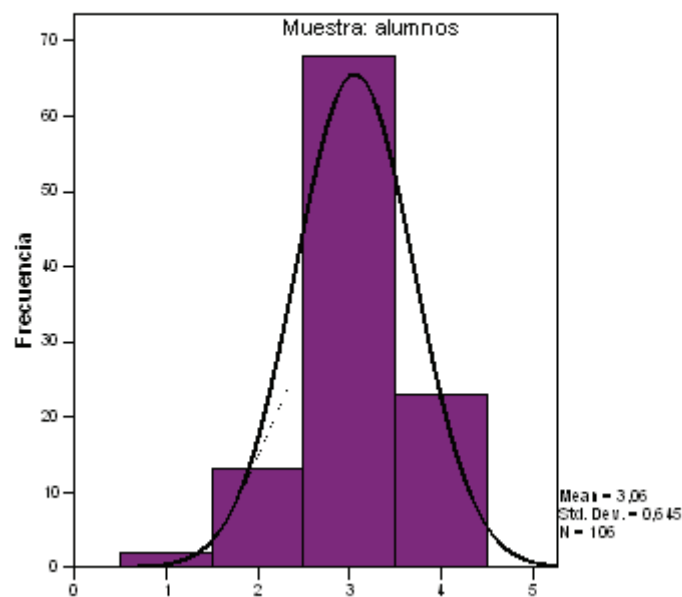
Del total de la muestra de docentes, 34 individuos consideran como muy importante "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 30 individuos consideran como bastante importante "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

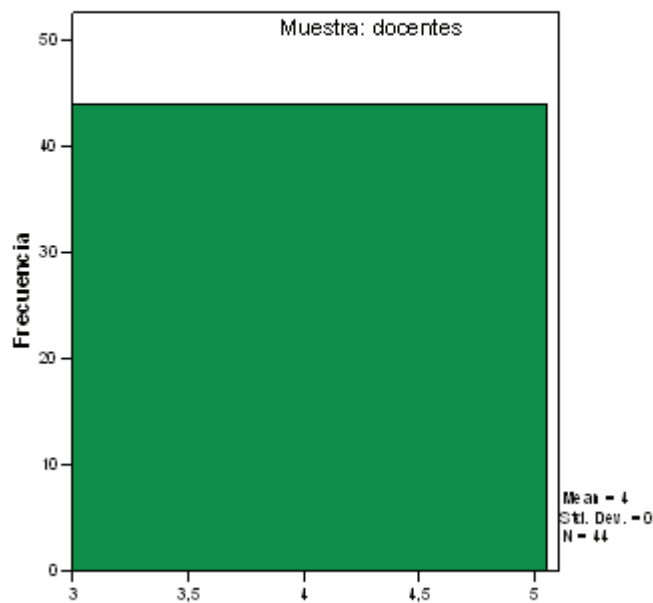


## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de alumnos, 68 individuos consideran como bastante importante “Contribuir a la formación permanente” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

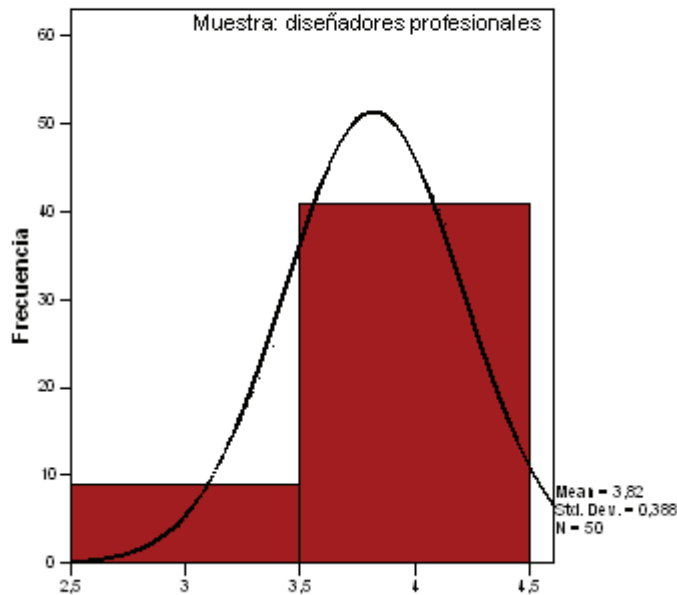
**Cuestión 15. 13.- ¿Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

**¿Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



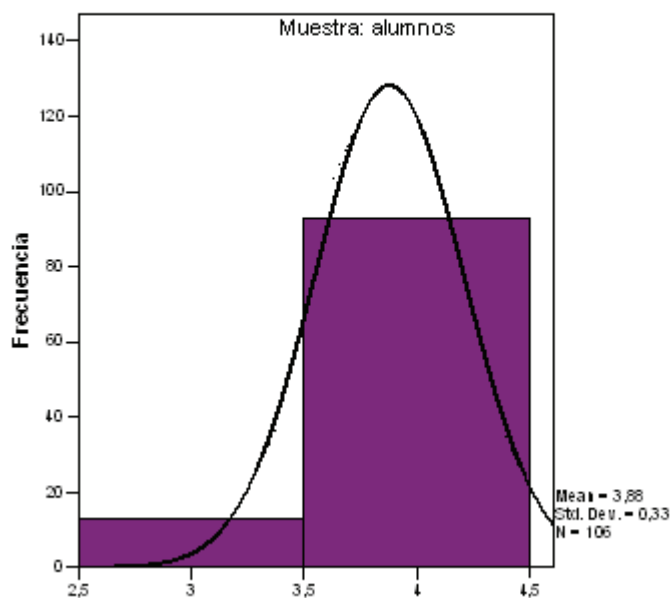
El total de la muestra de docentes considera como muy importante “Potenciar la creatividad” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿ Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 41 individuos consideran como bastante importante "Potenciar la Creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿ Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

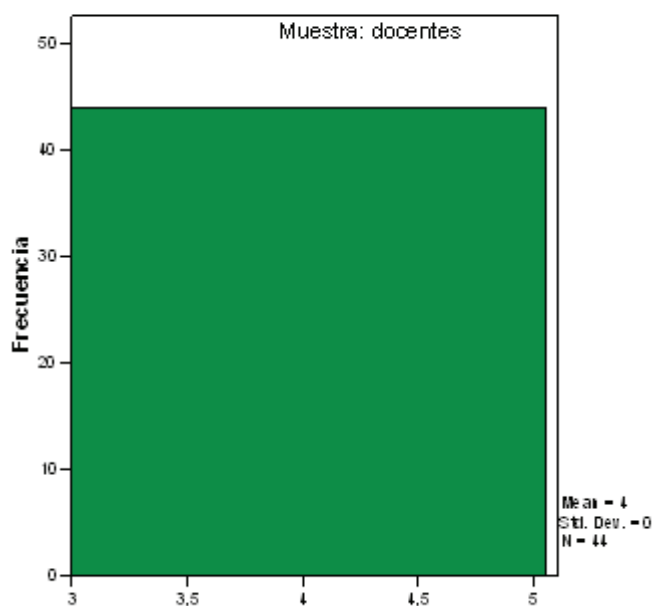


Del total de la muestra de alumnos, 90 individuos consideran como bastante importante "Potenciar la Creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 14.- ¿Considera "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

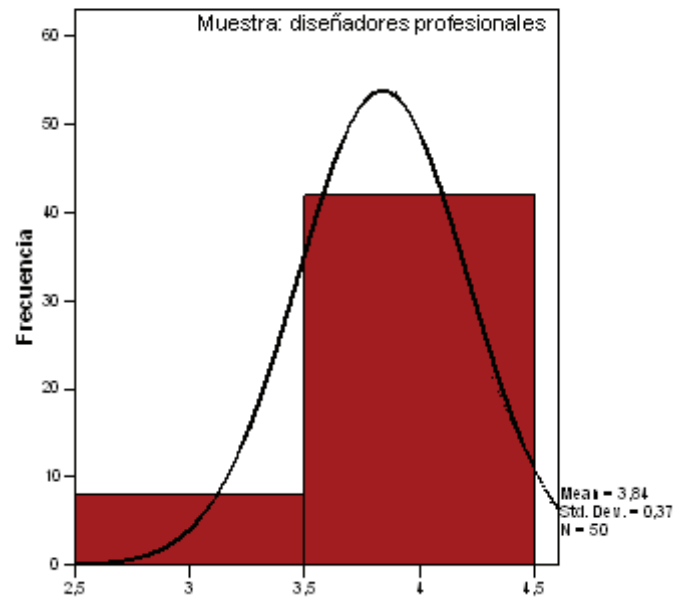
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		bastante	8	16.0	16.0	16.0
diseñadores profesionales	Válidos	mucho	42	84.0	84.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	15	14.2	14.2	14.2
		mucho	91	85.8	85.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



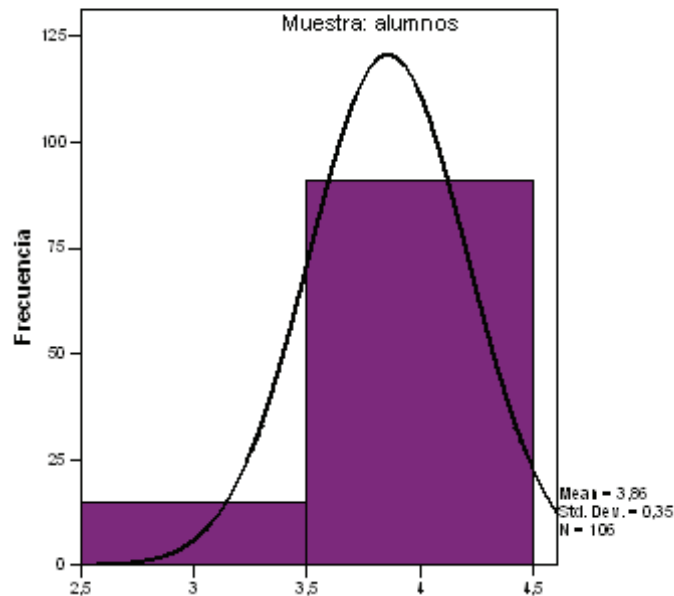
El total de la muestra de docentes considera como muy importante “Conocer la estructura de la industria de la confección” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿ Considera "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 42 individuos consideran como muy importante "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿ Considera "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

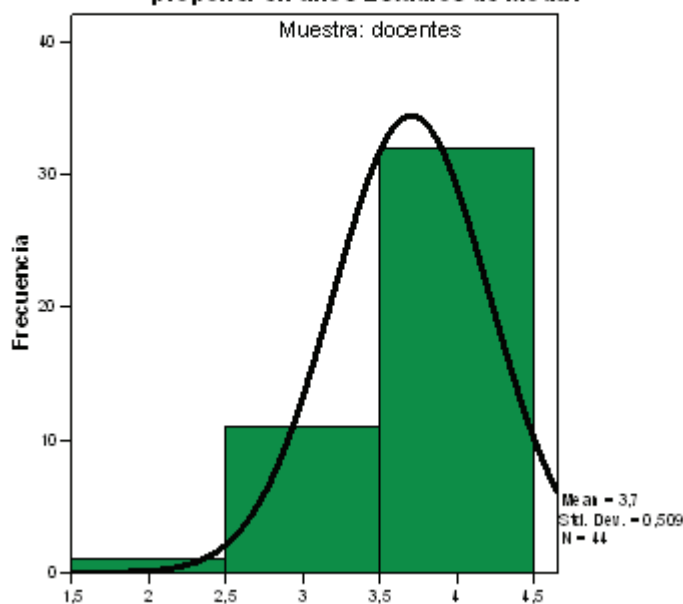


Del total de la muestra de alumnos, 91 individuos consideran como muy importante "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 15.- ¿Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

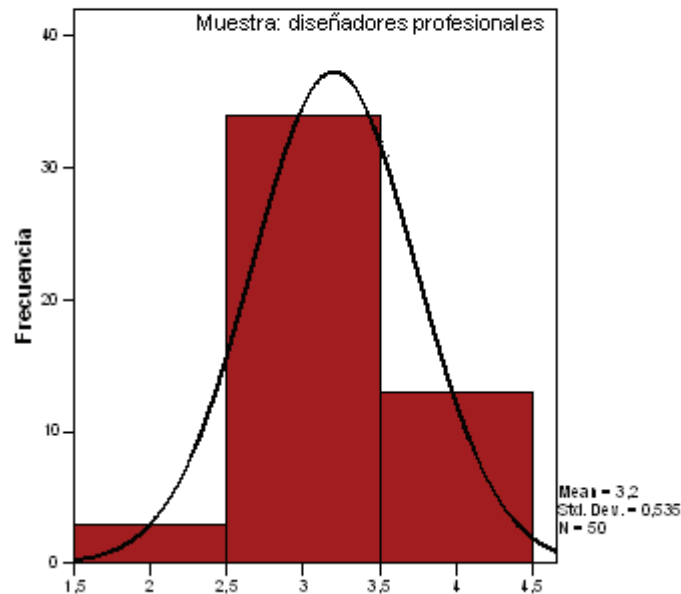
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	11	25.0	25.0	27.3
		mucho	32	72.7	72.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	3	6.0	6.0	6.0
		bastante	34	68.0	68.0	74.0
		mucho	13	26.0	26.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	3	2.8	2.8	2.8
		bastante	67	63.2	63.2	66.0
		mucho	36	34.0	34.0	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿ Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



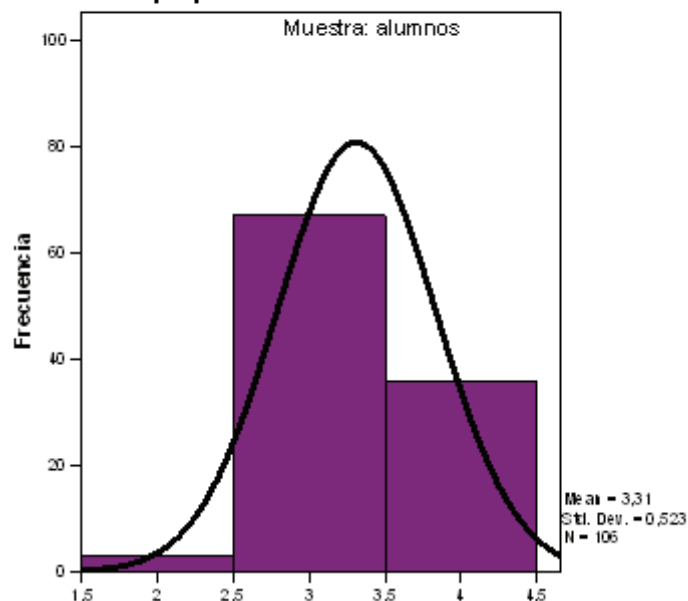
Del total de la muestra de docentes, 32 individuos consideran como muy importante "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 34 individuos consideran como bastante importante "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



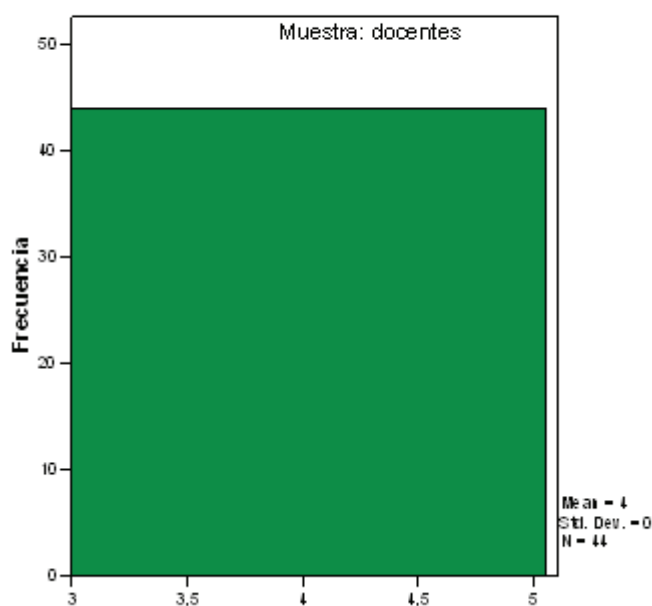
Del total de la muestra de alumnos, 67 individuos consideran como bastante importante "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a

la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 16.- ¿Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

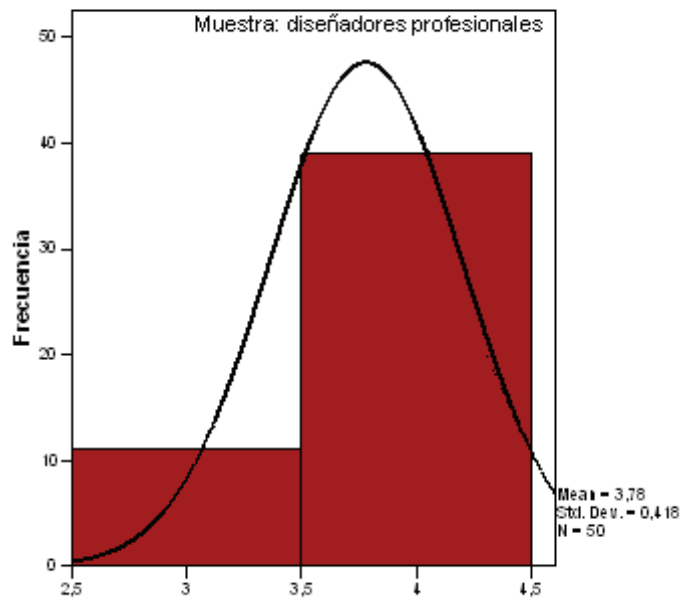
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		bastante				
diseñadores profesionales	Válidos	mucho	11	22.0	22.0	22.0
		bastante				
alumnos	Válidos	Total	39	78.0	78.0	100.0
		poco	50	100.0	100.0	
		bastante	1	.9	.9	.9
		mucho	12	11.3	11.3	12.3
		Total	93	87.7	87.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



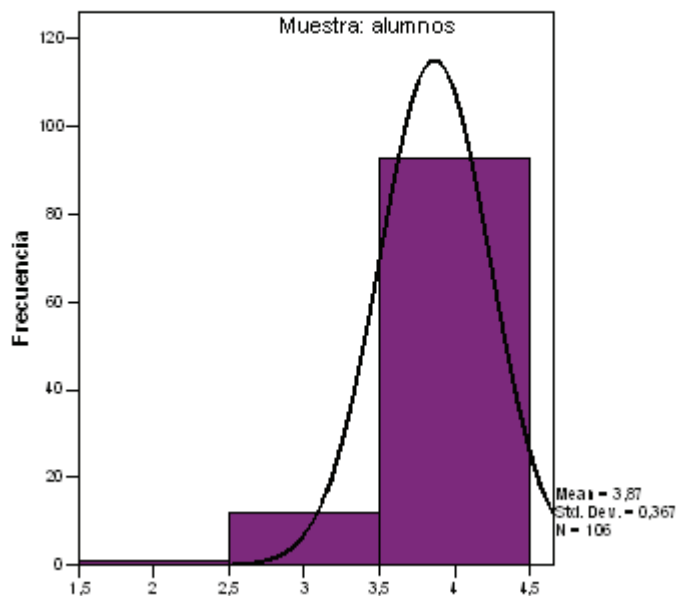
El total de la muestra de docentes considera como muy importante “Formar en conocimientos tecnológicos” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 39 individuos consideran como muy importante "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

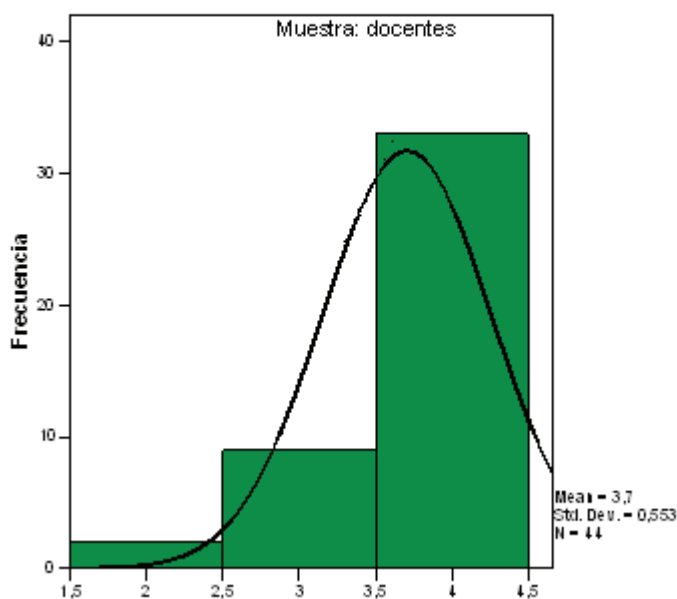


Del total de la muestra de alumnos, 93 individuos consideran como muy importante "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 17.- ¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

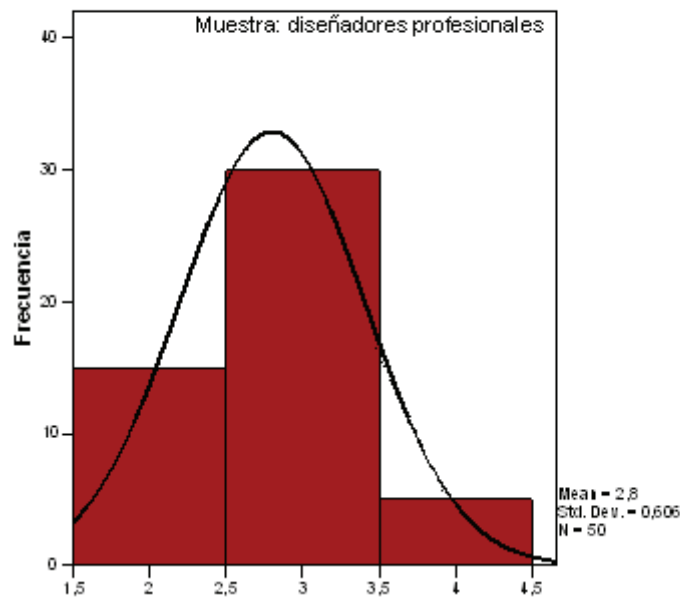
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	2	4.5	4.5	4.5
		bastante	9	20.5	20.5	25.0
		mucho	33	75.0	75.0	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	15	30.0	30.0	30.0
		bastante	30	60.0	60.0	90.0
		mucho	5	10.0	10.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	25	23.6	23.6	23.6
		bastante	56	52.8	52.8	76.4
		mucho	25	23.6	23.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



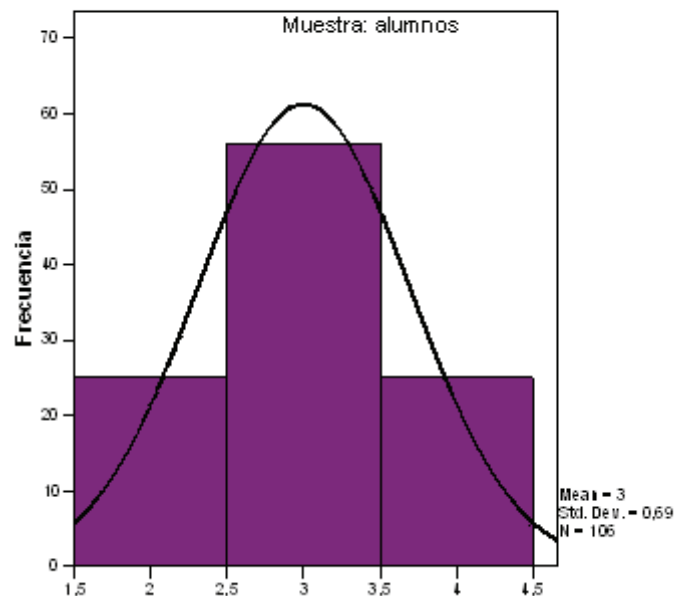
Del total de la muestra de docentes, 33 individuos consideran como muy importante “Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 30 individuos consideran como bastante importante "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

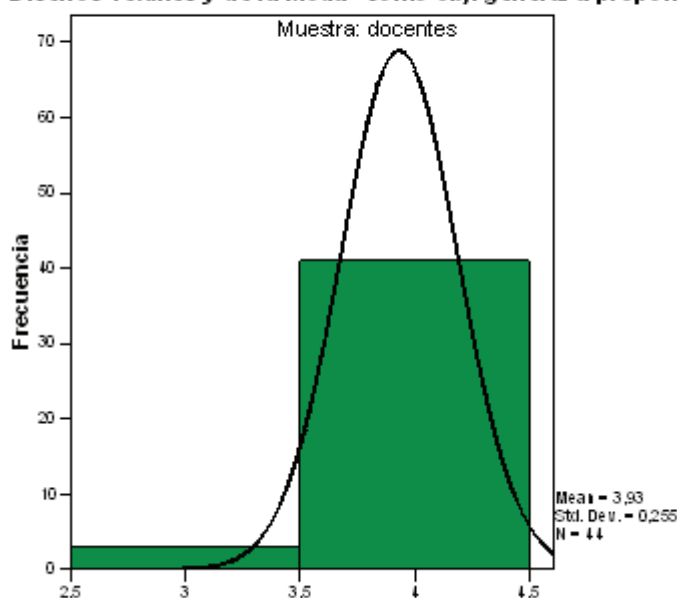


Del total de la muestra de alumnos, 56 individuos consideran como bastante importante "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 18.- ¿Considera "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales q interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

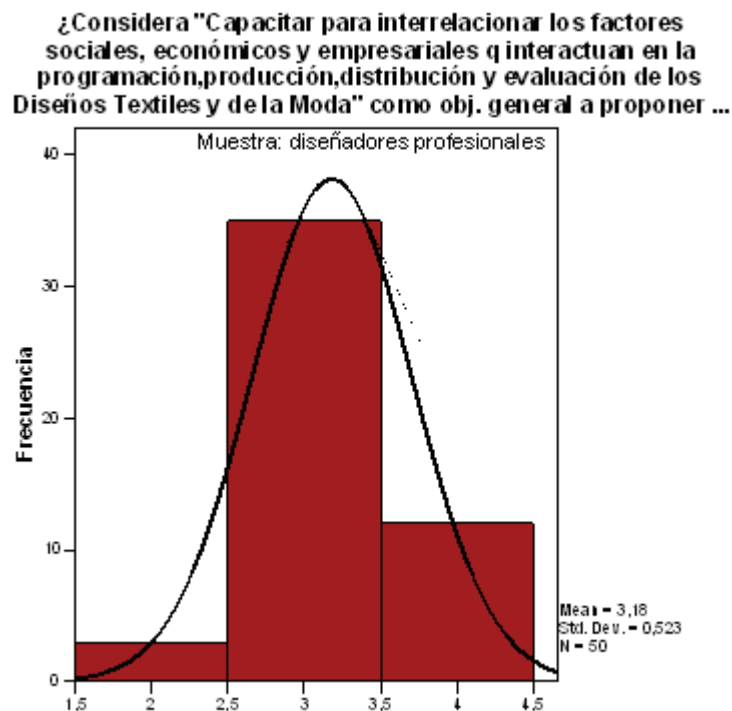
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	3	6.0	6.0	6.0
		bastante	35	70.0	70.0	76.0
		mucho	12	24.0	24.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	13	12.3	12.3	12.3
		bastante	61	57.5	57.5	69.8
		mucho	32	30.2	30.2	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales q interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda" como obj. general a proponer ...**



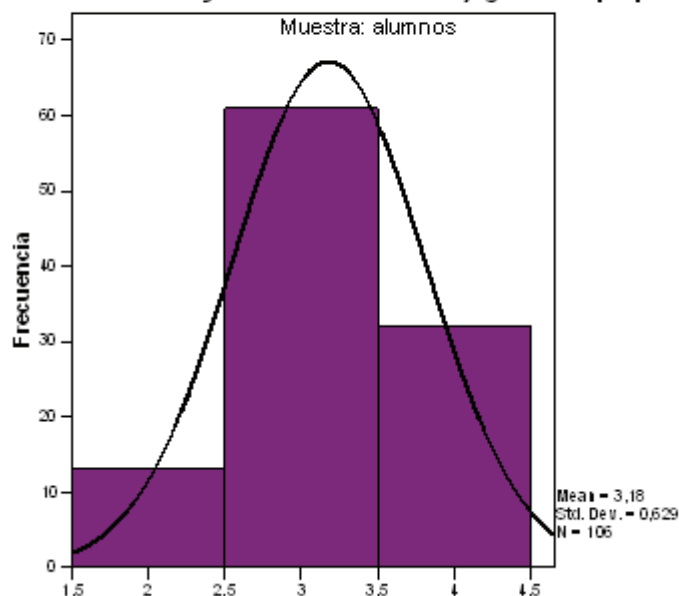
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran como muy importante "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y

evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 35 individuos consideran como bastante importante “Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales q interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda" como obj. general a proponer ...**

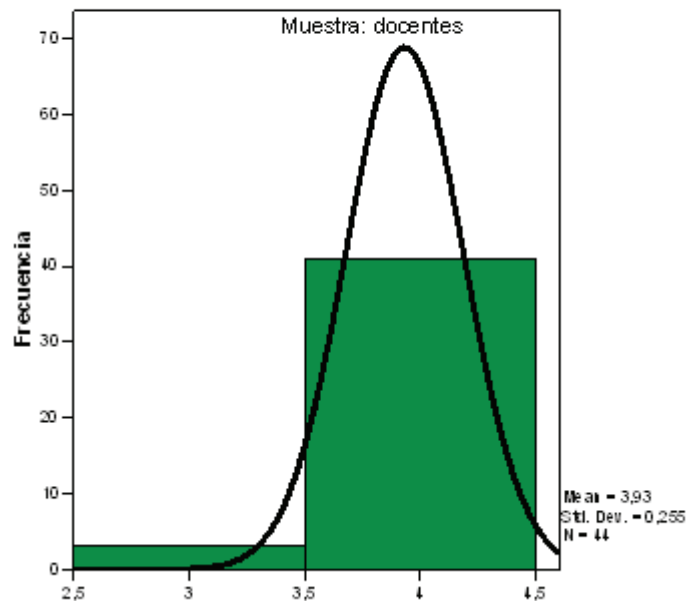


Del total de la muestra de alumnos, 61 individuos consideran como bastante importante “Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 19.- ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

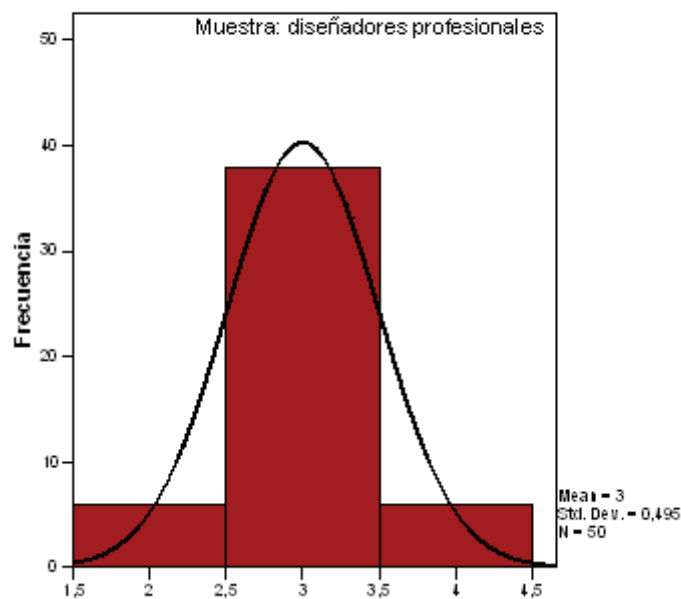
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	6	12.0	12.0	12.0
		bastante	38	76.0	76.0	88.0
		mucho	6	12.0	12.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	20	18.9	18.9	18.9
		bastante	60	56.6	56.6	75.5
		mucho	26	24.5	24.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran como muy importante "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?

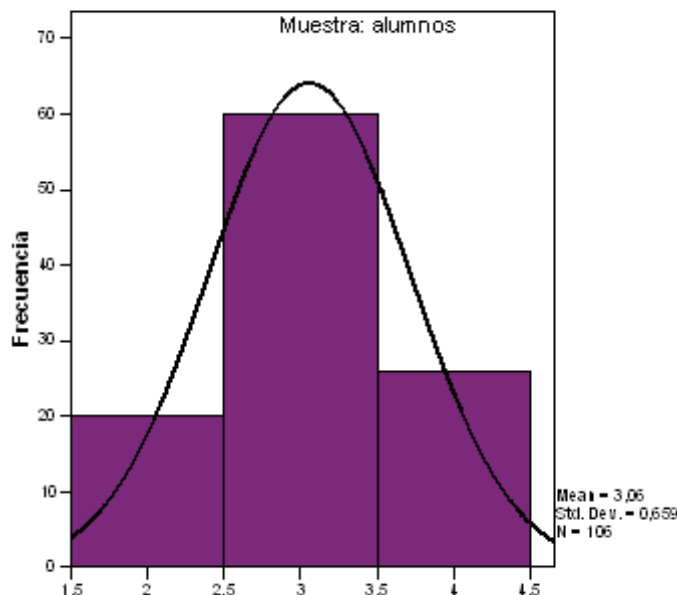


Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 38 individuos consideran como bastante importante "Potenciar una conciencia crítica en relación con la

CAPÍTULO VIII

sociedad a la que se pertenece” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

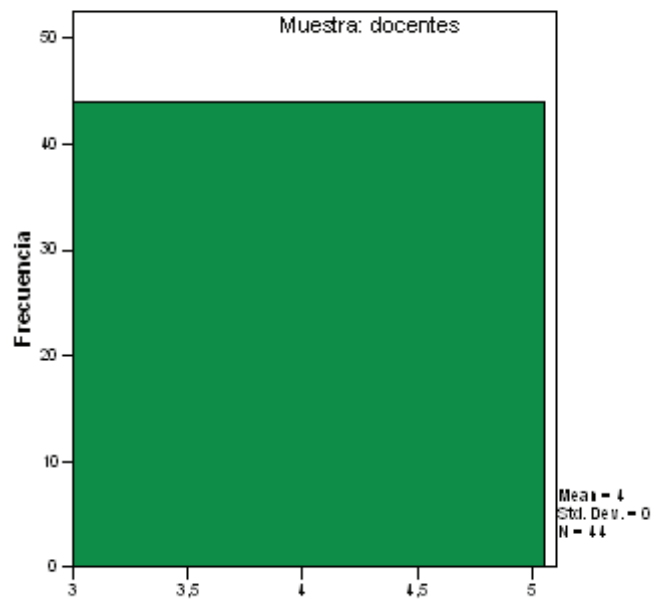


Del total de la muestra de alumnos, 60 individuos consideran como bastante importante “Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 20.- ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

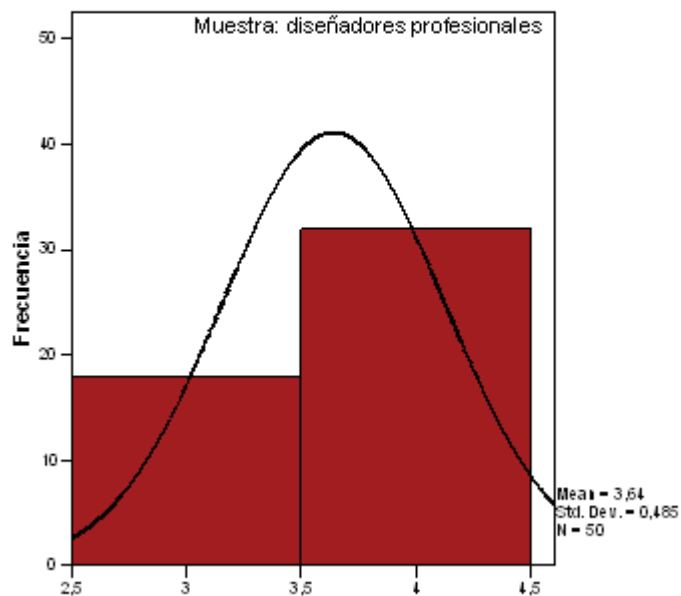
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		bastante	18	36.0	36.0	36.0
alumnos	Válidos	mucho	32	64.0	64.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
		bastante	14	13.2	13.2	13.2
		mucho	92	86.8	86.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



El total de la muestra de docentes considera como muy importante “Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?

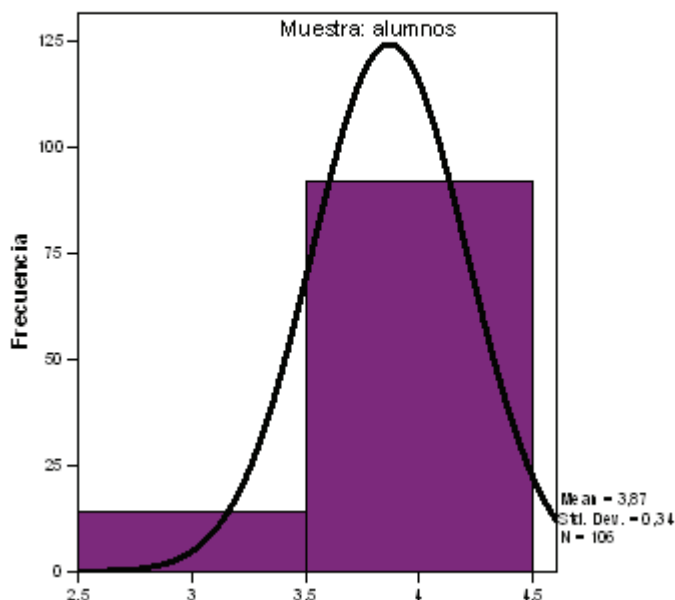


Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 32 individuos consideran como muy importante “Potenciar una conciencia crítica en relación a la

CAPÍTULO VIII

conservación del medio ambiente” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

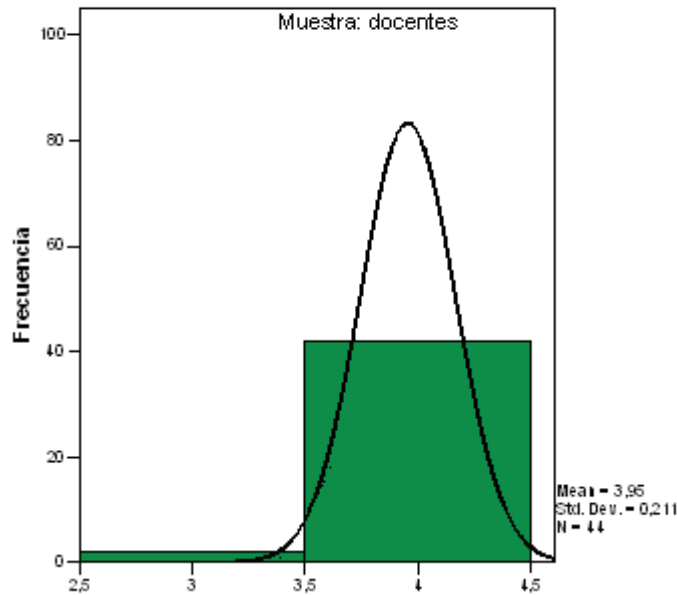


Del total de la muestra de alumnos, 92 individuos consideran como muy importante “Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 21.- ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

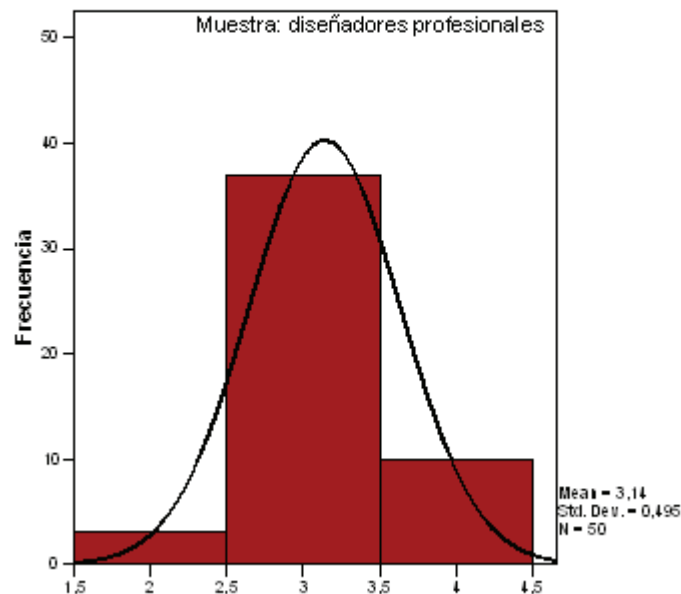
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	2	4.5	4.5	4.5
		mucho	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	3	6.0	6.0	6.0
		bastante	37	74.0	74.0	80.0
		mucho	10	20.0	20.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	14	13.2	13.2	13.2
		bastante	52	49.1	49.1	62.3
		mucho	40	37.7	37.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



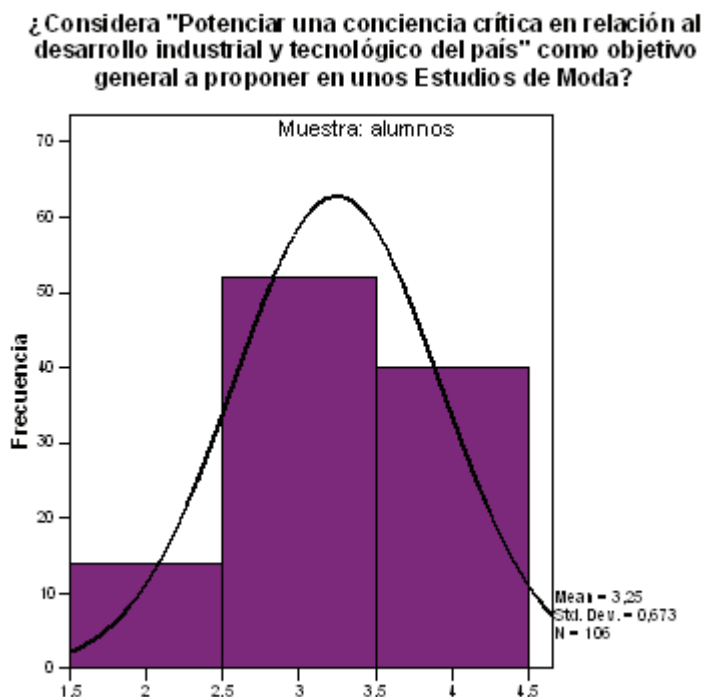
Del total de la muestra de docentes, 42 individuos consideran como muy importante "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 37 individuos consideran como bastante importante "Potenciar una conciencia crítica en relación al

desarrollo industrial y tecnológico del país” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.



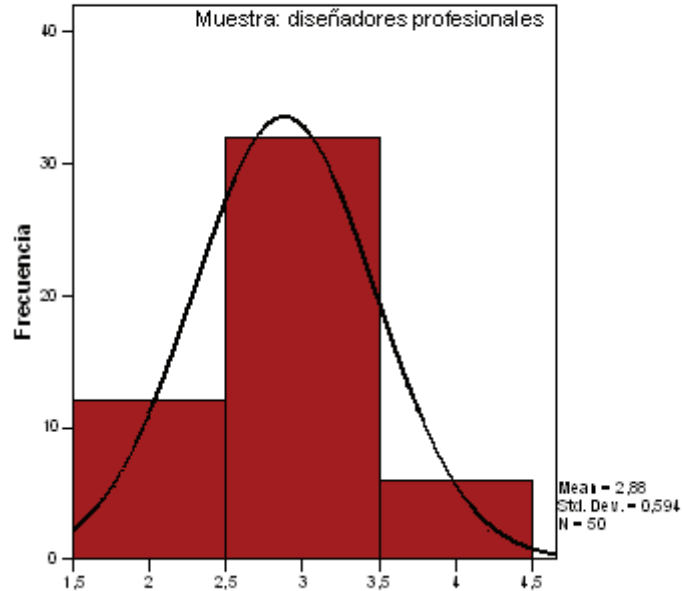
Del total de la muestra de alumnos, 22 individuos consideran como bastante importante “Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 22.- ¿Considera "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	7	15.9	15.9	18.2
		mucho	36	81.8	81.8	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	12	24.0	24.0	24.0
		bastante	32	64.0	64.0	88.0
		mucho	6	12.0	12.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	10	9.4	9.4	9.4
		bastante	51	48.1	48.1	57.5

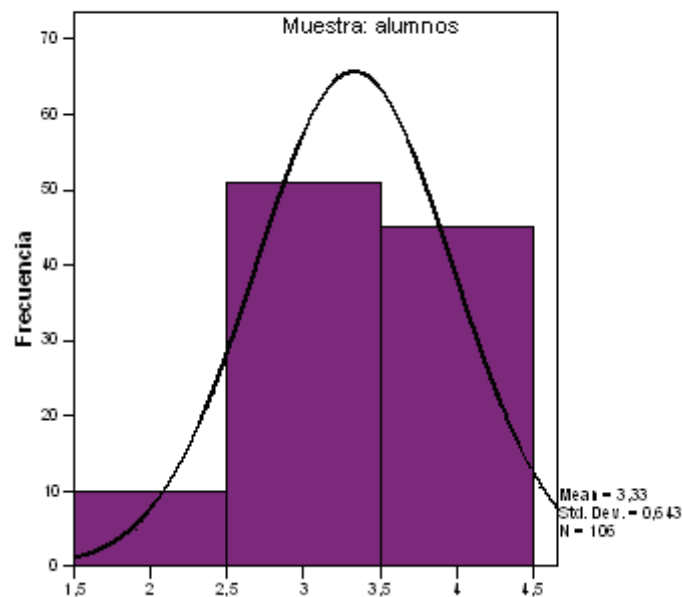
mucho	45	42.5	42.5	100.0
Total	106	100.0	100.0	

¿ Considera "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 32 individuos consideran como bastante importante "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

¿ Considera "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



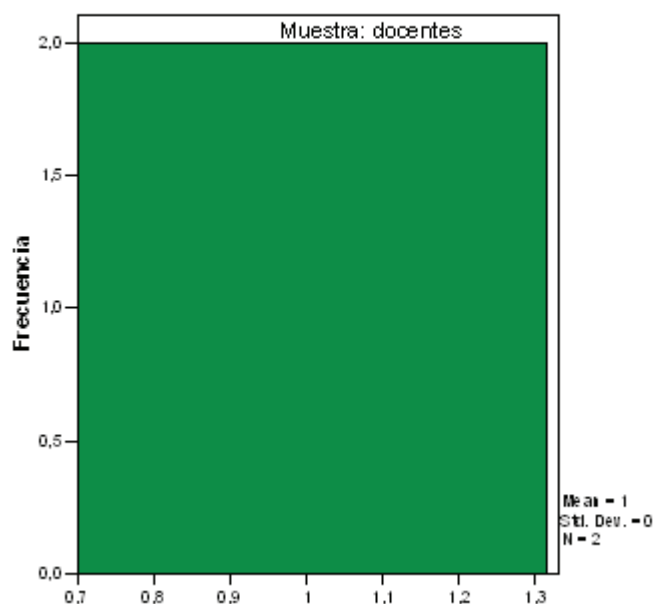
## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de alumnos, 51 individuos consideran como bastante importante “Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 16.- ¿Considera qué las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda?**

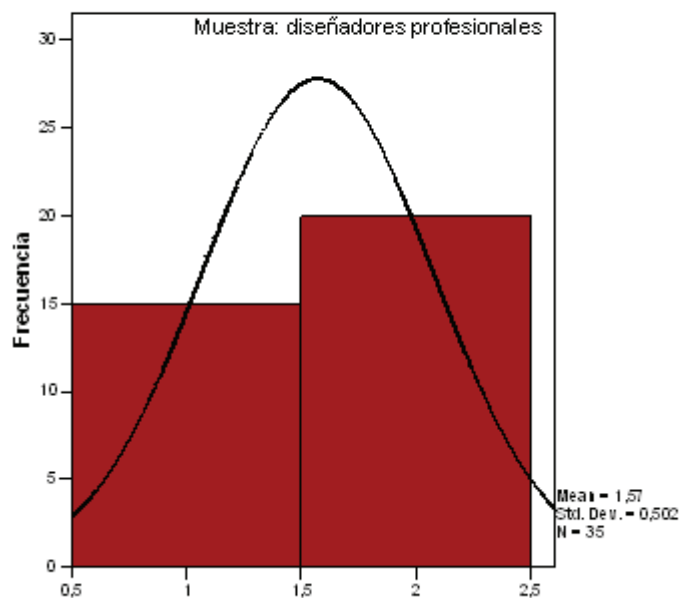
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	2	4.5	100.0	100.0
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	si	15	30.0	42.9	42.9
		no				
	Total	35	70.0			
	Perdidos	Sistema	15	30.0		
	Total	50	100.0			
alumnos	Válidos	si	67	63.2	63.2	63.2
		no	39	36.8		
		Total	106	100.0		

**¿Considera qué las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda?**



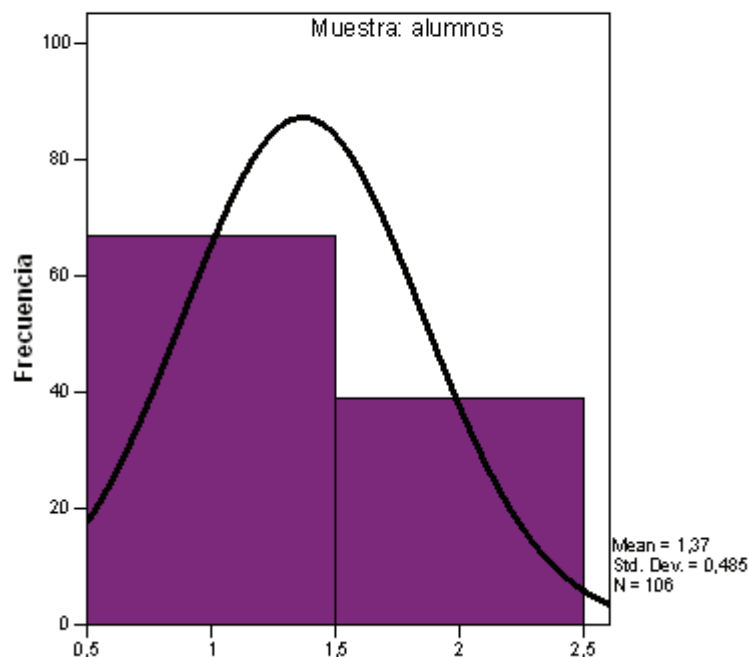
El total de la muestra de docentes considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda.

**¿Considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 20 consideran que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda no han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda frente a 15 que consideran que sí han sido suficientes.

**¿Considera qué las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda?**

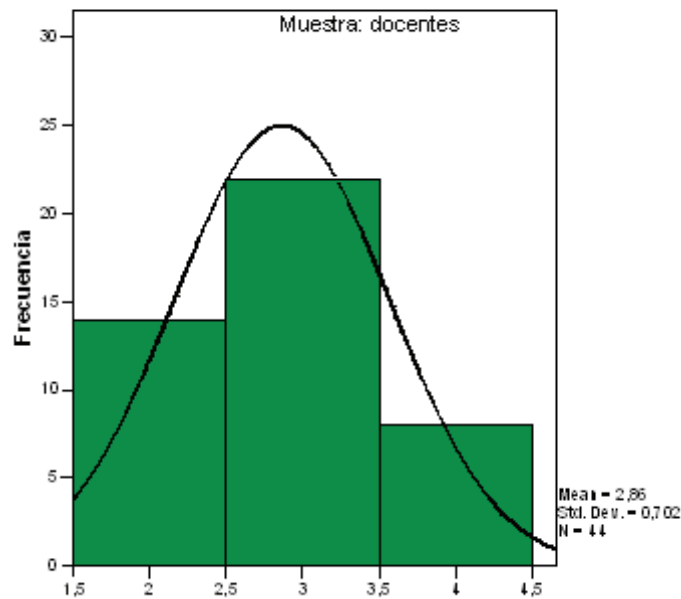


Del total de la muestra de alumnos, 67 consideran que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda sí han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda frente a 39 que consideran que no han sido suficientes.

**Cuestión 17. 1.- ¿Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

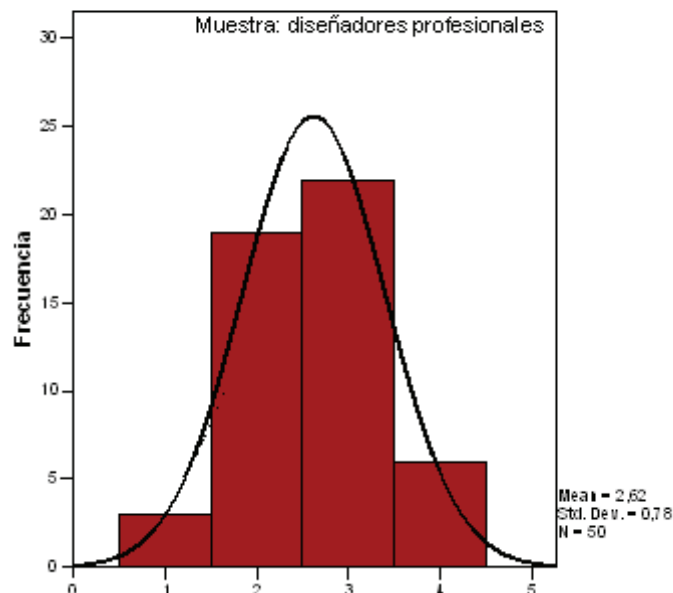
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	14	31.8	31.8	31.8
		bastante	22	50.0	50.0	81.8
		mucho	8	18.2	18.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	3	6.0	6.0	6.0
		poco	19	38.0	38.0	44.0
		bastante	22	44.0	44.0	88.0
		mucho	6	12.0	12.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	4	3.8	3.8	3.8
		poco	28	26.4	26.4	30.2
		bastante	51	48.1	48.1	78.3
		mucho	23	21.7	21.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿ Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



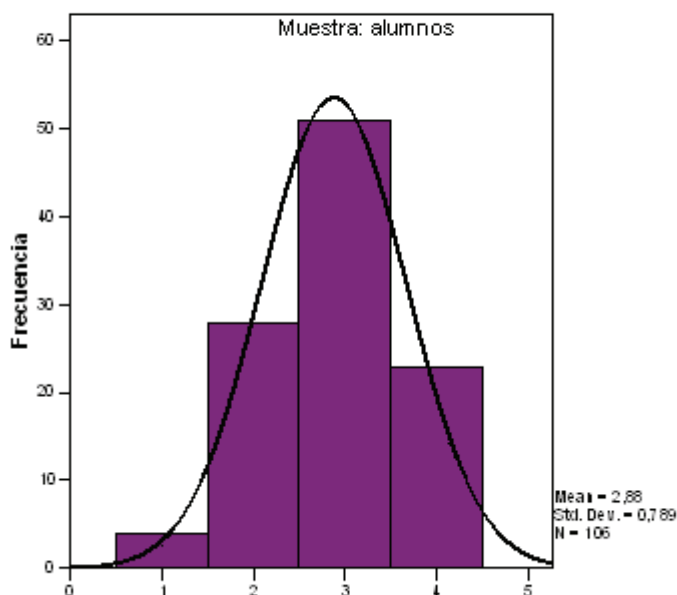
Del total de la muestra de docentes, 22 individuos consideran bastante importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿ Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 22 individuos consideran bastante importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

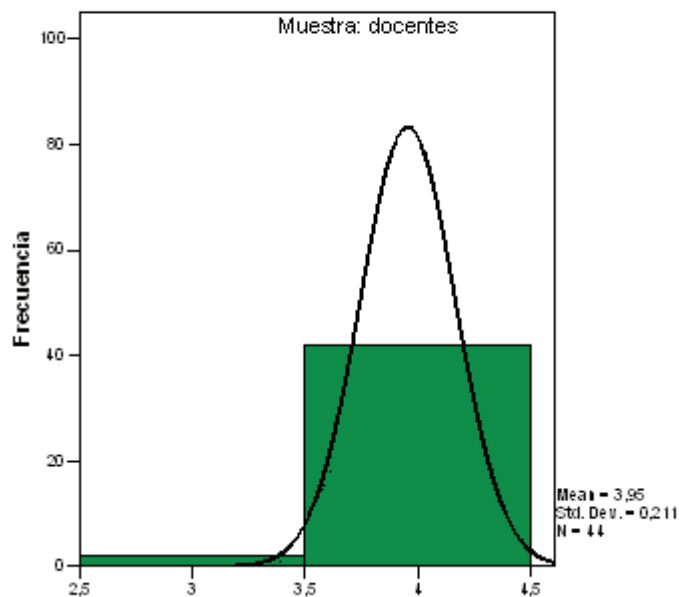


Del total de la muestra de alumnos, 51 individuos consideran bastante importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 2.- ¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

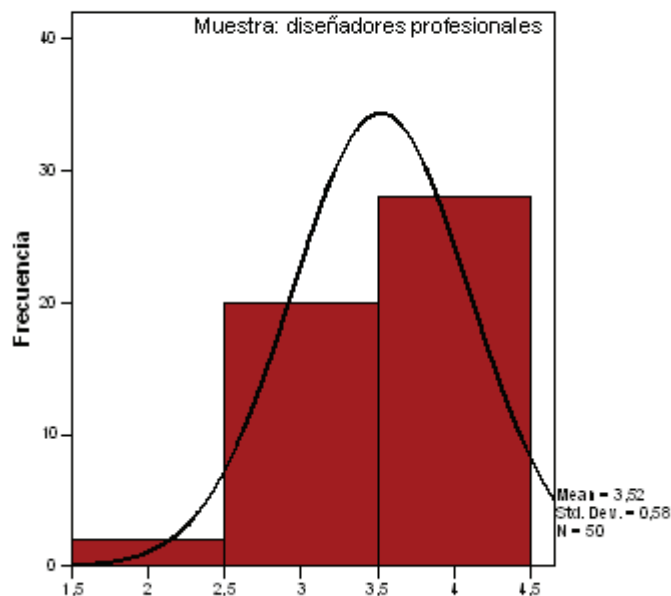
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	2	4.5	4.5	4.5
		mucho	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	2	4.0	4.0	4.0
		bastante	20	40.0	40.0	44.0
		mucho	28	56.0	56.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	2	1.9	1.9	1.9
		bastante	22	20.8	20.8	22.6
		mucho	82	77.4	77.4	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



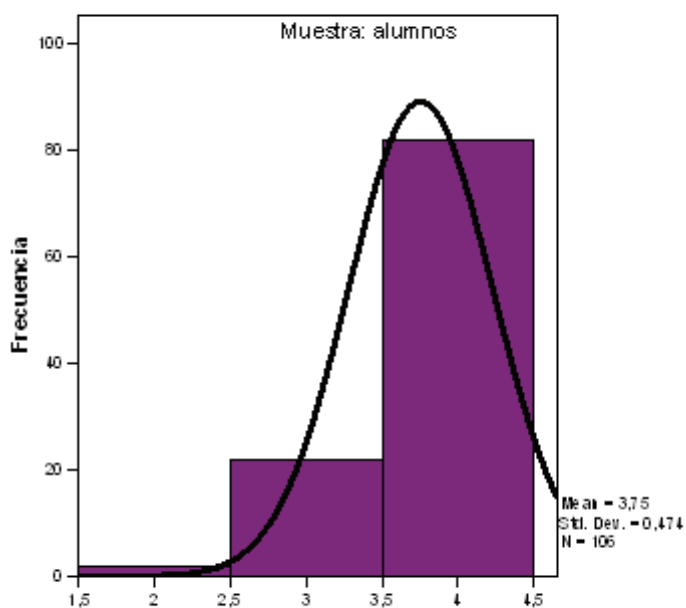
Del total de la muestra de docentes, 42 individuos consideran muy importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 28 individuos consideran muy importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

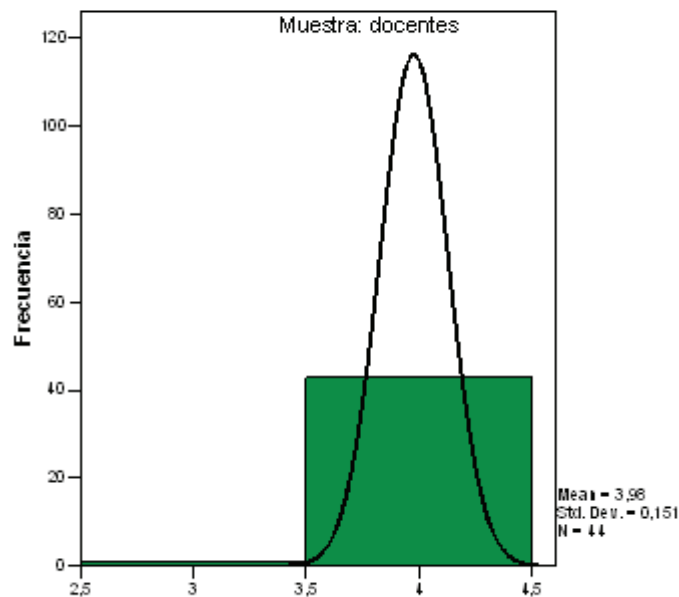


Del total de la muestra de alumnos, 82 individuos consideran muy importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 3.- ¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

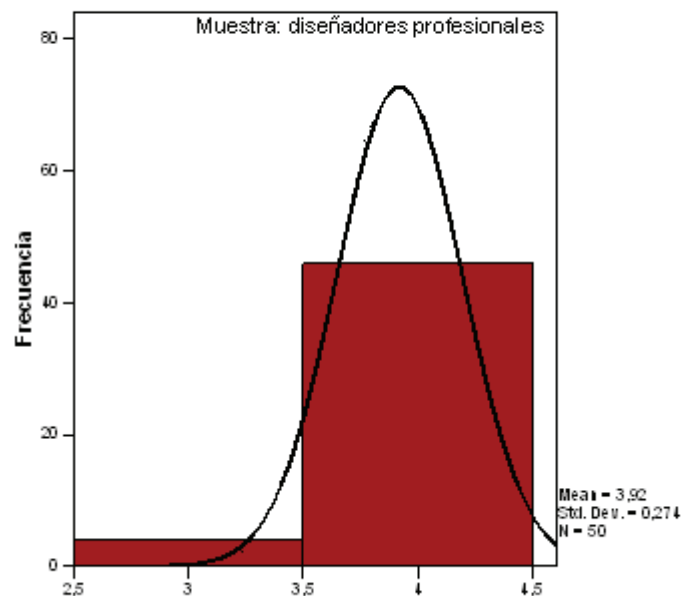
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	1	2.3	2.3	2.3
		mucho	43	97.7	97.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	4	8.0	8.0	8.0
		mucho	46	92.0	92.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	1	.9	.9	.9
		mucho	105	99.1	99.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



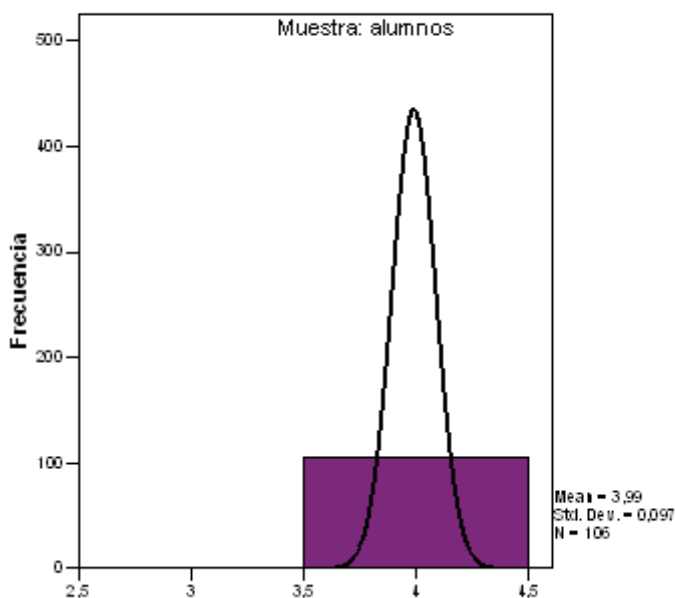
Del total de la muestra de docentes, 43 individuos consideran muy importante “Historia de la Moda” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 46 individuos consideran muy importante “Historia de la Moda” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

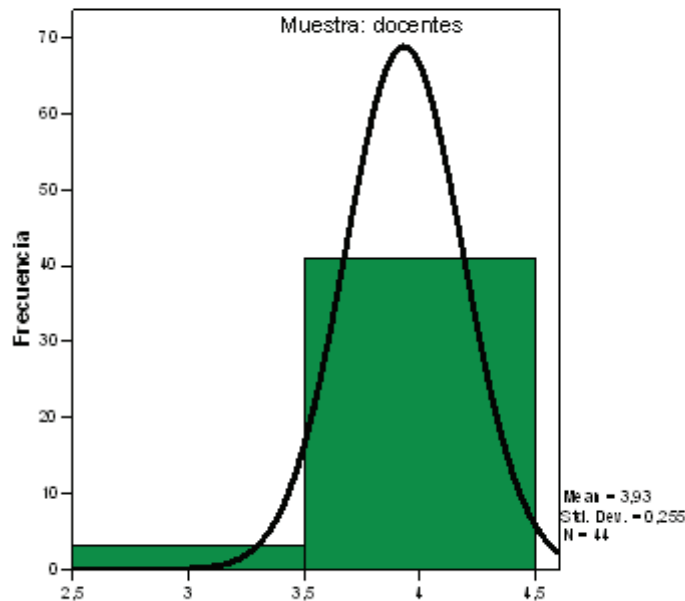


Del total de la muestra de alumnos, 105 individuos consideran muy importante "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 4.- ¿Considera "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

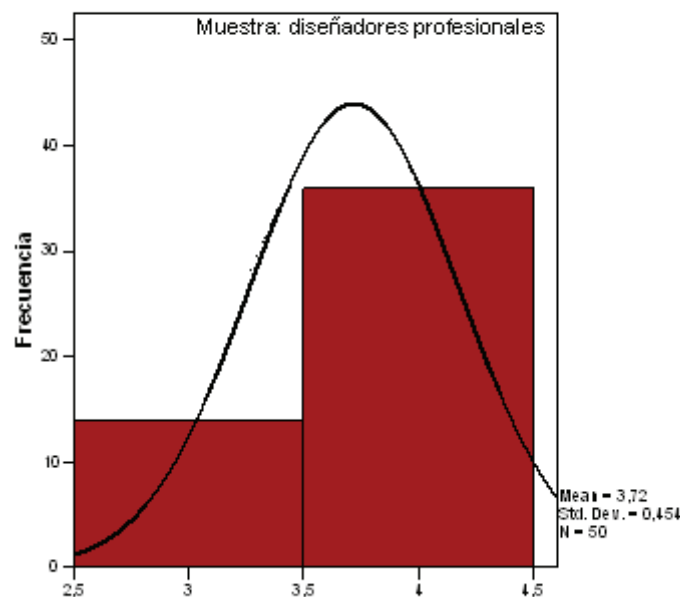
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	14	28.0	28.0	28.0
		mucho	36	72.0	72.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	10	9.4	9.4	9.4
		mucho	96	90.6	90.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



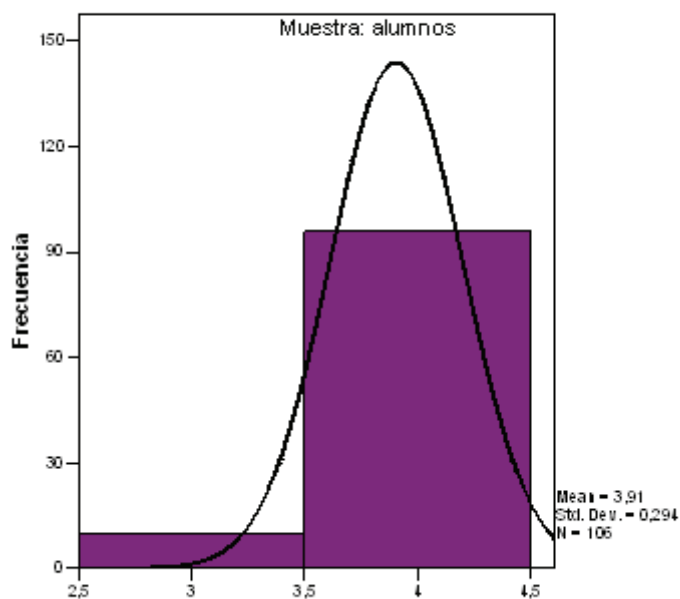
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran muy importante "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 36 individuos consideran muy importante "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

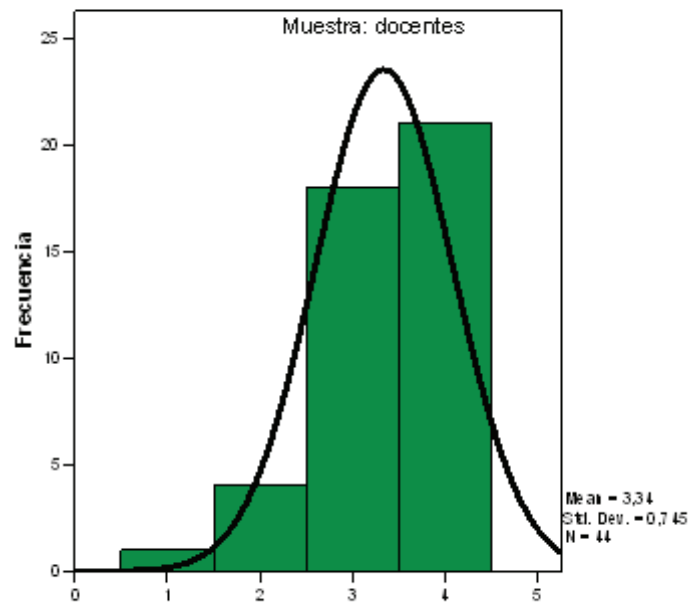


Del total de la muestra de alumnos, 36 individuos consideran muy importante "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 5.- ¿Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

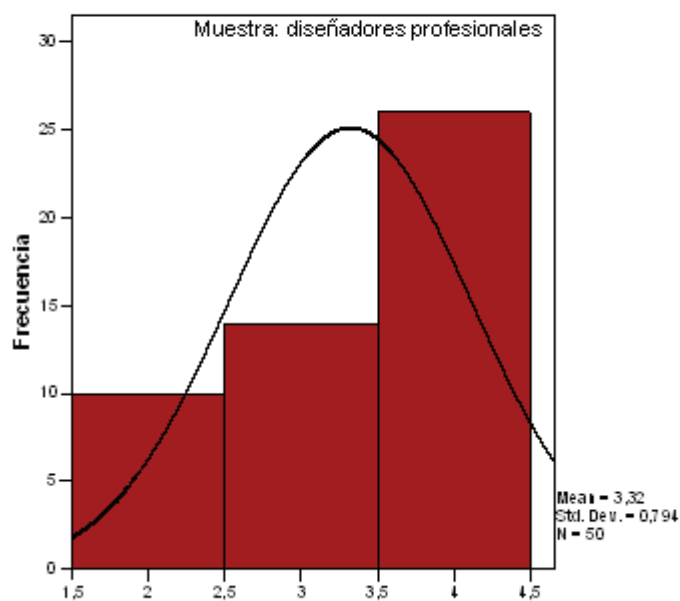
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	1	2.3	2.3	2.3
		poco	4	9.1	9.1	11.4
		bastante	18	40.9	40.9	52.3
		mucho	21	47.7	47.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	10	20.0	20.0	20.0
		bastante	14	28.0	28.0	48.0
		mucho	26	52.0	52.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	19	17.9	17.9	17.9
		bastante	45	42.5	42.5	60.4
		mucho	42	39.6	39.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



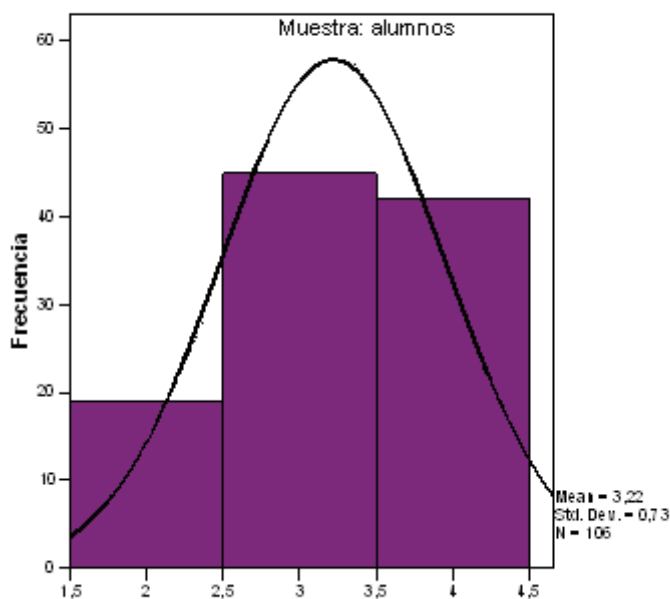
Del total de la muestra de docentes, 11 individuos consideran muy importante "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 26 individuos consideran muy importante "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿ Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

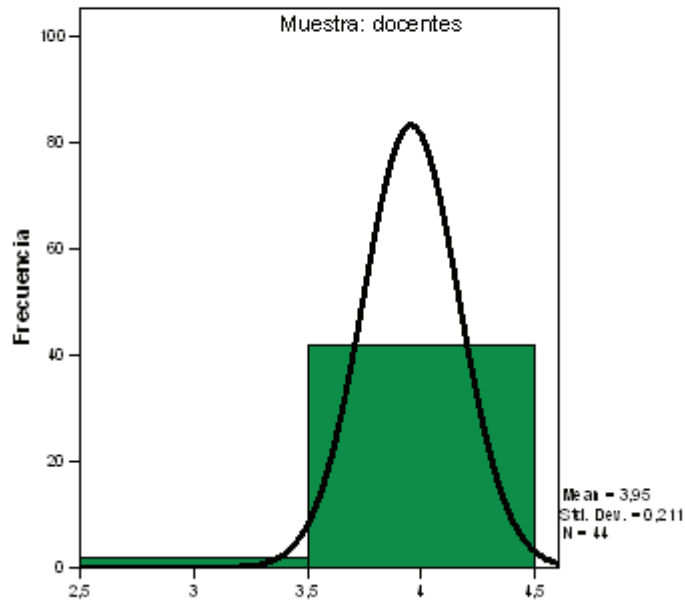


Del total de la muestra de alumnos, 45 individuos consideran bastante importante “Filosofía de la Moda” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 6.- ¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

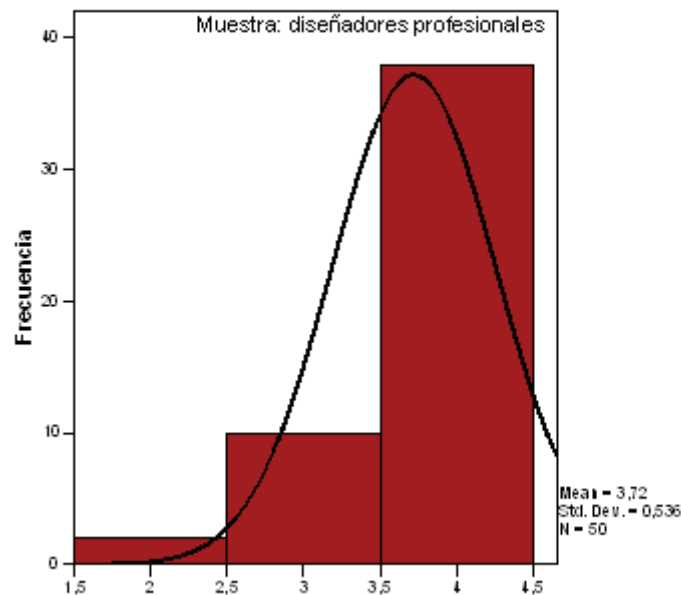
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	2	4.5	4.5	4.5
		mucho	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	2	4.0	4.0	4.0
		bastante	10	20.0	20.0	24.0
		mucho	38	76.0	76.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	3	2.8	2.8	2.8
		bastante	10	9.4	9.4	12.3
		mucho	93	87.7	87.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



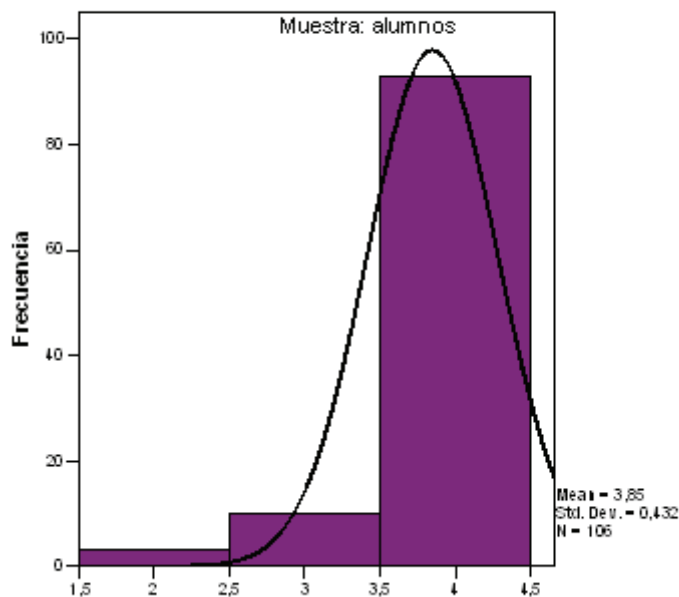
Del total de la muestra de docentes, 42 individuos consideran muy importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 38 individuos consideran muy importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

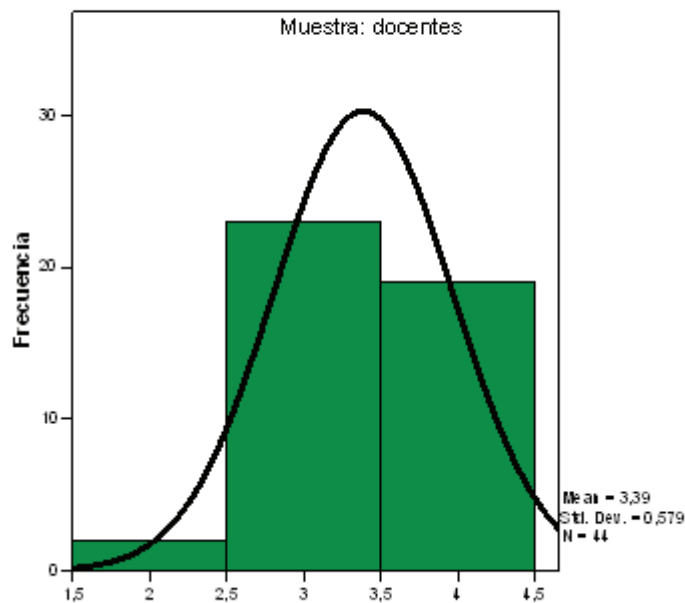


Del total de la muestra de alumnos, 93 individuos consideran muy importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 7.- ¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

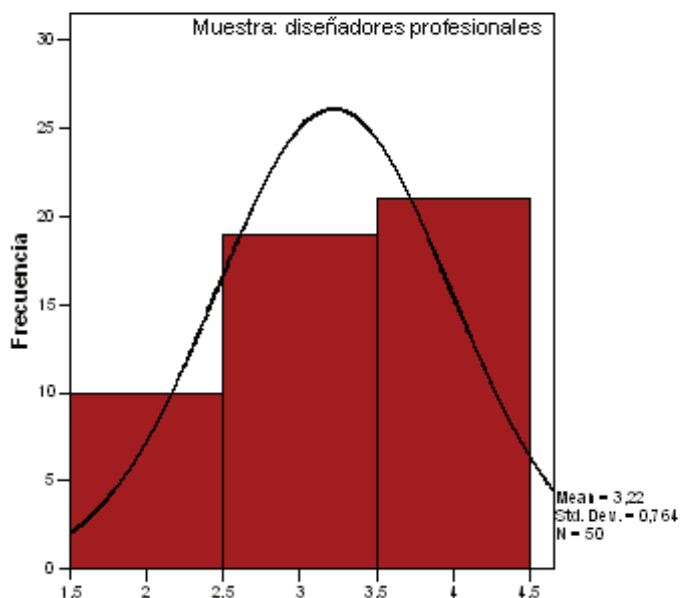
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	2	4.5	4.5	4.5
		bastante	23	52.3	52.3	56.8
		mucho	19	43.2	43.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	10	20.0	20.0	20.0
		bastante	19	38.0	38.0	58.0
		mucho	21	42.0	42.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	18	17.0	17.0	17.0
		bastante	52	49.1	49.1	66.0
		mucho	36	34.0	34.0	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



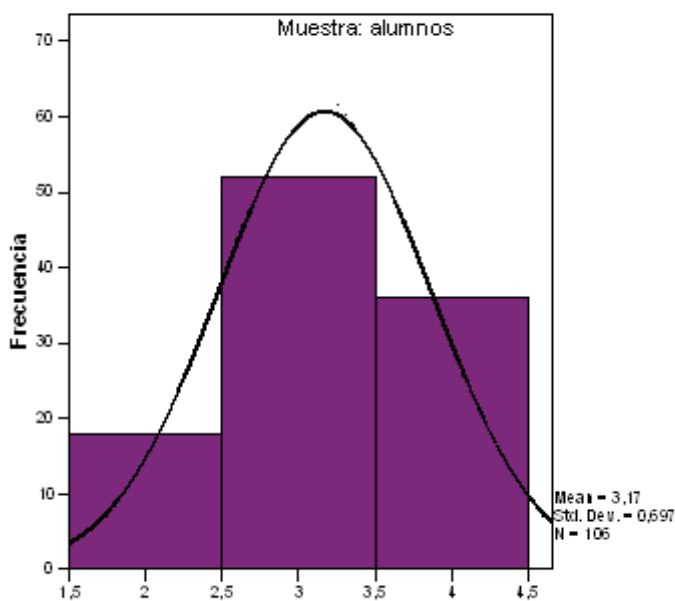
Del total de la muestra de docentes, 23 individuos consideran bastante importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de docentes, 21 individuos consideran muy importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

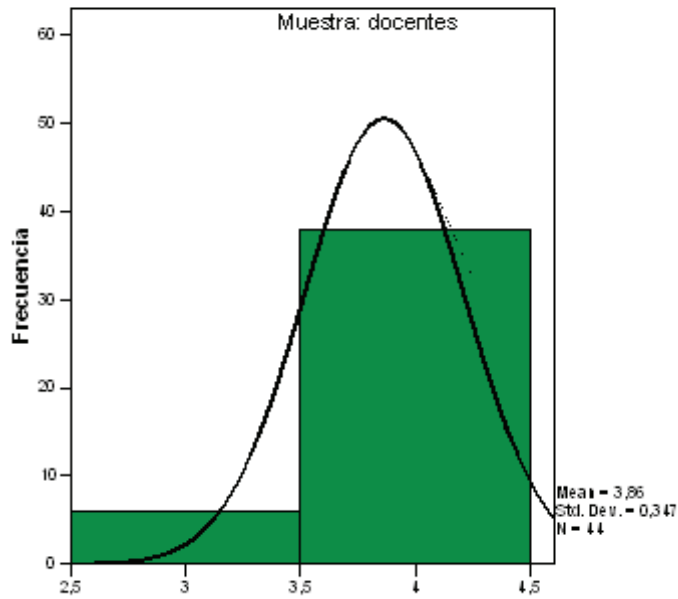


Del total de la muestra de alumnos, 36 individuos consideran muy importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 8.- ¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

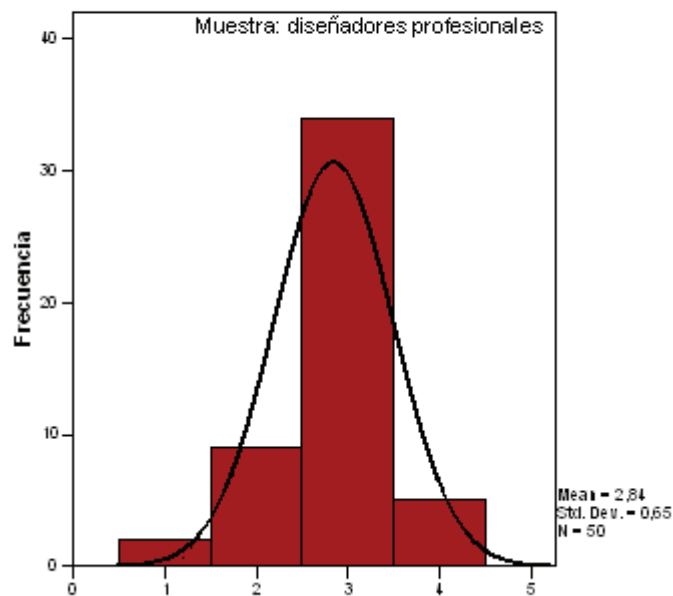
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	6	13.6	13.6	13.6
		mucho	38	86.4	86.4	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	2	4.0	4.0	4.0
		poco	9	18.0	18.0	22.0
		bastante	34	68.0	68.0	90.0
		mucho	5	10.0	10.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	5	4.7	4.7	4.7
		bastante	48	45.3	45.3	50.0
		mucho	53	50.0	50.0	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



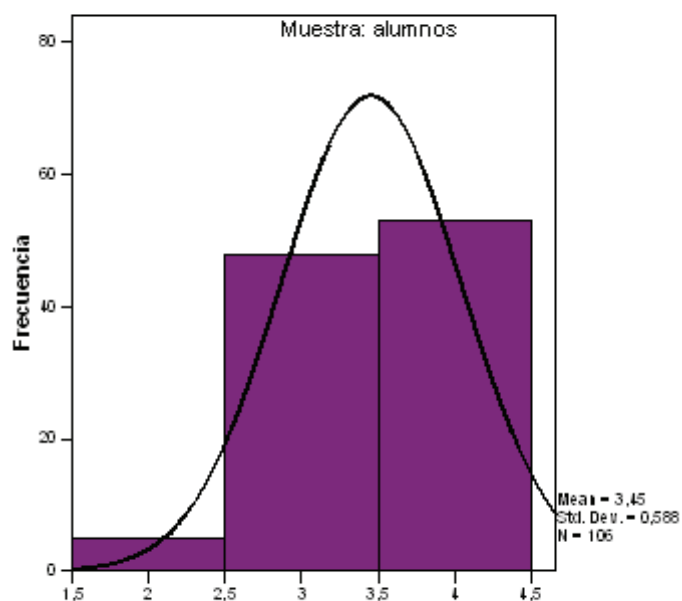
Del total de la muestra de docentes, 38 individuos consideran muy importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 34 individuos consideran bastante importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

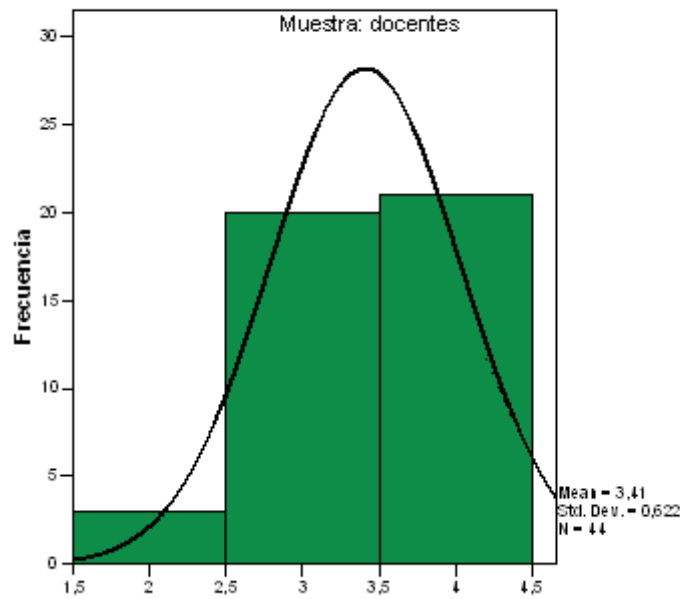


Del total de la muestra de alumnos, 53 individuos consideran muy importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 9.- ¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

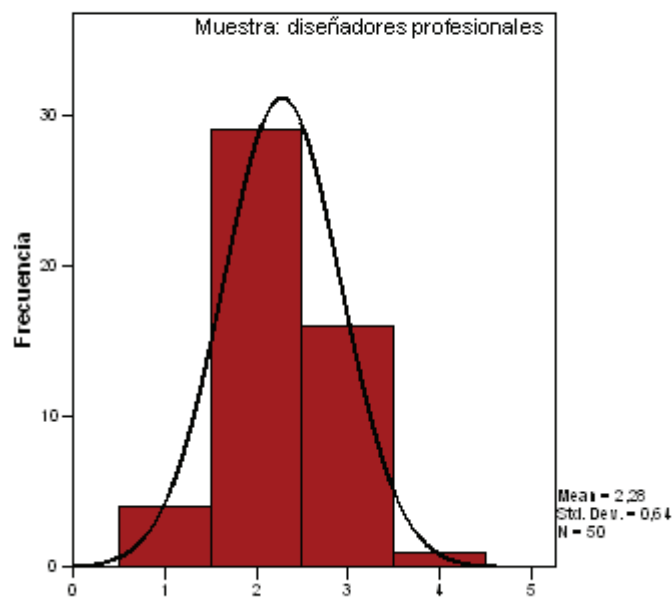
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	3	6.8	6.8	6.8
		bastante	20	45.5	45.5	52.3
		mucho	21	47.7	47.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	4	8.0	8.0	8.0
		poco	29	58.0	58.0	66.0
		bastante	16	32.0	32.0	98.0
		mucho	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	2	1.9	1.9	1.9
		poco	33	31.1	31.1	33.0
		bastante	54	50.9	50.9	84.0
		mucho	17	16.0	16.0	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



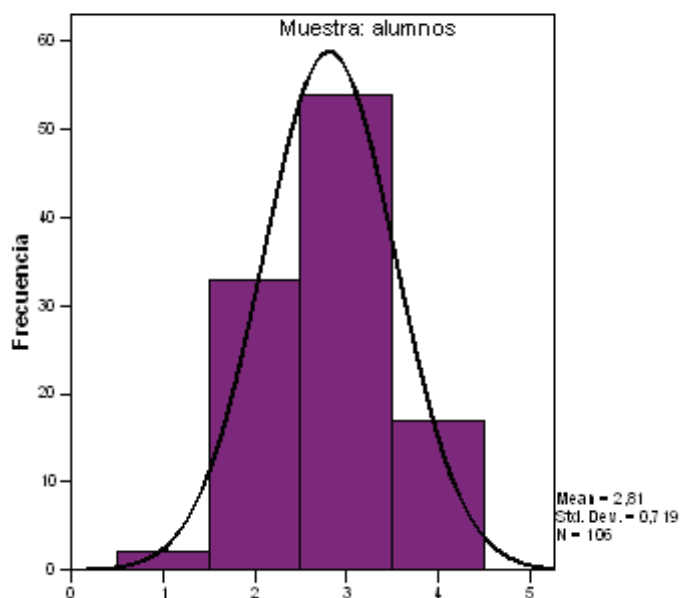
Del total de la muestra de docentes, 21 individuos consideran muy importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 29 individuos consideran poco importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

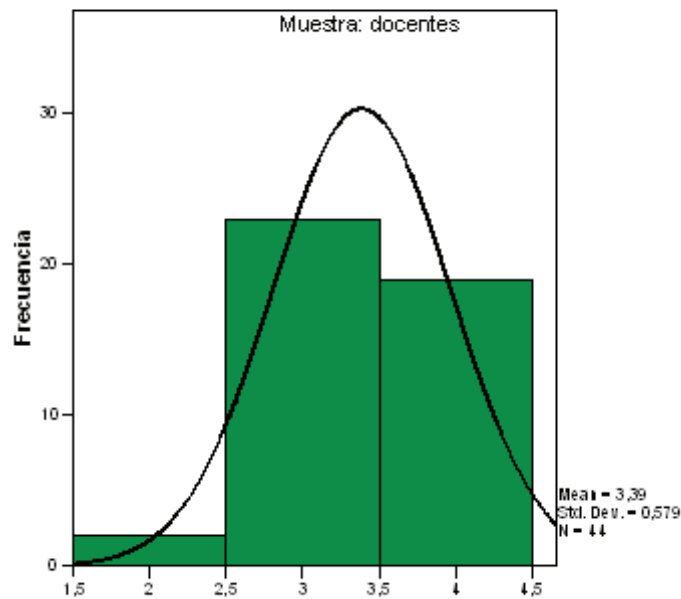


Del total de la muestra de alumnos, 54 individuos consideran bastante importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 10.- ¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

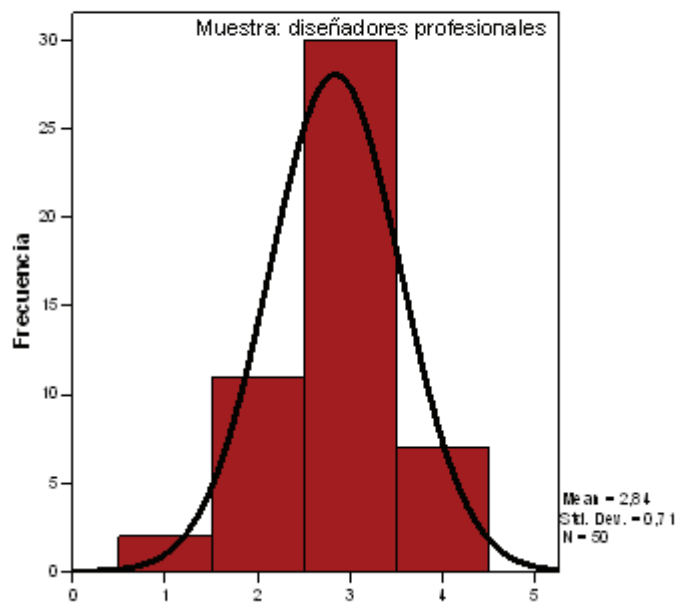
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	2	4.5	4.5	4.5
		bastante	23	52.3	52.3	56.8
		mucho	19	43.2	43.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	2	4.0	4.0	4.0
		poco	11	22.0	22.0	26.0
		bastante	30	60.0	60.0	86.0
		mucho	7	14.0	14.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	12	11.3	11.3	11.3
		bastante	84	79.2	79.2	90.6
		mucho	10	9.4	9.4	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



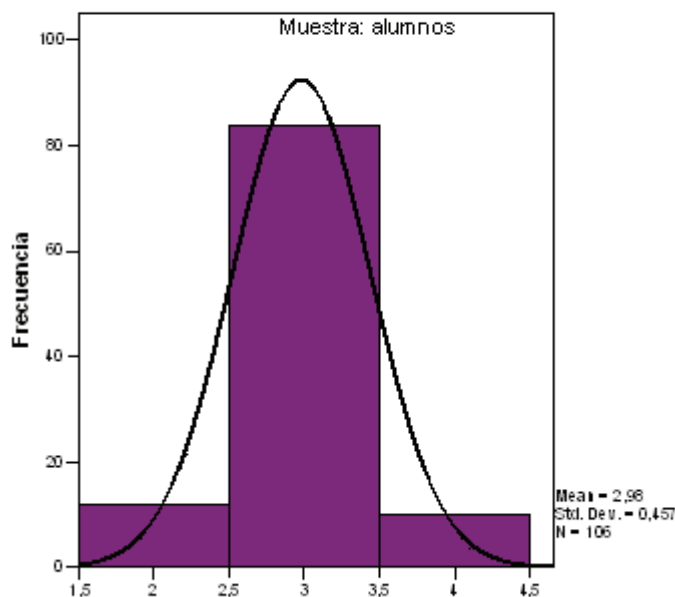
Del total de la muestra de docentes, 23 individuos consideran bastante importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de docentes, 30 individuos consideran bastante importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

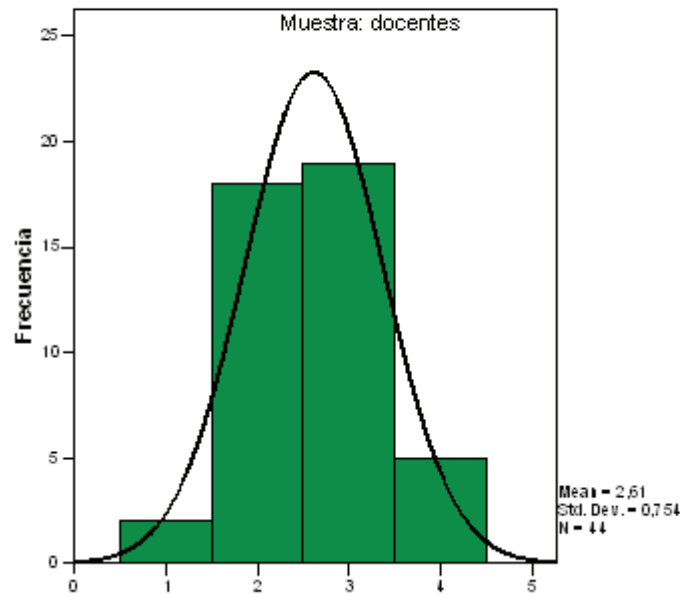


Del total de la muestra de docentes, 84 individuos consideran bastante importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 11.- ¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

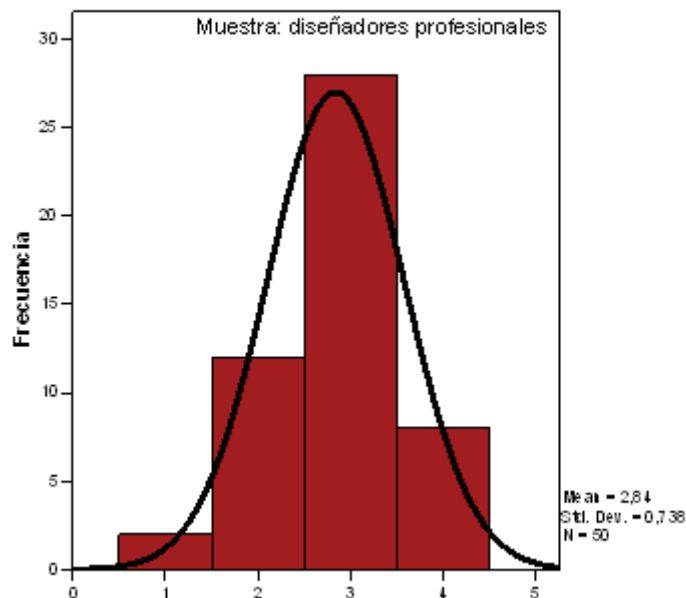
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	2	4.5	4.5	4.5
		poco	18	40.9	40.9	45.5
		bastante	19	43.2	43.2	88.6
		mucho	5	11.4	11.4	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	2	4.0	4.0	4.0
		poco	12	24.0	24.0	28.0
		bastante	28	56.0	56.0	84.0
		mucho	8	16.0	16.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	2	1.9	1.9	1.9
		poco	41	38.7	38.7	40.6
		bastante	59	55.7	55.7	96.2
		mucho	4	3.8	3.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



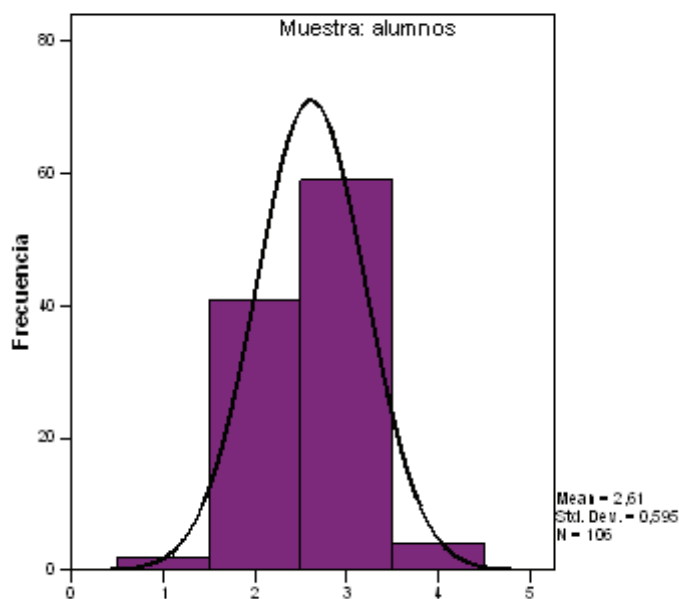
Del total de la muestra de docentes, 19 individuos consideran bastante importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 28 individuos consideran bastante importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

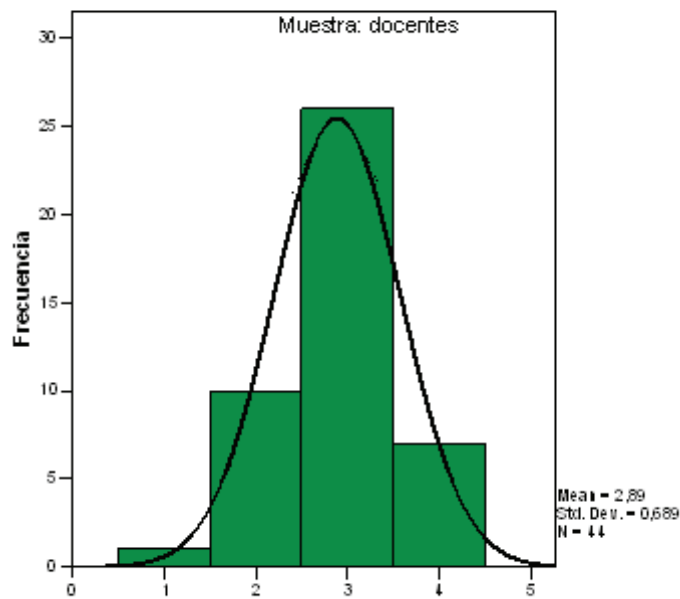


Del total de la muestra de alumnos, 59 individuos consideran bastante importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 12.- ¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

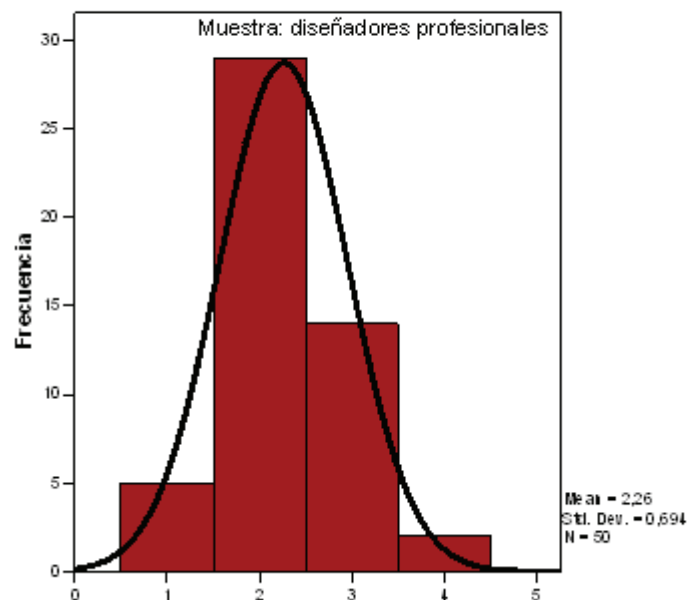
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	1	2.3	2.3	2.3
		poco	10	22.7	22.7	25.0
		bastante	26	59.1	59.1	84.1
		mucho	7	15.9	15.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	5	10.0	10.0	10.0
		poco	29	58.0	58.0	68.0
		bastante	14	28.0	28.0	96.0
		mucho	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	3	2.8	2.8	2.8
		poco	66	62.3	62.3	65.1
		bastante	35	33.0	33.0	98.1
		mucho	2	1.9	1.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



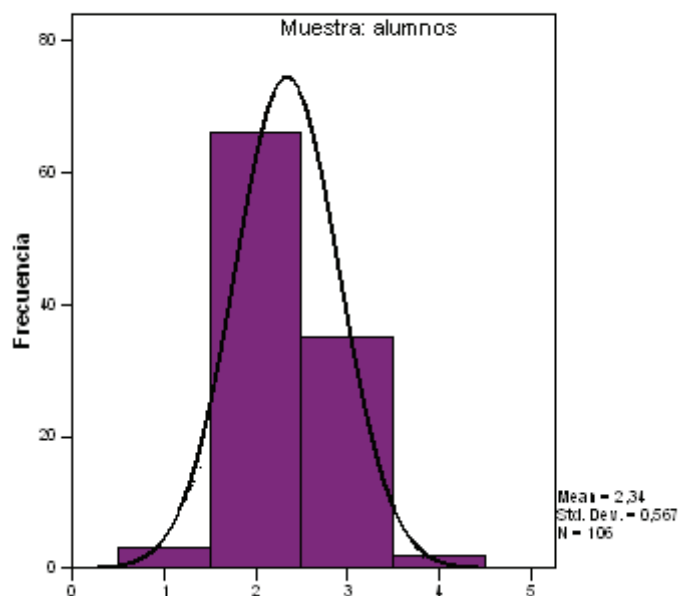
Del total de la muestra de docentes, 26 individuos consideran bastante importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 29 individuos consideran poco importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

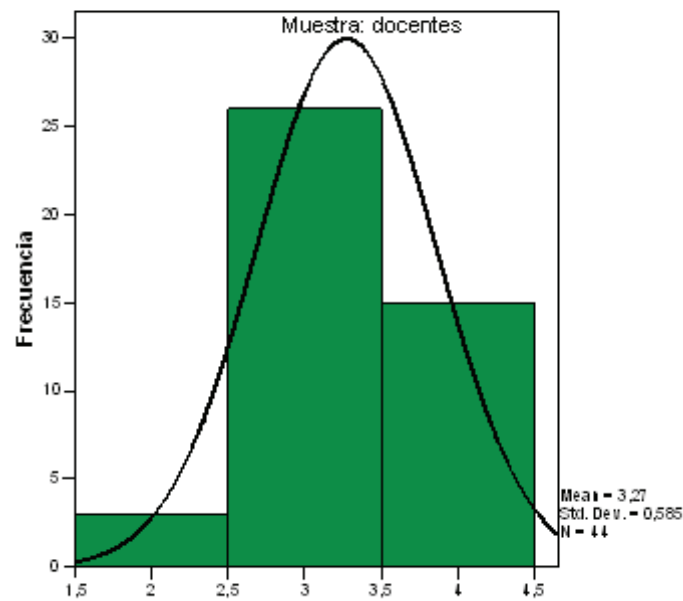


Del total de la muestra de alumnos, 66 individuos consideran poco importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 13.- ¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

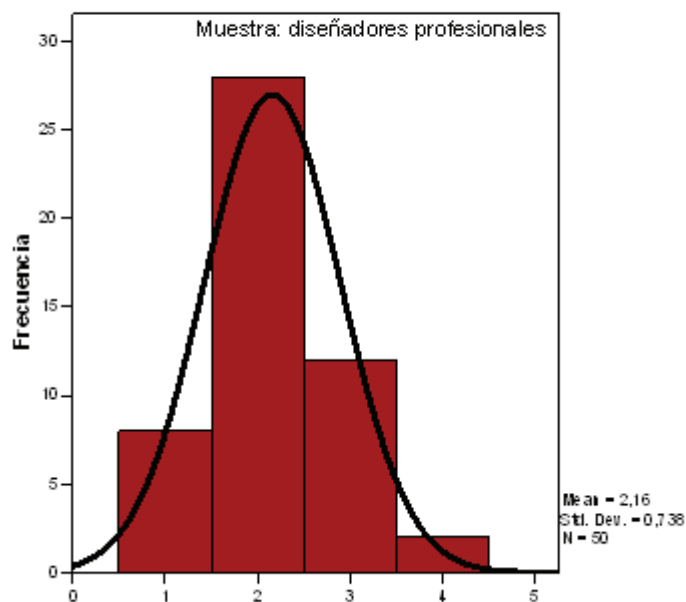
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	3	6.8	6.8	6.8
		bastante	26	59.1	59.1	65.9
		mucho	15	34.1	34.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	8	16.0	16.0	16.0
		poco	28	56.0	56.0	72.0
		bastante	12	24.0	24.0	96.0
		mucho	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	56	52.8	52.8	52.8
		bastante	43	40.6	40.6	93.4
		mucho	7	6.6	6.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



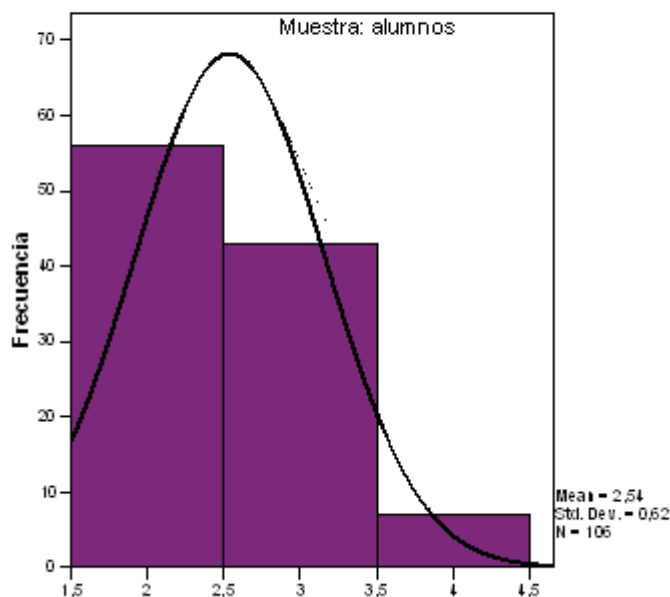
Del total de la muestra de docentes, 26 individuos consideran bastante importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 86 individuos consideran poco importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

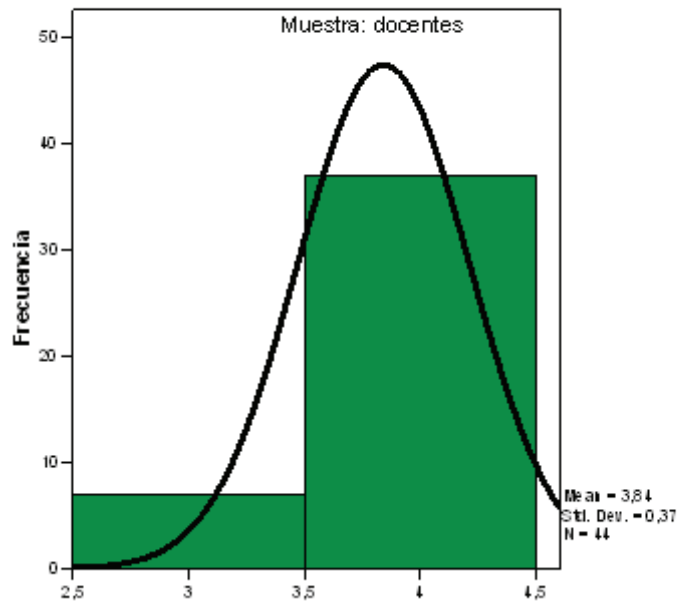


Del total de la muestra de alumnos, 66 individuos consideran poco importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 14.- ¿Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

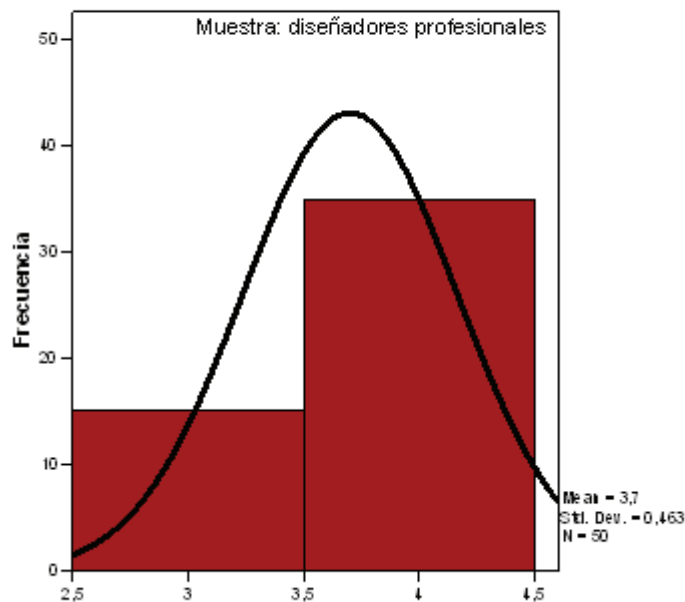
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	7	15.9	15.9	15.9
		mucho	37	84.1	84.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	15	30.0	30.0	30.0
		mucho	35	70.0	70.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	5	4.7	4.7	4.7
		bastante	22	20.8	20.8	25.5
		mucho	79	74.5	74.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿ Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



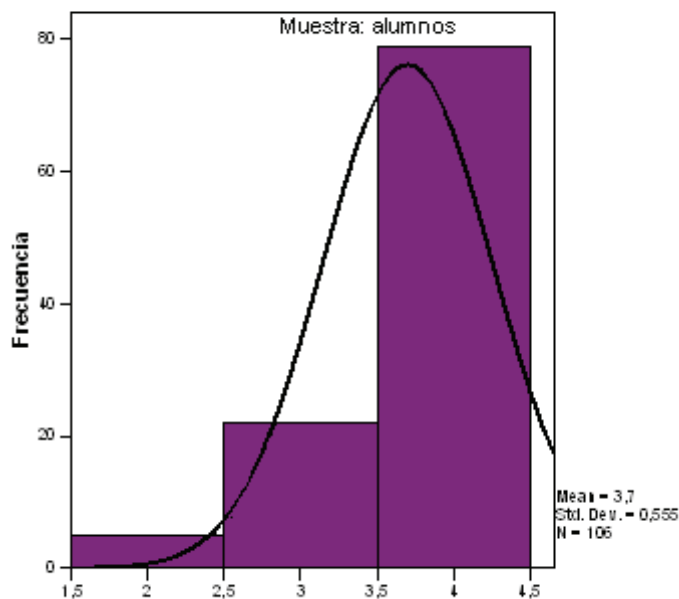
Del total de la muestra de docentes, 37 individuos consideran muy importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿ Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 35 individuos consideran muy importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

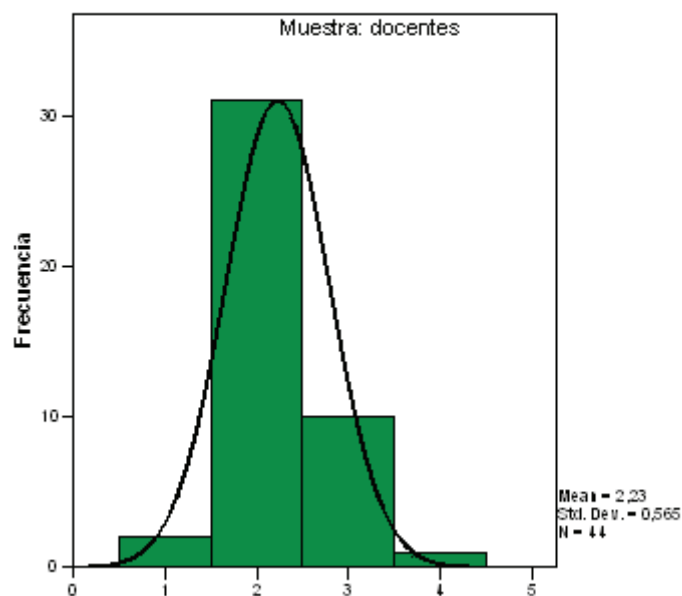


Del total de la muestra de alumnos, 79 individuos consideran muy importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 15.- ¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

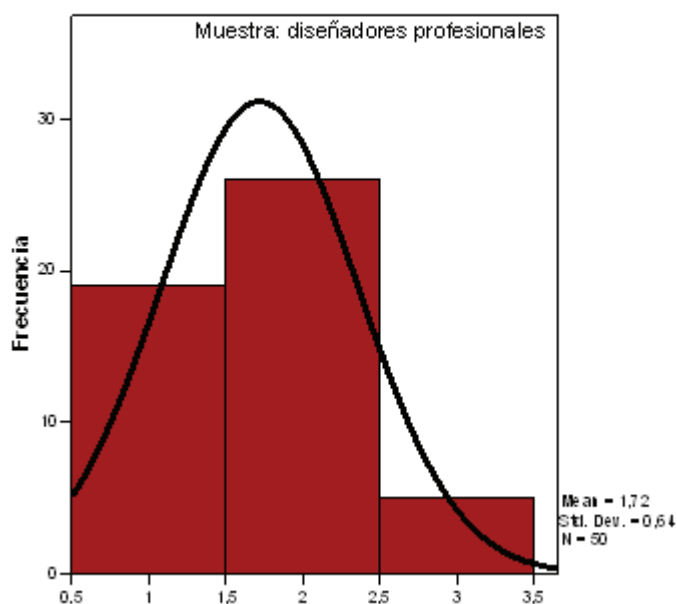
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	2	4.5	4.5	4.5
		poco	31	70.5	70.5	75.0
		bastante	10	22.7	22.7	97.7
		mucho	1	2.3	2.3	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	19	38.0	38.0	38.0
		poco	26	52.0	52.0	90.0
		bastante	5	10.0	10.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	25	23.6	23.6	23.6
		poco	71	67.0	67.0	90.6
		bastante	7	6.6	6.6	97.2
		mucho	3	2.8	2.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



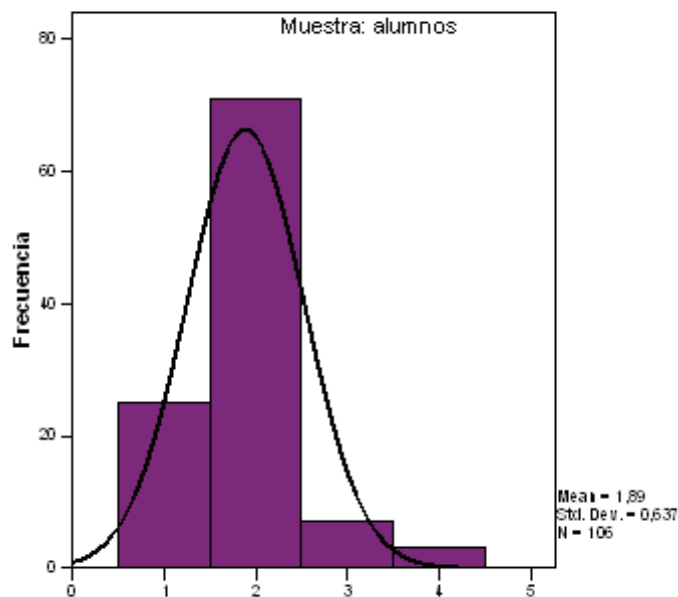
Del total de la muestra de docentes, 31 individuos consideran poco importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 26 individuos consideran poco importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

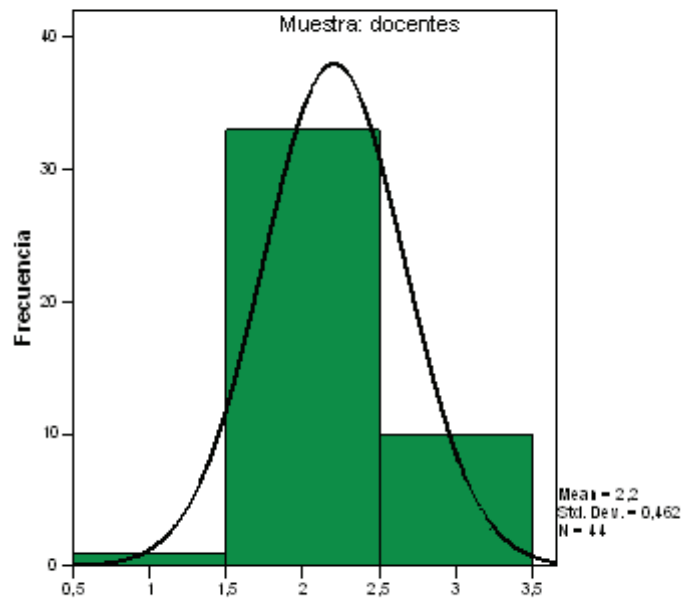


Del total de la muestra de alumnos, 71 individuos consideran poco importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 16.- ¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

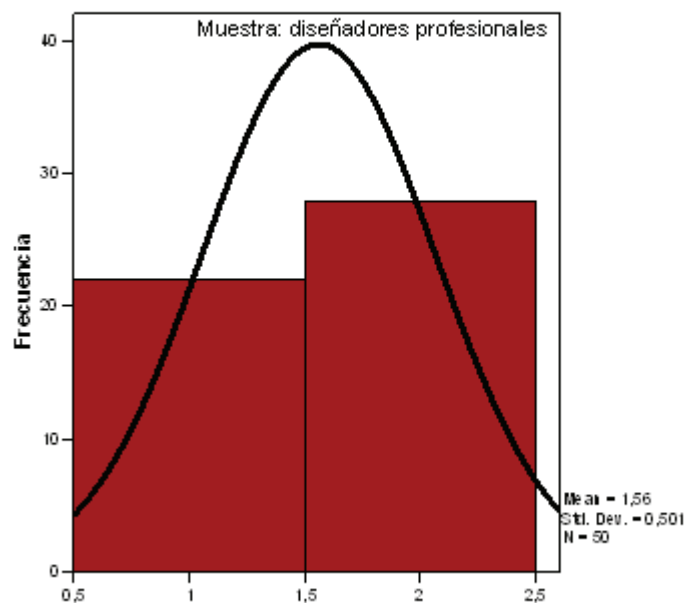
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	1	2.3	2.3	2.3
		poco	33	75.0	75.0	77.3
		bastante	10	22.7	22.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	22	44.0	44.0	44.0
		poco	28	56.0	56.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	34	32.1	32.1	32.1
		poco	66	62.3	62.3	94.3
		bastante	6	5.7	5.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



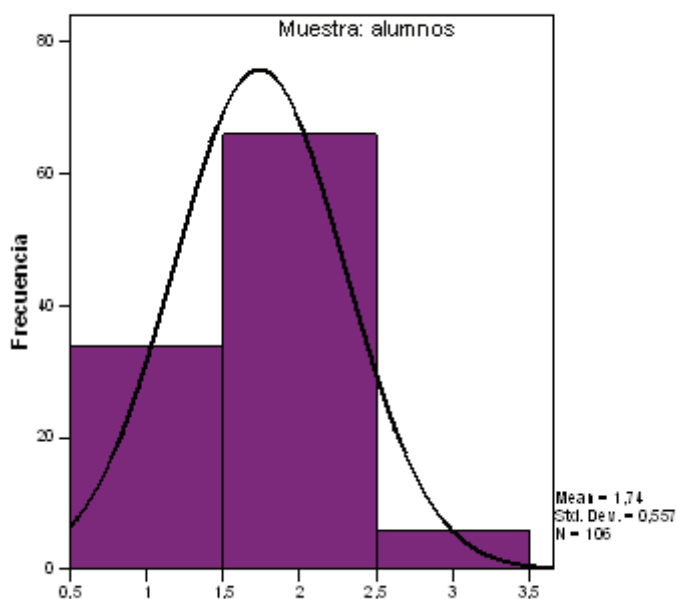
Del total de la muestra de docentes, 33 individuos consideran poco importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 28 individuos consideran poco importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

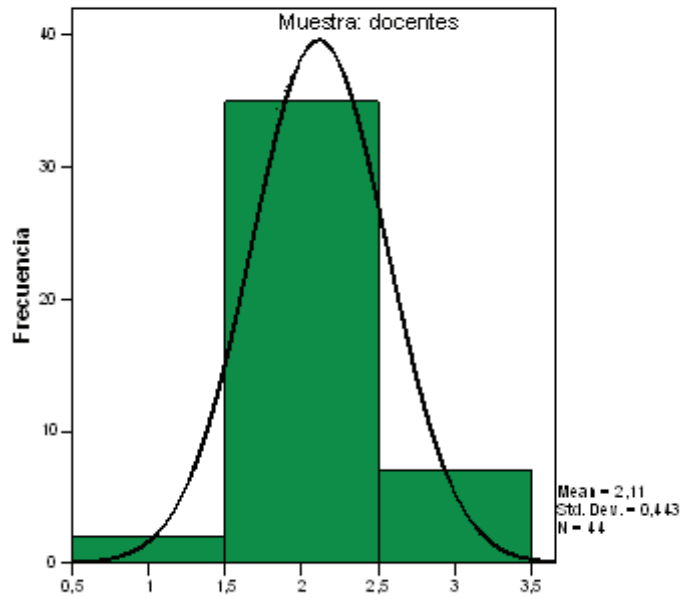


Del total de la muestra de alumnos, 66 individuos consideran poco importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 17.- ¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

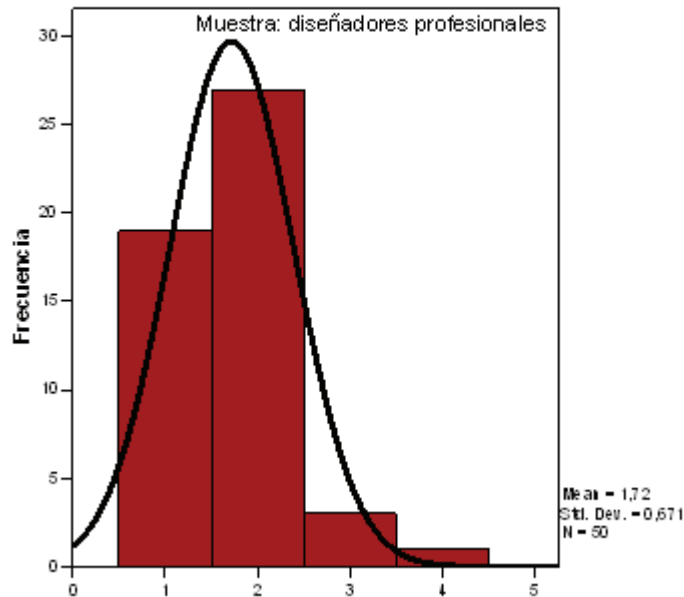
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	2	4.5	4.5	4.5
		poco	35	79.5	79.5	84.1
		bastante	7	15.9	15.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	19	38.0	38.0	38.0
		poco	27	54.0	54.0	92.0
		bastante	3	6.0	6.0	98.0
		mucho	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	31	29.2	29.2	29.2
		poco	64	60.4	60.4	89.6
		bastante	10	9.4	9.4	99.1
		mucho	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



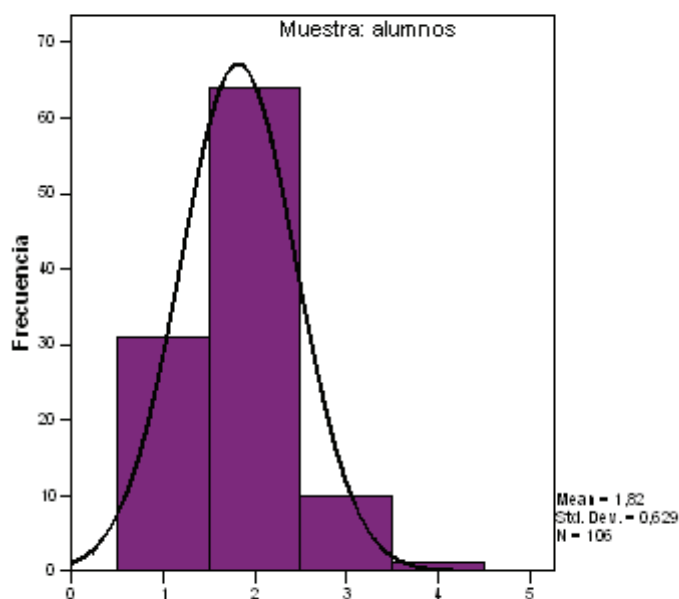
Del total de la muestra de docentes, 35 individuos consideran poco importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 27 individuos consideran poco importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

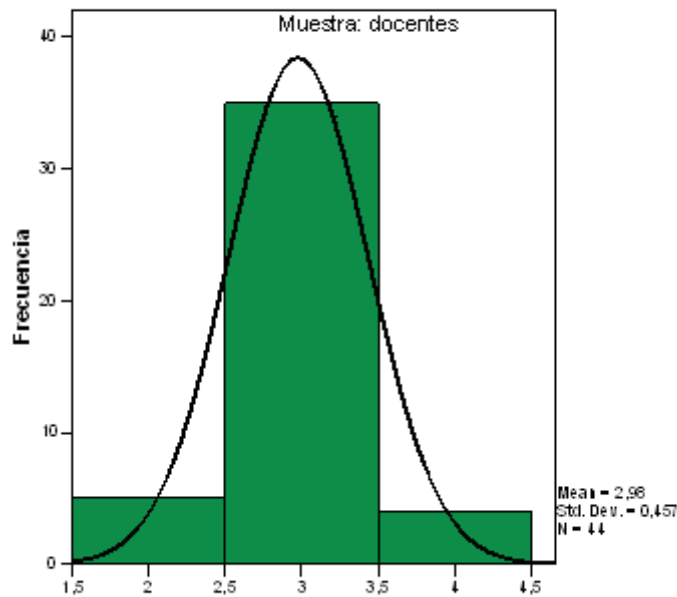


Del total de la muestra de docentes, 64 individuos consideran poco importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 18.- ¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

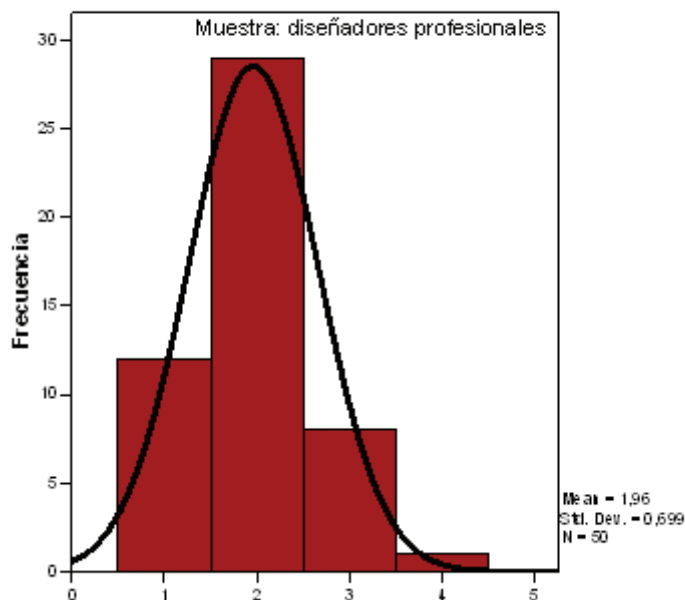
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	5	11.4	11.4	11.4
		bastante	35	79.5	79.5	90.9
		mucho	4	9.1	9.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	12	24.0	24.0	24.0
		poco	29	58.0	58.0	82.0
		bastante	8	16.0	16.0	98.0
		mucho	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	6	5.7	5.7	5.7
		poco	68	64.2	64.2	69.8
		bastante	31	29.2	29.2	99.1
		mucho	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



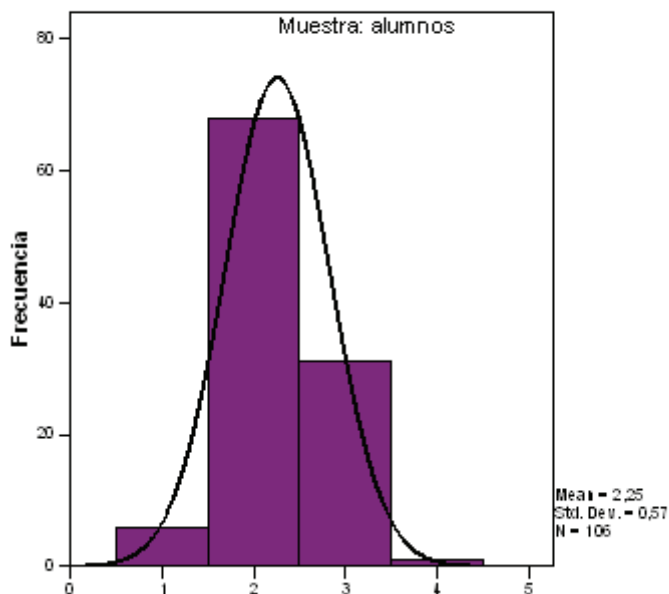
Del total de la muestra de docentes, 35 individuos consideran bastante importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 29 individuos consideran poco importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

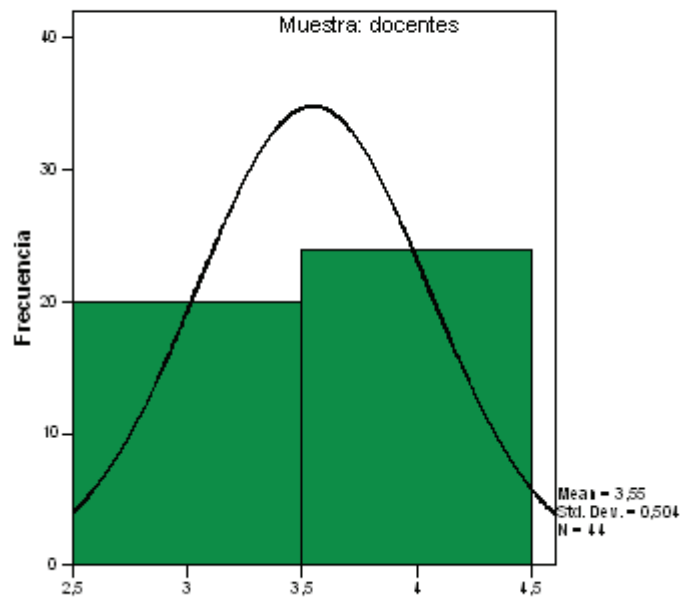


Del total de la muestra de docentes, 68 individuos consideran poco importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 19.- ¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

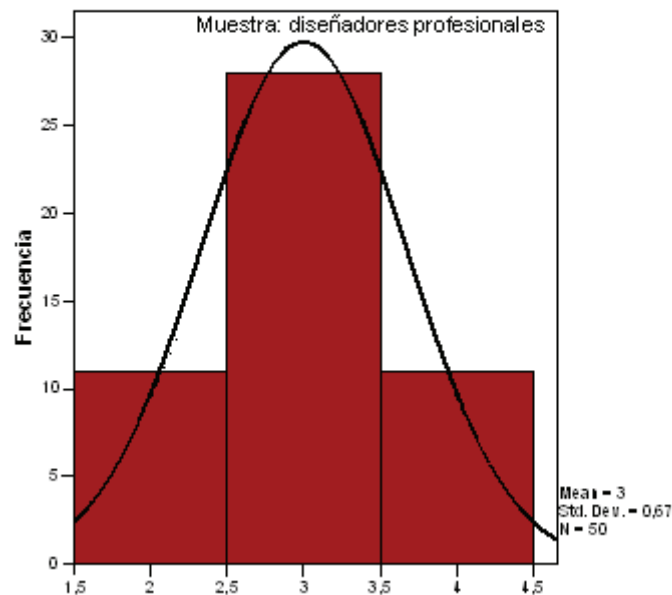
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	20	45.5	45.5	45.5
		mucho	24	54.5	54.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	11	22.0	22.0	22.0
		bastante	28	56.0	56.0	78.0
		mucho	11	22.0	22.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	5	4.7	4.7	4.7
		bastante	53	50.0	50.0	54.7
		mucho	48	45.3	45.3	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



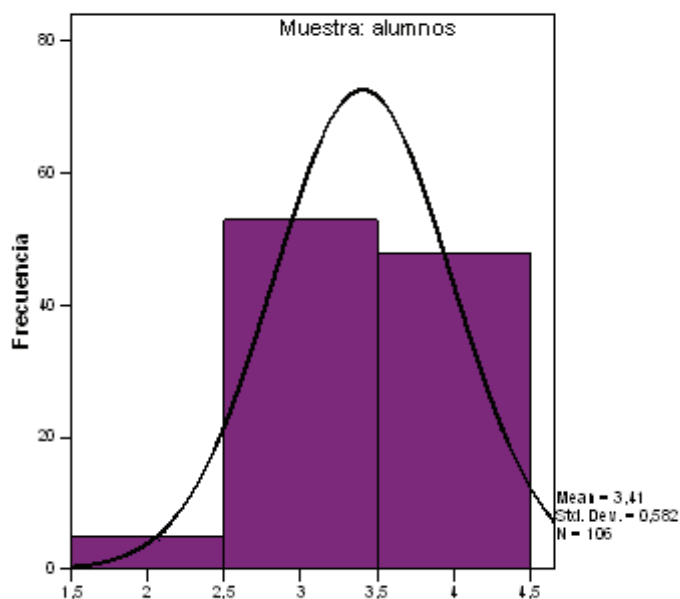
Del total de la muestra de docentes, 24 individuos consideran muy importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 28 individuos consideran bastante importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

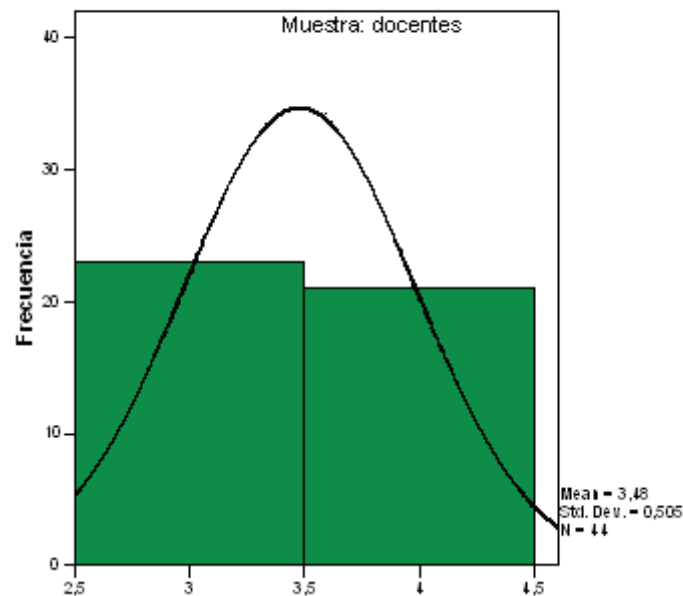


Del total de la muestra de alumnos, 53 individuos consideran bastante importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 20.- ¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

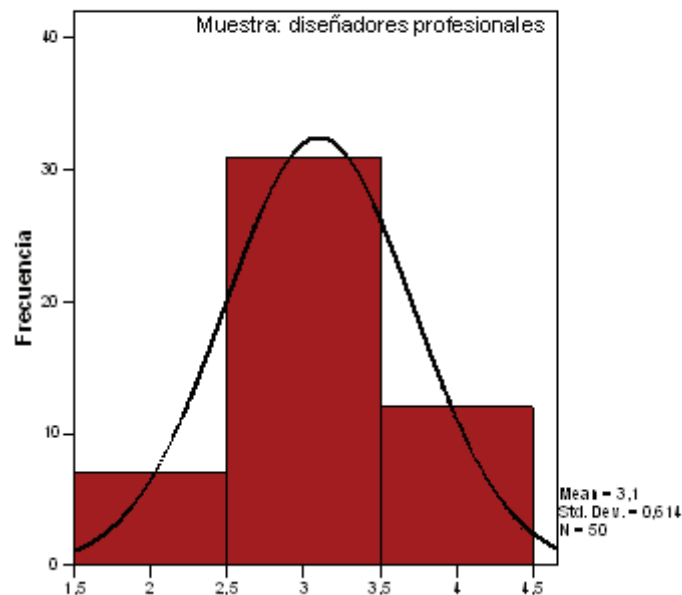
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	23	52.3	52.3	52.3
		mucho	21	47.7	47.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	7	14.0	14.0	14.0
		bastante	31	62.0	62.0	76.0
		mucho	12	24.0	24.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	63	59.4	59.4	59.4
		mucho	43	40.6	40.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



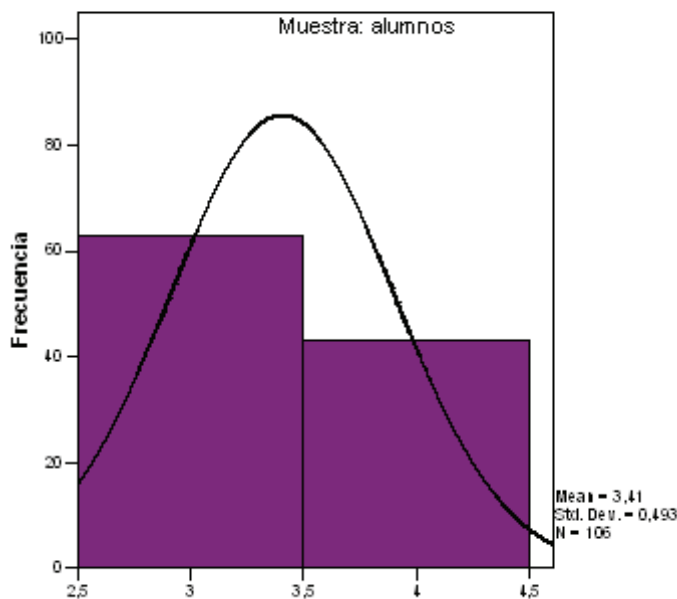
Del total de la muestra de docentes, 23 individuos consideran bastante importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 31 individuos consideran bastante importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

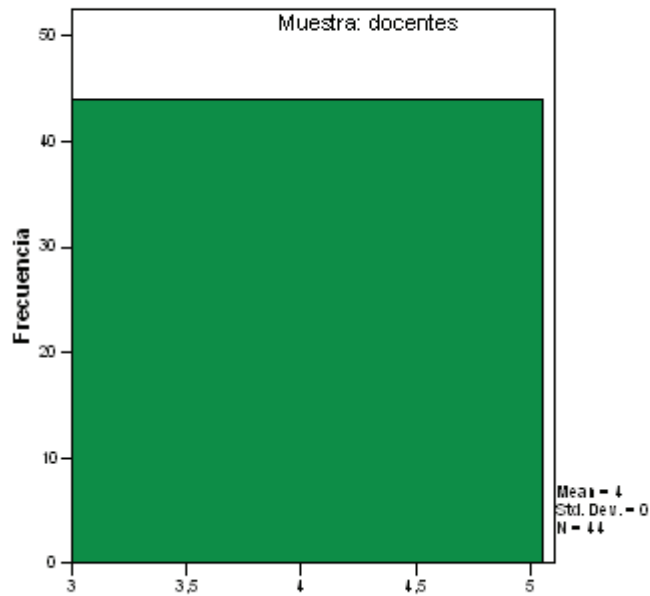


Del total de la muestra de alumnos, 63 individuos consideran bastante importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 21.- ¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

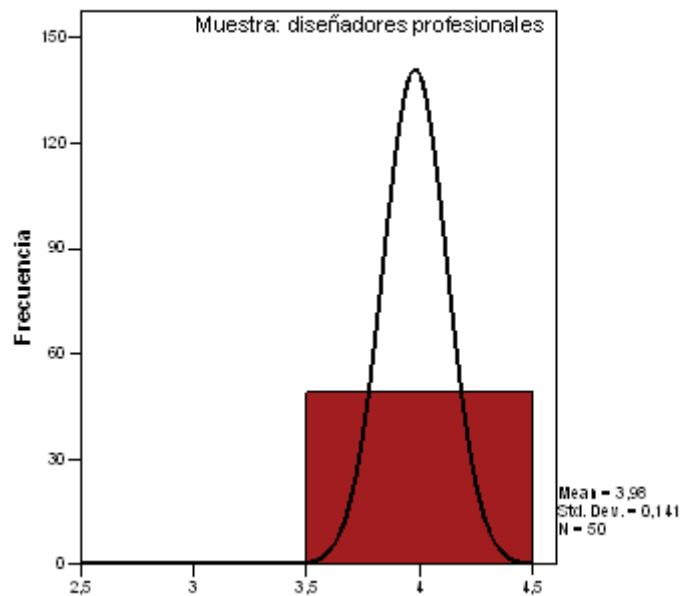
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		diseñadores	1	2.0	2.0	2.0
		profesionales	mucho	49	98.0	98.0
alumnos	Válidos	Total	50	100.0	100.0	
		bastante	6	5.7	5.7	5.7
		mucho	100	94.3	94.3	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



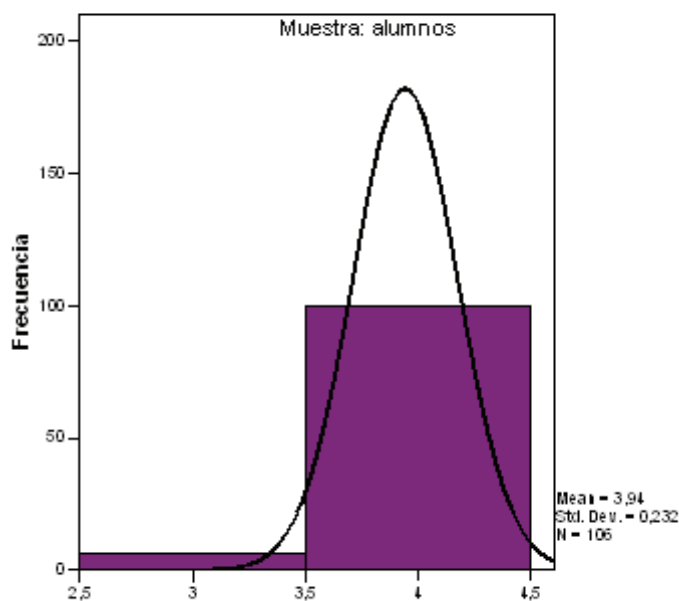
El total de la muestra de docentes considera muy importante "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 49 individuos consideran bastante importante "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

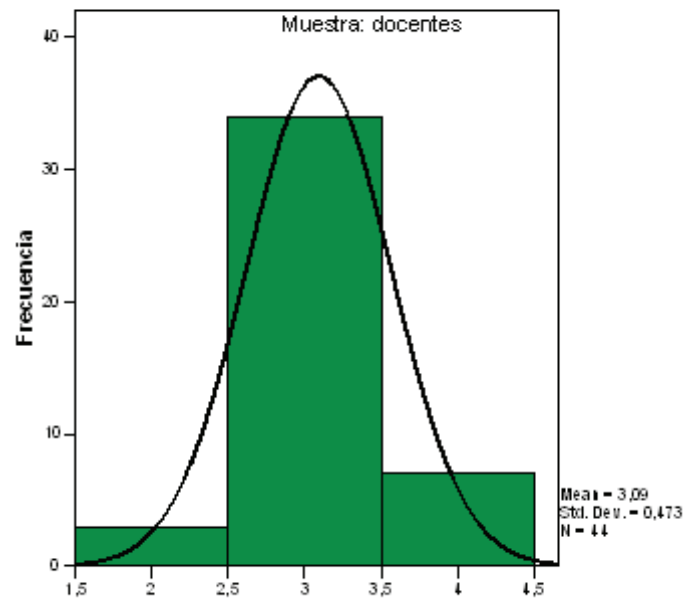


Del total de la muestra de alumnos, 100 individuos consideran muy importante "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 22.- ¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

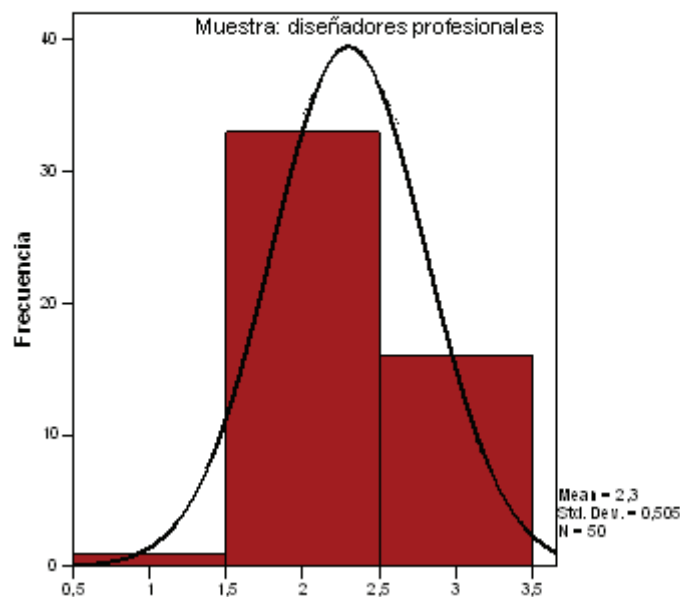
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	3	6.8	6.8	6.8
		bastante	34	77.3	77.3	84.1
		mucho	7	15.9	15.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	33	66.0	66.0	68.0
		bastante	16	32.0	32.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	19	17.9	17.9	17.9
		bastante	79	74.5	74.5	92.5
		mucho	8	7.5	7.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



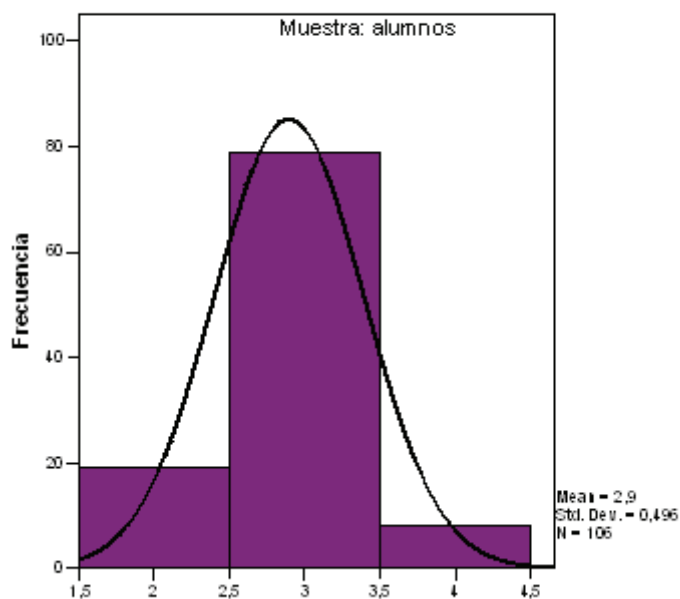
Del total de la muestra de docentes, 34 individuos consideran bastante importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 33 individuos consideran poco importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

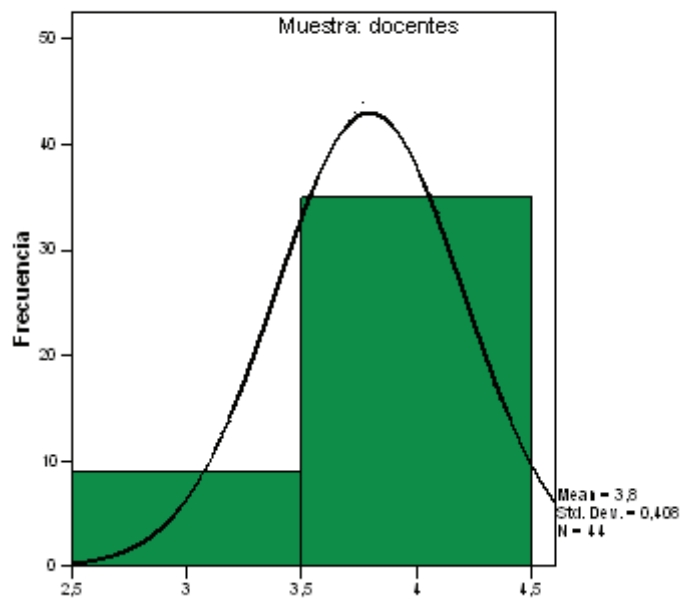


Del total de la muestra de alumnos, 79 individuos consideran bastante importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 23.- ¿Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

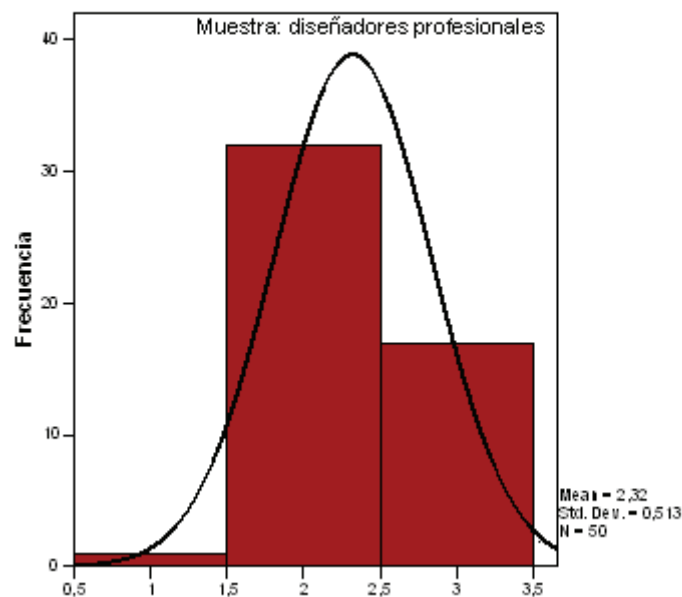
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	9	20.5	20.5	20.5
		mucho	35	79.5	79.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	32	64.0	64.0	66.0
		bastante	17	34.0	34.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	11	10.4	10.4	10.4
		bastante	69	65.1	65.1	75.5
		mucho	26	24.5	24.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



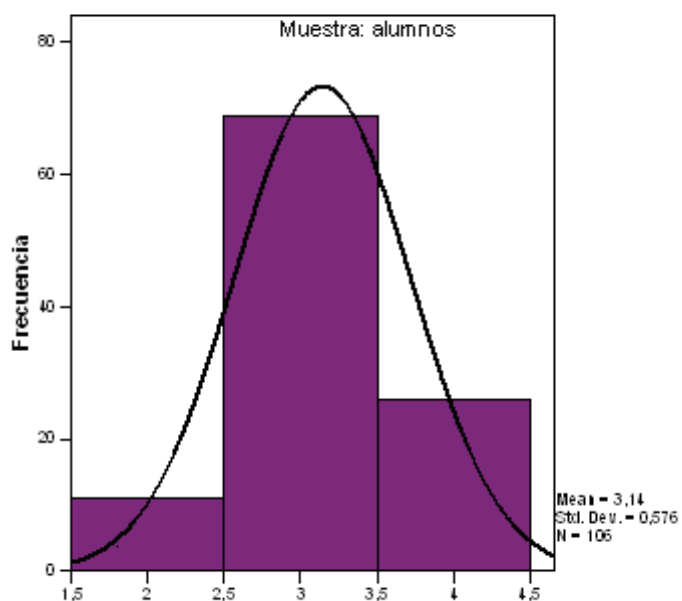
Del total de la muestra de docentes, 35 individuos consideran bastante importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 32 individuos consideran poco importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

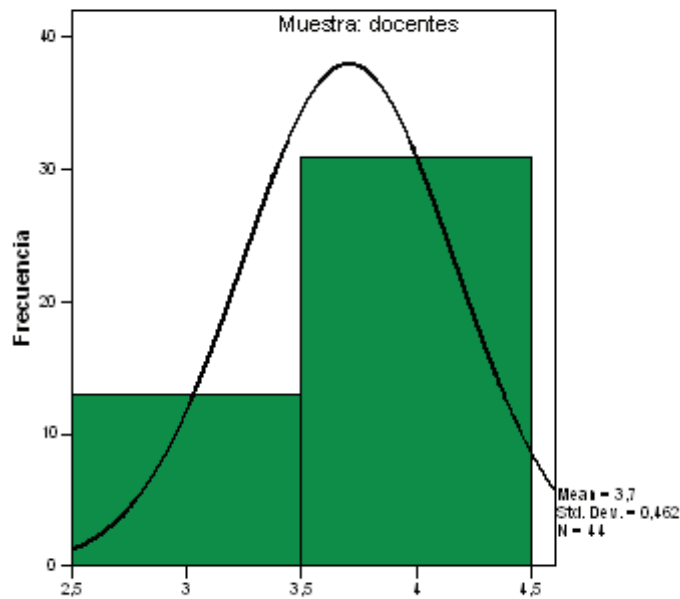


Del total de la muestra de alumnos, 69 individuos consideran bastante importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 24.- ¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

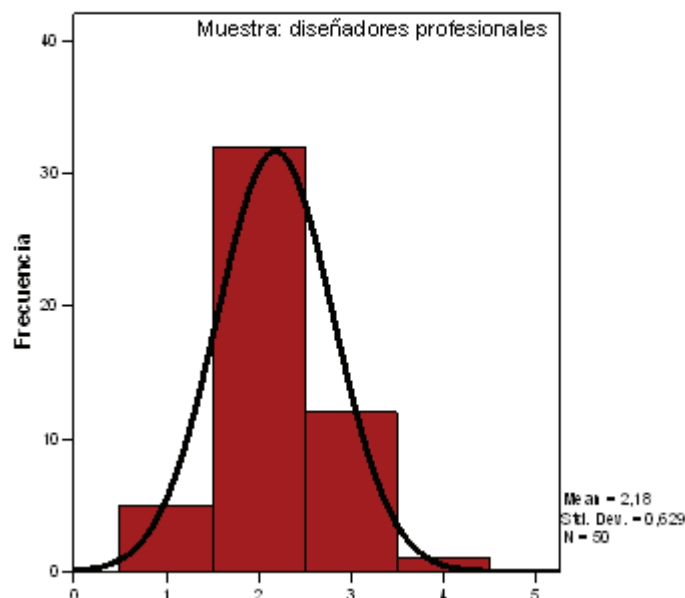
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	13	29.5	29.5	29.5
		mucho	31	70.5	70.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	5	10.0	10.0	10.0
		poco	32	64.0	64.0	74.0
		bastante	12	24.0	24.0	98.0
		mucho	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	1	.9	.9	.9
		poco	18	17.0	17.0	17.9
		bastante	60	56.6	56.6	74.5
		mucho	27	25.5	25.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



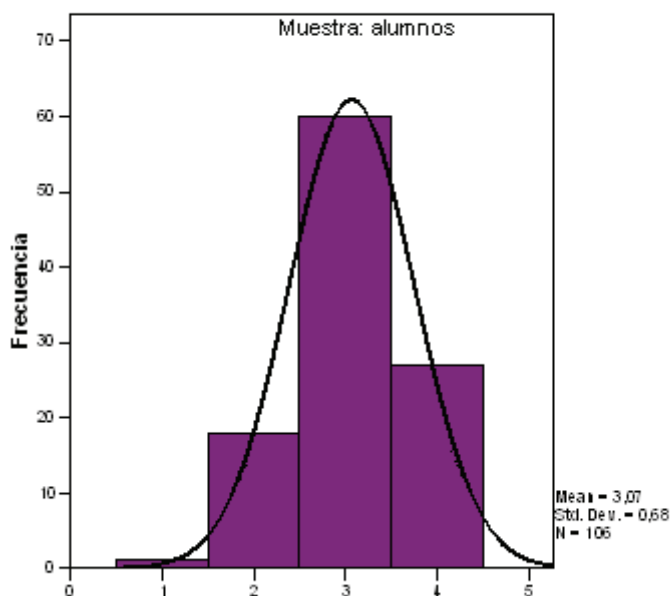
Del total de la muestra de docentes, 31 individuos consideran muy importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 32 individuos consideran poco importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

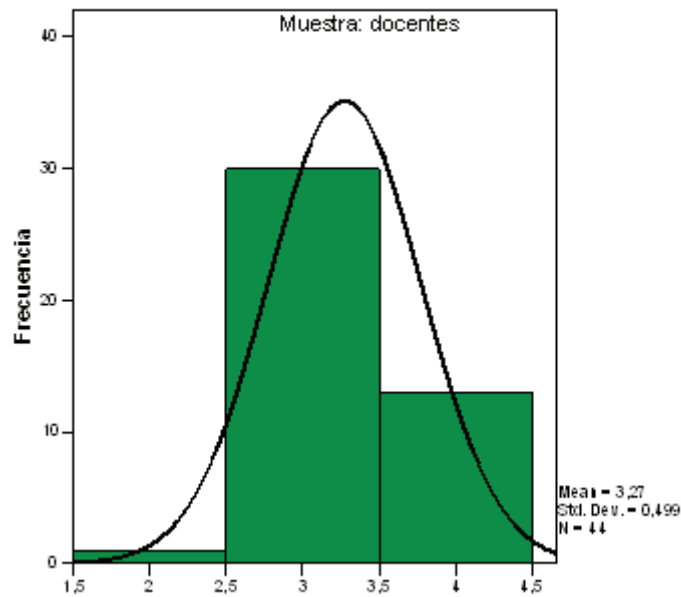


Del total de la muestra de alumnos, 60 individuos consideran bastante importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 25.- ¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

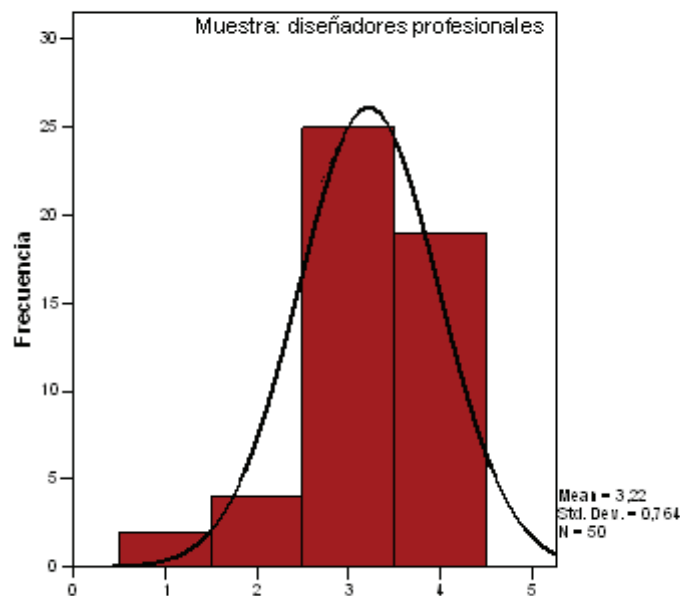
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	30	68.2	68.2	70.5
		mucho	13	29.5	29.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	2	4.0	4.0	4.0
		poco	4	8.0	8.0	12.0
		bastante	25	50.0	50.0	62.0
		mucho	19	38.0	38.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	4	3.8	3.8	3.8
		bastante	61	57.5	57.5	61.3
		mucho	41	38.7	38.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



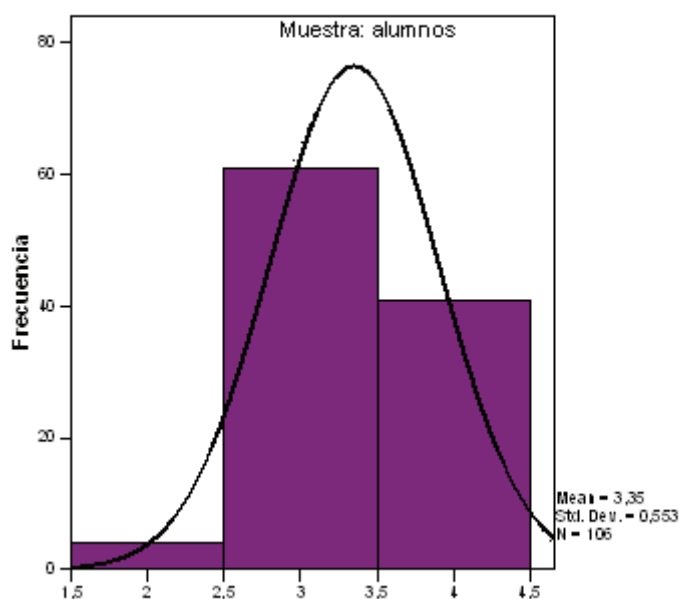
Del total de la muestra de docentes, 30 individuos consideran bastante importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 25 individuos consideran bastante importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

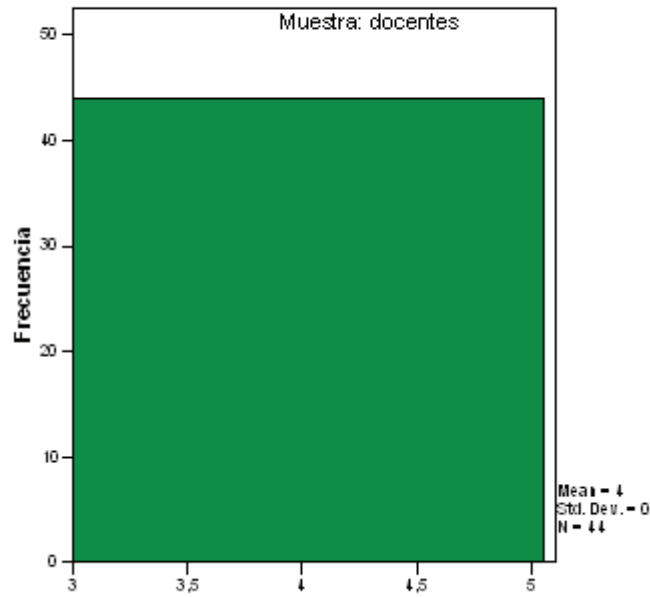


Del total de la muestra de alumnos, 61 individuos consideran bastante importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 26.- ¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

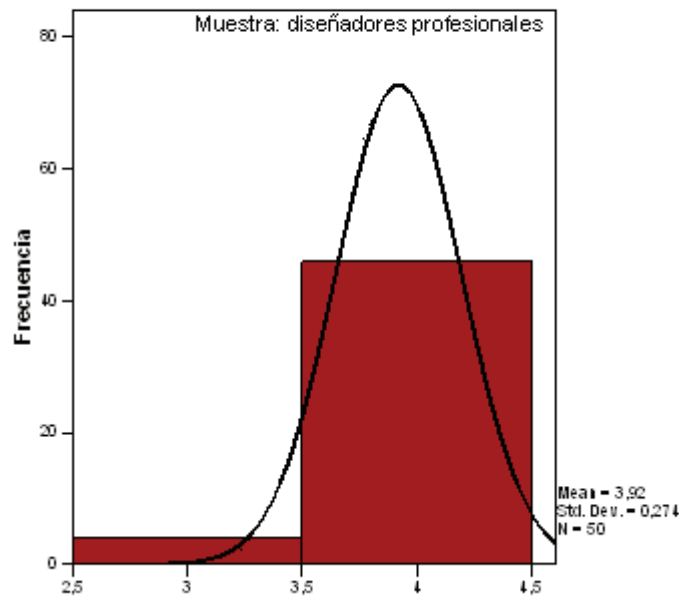
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		bastante	4	8.0	8.0	8.0
		Total	50	100.0	100.0	100.0
diseñadores profesionales	Válidos	mucho	46	92.0	92.0	100.0
		bastante	1	.9	.9	.9
		Total	106	100.0	100.0	100.0
alumnos	Válidos	bastante	1	.9	.9	.9
		mucho	105	99.1	99.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	100.0

¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



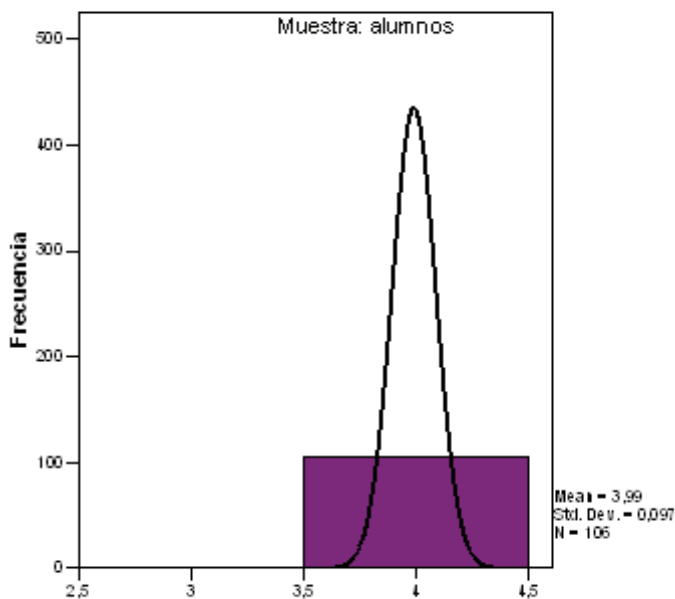
El total de la muestra de docentes considera muy importante "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 46 individuos consideran muy importante "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

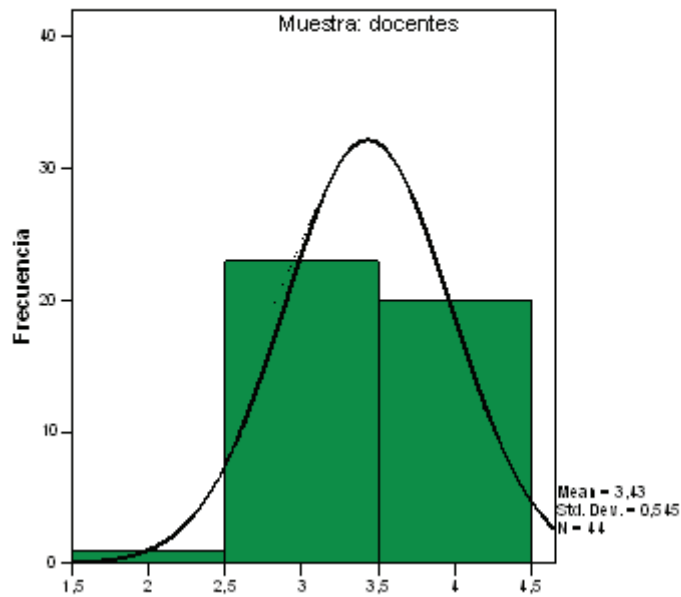


Del total de la muestra de alumnos, 105 individuos consideran muy importante “Inglés” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 27.- ¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

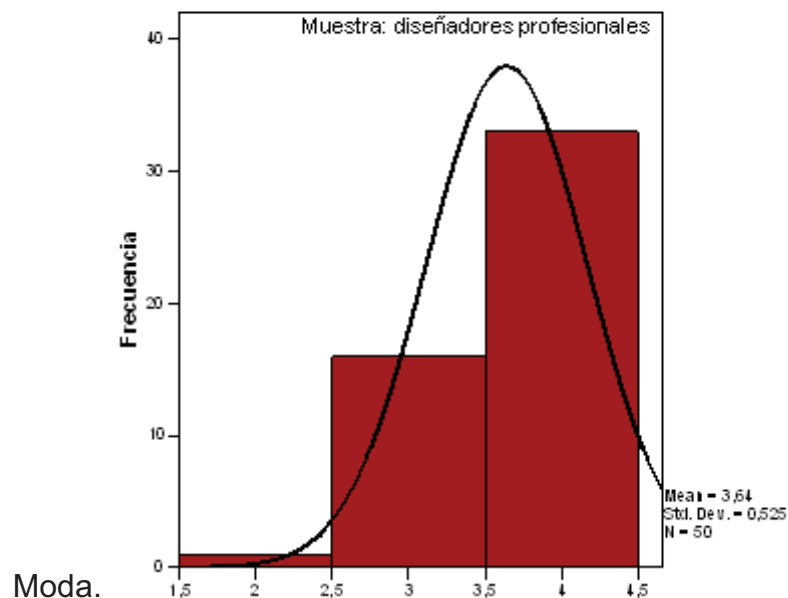
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	23	52.3	52.3	54.5
		mucho	20	45.5	45.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	16	32.0	32.0	34.0
		mucho	33	66.0	66.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	3	2.8	2.8	2.8
		bastante	49	46.2	46.2	49.1
		mucho	54	50.9	50.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



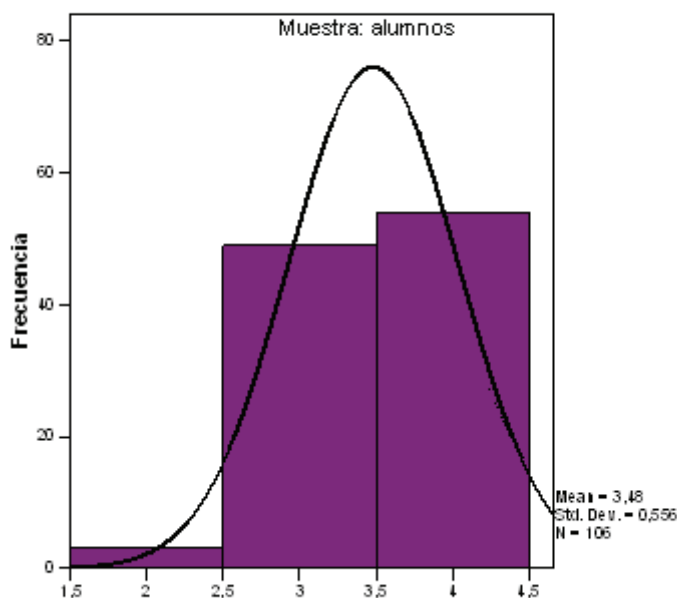
Del total de la muestra de docentes, 23 individuos consideran bastante importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de

**¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 33 individuos consideran bastante importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

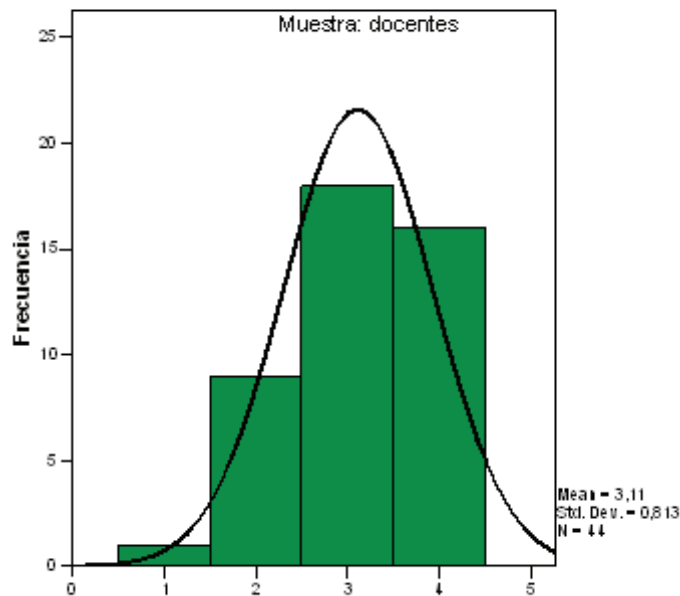


Del total de la muestra de alumnos, 54 individuos consideran muy importante “Francés” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 28.- ¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

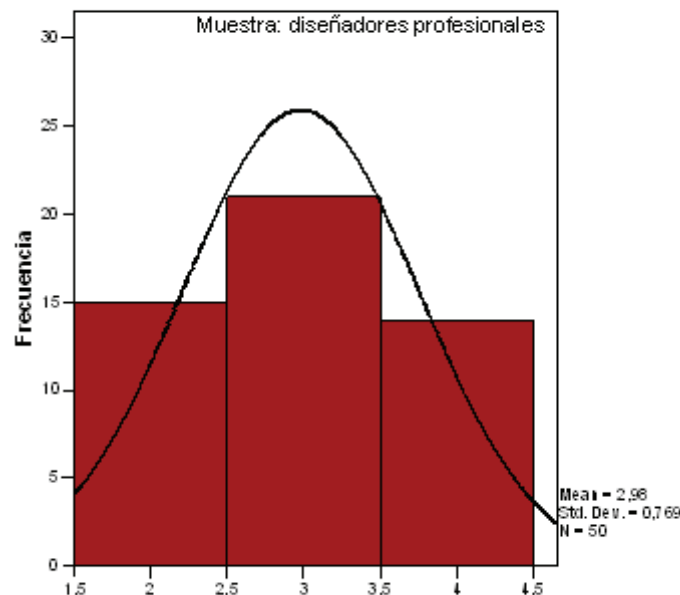
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	1	2.3	2.3	2.3
		poco	9	20.5	20.5	22.7
		bastante	18	40.9	40.9	63.6
		mucho	16	36.4	36.4	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	15	30.0	30.0	30.0
		bastante	21	42.0	42.0	72.0
		mucho	14	28.0	28.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	3	2.8	2.8	2.8
		poco	30	28.3	28.3	31.1
		bastante	45	42.5	42.5	73.6
		mucho	28	26.4	26.4	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



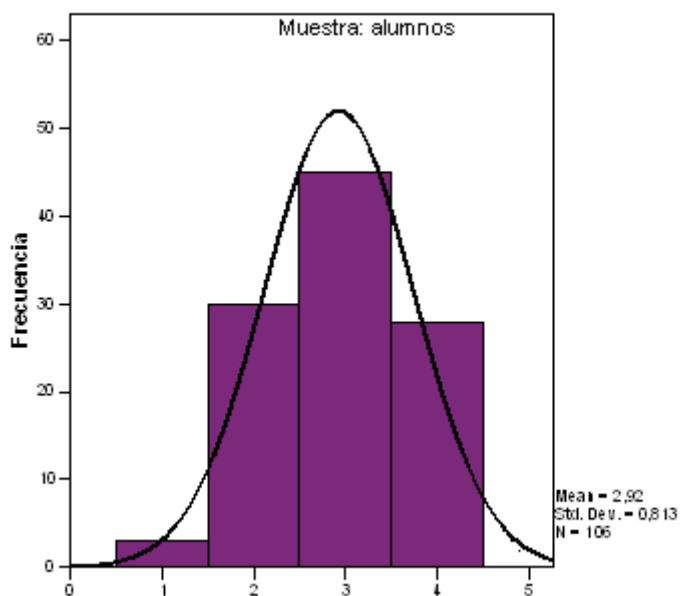
Del total de la muestra de docentes, 18 individuos consideran bastante importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 21 individuos consideran bastante importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

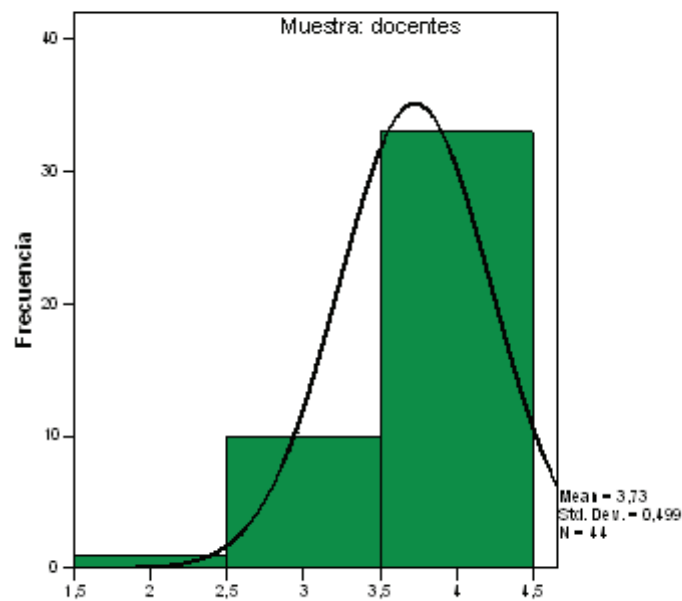


Del total de la muestra de alumnos, 45 individuos consideran bastante importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 29.- ¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

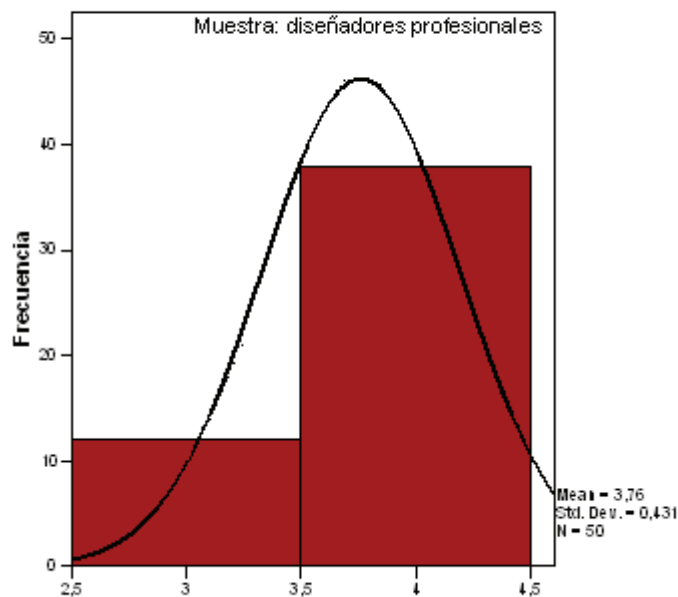
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	10	22.7	22.7	25.0
		mucho	33	75.0	75.0	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	12	24.0	24.0	24.0
		mucho	38	76.0	76.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	2	1.9	1.9	1.9
		bastante	29	27.4	27.4	29.2
		mucho	75	70.8	70.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



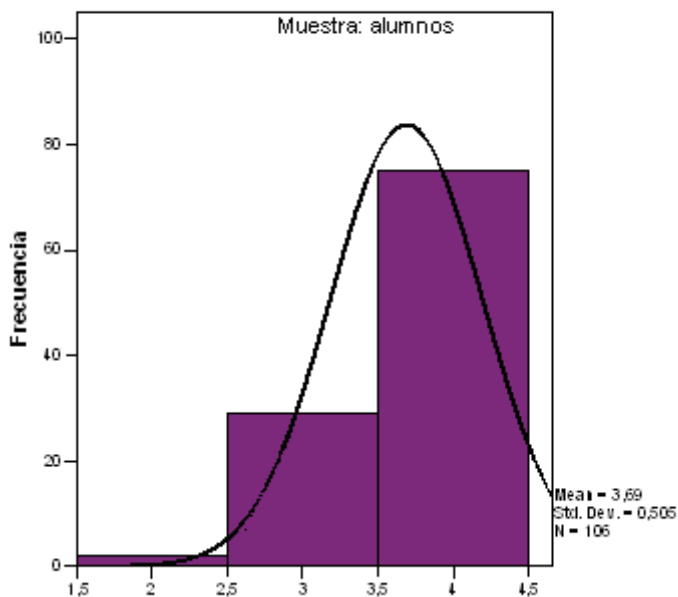
Del total de la muestra de docentes, 33 individuos consideran muy importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 38 individuos consideran muy importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

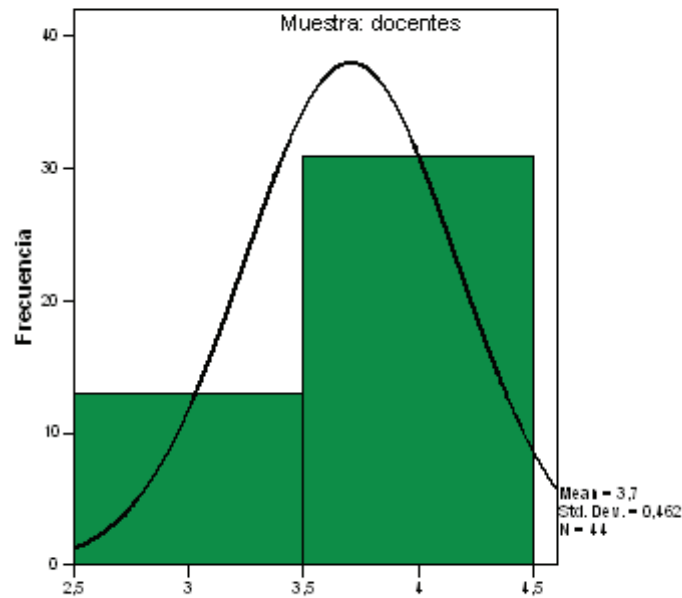


Del total de la muestra de alumnos, 75 individuos consideran muy importante “Fotografía” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 30.- ¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

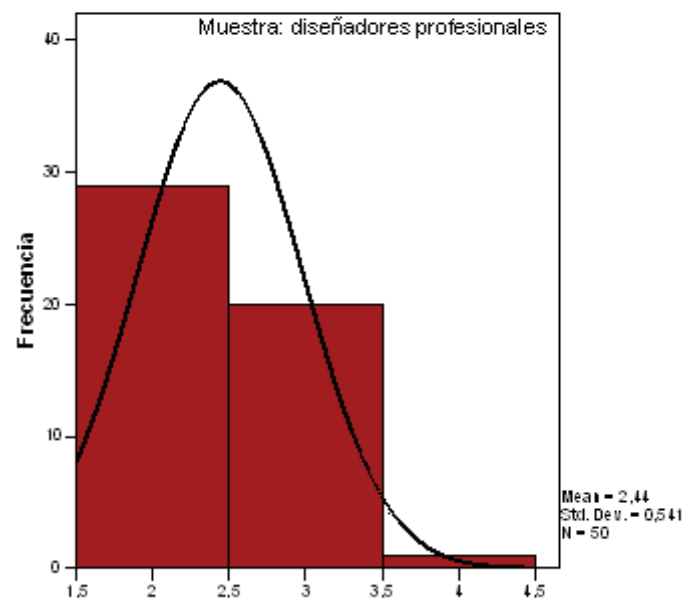
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	13	29.5	29.5	29.5
		mucho	31	70.5	70.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	29	58.0	58.0	58.0
		bastante	20	40.0	40.0	98.0
		mucho	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	14	13.2	13.2	13.2
		bastante	58	54.7	54.7	67.9
		mucho	34	32.1	32.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



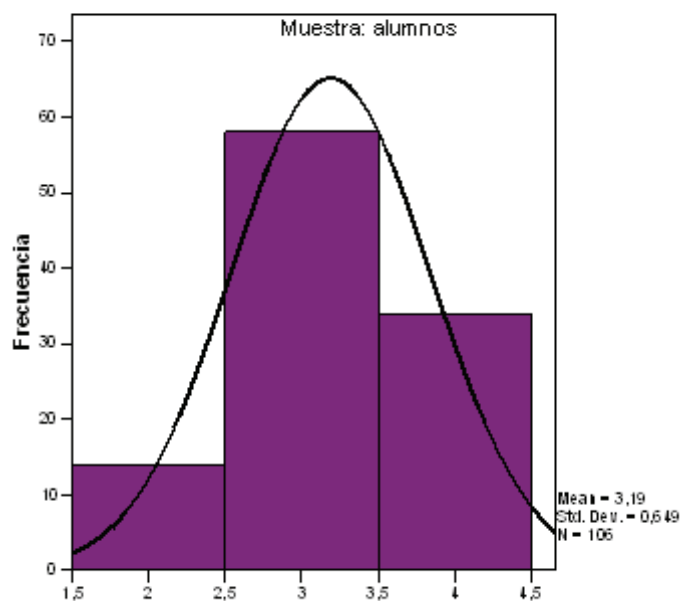
Del total de la muestra de docentes, 31 individuos consideran muy importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 29 individuos consideran poco importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

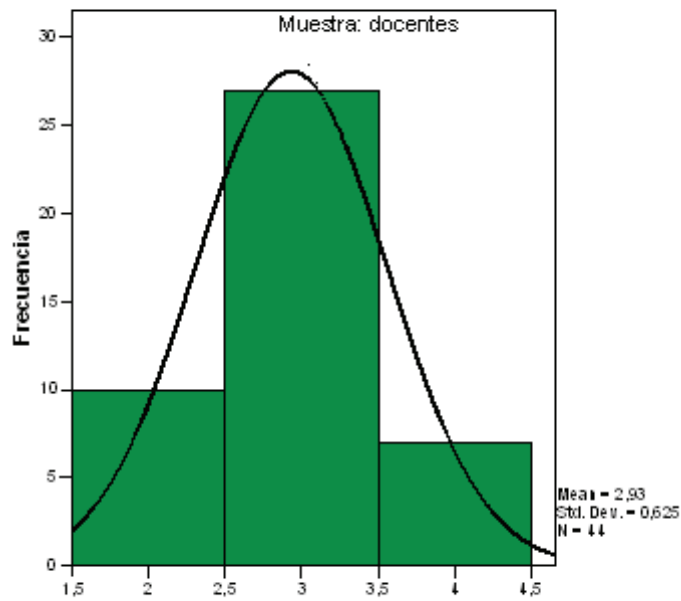


Del total de la muestra de alumnos, 58 individuos consideran bastante importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 31.- ¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

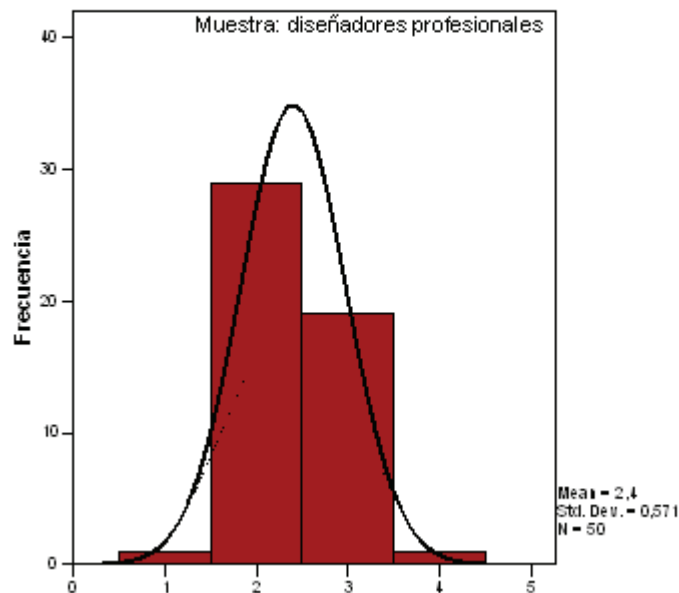
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	10	22.7	22.7	22.7
		bastante	27	61.4	61.4	84.1
		mucho	7	15.9	15.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	29	58.0	58.0	60.0
		bastante	19	38.0	38.0	98.0
		mucho	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	2	1.9	1.9	1.9
		poco	29	27.4	27.4	29.2
		bastante	66	62.3	62.3	91.5
		mucho	9	8.5	8.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



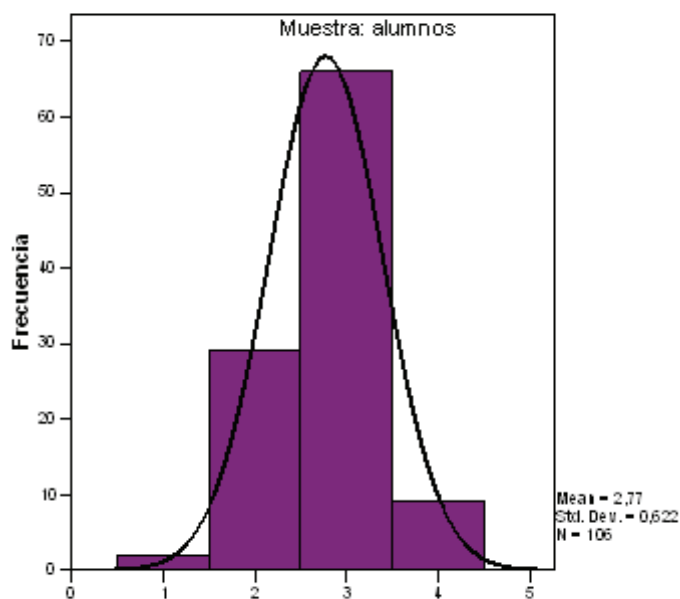
Del total de la muestra de docentes, 27 individuos consideran bastante importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 29 individuos consideran poco importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

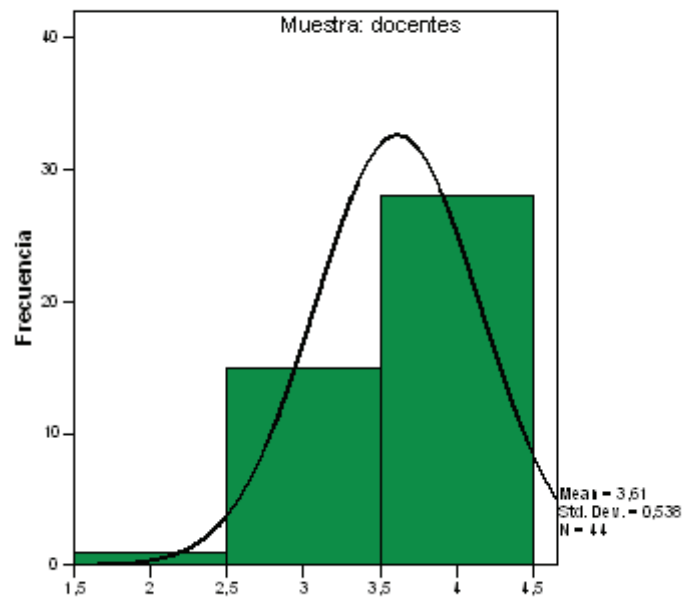


Del total de la muestra de alumnos, 66 individuos consideran bastante importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 32.- ¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

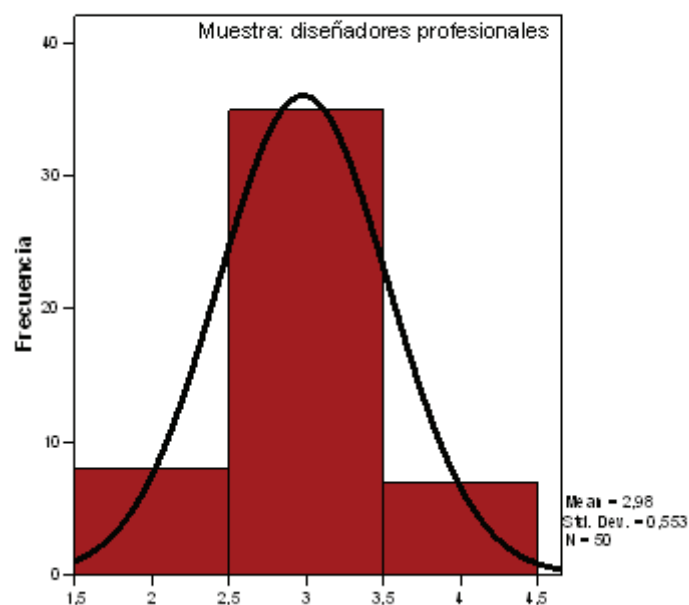
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	15	34.1	34.1	36.4
		mucho	28	63.6	63.6	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	8	16.0	16.0	16.0
		bastante	35	70.0	70.0	86.0
		mucho	7	14.0	14.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	9	8.5	8.5	8.5
		bastante	70	66.0	66.0	74.5
		mucho	27	25.5	25.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



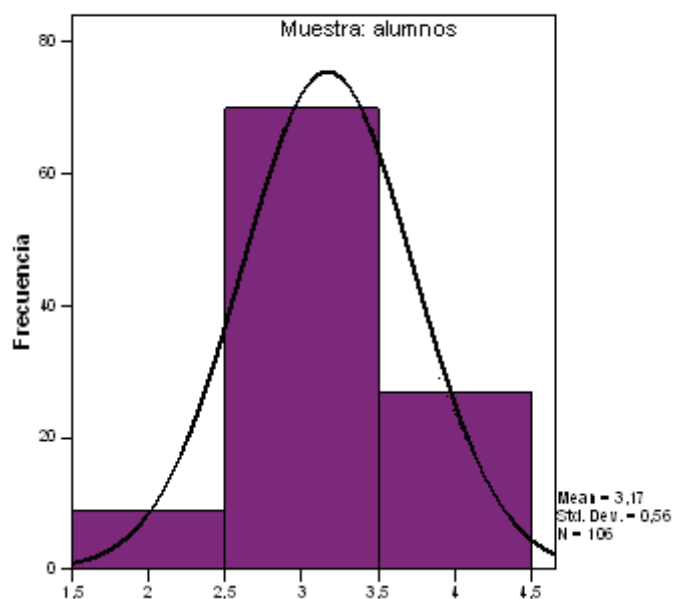
Del total de la muestra de docentes, 28 individuos consideran muy importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 25 individuos consideran bastante importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

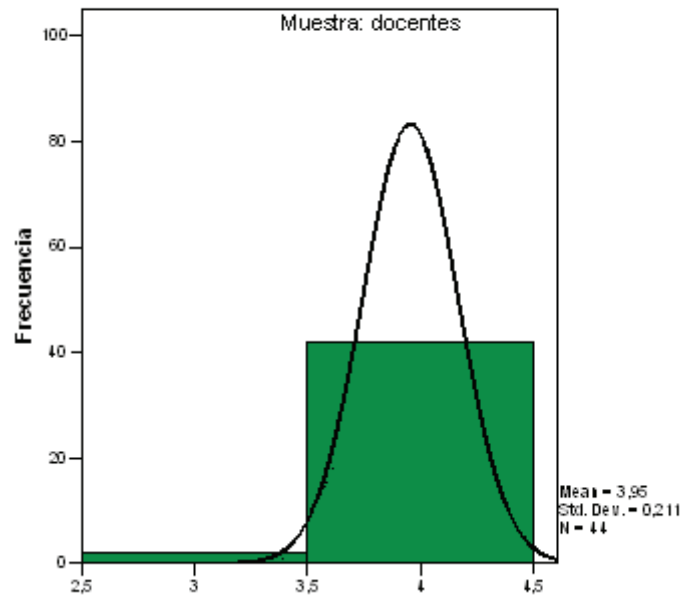


Del total de la muestra de alumnos, 7028 individuos consideran bastante importante “Gestión Empresarial” como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 33.- ¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

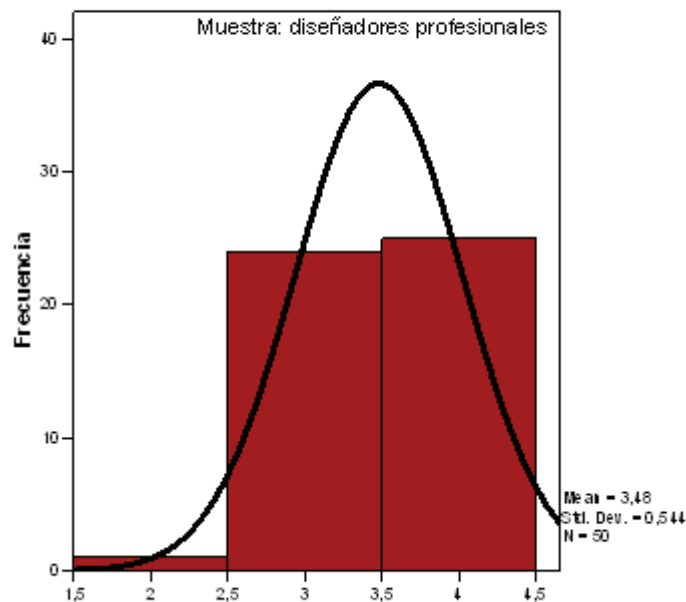
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	2	4.5	4.5	4.5
		mucho	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	24	48.0	48.0	50.0
		mucho	25	50.0	50.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	19	17.9	17.9	17.9
		mucho	87	82.1	82.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



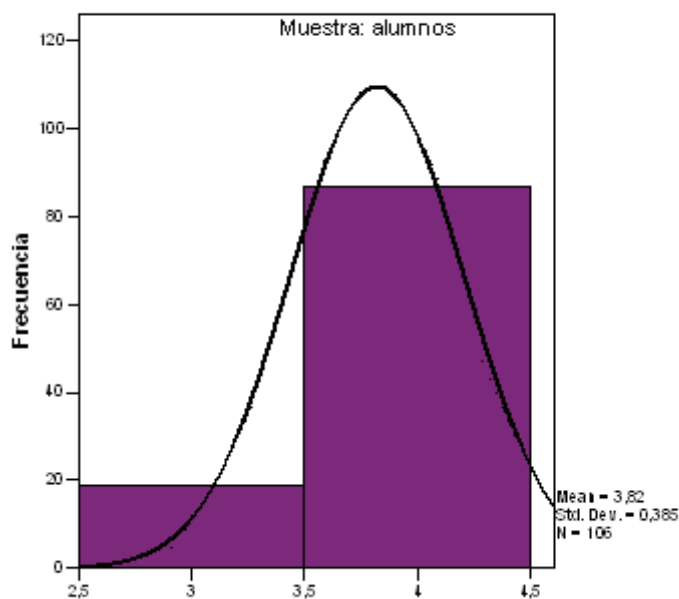
Del total de la muestra de docentes, 42 individuos consideran muy importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 25 individuos consideran muy importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?

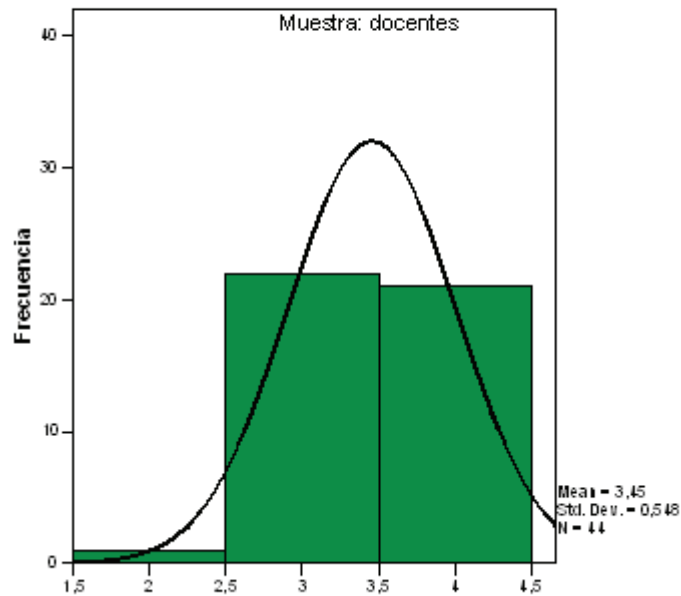


Del total de la muestra de alumnos, 87 individuos consideran muy importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 34.- ¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

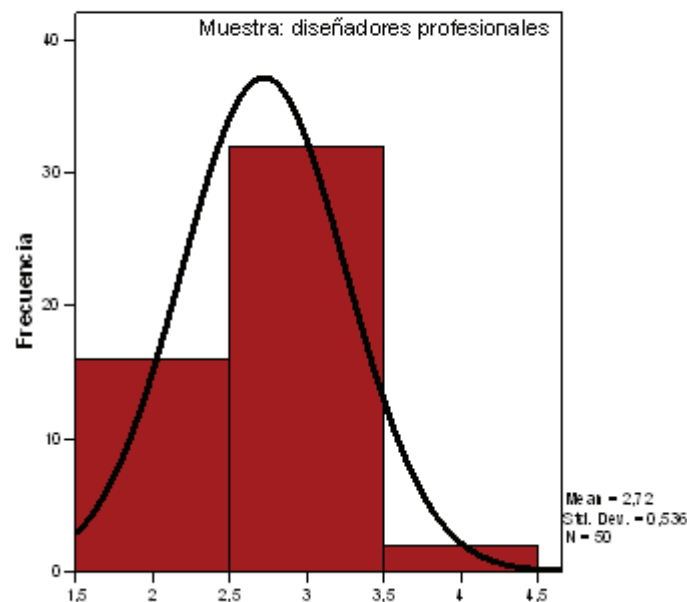
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	22	50.0	50.0	52.3
		mucho	21	47.7	47.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	16	32.0	32.0	32.0
		bastante	32	64.0	64.0	96.0
		mucho	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	9	8.5	8.5	8.5
		bastante	75	70.8	70.8	79.2
		mucho	22	20.8	20.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



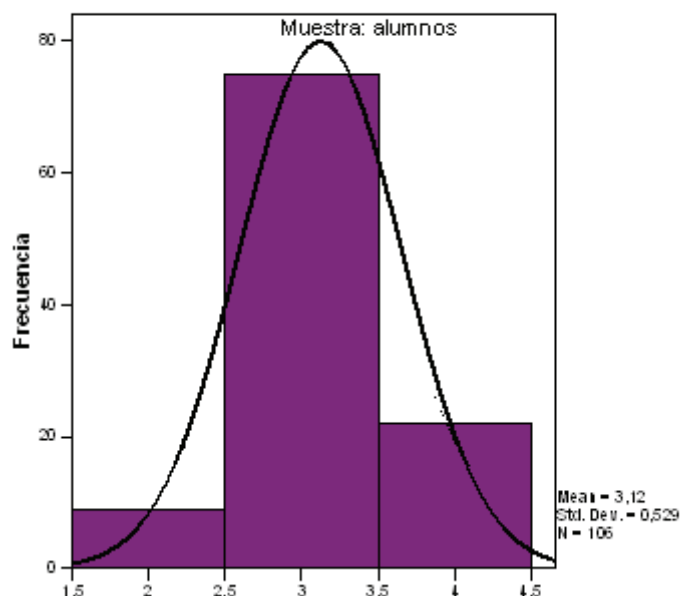
Del total de la muestra de docentes, 22 individuos consideran bastante importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 32 individuos consideran bastante importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

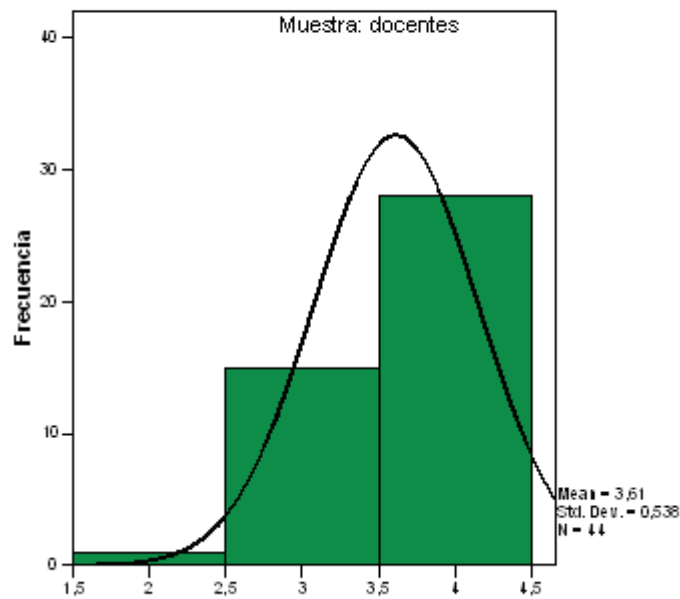


Del total de la muestra de docentes, 72 individuos consideran bastante importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 35.- ¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

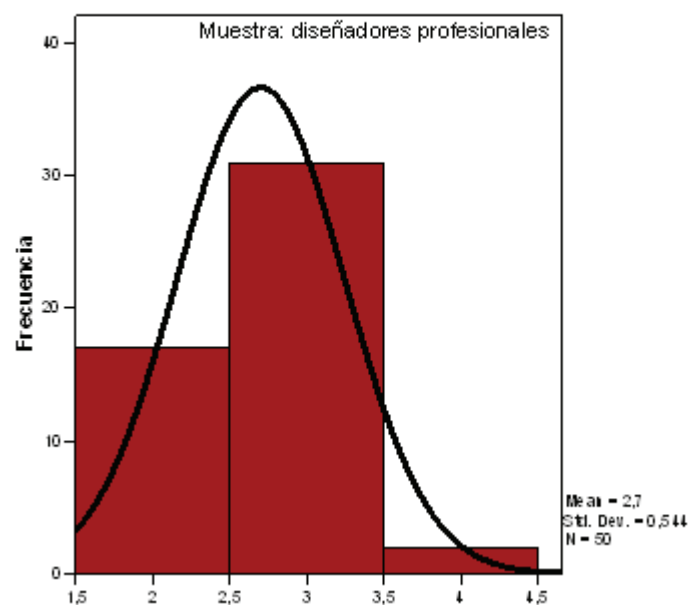
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	15	34.1	34.1	36.4
		mucho	28	63.6	63.6	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	17	34.0	34.0	34.0
		bastante	31	62.0	62.0	96.0
		mucho	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	14	13.2	13.2	13.2
		bastante	67	63.2	63.2	76.4
		mucho	25	23.6	23.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



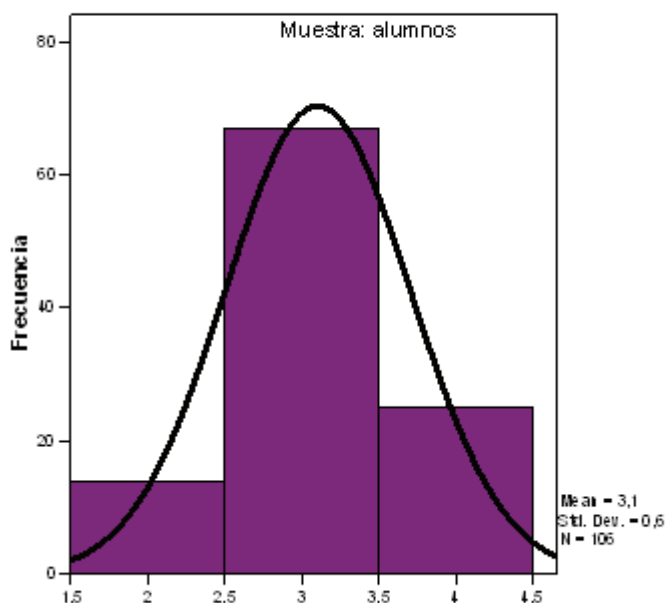
Del total de la muestra de docentes, 28 individuos consideran muy importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 31 individuos consideran bastante importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

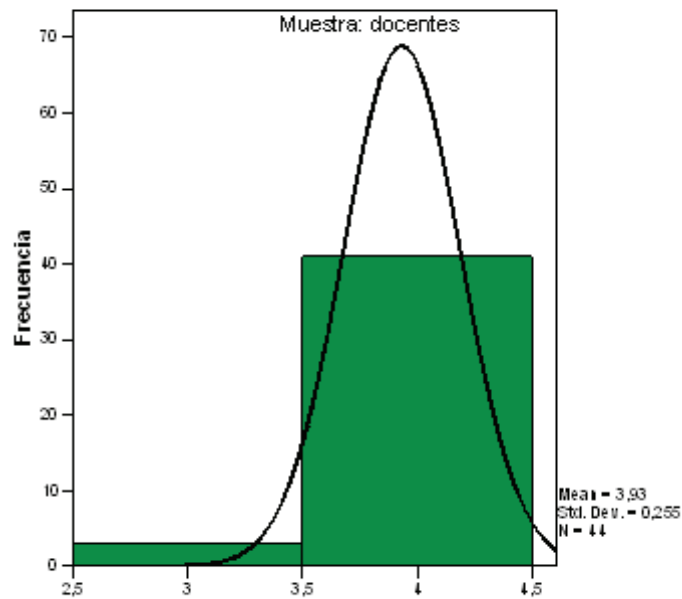


Del total de la muestra de alumnos, 67 individuos consideran bastante importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 36.- ¿Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

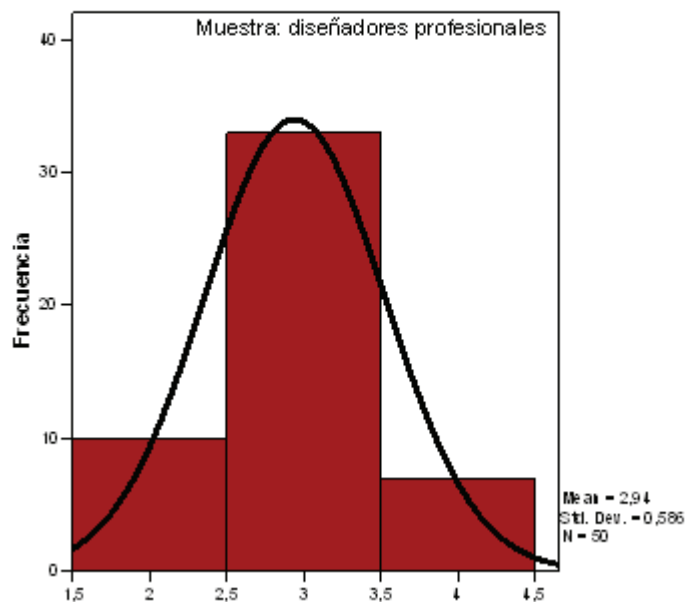
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	10	20.0	20.0	20.0
		bastante	33	66.0	66.0	86.0
		mucho	7	14.0	14.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	16	15.1	15.1	15.1
		bastante	51	48.1	48.1	63.2
		mucho	39	36.8	36.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿ Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



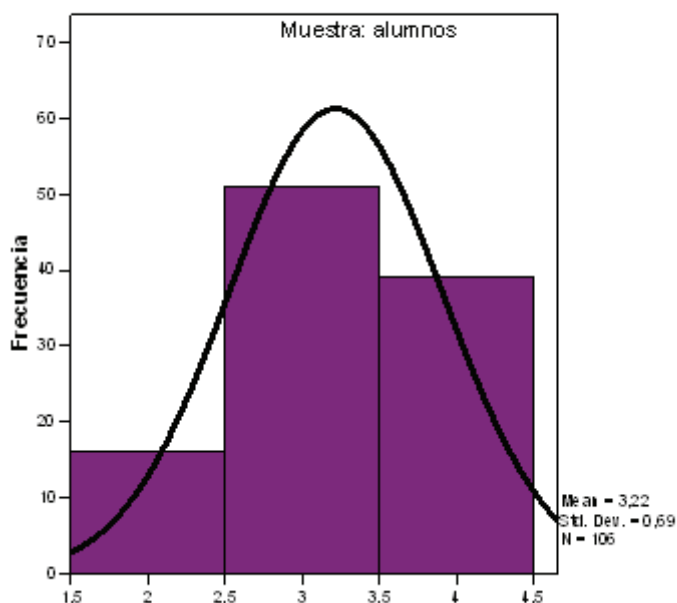
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran muy importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿ Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 33 individuos consideran bastante importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

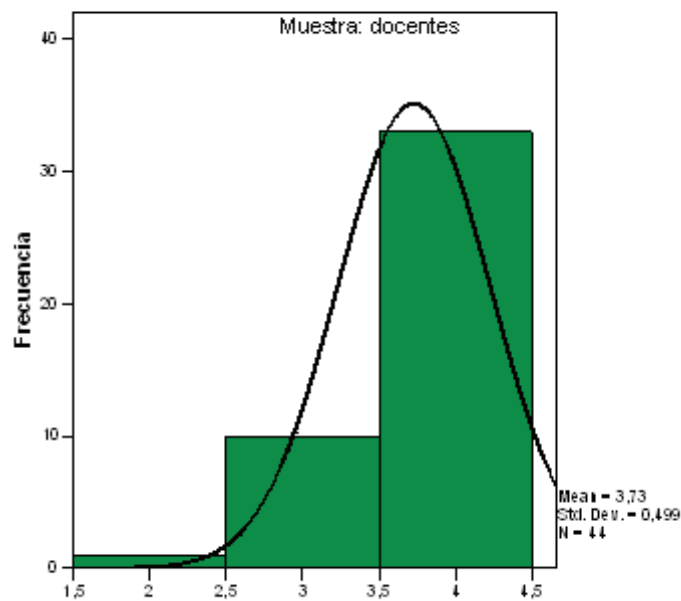


Del total de la muestra de alumnos, 51 individuos consideran bastante importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 37.- ¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

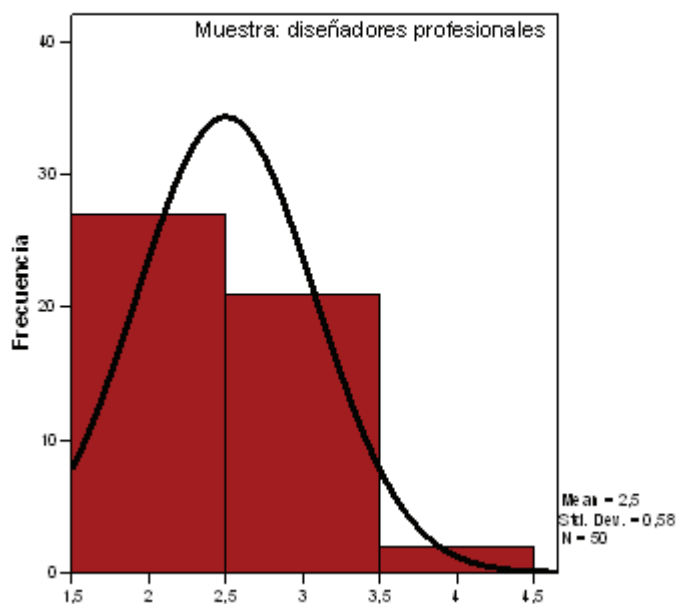
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	10	22.7	22.7	25.0
		mucho	33	75.0	75.0	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	27	54.0	54.0	54.0
		bastante	21	42.0	42.0	96.0
		mucho	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	1	.9	.9	.9
		poco	27	25.5	25.5	26.4
		bastante	54	50.9	50.9	77.4
		mucho	24	22.6	22.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



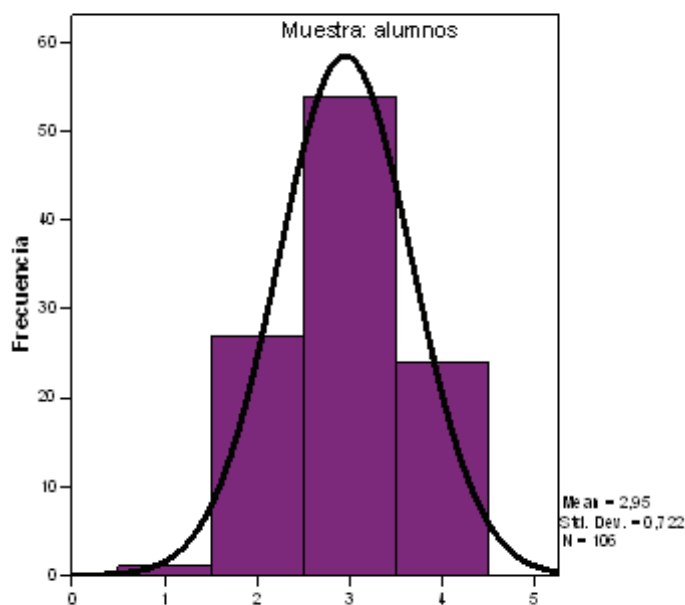
Del total de la muestra de docentes, 33 individuos consideran muy importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 27 individuos consideran poco importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

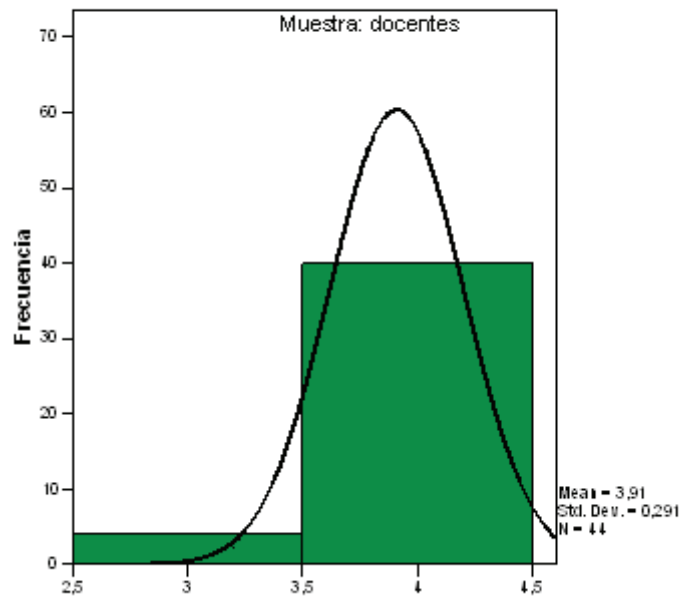


Del total de la muestra de alumnos, 54 individuos consideran bastante importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 38.- ¿Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

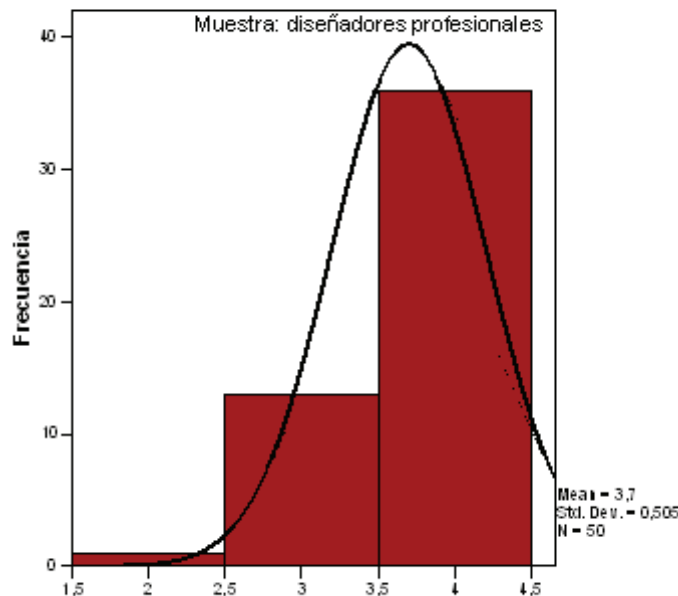
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	4	9.1	9.1	9.1
		mucho	40	90.9	90.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	13	26.0	26.0	28.0
		mucho	36	72.0	72.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	2	1.9	1.9	1.9
		bastante	15	14.2	14.2	16.0
		mucho	89	84.0	84.0	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



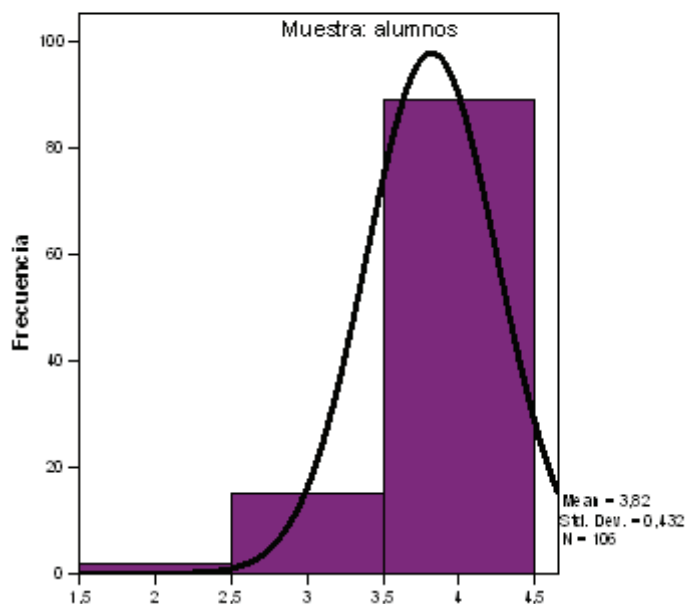
Del total de la muestra de docentes, 40 individuos consideran muy importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 36 individuos consideran muy importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

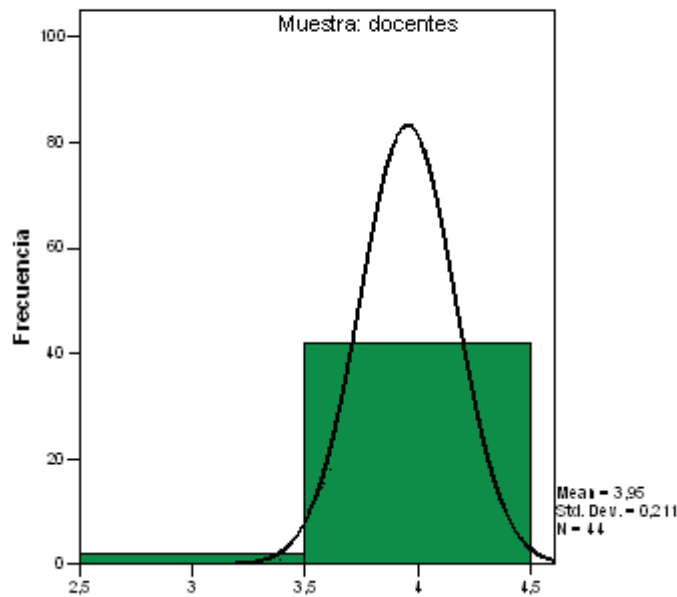


Del total de la muestra de alumnos, 89 individuos consideran muy importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 39.- ¿Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

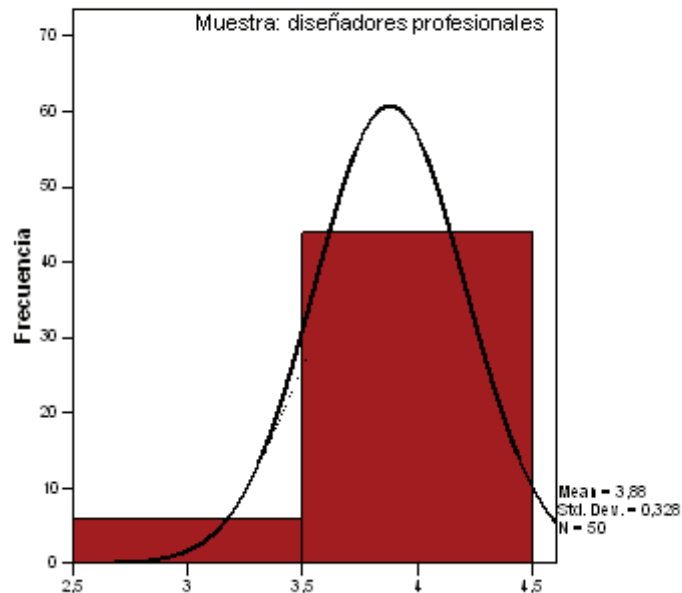
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	2	4.5	4.5	4.5
		mucho	42	95.5	95.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	6	12.0	12.0	12.0
		mucho	44	88.0	88.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	9	8.5	8.5	8.5
		mucho	97	91.5	91.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



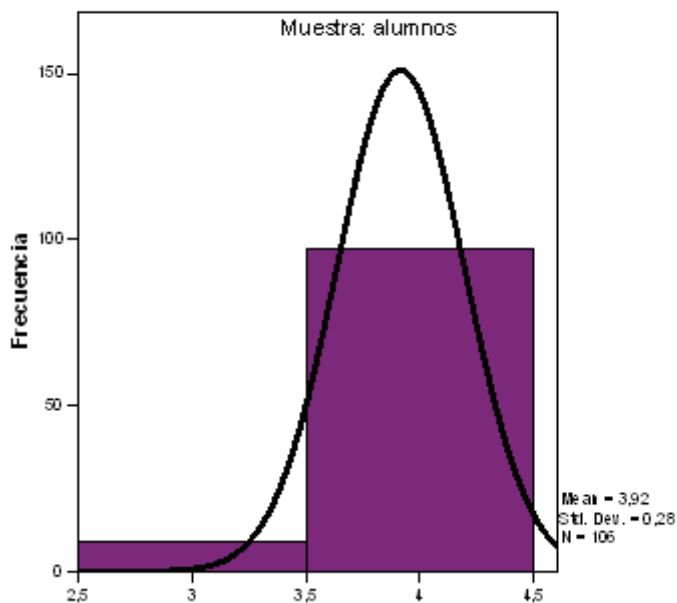
Del total de la muestra de docentes, 42 individuos consideran muy importante "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 44 individuos consideran muy importante "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

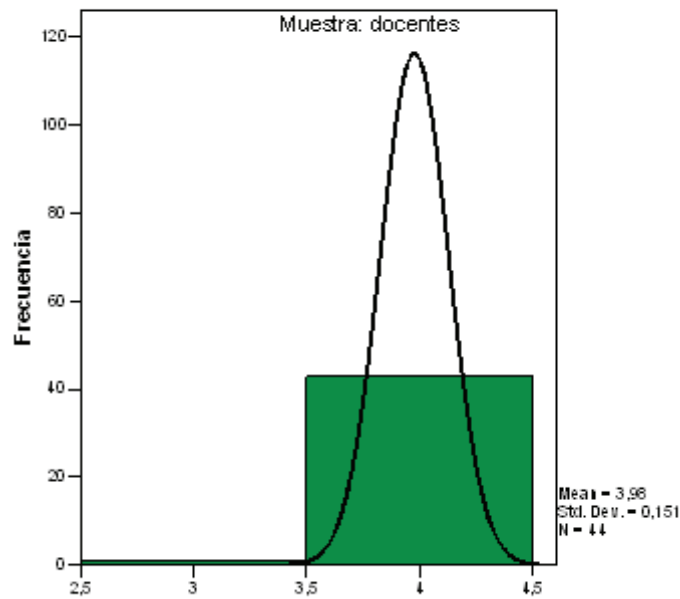


Del total de la muestra de alumnos, 97 individuos consideran muy importante "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 40.- ¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

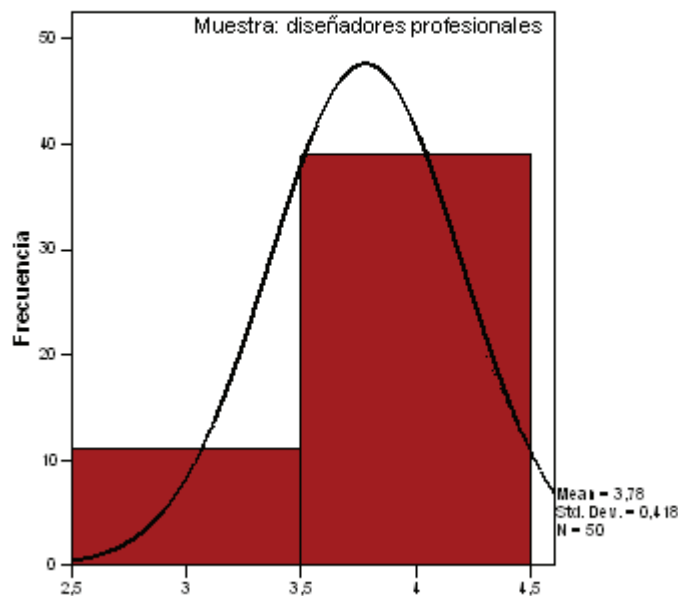
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	1	2.3	2.3	2.3
		mucho	43	97.7	97.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	11	22.0	22.0	22.0
		mucho	39	78.0	78.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	7	6.6	6.6	6.6
		mucho	99	93.4	93.4	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



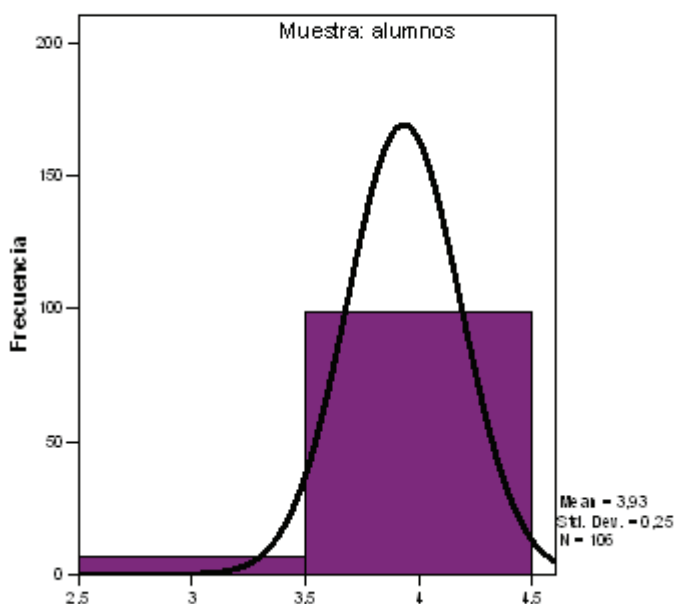
Del total de la muestra de docentes, 43 individuos consideran muy importante "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 39 individuos consideran muy importante "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

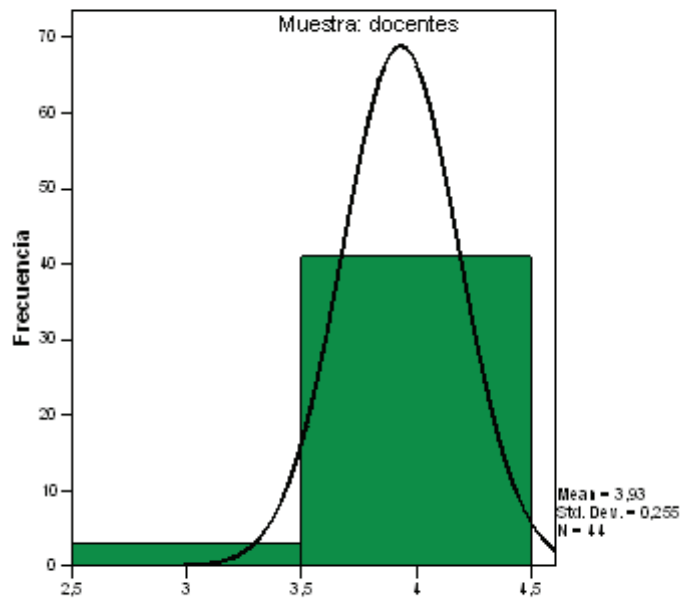


Del total de la muestra de alumnos, 99 individuos consideran muy importante "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 41.- ¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

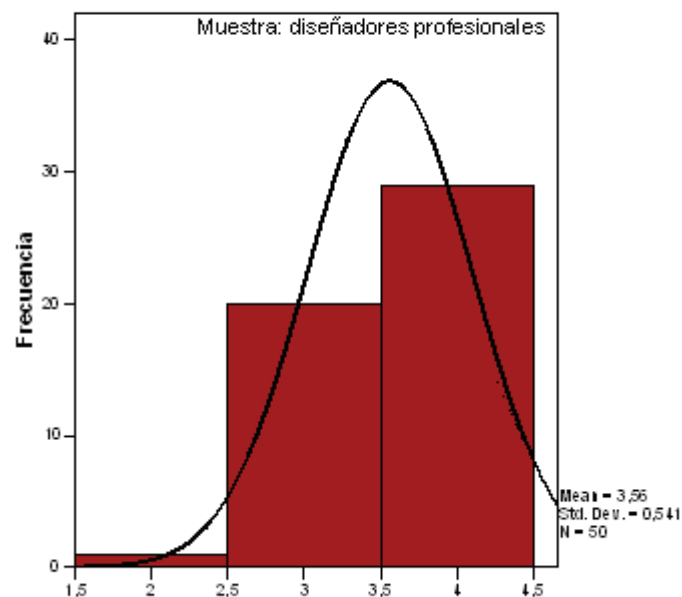
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	3	6.8	6.8	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	20	40.0	40.0	42.0
		mucho	29	58.0	58.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	13	12.3	12.3	12.3
		mucho	93	87.7	87.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



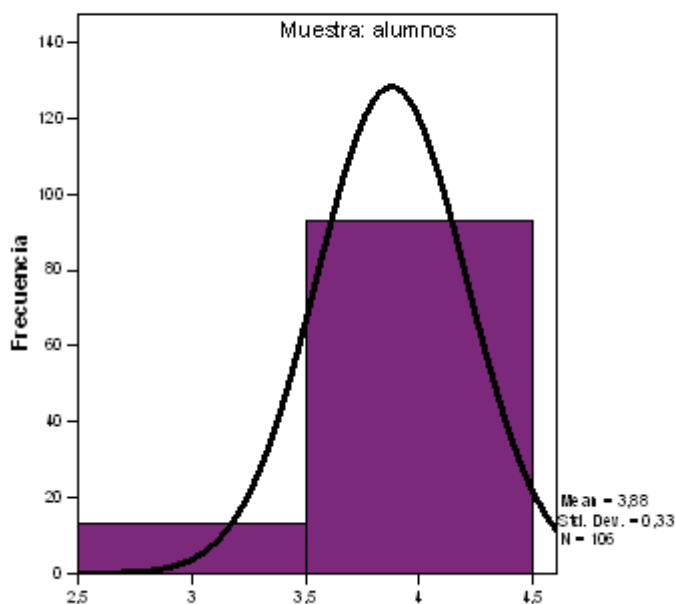
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran muy importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 29 individuos consideran muy importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

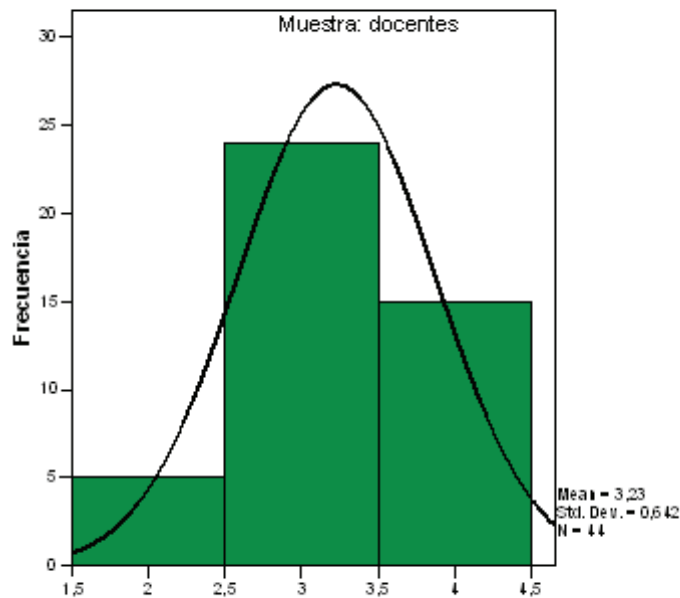


Del total de la muestra de alumnos, 93 individuos consideran muy importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 42.- ¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

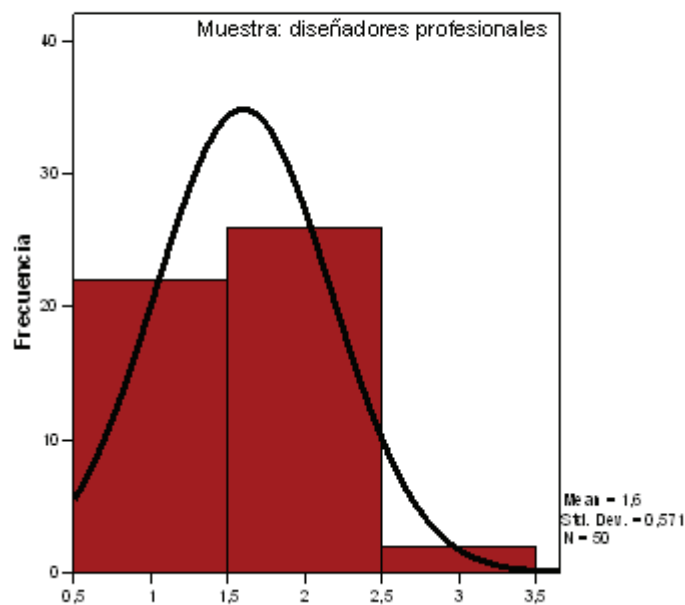
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	5	11.4	11.4	11.4
		bastante	24	54.5	54.5	65.9
		mucho	15	34.1	34.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	22	44.0	44.0	44.0
		poco	26	52.0	52.0	96.0
		bastante	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	10	9.4	9.4	9.4
		poco	50	47.2	47.2	56.6
		bastante	37	34.9	34.9	91.5
		mucho	9	8.5	8.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



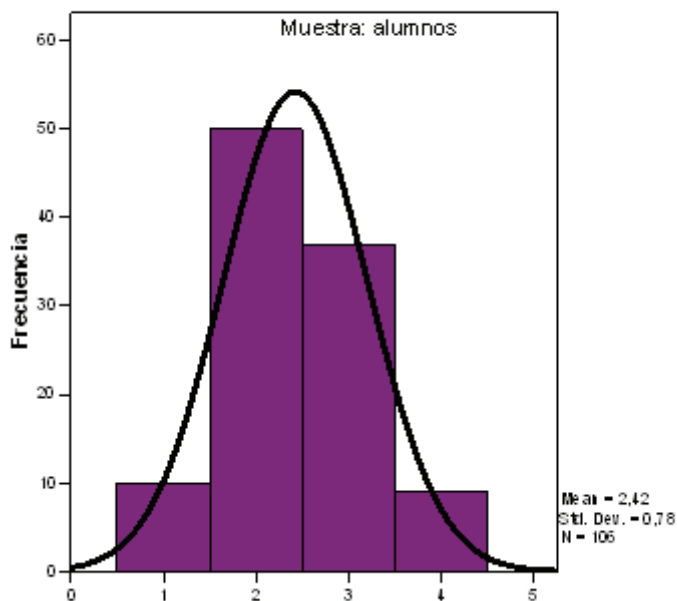
Del total de la muestra de docentes, 24 individuos consideran bastante importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 26 individuos consideran poco importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

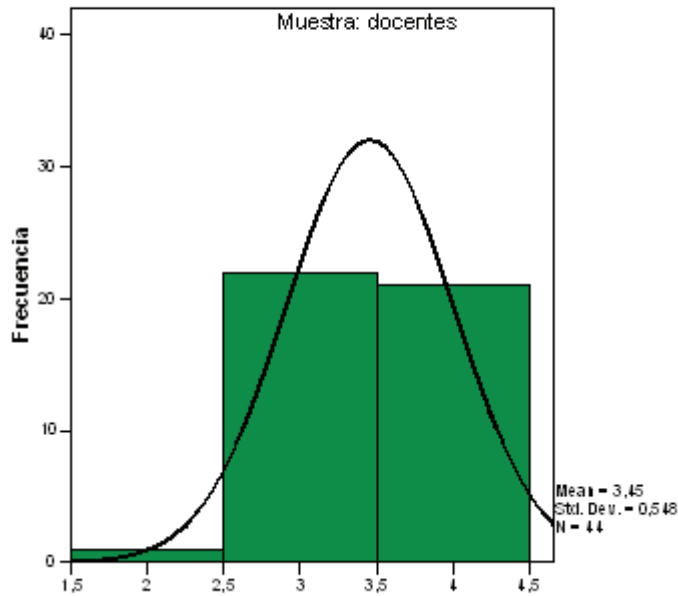


Del total de la muestra de alumnos, 50 individuos consideran poco importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 43.- ¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

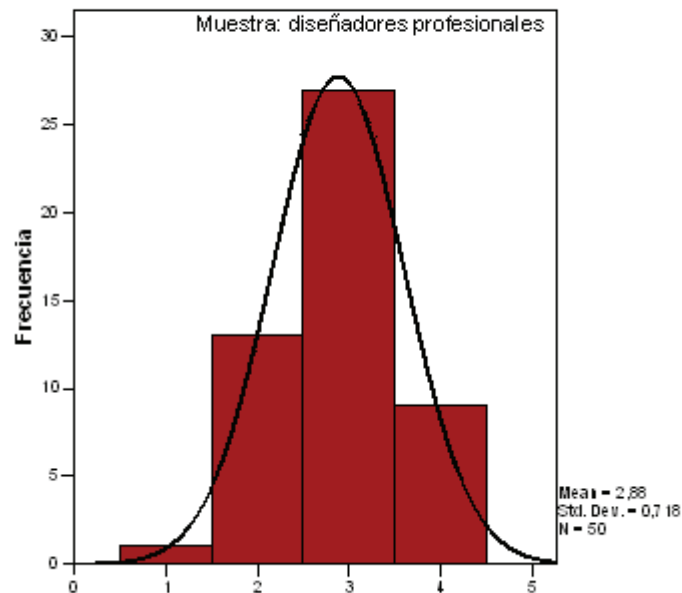
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	22	50.0	50.0	52.3
		mucho	21	47.7	47.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		poco	13	26.0	26.0	28.0
		bastante	27	54.0	54.0	82.0
		mucho	9	18.0	18.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	13	12.3	12.3	12.3
		bastante	69	65.1	65.1	77.4
		mucho	24	22.6	22.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



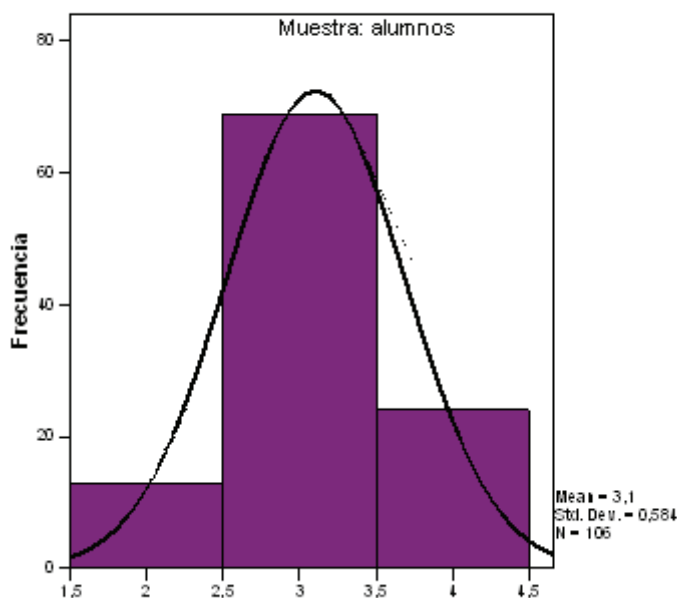
Del total de la muestra de docentes, 22 individuos consideran bastante importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 27 individuos consideran bastante importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

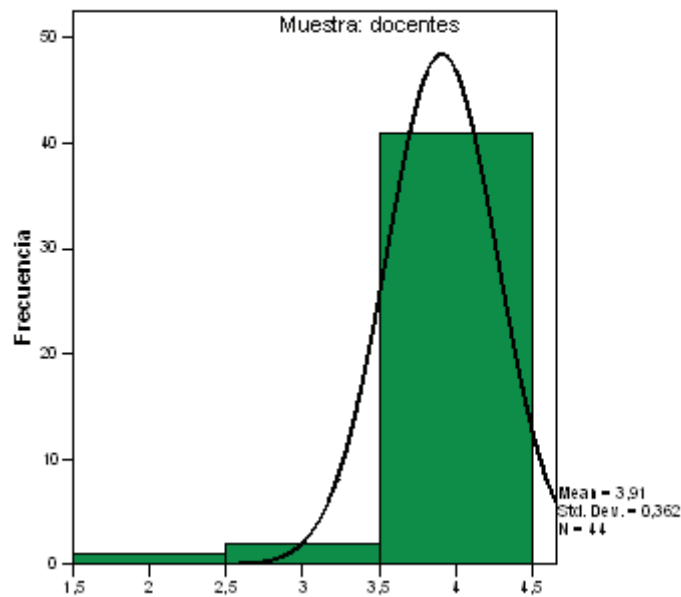


Del total de la muestra de alumnos, 69 individuos consideran bastante importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 44.- ¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

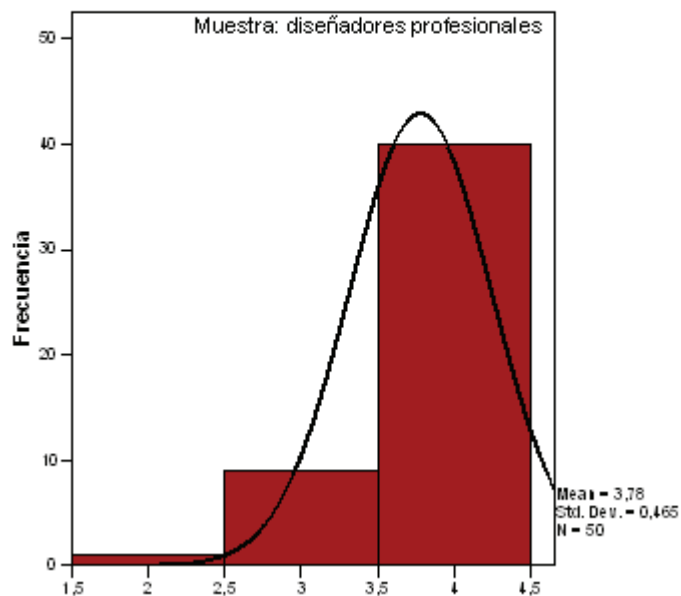
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	1	2.3	2.3	2.3
		bastante	2	4.5	4.5	6.8
		mucho	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	9	18.0	18.0	20.0
		mucho	40	80.0	80.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	1	.9	.9	.9
		bastante	27	25.5	25.5	26.4
		mucho	78	73.6	73.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



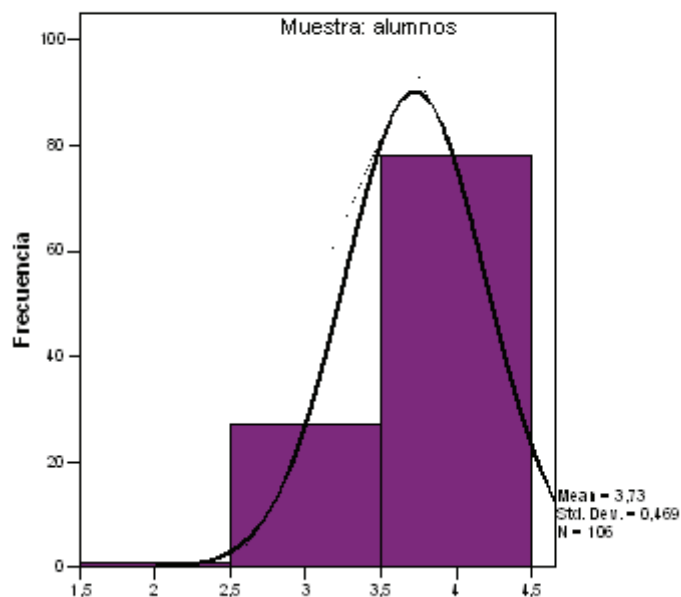
Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran muy importante "Técnicas de la Información y Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 40 individuos consideran muy importante "Técnicas de la Información y Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

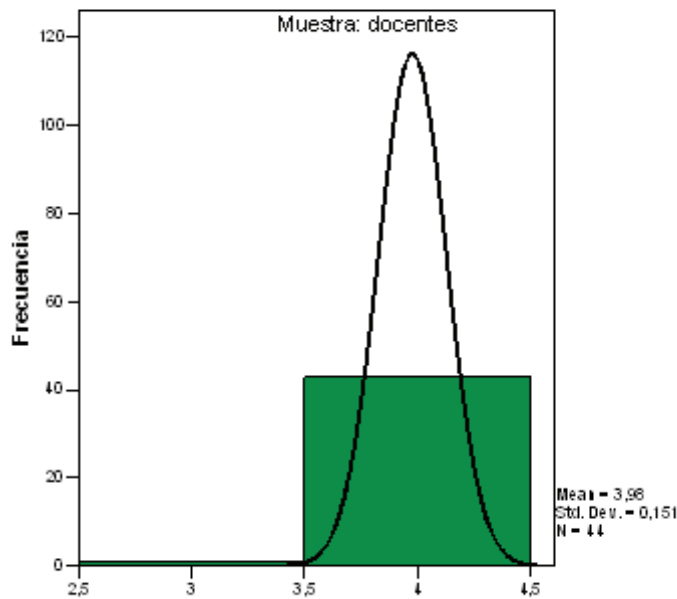


Del total de la muestra de alumnos, 78 individuos consideran muy importante "Técnicas de la Información y Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 45.- ¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

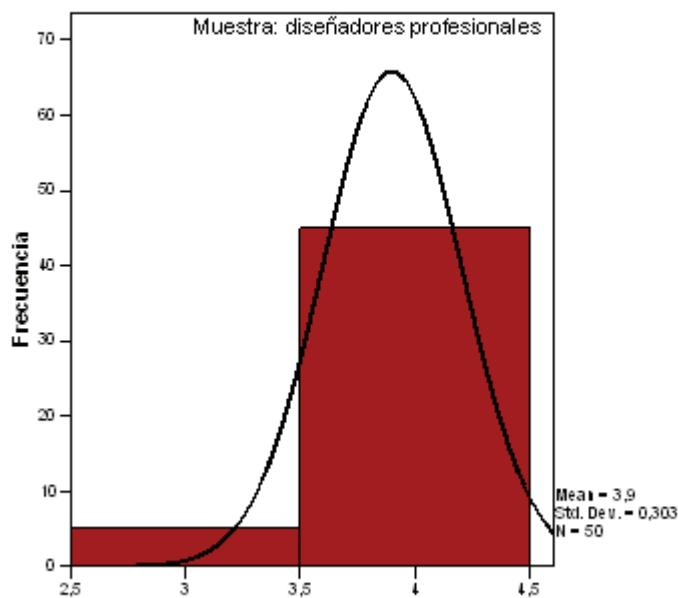
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	1	2.3	2.3	2.3
		mucho	43	97.7	97.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	5	10.0	10.0	10.0
		mucho	45	90.0	90.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	4	3.8	3.8	3.8
		mucho	102	96.2	96.2	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



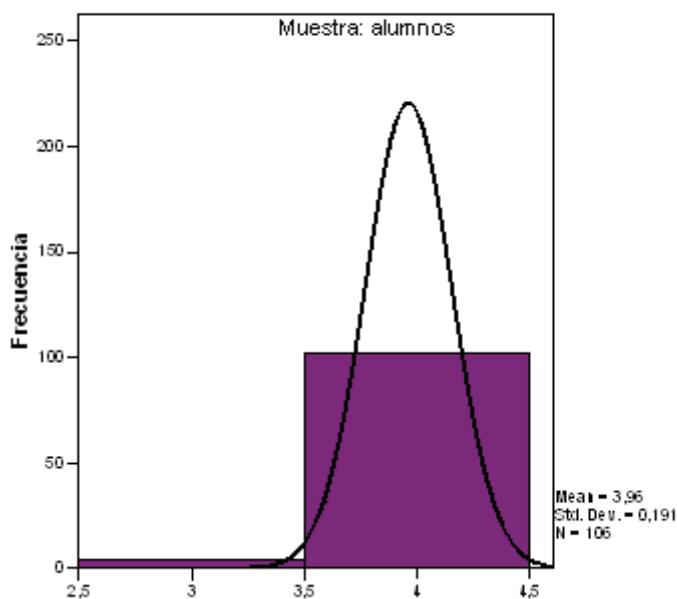
Del total de la muestra de docentes, 43 individuos consideran muy importante "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores, 45 individuos consideran muy importante "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

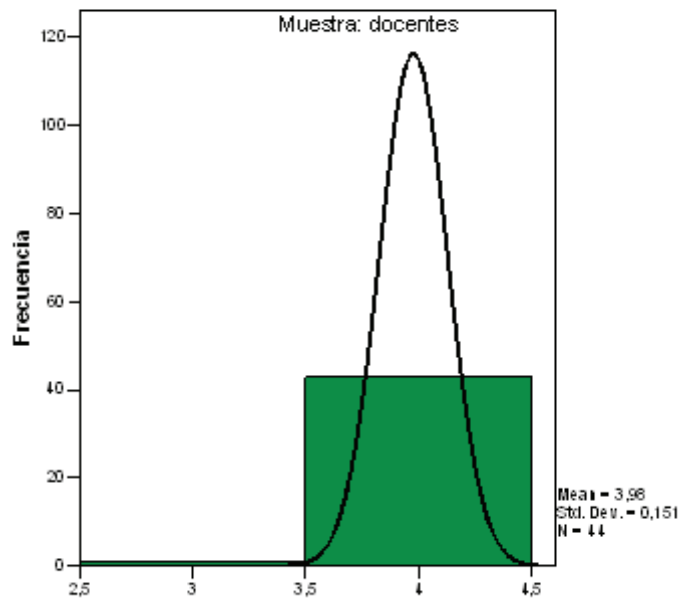


Del total de la muestra de alumnos, 102 individuos consideran muy importante "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 46.- ¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

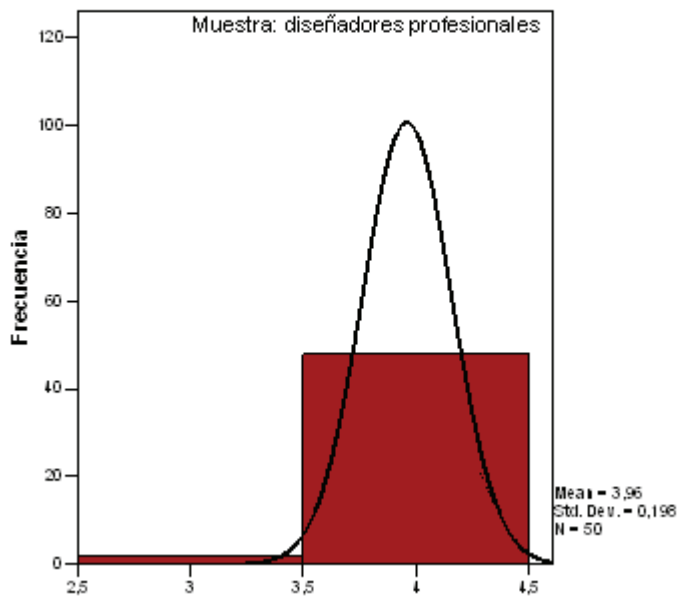
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	1	2.3	2.3	2.3
		mucho	43	97.7	97.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	bastante	2	4.0	4.0	4.0
		mucho	48	96.0	96.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	6	5.7	5.7	5.7
		mucho	100	94.3	94.3	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



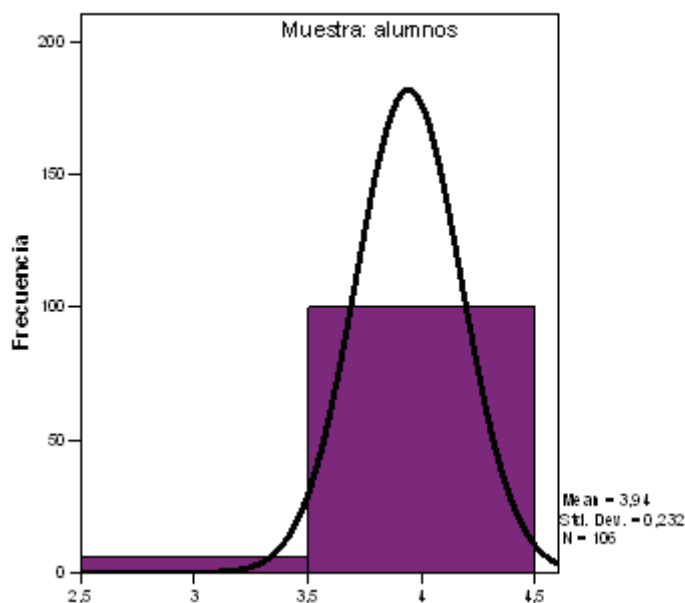
Del total de la muestra de docentes, 43 individuos consideran muy importante "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores, 48 individuos consideran muy importante "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

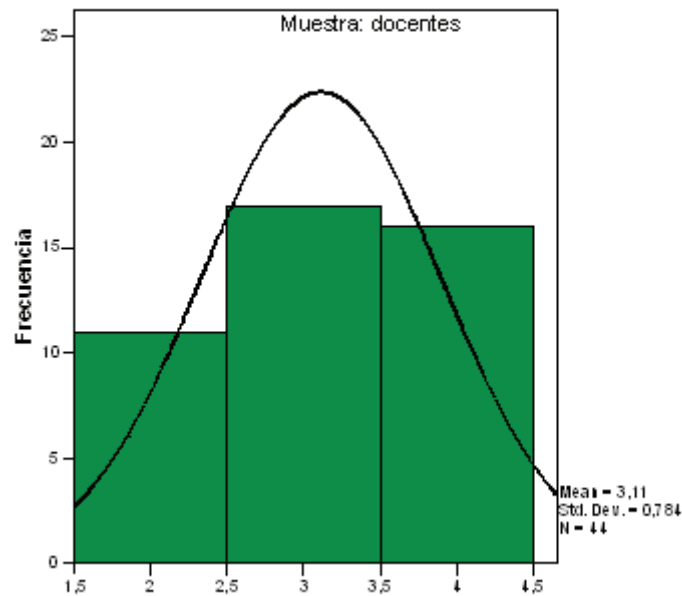


Del total de la muestra de alumnos, 100 individuos consideran muy importante "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 47.- ¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

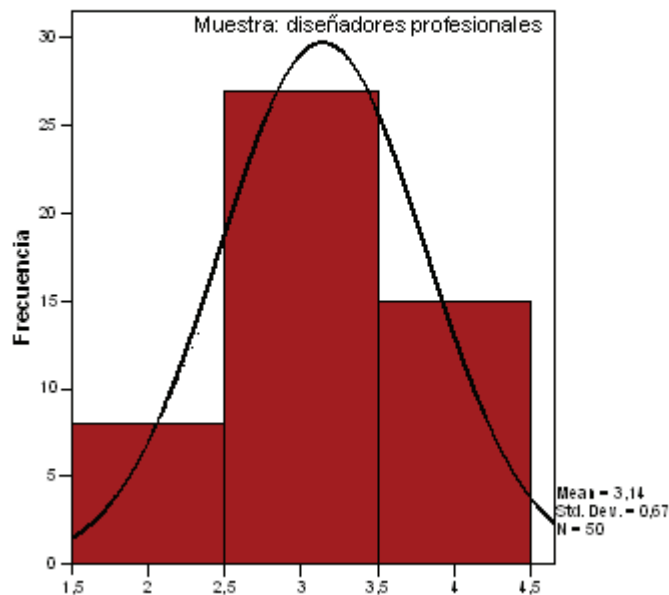
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	poco	11	25.0	25.0	25.0
		bastante	17	38.6	38.6	63.6
		mucho	16	36.4	36.4	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	poco	8	16.0	16.0	16.0
		bastante	27	54.0	54.0	70.0
		mucho	15	30.0	30.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	14	13.2	13.2	13.2
		bastante	70	66.0	66.0	79.2
		mucho	22	20.8	20.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



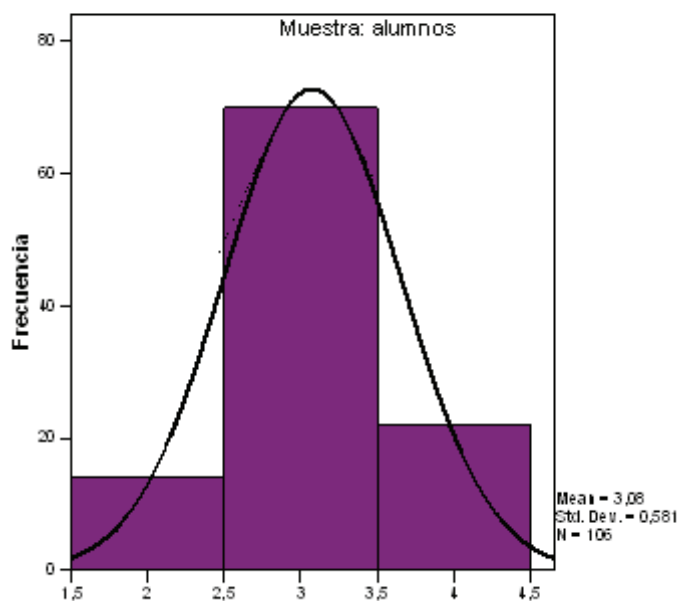
Del total de la muestra de docentes, 17 individuos consideran bastante importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de docentes, 27 individuos consideran bastante importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

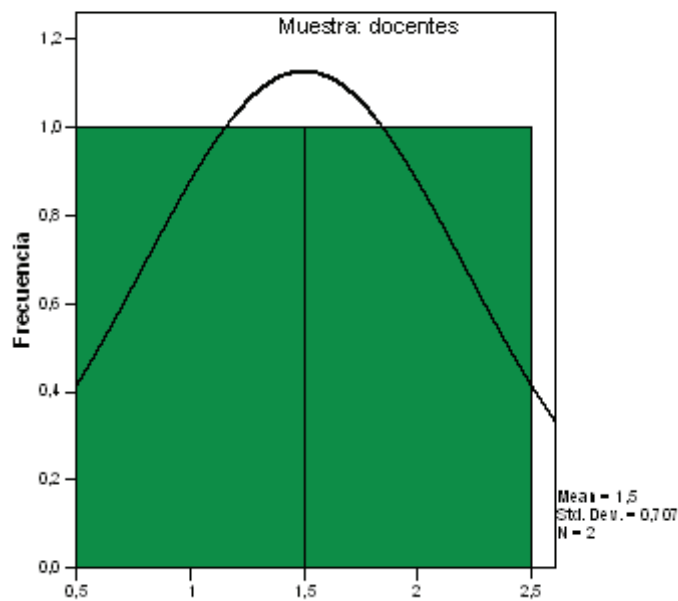


Del total de la muestra de alumnos, 70 individuos consideran bastante importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 18.- ¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?**

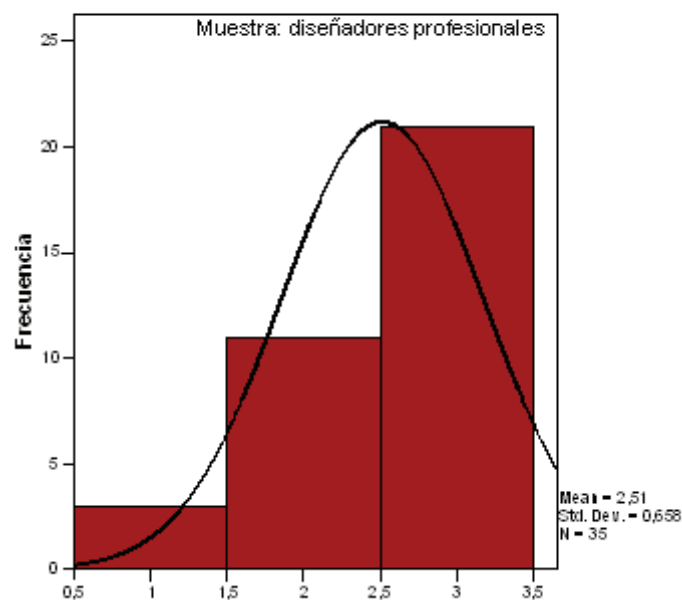
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	siempre	1	2.3	50.0	50.0
		casi siempre	1	2.3	50.0	100.0
		Total	2	4.5	100.0	
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	siempre	3	6.0	8.6	8.6
		casi siempre	11	22.0	31.4	40.0
		algunas veces	21	42.0	60.0	100.0
		Total	35	70.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	15	30.0		
Total		50	100.0			
alumnos	Válidos	siempre	4	3.8	3.8	3.8
		casi siempre	20	18.9	18.9	22.6
		algunas veces	74	69.8	69.8	92.5
		nunca	8	7.5	7.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?**



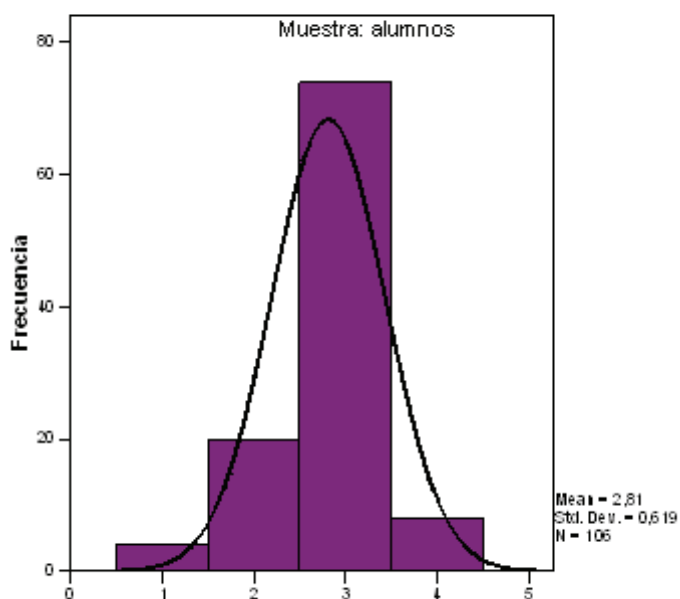
El total de la muestra de docentes considera que siempre o casi siempre la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea.

**¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 21 individuos consideran que sólo algunas veces la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea.

**¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?**

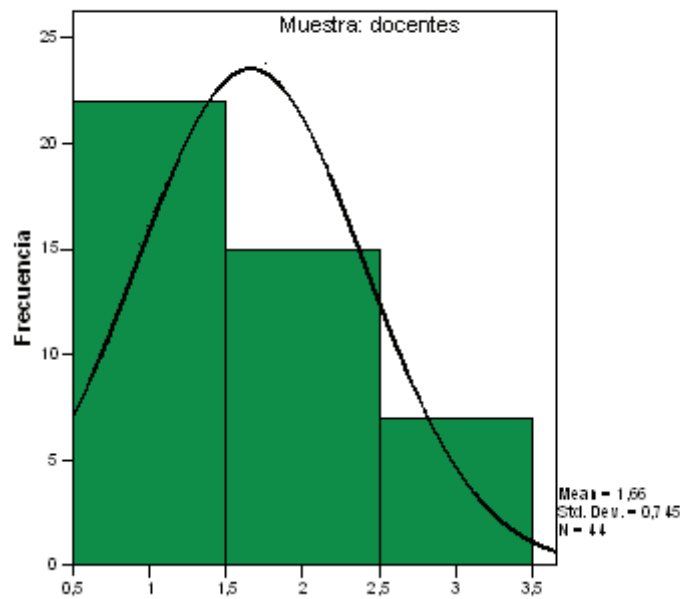


Del total de la muestra de alumnos, 74 individuos consideran que sólo algunas veces la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea.

**Cuestión 19. 1.- ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Teórica y Práctica al 50%?"**

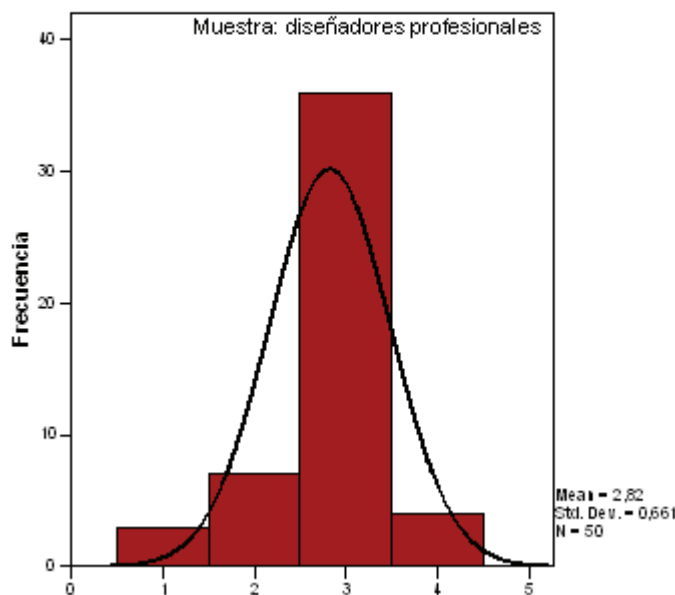
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	22	50.0	50.0	50.0
		poco	15	34.1	34.1	84.1
		bastante	7	15.9	15.9	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	3	6.0	6.0	6.0
		poco	7	14.0	14.0	20.0
		bastante	36	72.0	72.0	92.0
		mucho	4	8.0	8.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	19	17.9	17.9	17.9
		poco	29	27.4	27.4	45.3
		bastante	53	50.0	50.0	95.3
		mucho	5	4.7	4.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Teórica y Práctica al 50%?"



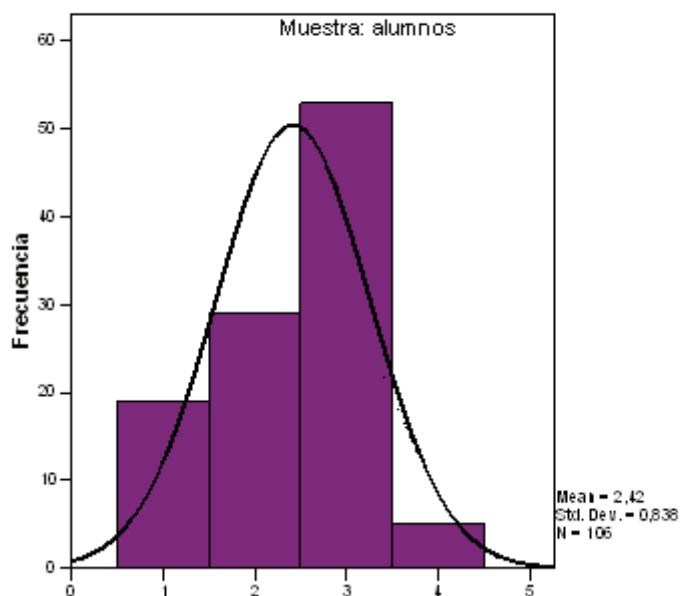
Del total de la muestra de docentes, 22 individuos consideran como nada importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser "Teórica y Práctica al 50%".

¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Teórica y Práctica al 50%?"



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 26 individuos consideran bastante importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser "Teórica y Práctica al 50%".

**¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Teórica y Práctica al 50% ?**

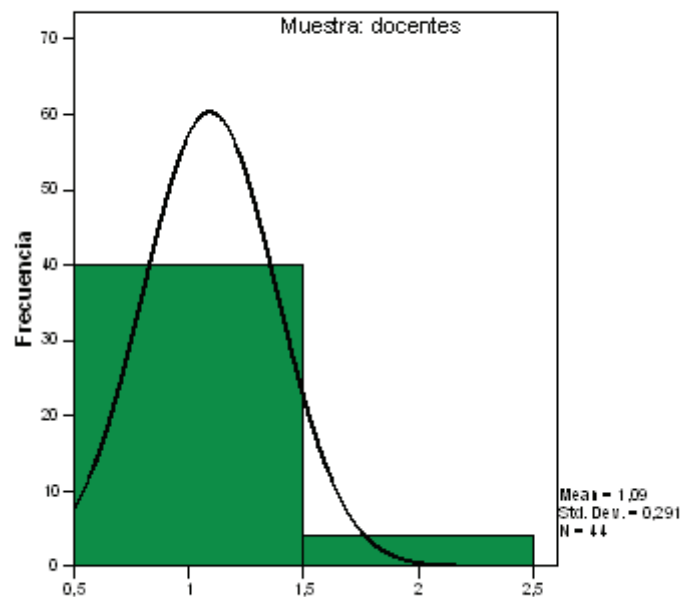


Del total de la muestra de alumnos, 53 individuos consideran bastante importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser “Teórica y Práctica al 50%”.

**Cuestión 19. 2.- ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Teórica que Práctica?"**

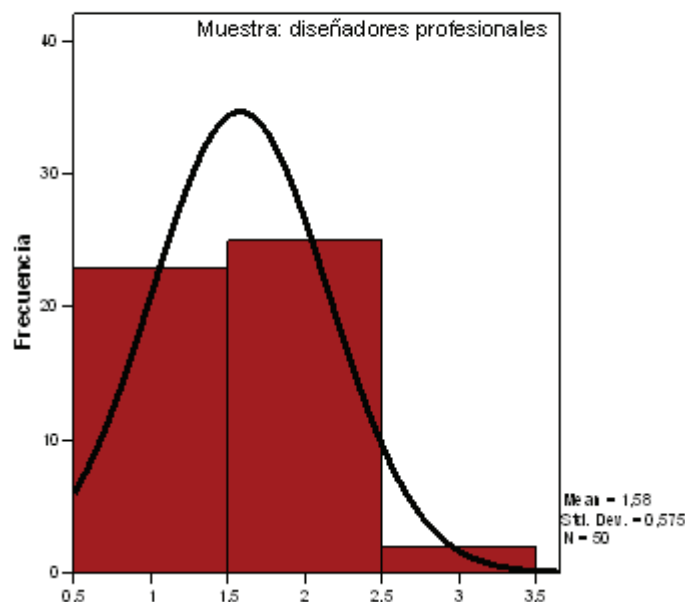
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	40	90.9	90.9	90.9
		poco	4	9.1	9.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	23	46.0	46.0	46.0
		poco	25	50.0	50.0	96.0
		bastante	2	4.0	4.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	87	82.1	82.1	82.1
		poco	18	17.0	17.0	99.1
		bastante	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera que la metodología mas idonea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Teórica que Práctica"?



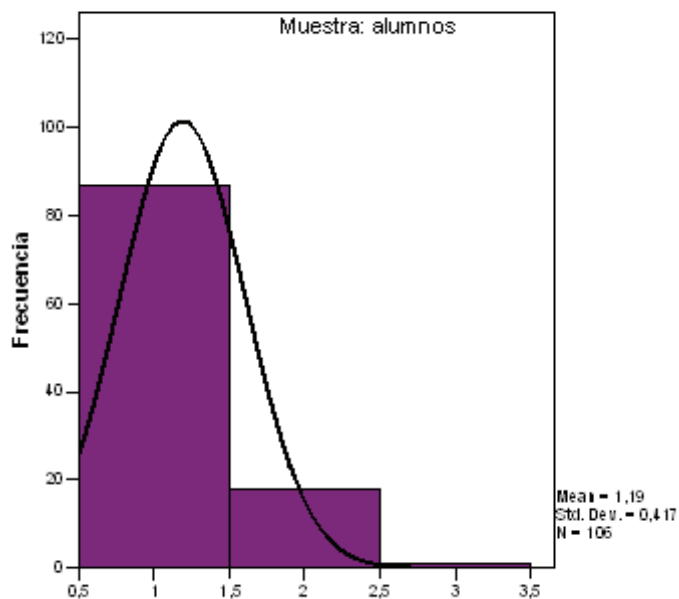
Del total de la muestra de docentes, 40 individuos consideran como nada importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser "Más Teórica que Práctica".

¿Considera que la metodología mas idonea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Teórica que Práctica"?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 25 individuos consideran como poco importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser "Más Teórica que Práctica".

**¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Teórica que Práctica?"**

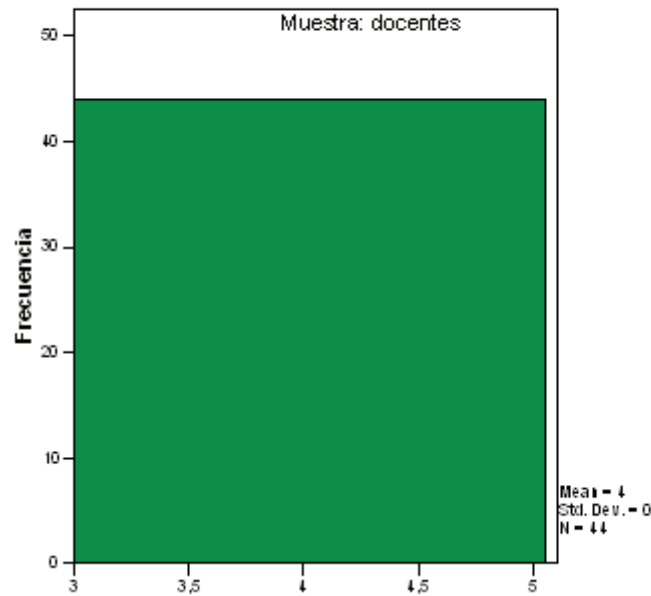


Del total de la muestra de alumnos, 87 individuos consideran como nada importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser “Más Teórica que Práctica”.

**Cuestión 19. 3.- ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Práctica que Teórica?"**

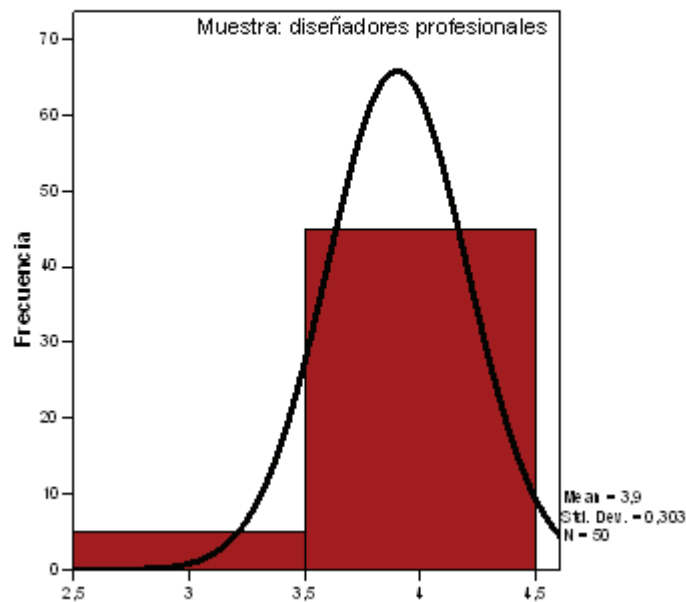
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	mucho	44	100.0	100.0	100.0
		bastante	5	10.0	10.0	10.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	bastante	3	2.8	2.8	2.8
		mucho	103	97.2	97.2	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Considera que la metodología mas idonea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Práctica que Teórica"?



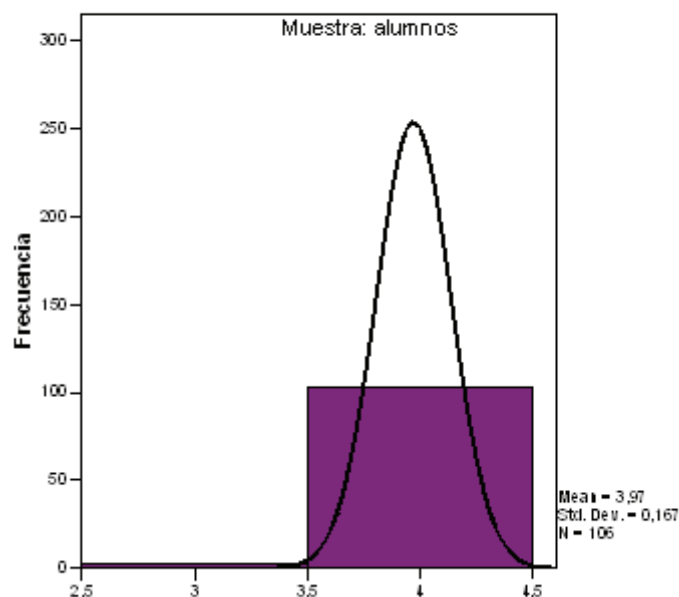
El total de la muestra de docentes considera como muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser “Más Práctica que Teórica”.

¿Considera que la metodología mas idonea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Práctica que Teórica"?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 45 individuos consideran como muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser “Más Práctica que Teórica”.

**¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Práctica que Teórica?"**

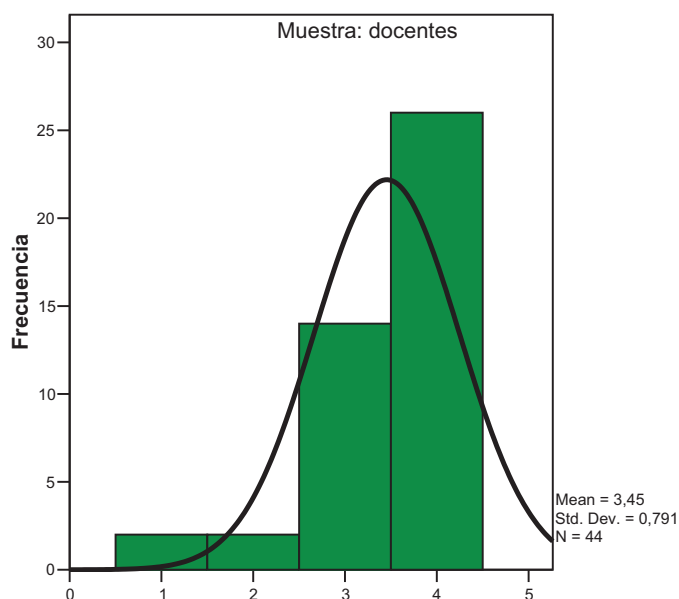


Del total de la muestra de alumnos, 103 individuos consideran muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser “Más Práctica que Teórica”.

**Cuestión 20. 1.- ¿Considera entre "10 y 15"el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

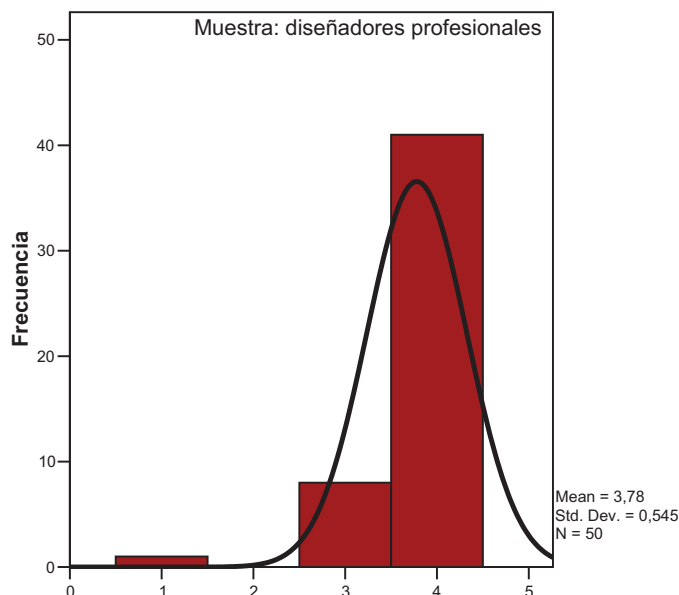
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	2	4.5	4.5	4.5
		poco	2	4.5	4.5	9.1
		bastante	14	31.8	31.8	40.9
		mucho	26	59.1	59.1	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	8	16.0	16.0	18.0
		mucho	41	82.0	82.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	9	8.5	8.5	8.5
		bastante	41	38.7	38.7	47.2
		mucho	56	52.8	52.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



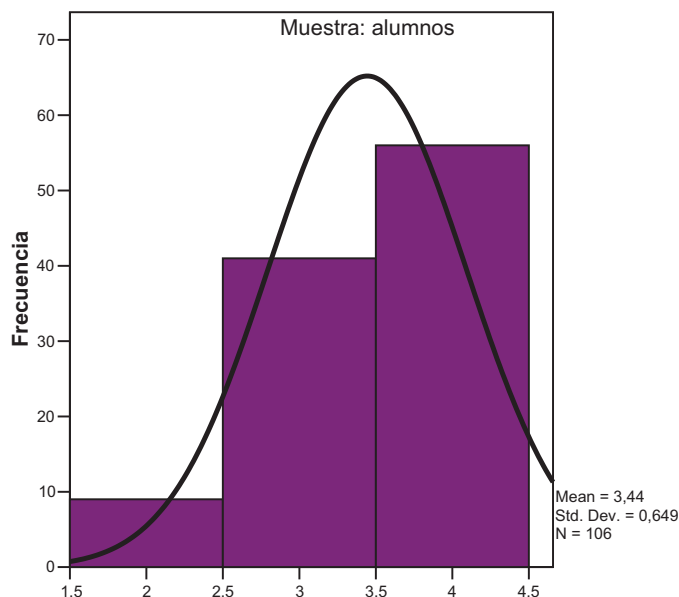
Del total de la muestra de docentes, 26 individuos consideran como muy importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 10 y 15".

**¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra de diseñadores, 41 individuos consideran como muy importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 10 y 15".

**¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



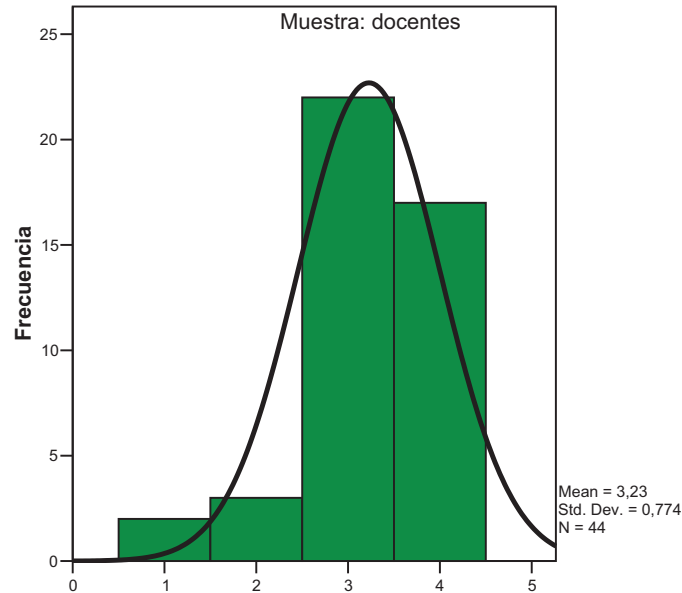
Del total de la muestra de alumnos, 66 individuos consideran como muy importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 10 y 15".

**Cuestión 20. 2.- ¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	2	4.5	4.5	4.5
		poco	3	6.8	6.8	11.4
		bastante	22	50.0	50.0	61.4
		mucho	17	38.6	38.6	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	8	16.0	16.0	16.0
		poco	4	8.0	8.0	24.0
		bastante	29	58.0	58.0	82.0
		mucho	9	18.0	18.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	5	4.7	4.7	4.7
		poco	10	9.4	9.4	14.2
		bastante	48	45.3	45.3	59.4
		mucho	43	40.6	40.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

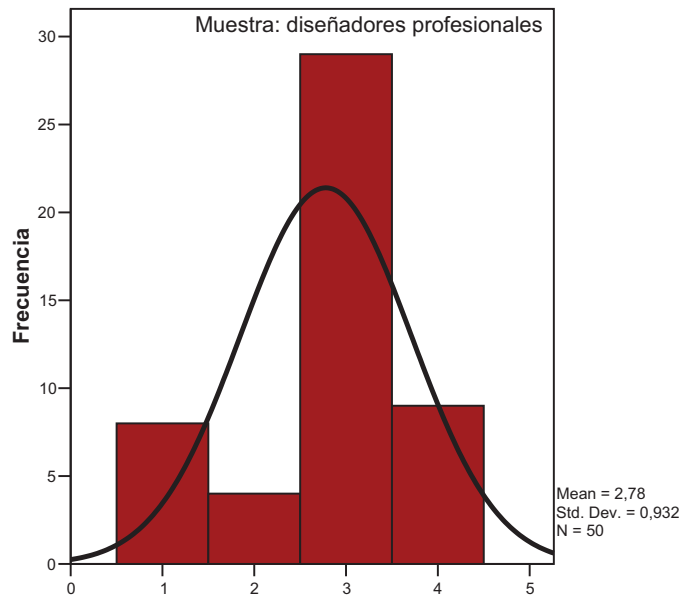
Total	106	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



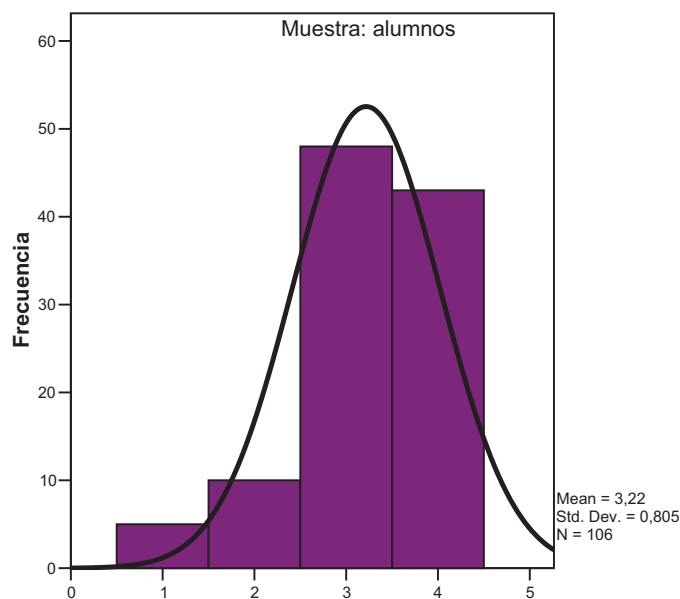
Del total de la muestra de docentes, 22 individuos consideran como bastante importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 15 y 20".

**¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 29 individuos consideran como bastante importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 15 y 20".

**¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



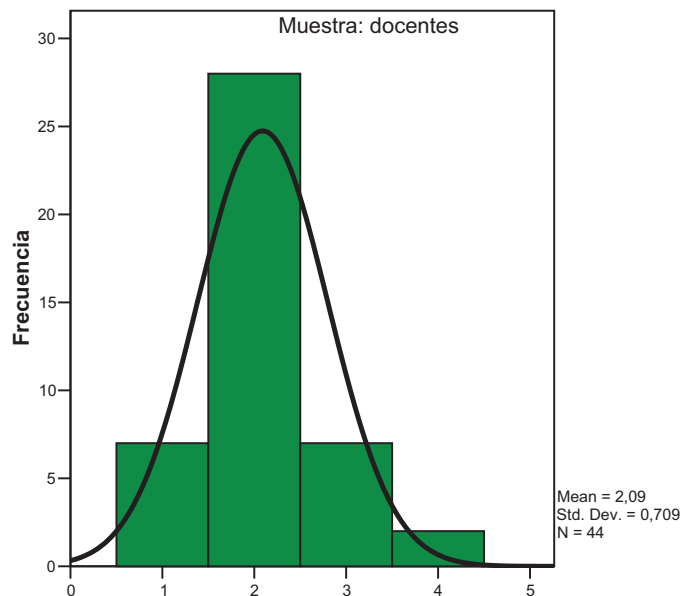
Del total de la muestra de alumnos, 48 individuos consideran como bastante importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea “Entre 15 y 20”.

**Cuestión 20. 3.- ¿Considera entre "20 y 25"el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	7	15.9	15.9	15.9
		poco	28	63.6	63.6	79.5
		bastante	7	15.9	15.9	95.5
		mucho	2	4.5	4.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	22	44.0	44.0	44.0
		poco	27	54.0	54.0	98.0
		bastante	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	32	30.2	30.2	30.2
		poco	53	50.0	50.0	80.2
		bastante	13	12.3	12.3	92.5
		mucho	8	7.5	7.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera entre "20 y 25"el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

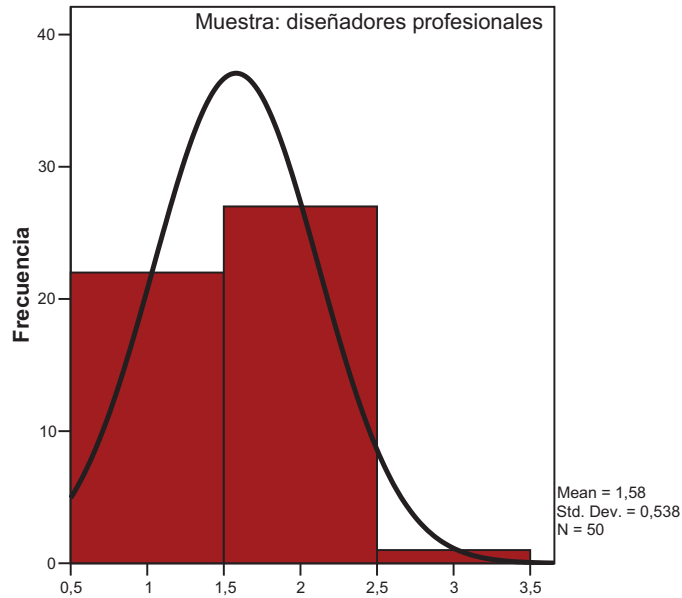


Del total de la muestra de docentes, 28 individuos consideran como poco importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

## CAPÍTULO VIII

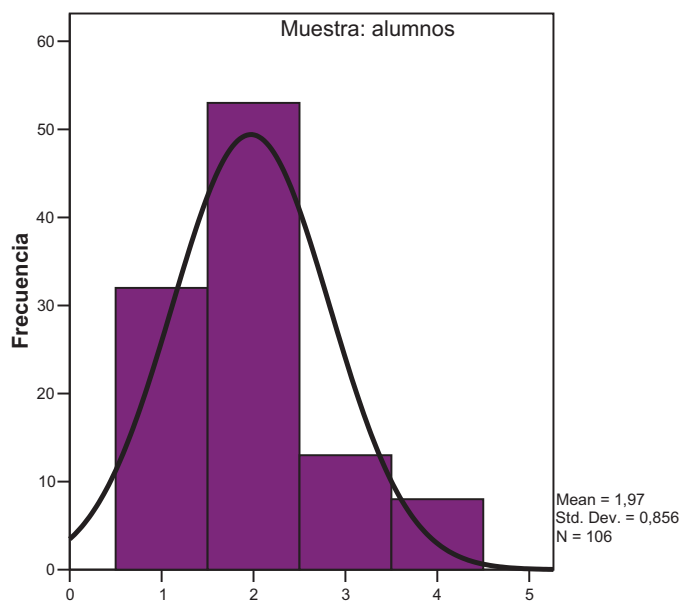
de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea “Entre 20 y 25”.

**¿Considera entre "20 y 25" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 27 individuos consideran como poco importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea “Entre 20 y 25”.

**¿Considera entre "20 y 25" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

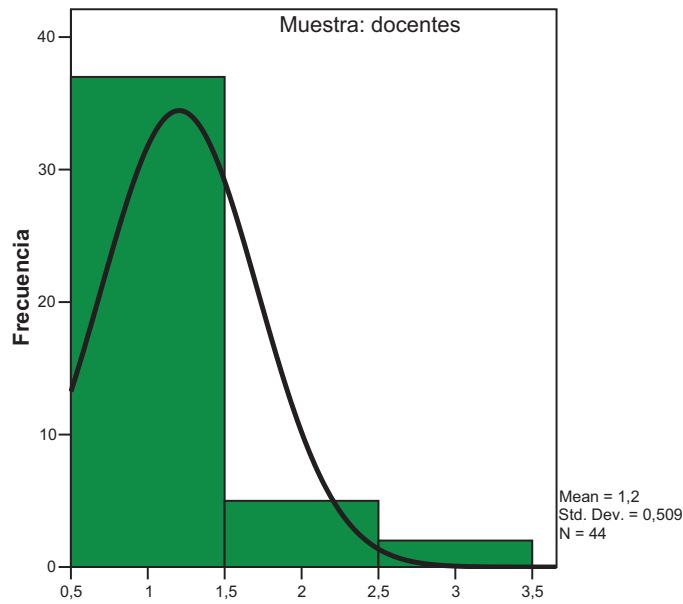


Del total de la muestra de alumnos, 53 individuos consideran como poco importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 20 y 25".

**Cuestión 20. 4.- ¿Considera entre "25 y 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

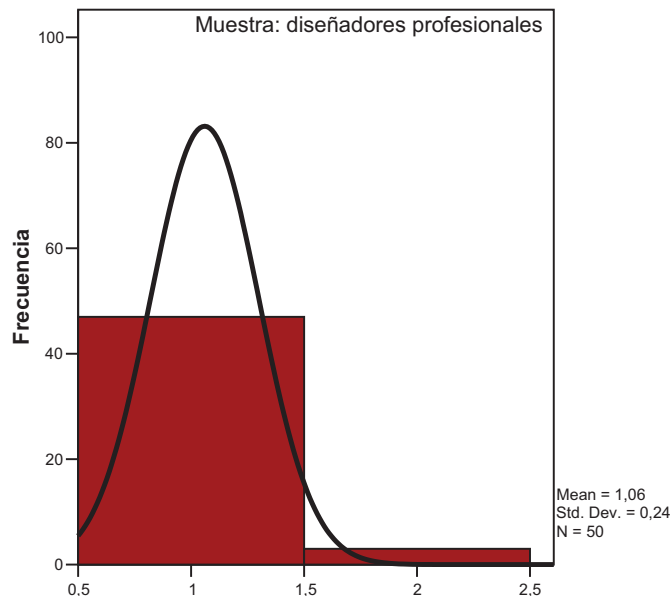
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	37	84.1	84.1	84.1
		poco	5	11.4	11.4	95.5
		bastante	2	4.5	4.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	47	94.0	94.0	94.0
		poco	3	6.0	6.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	86	81.1	81.1	81.1
		poco	19	17.9	17.9	99.1
		bastante	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera entre "25 y 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra de docentes, 37 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Entre 25 y 30".

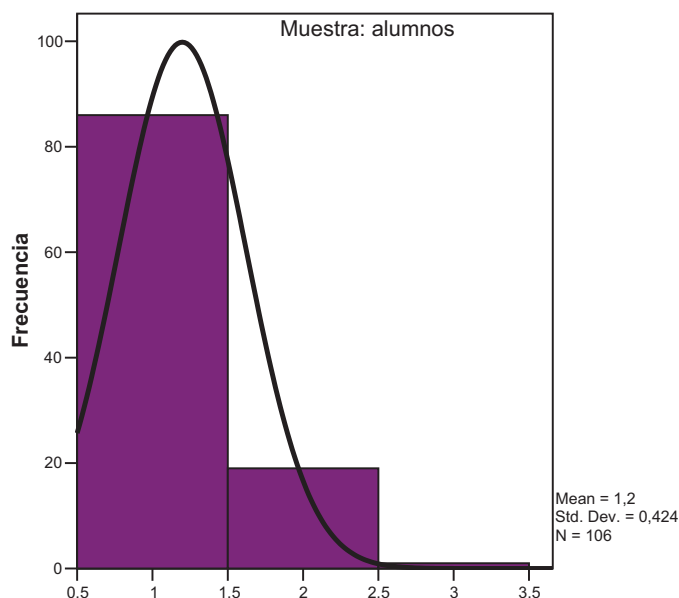
**¿Considera entre "25 y 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 77 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a

cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea “Entre 25 y 30”.

**¿Considera entre "25 y 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

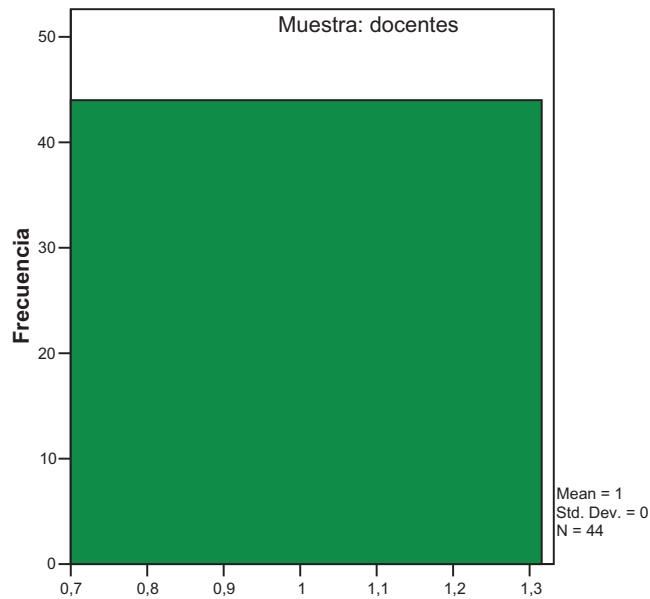


Del total de la muestra de alumnos, 86 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea “Entre 25 y 30”.

**Cuestión 20. 5.- ¿Considera "Más de 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

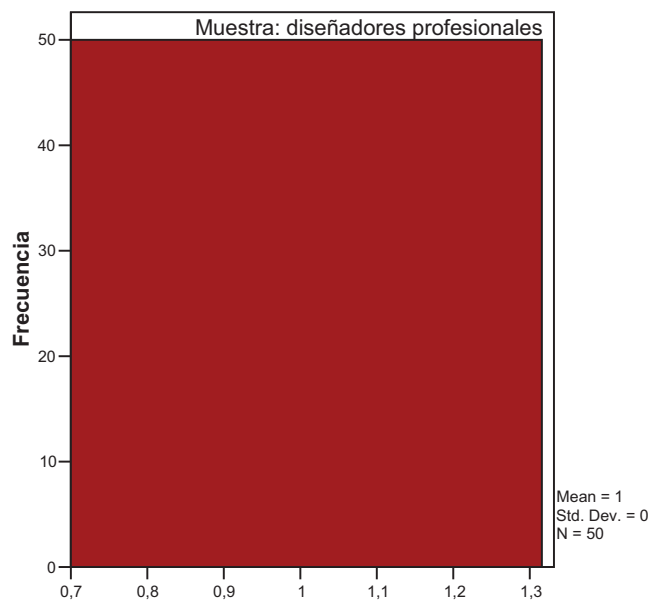
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	44	100.0	100.0	100.0
diseñadores profesionales	Válidos	nada	50	100.0	100.0	100.0
alumnos	Válidos	nada	105	99.1	99.1	99.1
		poco	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Más de 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



El total de la muestra de docentes considera como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Más de 30".

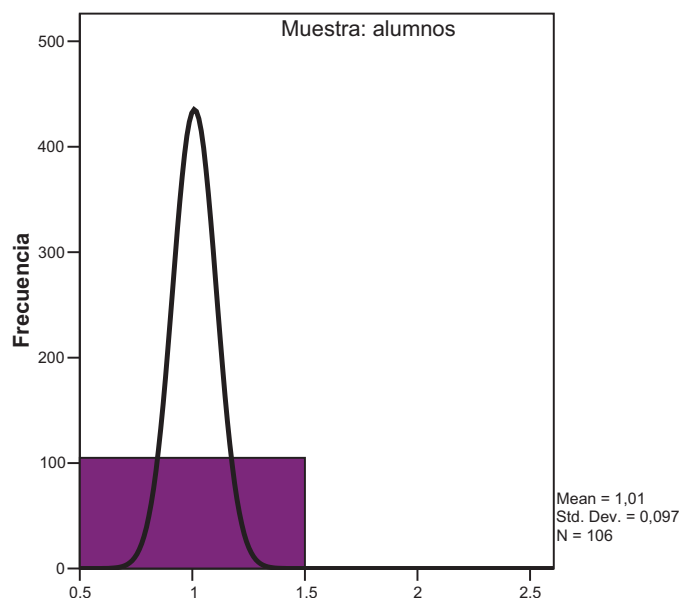
**¿Considera "Más de 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



El total de la muestra de diseñadores profesionales considera como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Más de 30".

**¿Considera "Más de 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

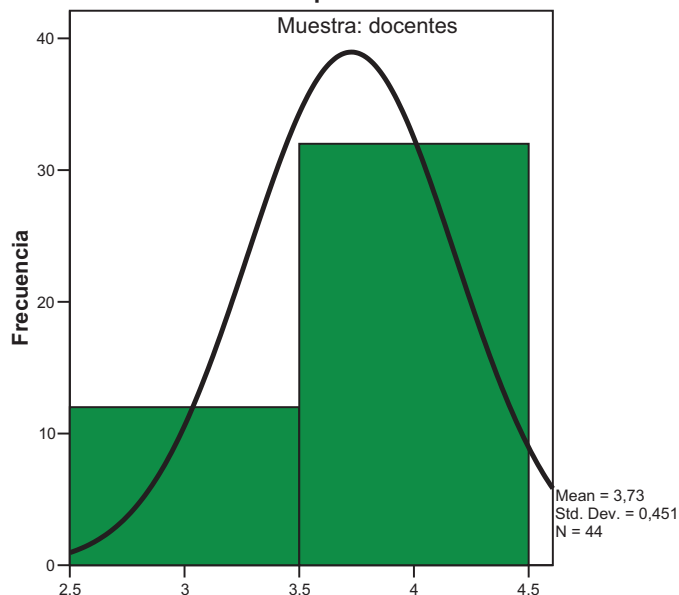


Del total de la muestra de alumnos, 105 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica sea "Más de 30".

**Cuestión 21. 1.- ¿Considera entre "1 y 5" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

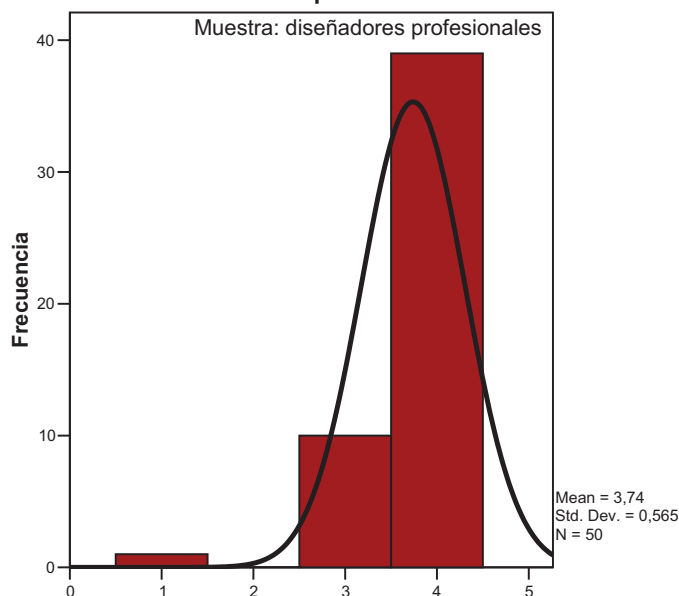
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	bastante	12	27.3	27.3	27.3
		mucho	32	72.7	72.7	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	1	2.0	2.0	2.0
		bastante	10	20.0	20.0	22.0
		mucho	39	78.0	78.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	poco	7	6.6	6.6	6.6
		bastante	40	37.7	37.7	44.3
		mucho	59	55.7	55.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera entre "1 y 5" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



Del total de la muestra de docentes, 32 individuos consideran como muy importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea "Entre 1 y 5".

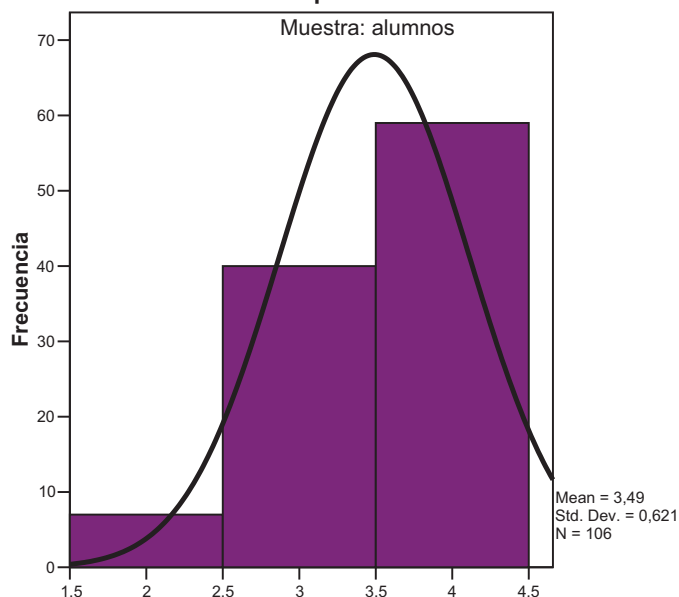
**¿Considera entre "1 y 5" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



Del total de la muestra de docentes, 39 individuos consideran como muy importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 1 y 5”.

**¿Considera entre "1 y 5" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



Del total de la muestra de alumnos, 59 individuos consideran como muy importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 1 y 5”.

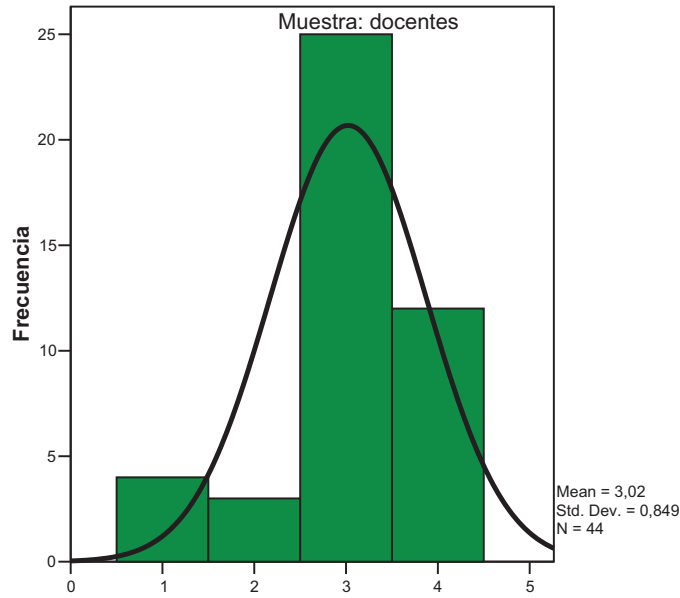
**Cuestión 21. 2.- ¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	4	9.1	9.1	9.1
		poco	3	6.8	6.8	15.9
		bastante	25	56.8	56.8	72.7
		mucho	12	27.3	27.3	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	2	4.0	4.0	4.0
		poco	15	30.0	30.0	34.0
		bastante	23	46.0	46.0	80.0
		mucho	10	20.0	20.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	2	1.9	1.9	1.9
		poco	8	7.5	7.5	9.4

CAPÍTULO VIII

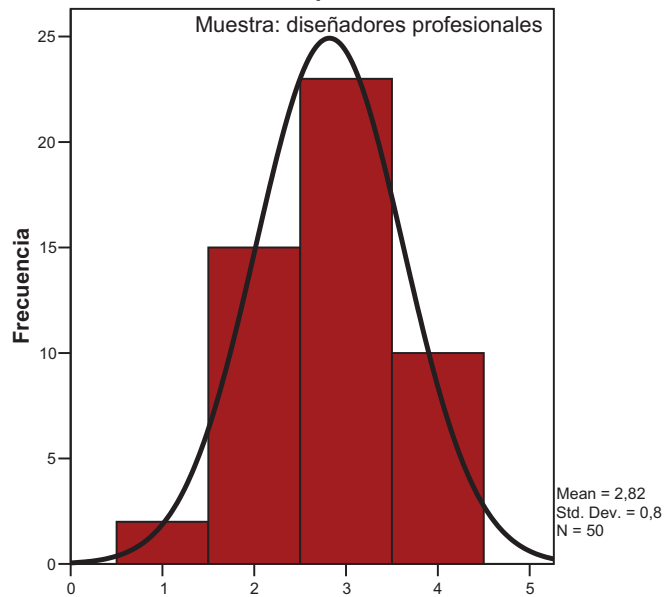
bastante	54	50.9	50.9	60.4
mucho	42	39.6	39.6	100.0
Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



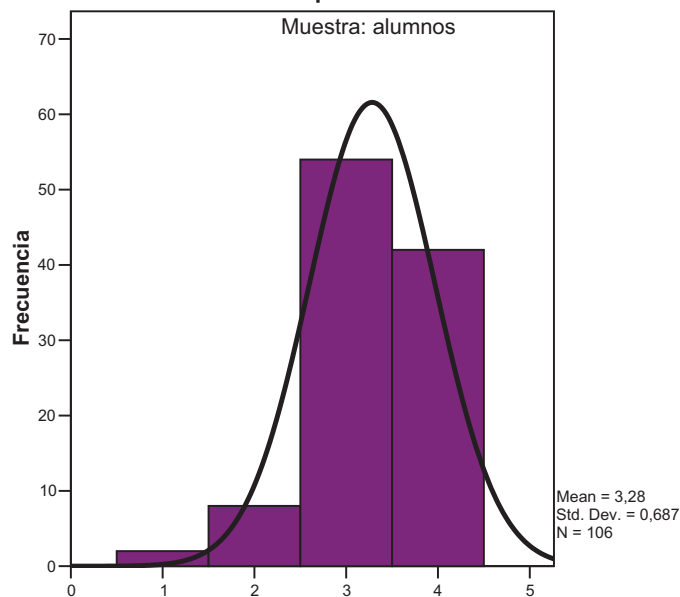
Del total de la muestra de docentes, 25 individuos consideran como bastante importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea "Entre 5 y 10".

¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 23 individuos consideran como bastante importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea "Entre 5 y 10".

¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?



Del total de la muestra de alumnos, 54 individuos consideran como bastante importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

## CAPÍTULO VIII

de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 5 y 10”.

### **Cuestión 21. 3.- ¿Considera entre "10 y 15"el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	7	15.9	15.9	15.9
		poco	34	77.3	77.3	93.2
		bastante	3	6.8	6.8	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	nada	36	72.0	72.0	72.0
		poco	14	28.0	28.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	nada	28	26.4	26.4	26.4
		poco	62	58.5	58.5	84.9
		bastante	9	8.5	8.5	93.4
		mucho	7	6.6	6.6	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

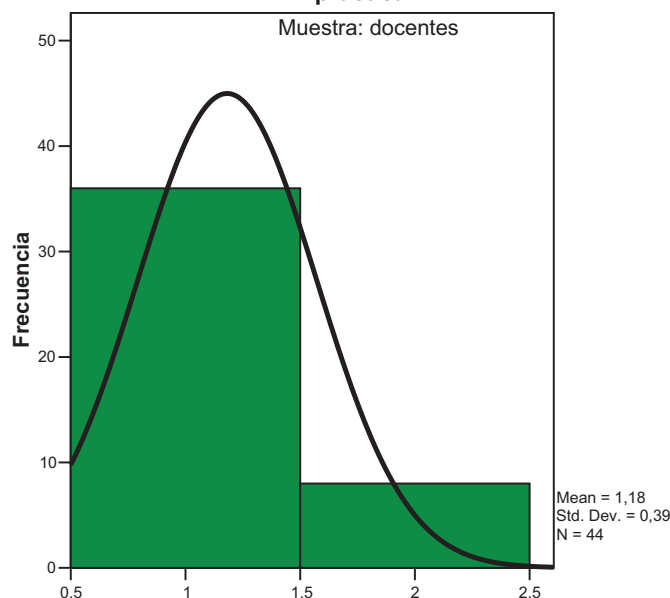
Del total de la muestra de docentes, 34 individuos consideran como poco importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 10 y 15”.

Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 36 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 10 y 15”.

Del total de la muestra de alumnos, 62 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 10 y 15”.

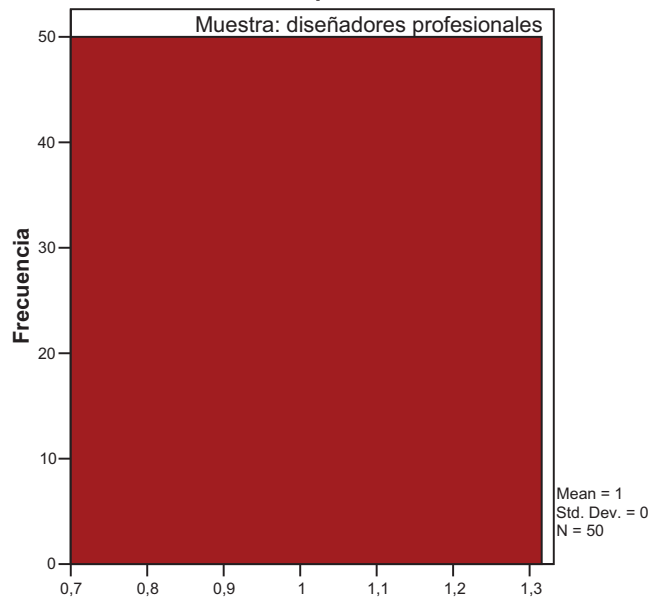
**Cuestión 21. 4.- ¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

**¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



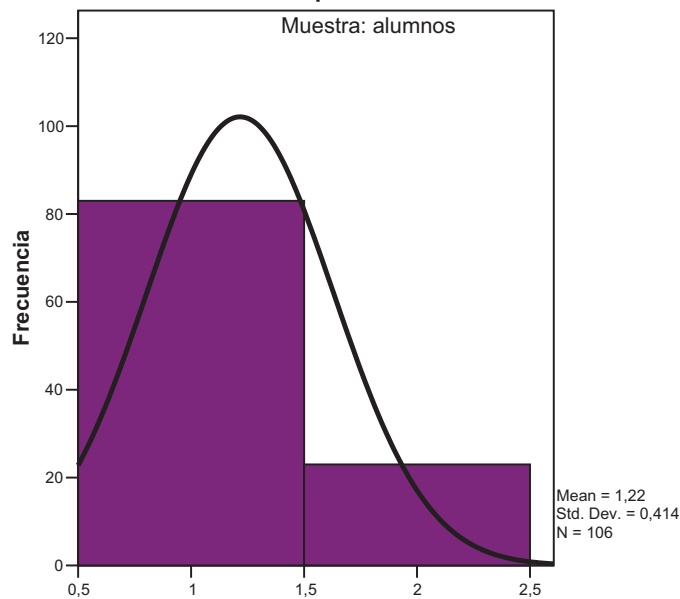
Del total de la muestra de docentes, 36 individuos consideran como poco importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea "Entre 15 y 20".

¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?



El total de la muestra de diseñadores profesionales consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea "Entre 15 y 20".

¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?



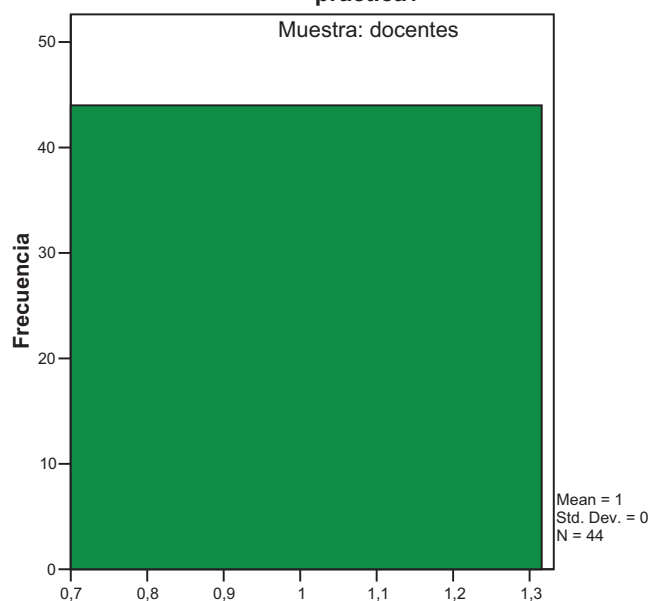
Del total de la muestra de alumnos, 81 individuos consideran como nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Entre 15 y 20”.

**Cuestión 21. 5.- ¿Considera "Más de 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

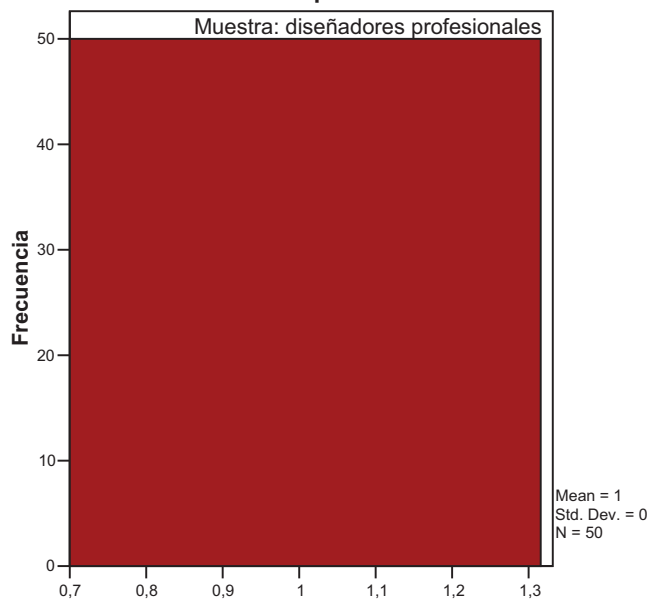
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	nada	44	100.0	100.0	100.0
diseñadores profesionales	Válidos	nada	50	100.0	100.0	100.0
alumnos	Válidos	nada	104	98.1	98.1	98.1
		poco	2	1.9	1.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera "Más de 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



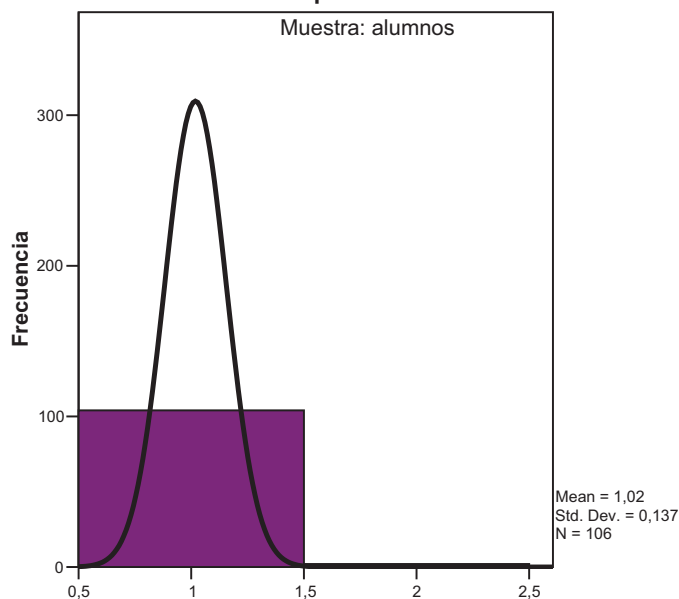
El total de la muestra de docentes considera nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Más de 20”.

¿Considera "Más de 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?



El total de la muestra de diseñadores profesionales considera nada importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea "Más de 20".

¿Considera "Más de 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?



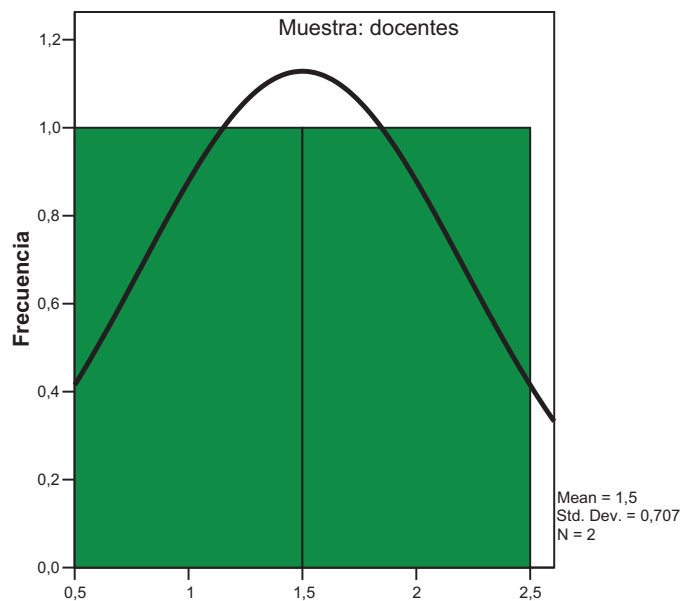
Del total de la muestra de alumnos, 104 individuos consideran como poco importante que el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso

de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica sea “Más de 20”.

**Cuestión 22.- ¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda?**

Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	siempre	1	2.3	50.0	50.0
		casi siempre	1	2.3	50.0	100.0
		Total	2	4.5	100.0	
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	siempre	3	6.0	8.8	8.8
		casi siempre	10	20.0	29.4	38.2
		algunas veces	16	32.0	47.1	85.3
		nunca	5	10.0	14.7	100.0
		Total	34	68.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	16	32.0		
Total		50	100.0			
alumnos	Válidos	siempre	3	2.8	2.8	2.8
		casi siempre	16	15.1	15.1	17.9
		algunas veces	77	72.6	72.6	90.6
		nunca	10	9.4	9.4	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

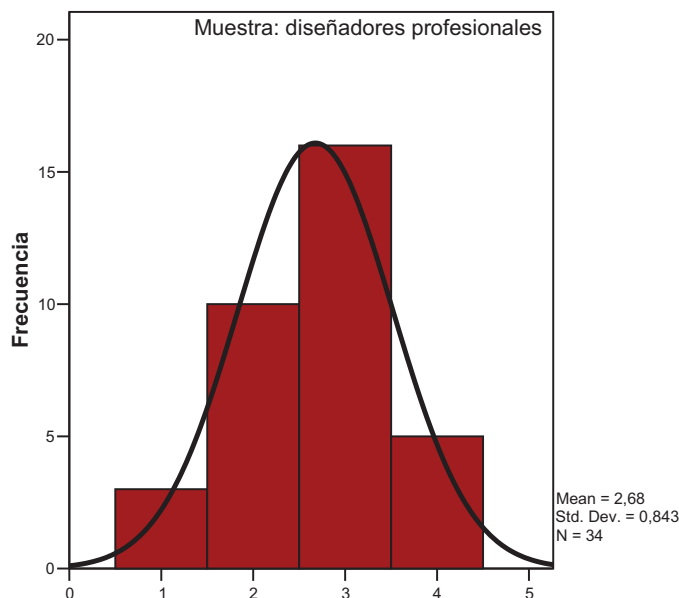
**¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las practicas que realizó en sus Estudios de Moda?**



## CAPÍTULO VIII

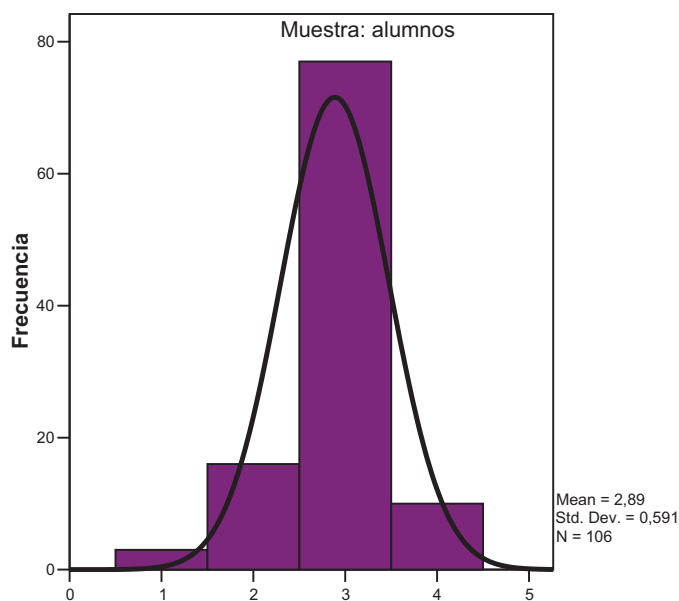
El total de las respuestas válidas recogidas entre los docentes consideran que siempre o casi siempre las prácticas que realizaron en sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos.

**¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las practicas que realizó en sus Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 16 individuos consideran que algunas veces las prácticas que realizaron en sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos.

**¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las practicas que realizó en sus Estudios de Moda?**

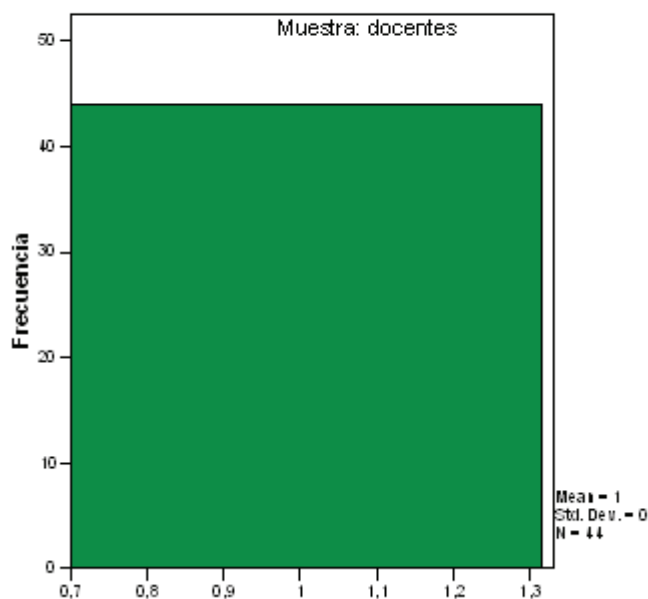


Del total de la muestra de alumnos, 77 individuos consideran que algunas veces las prácticas que realizaron en sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos.

**Cuestión 23.- ¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?**

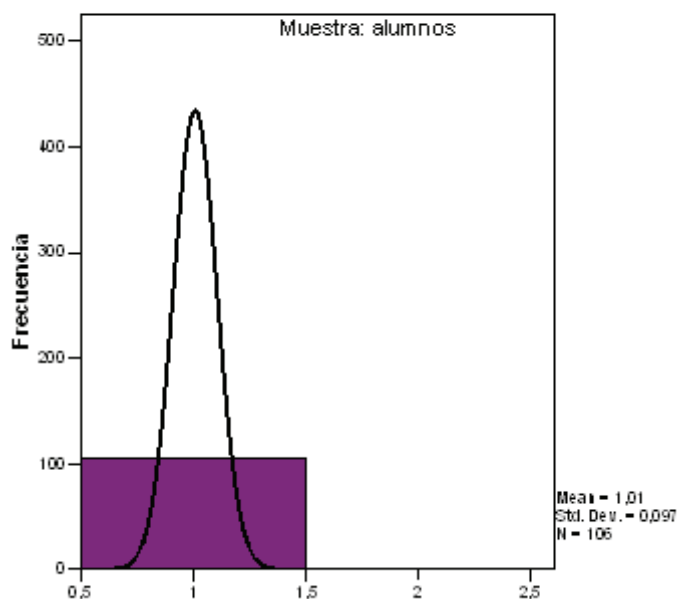
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	44	100.0	100.0	100.0
		diseñadores profesionales	49	98.0	98.0	98.0
		no	1	2.0	2.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	si	105	99.1	99.1	99.1
		no	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?**



El total de la muestra de docentes considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda.

**¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?**

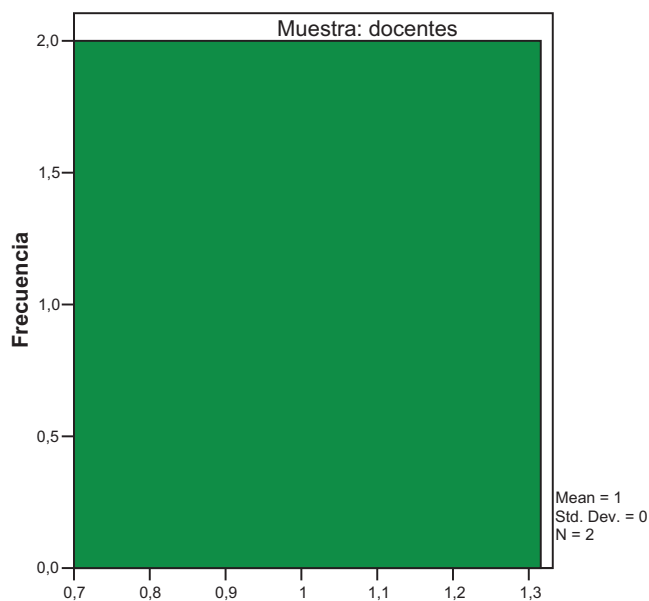


Del total de la muestra de diseñadores, 49 individuos consideran necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda.

**Cuestión 24.- ¿Ha hecho prácticas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?**

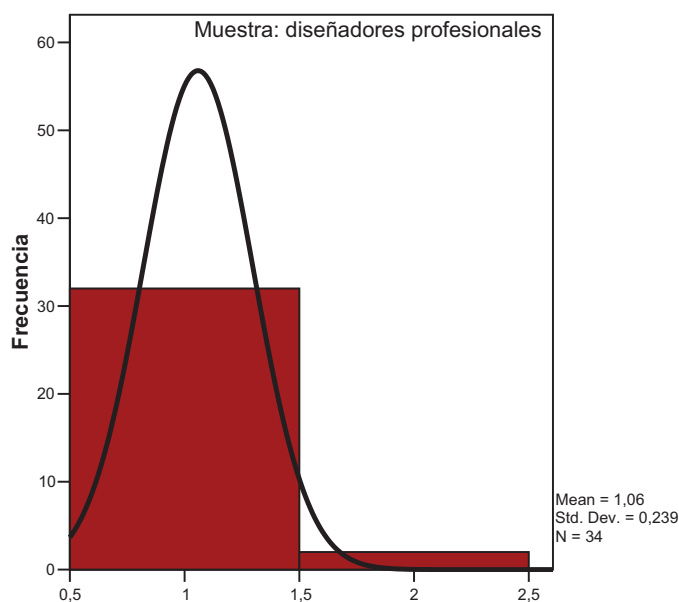
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	2	4.5	100.0	100.0
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	si	32	64.0	94.1	94.1
		no	2	4.0	5.9	100.0
	Total		34	68.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	16	32.0		
	Total		50	100.0		
alumnos	Válidos	si	106	100.0	100.0	100.0

**¿Ha hecho practicas en talleres de moda,empresas,etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?**



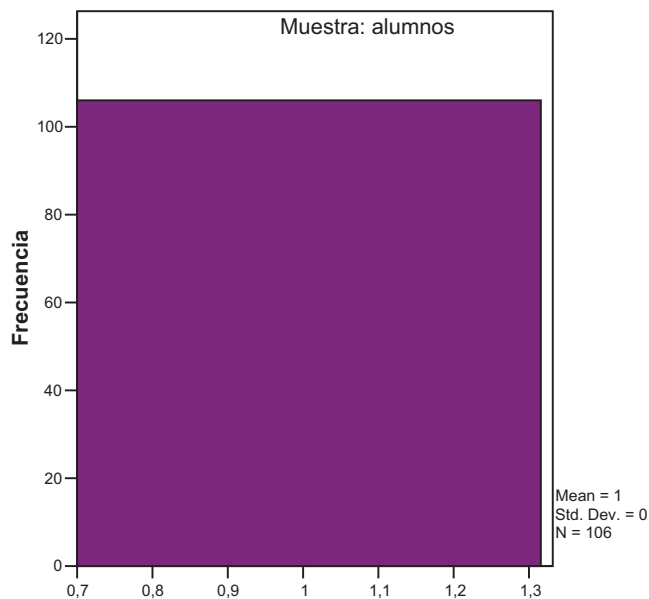
El total de la muestra de docentes ha realizado prácticas en talleres de moda, empresas, etc...durante el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda.

**¿Ha hecho practicas en talleres de moda,empresas,etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 32 individuos han realizado prácticas en talleres de moda, empresas, etc...durante el tiempo en el que han cursado sus Estudios de Moda.

**¿Ha hecho practicas en talleres de moda,empresas,etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?**

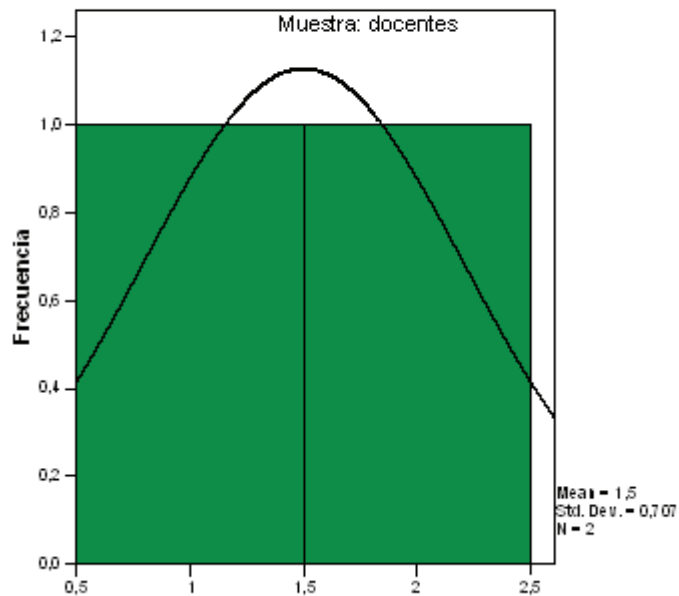


El total de la muestra de docentes ha realizado prácticas en talleres de moda, empresas, etc...durante el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda.

**Cuestión 25.- ¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?**

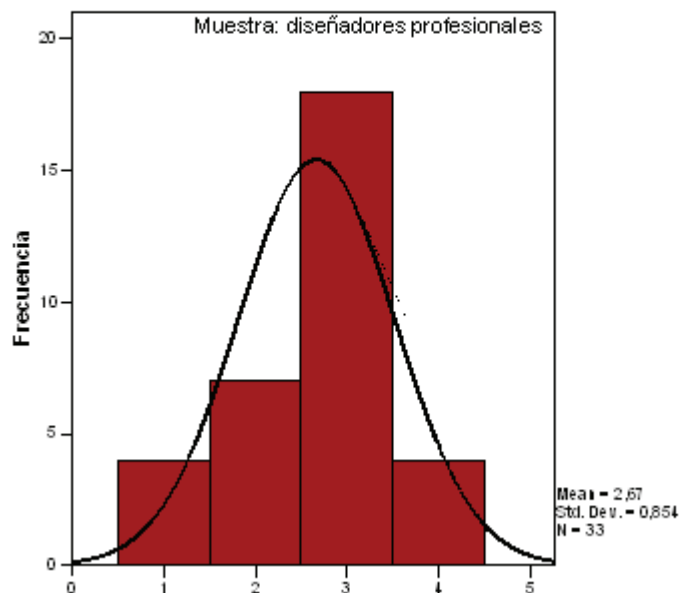
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	siempre	1	2.3	50.0	50.0
		casi siempre	1	2.3	50.0	100.0
		Total	2	4.5	100.0	
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	siempre	4	8.0	12.1	12.1
		casi siempre	7	14.0	21.2	33.3
		algunas veces	18	36.0	54.5	87.9
		nunca	4	8.0	12.1	100.0
		Total	33	66.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	17	34.0		
Total		50	100.0			
alumnos	Válidos	siempre	2	1.9	1.9	1.9
		casi siempre	18	17.0	17.0	18.9
		algunas veces	74	69.8	69.8	88.7
		nunca	12	11.3	11.3	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?**



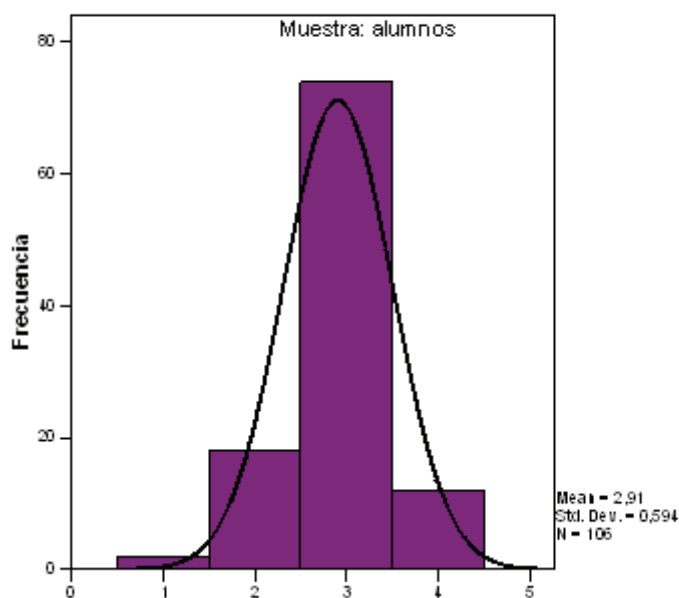
El total de la muestra de docentes considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos.

**¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 18 individuos consideran que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos casi siempre.

**¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?**

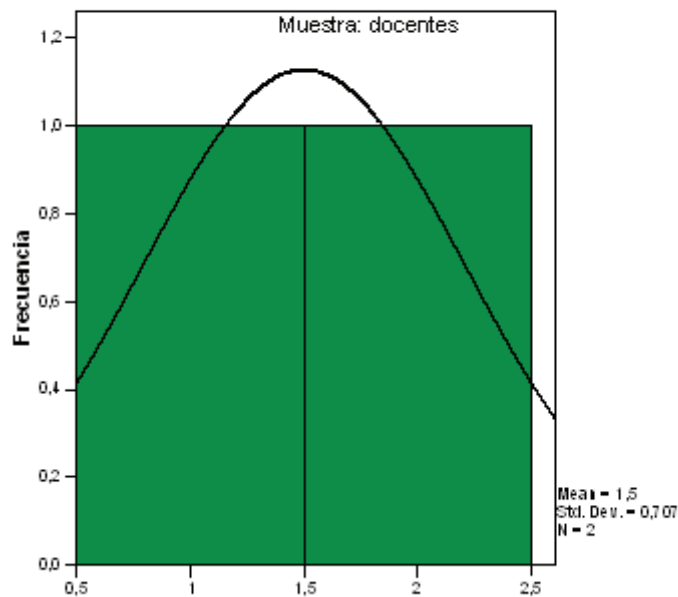


Del total de la muestra de alumnos, 74 individuos consideran que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos casi siempre.

**Cuestión 26.- ¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?**

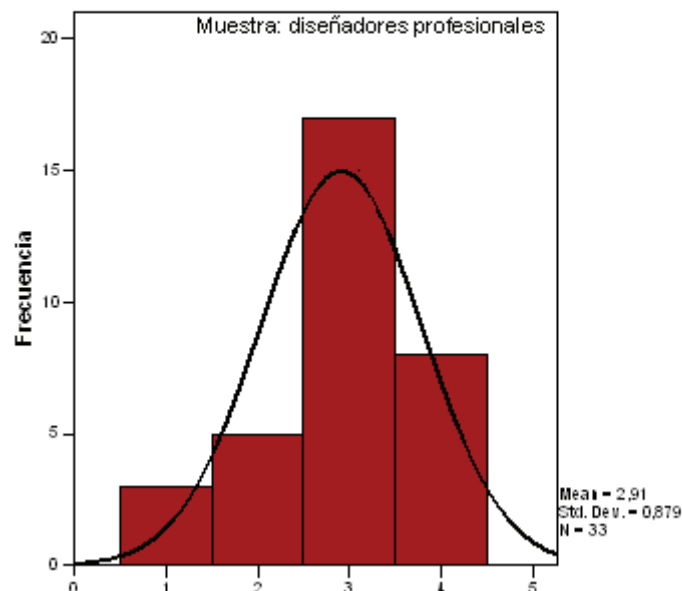
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	siempre	1	2.3	50.0	50.0
		casi siempre	1	2.3	50.0	100.0
		Total	2	4.5	100.0	
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	siempre	3	6.0	9.1	9.1
		casi siempre	5	10.0	15.2	24.2
		algunas veces	17	34.0	51.5	75.8
		nunca	8	16.0	24.2	100.0
		Total	33	66.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	17	34.0		
Total		50	100.0			
alumnos	Válidos	siempre	2	1.9	1.9	1.9
		casi siempre	14	13.2	13.2	15.1
		algunas veces	74	69.8	69.8	84.9
		nunca	16	15.1	15.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?**



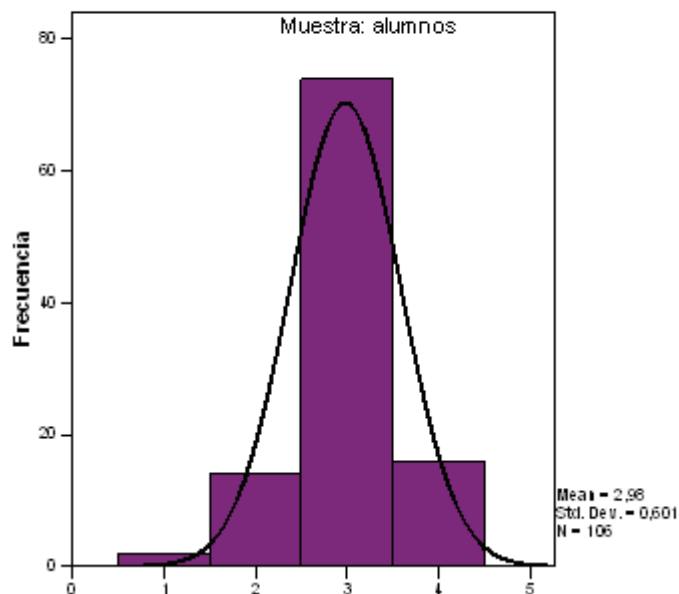
El total de la muestra de docentes considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido sus expectativas.

**¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 17 individuos consideran que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos sólo algunas veces.

**¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?**

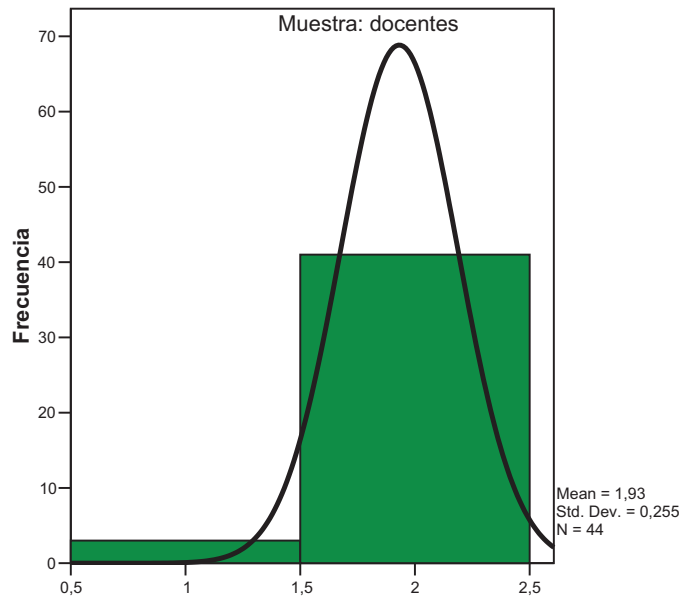


Del total de la muestra de alumnos, 74 individuos consideran que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos casi siempre.

**Cuestión 27.- ¿Considera deberían hacerse las practicas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?**

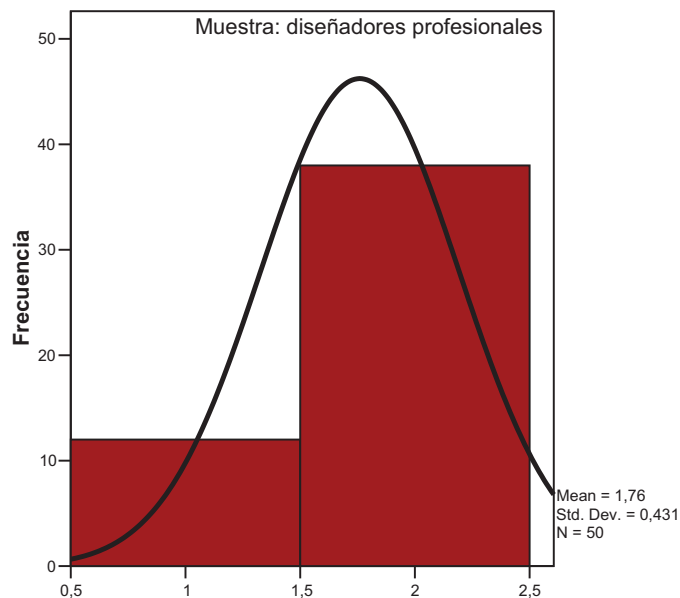
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	en talleres de diseñadores	3	6.8	6.8	6.8
		en empresas textiles	41	93.2	93.2	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	en talleres de diseñadores	12	24.0	24.0	24.0
		en empresas textiles	38	76.0	76.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	en talleres de diseñadores	14	13.2	13.2	13.2
		en empresas textiles	92	86.8	86.8	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera deberían hacerse las practicas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?**



Del total de la muestra de docentes, 41 individuos consideran que las prácticas fuera del Centro Docente deberían hacerse en Empresas Textiles.

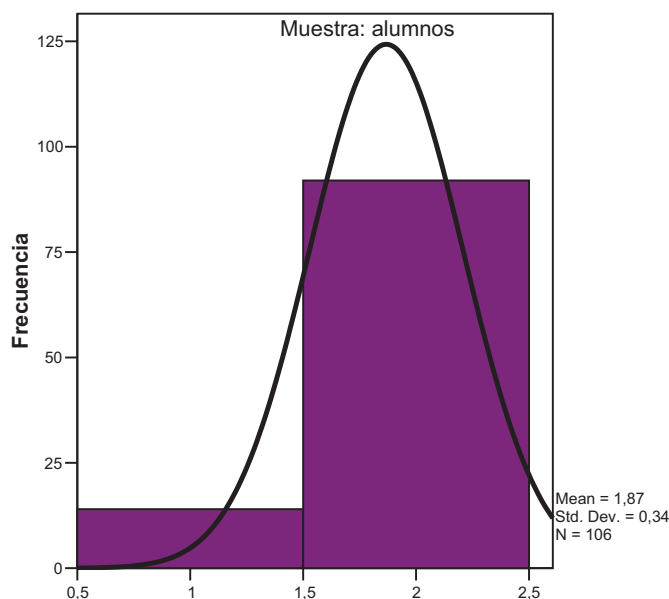
**¿Considera deberían hacerse las practicas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?**



Del total de la muestra de diseñadores, 38 individuos consideran que las prácticas fuera del Centro Docente deberían hacerse en Empresas Textiles.

## CAPÍTULO VIII

### ¿Considera deberían hacerse las practicas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?

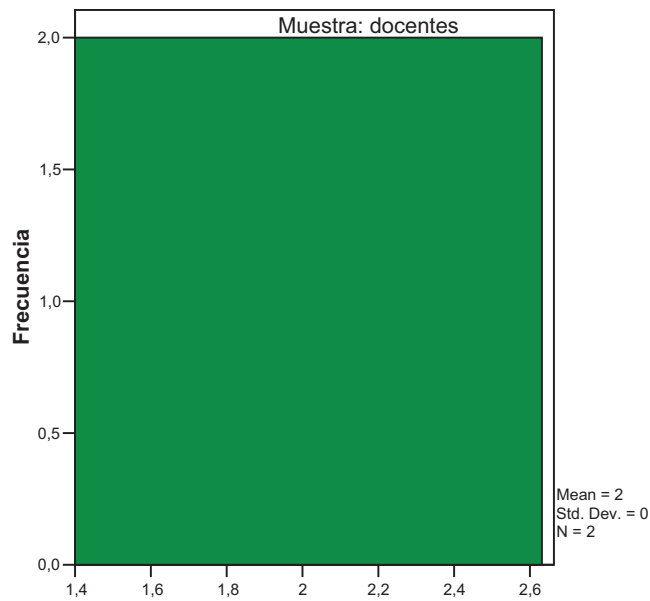


Del total de la muestra de alumnos, 92 individuos consideran que las prácticas fuera del Centro Docente deberían hacerse en Empresas Textiles.

### Cuestión 28.- ¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?

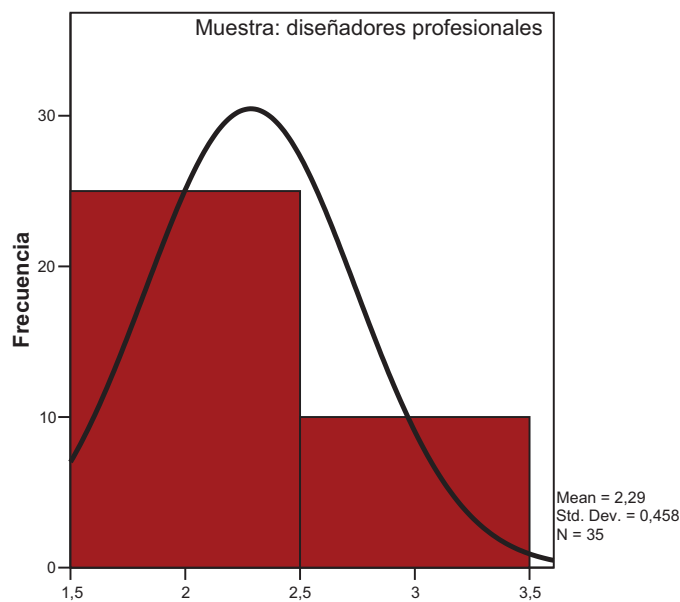
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	casi todos	2	4.5	100.0	100.0
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	casi todos	25	50.0	71.4	71.4
		pocos	10	20.0	28.6	100.0
		Total	35	70.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	15	30.0		
	Total		50	100.0		
alumnos	Válidos	casi todos	80	75.5	75.5	75.5
		pocos	26	24.5	24.5	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?



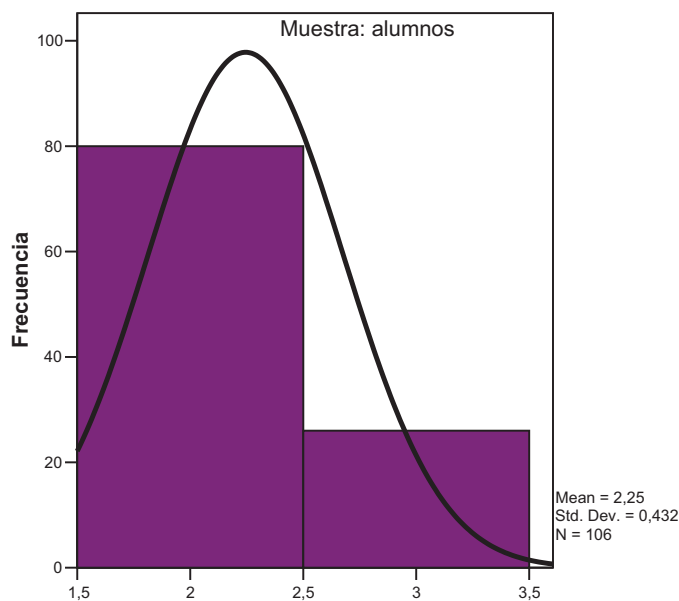
El total de la muestra de docentes considera los docentes en el Centro donde cursaron sus Estudios de Moda tenían Formación Universitaria.

¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 25 individuos consideran que casi todos los docentes en el Centro donde cursaron sus Estudios de Moda tenían Formación Universitaria.

**¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**

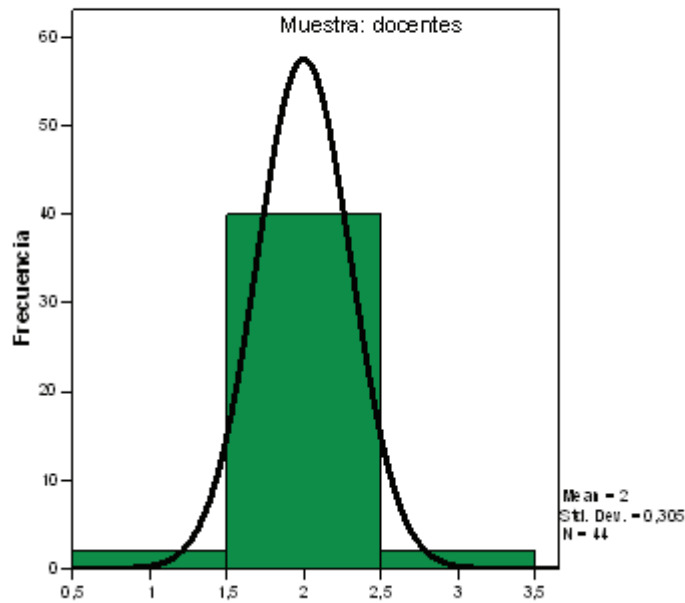


Del total de la muestra de alumnos, 80 individuos consideran que casi todos los docentes en el Centro donde cursaron sus Estudios de Moda tenían Formación Universitaria.

**Cuestión 29.- ¿Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?**

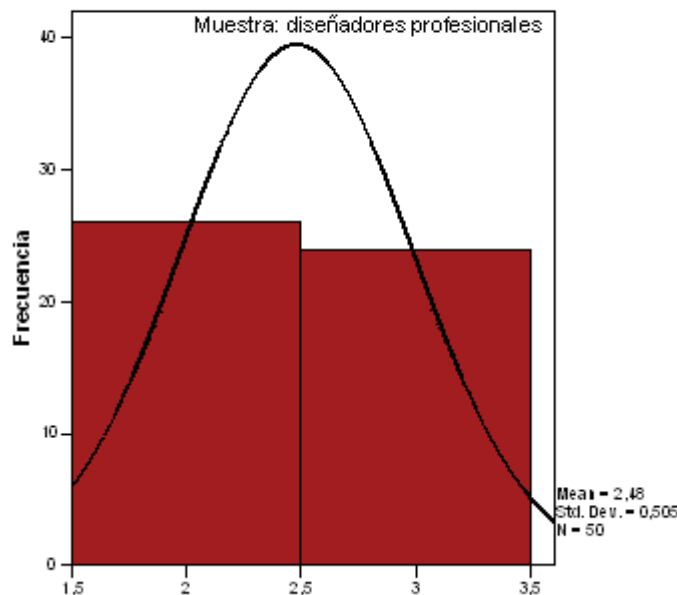
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	todos	2	4.5	4.5	4.5
		casi todos	40	90.9	90.9	95.5
		algunos	2	4.5	4.5	100.0
		Total	44	100.0	100.0	
diseñadores profesionales	Válidos	casi todos	26	52.0	52.0	52.0
		algunos	24	48.0	48.0	100.0
		Total	50	100.0	100.0	
alumnos	Válidos	casi todos	92	86.8	86.8	86.8
		algunos	14	13.2	13.2	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?**



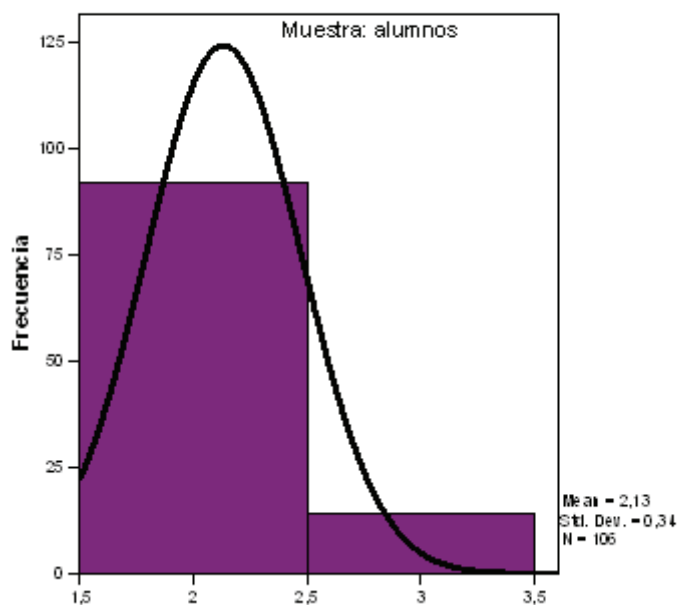
Del total de la muestra de docentes, 40 individuos consideran que casi todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios.

**¿Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?**



Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 26 individuos consideran que casi todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios.

**¿ Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?**

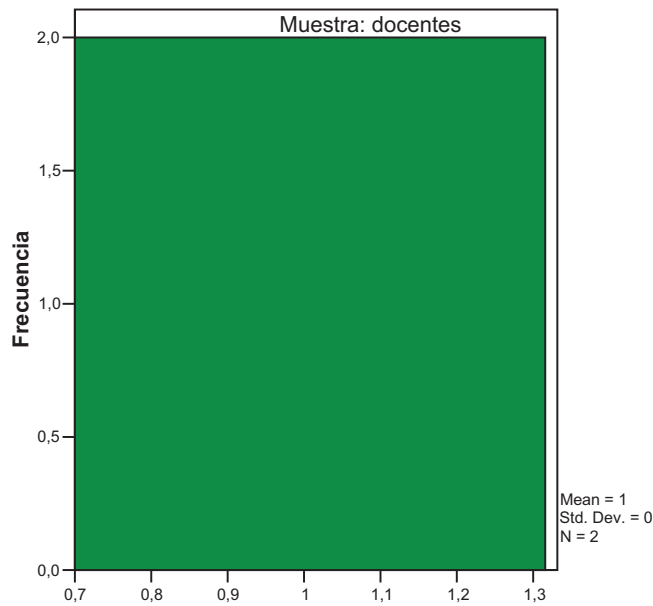


Del total de la muestra de alumnos, 92 individuos consideran que casi todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios.

**Cuestión 30.- ¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**

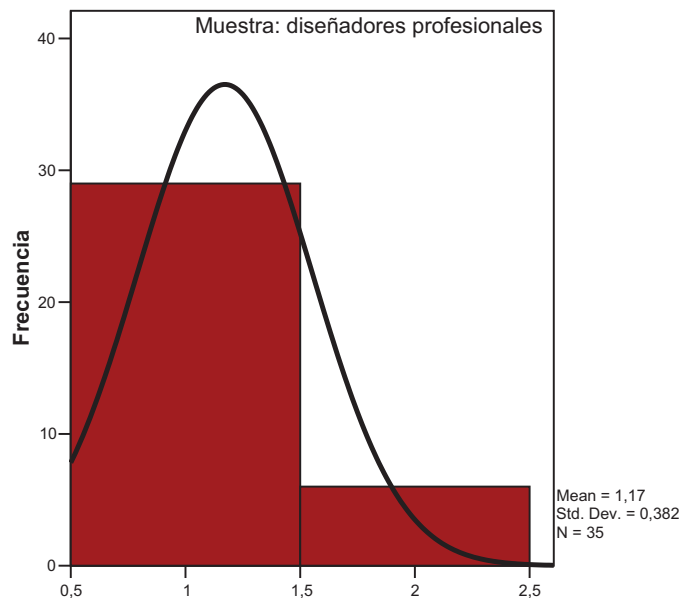
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	2	4.5	100.0	100.0
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	si	29	58.0	82.9	82.9
		no	6	12.0	17.1	100.0
	Total	35	70.0	100.0		
	Perdidos	Sistema	15	30.0		
	Total		50	100.0		
alumnos	Válidos	si	106	100.0	100.0	100.0

¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?



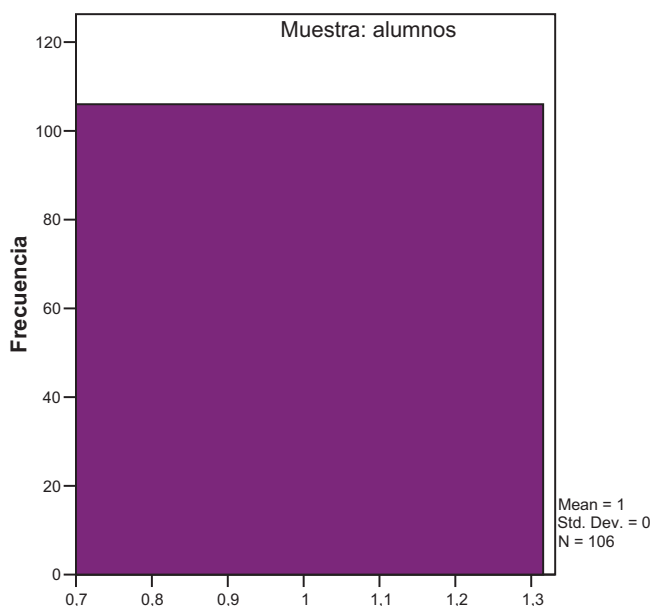
El total de la muestra de docentes considera que sí existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?



Del total de la muestra de diseñadores profesionales , 29 individuos consideran que sí existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

**¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**

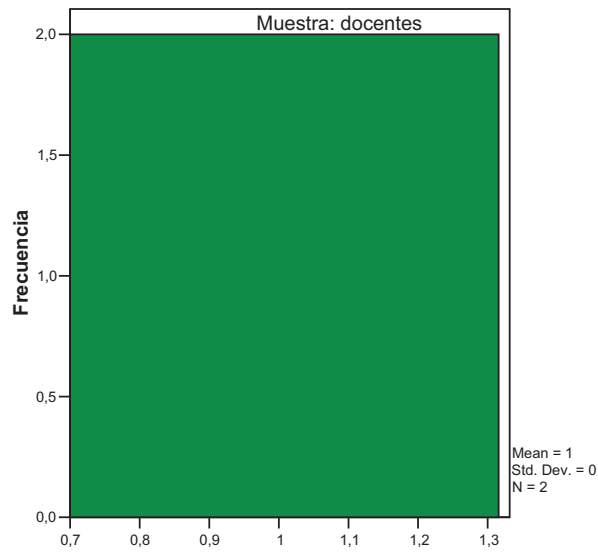


El total de la muestra de docentes considera que sí existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

**Cuestión 31.- ¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**

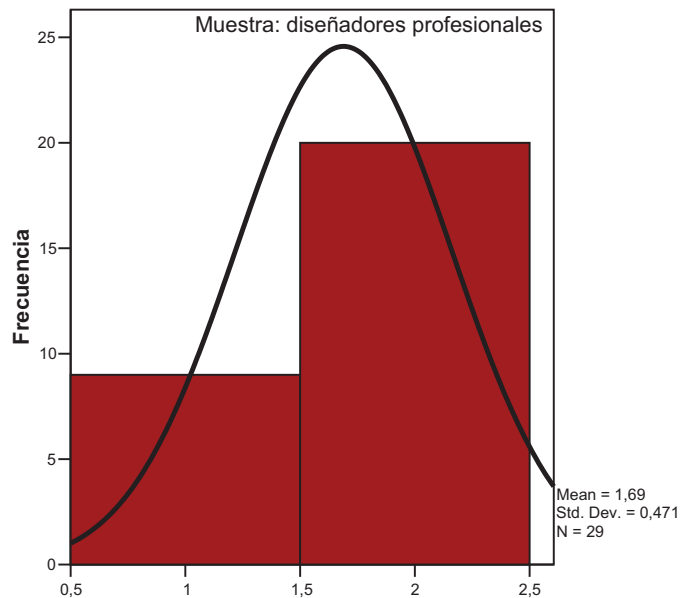
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	2	4.5	100.0	100.0
	Perdidos	Sistema	42	95.5		
	Total		44	100.0		
diseñadores profesionales	Válidos	si	9	18.0	31.0	31.0
		no	20	40.0	69.0	100.0
		Total	29	58.0	100.0	
	Perdidos	Sistema	21	42.0		
	Total		50	100.0		
alumnos	Válidos	si	13	12.3	12.3	12.3
		no	93	87.7	87.7	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?



El total de la muestra de docentes considera que sí le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?

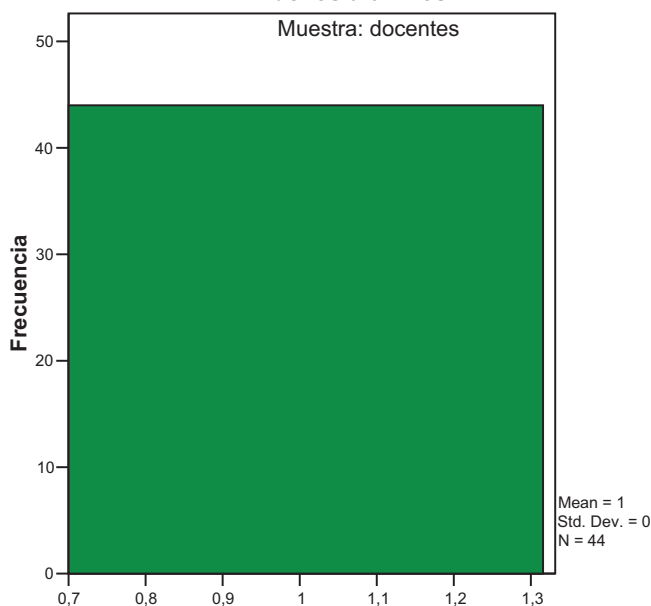


Del total de la muestra de diseñadores profesionales, 50 individuos consideran que sí les ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

**Cuestión 32.- ¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?**

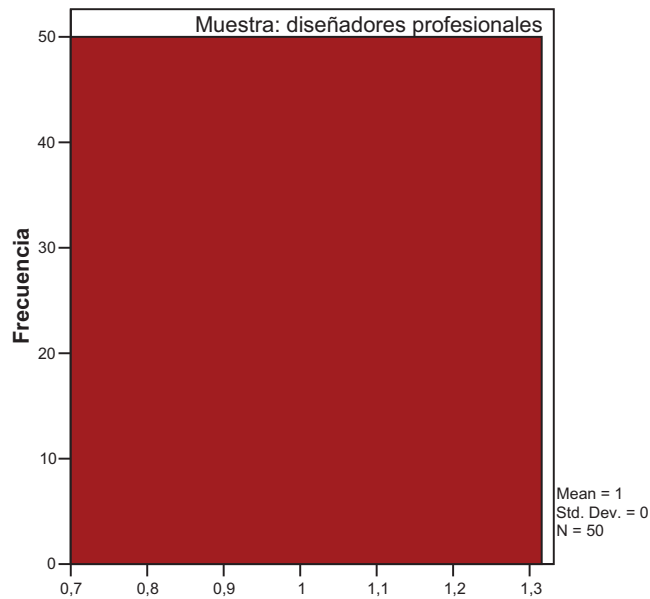
Muestra			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
docentes	Válidos	si	44	100.0	100.0	100.0
diseñadores profesionales	Válidos	si	50	100.0	100.0	100.0
alumnos	Válidos	si	105	99.1	99.1	99.1
		no	1	.9	.9	100.0
		Total	106	100.0	100.0	

**¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?**



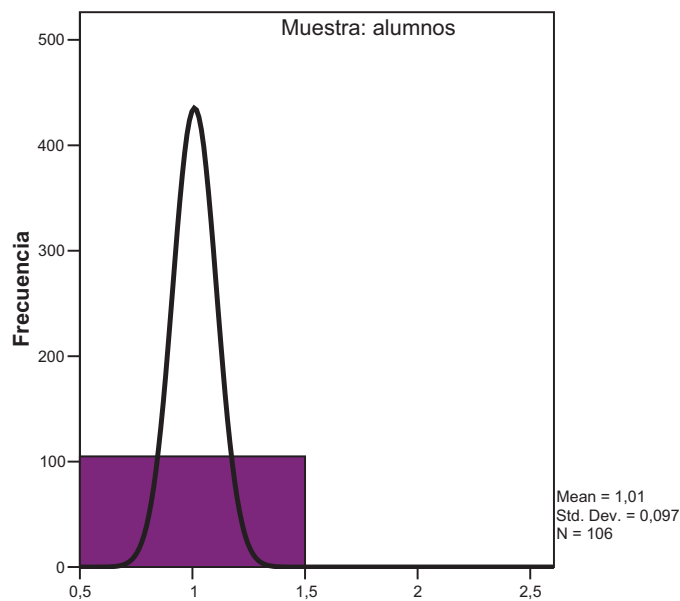
El total de la muestra de docentes considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos.

**¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?**



El total de la muestra de diseñadores profesionales considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos.

**¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?**



## CAPÍTULO VIII

Del total de la muestra de alumnos, 105 individuos consideran necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos.



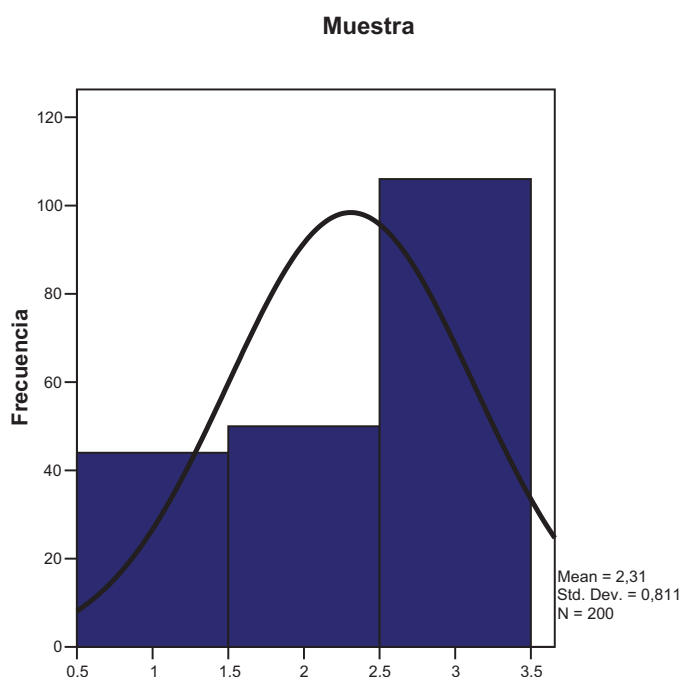
## **CAPÍTULO IX.**

---

# **INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS**

**MUESTRA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	docentes	44	22.0	22.0	22.0
	diseñadores profesionales	50	25.0	25.0	47.0
	alumnos	106	53.0	53.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



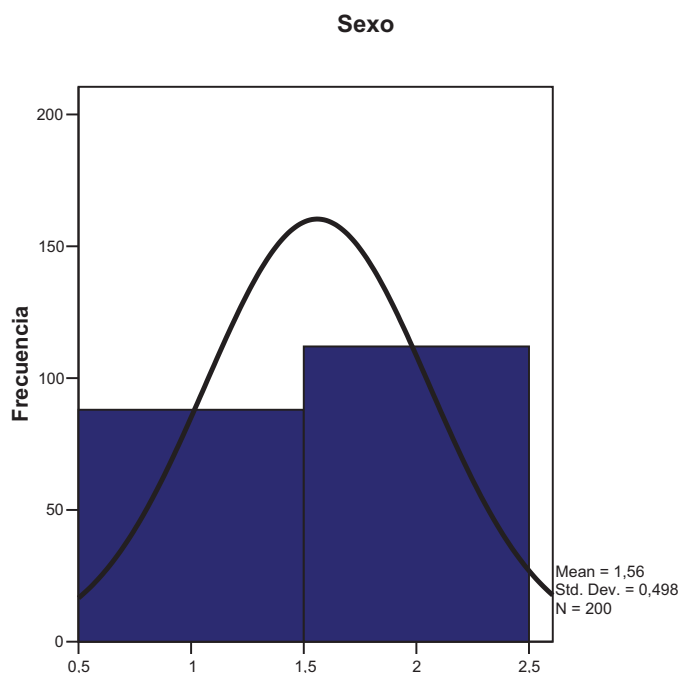
Del total de la muestra (200) el 53 % son personas que han finalizado en los últimos años algunos Estudios de Moda (Alumnos); el 25 % son personas que se dedican profesionalmente al Diseño Textil y de la Moda (Diseñadores Profesionales) y el 22 % son personas que se dedican a la docencia en escuelas de formación de Diseñadores de Moda (Docentes).

En el histograma (Graf. muestra) una frecuencia de 106 (53 %) hace referencia a las personas que han finalizado en los últimos años algunos Estudios de Moda (Alumnos); una frecuencia de 50 (25 %) que hace referencia a personas que se dedican profesionalmente al Diseño Textil y de la Moda (Diseñadores Profesionales) y una frecuencia de 44 (22 %) que hace referencia a personas

que se dedican a la docencia en escuelas de formación de Diseñadores de Moda (Docentes).

**Cuestión 1.- Sexo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	88	44.0	44.0	44.0
	femenino	112	56.0	56.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



La mayoría (56 %) del total de los/as participantes que han colaborado en la investigación son mujeres frente a un (44 %) que son varones.

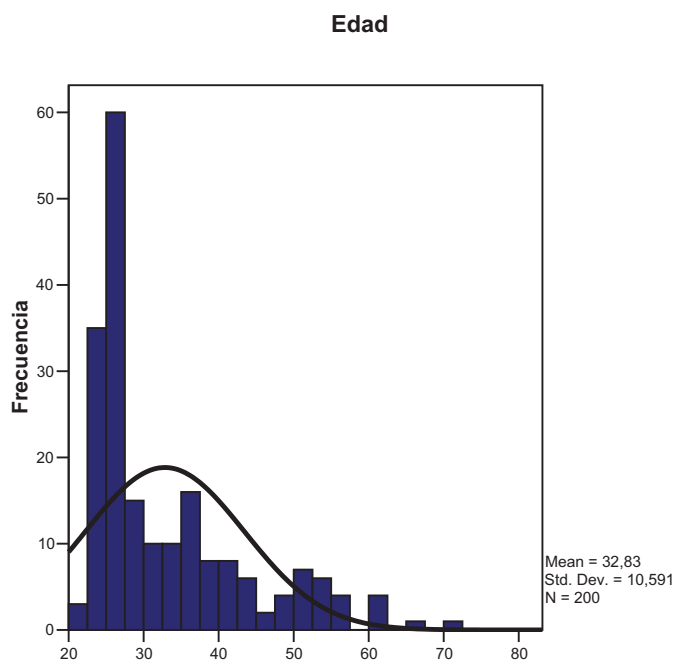
En el histograma (Graf. sexo) una frecuencia de 112 (56 %) hace referencia a los entrevistados que son varones y una frecuencia de 88 (44 %) hace referencia a los entrevistados que son mujeres.

Observamos que no existe una gran diferencia significativa en relación al sexo, aunque si cabe decir que la participación mayoritaria en esta investigación ha sido de mujeres y esto corresponde a que existe una clara trayectoria histórica de feminización en esta profesión, aunque también debemos señalar que generalmente los que sobresalen a nivel profesional suelen ser varones.

## Cuestión 2.- Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	22	3	1.5	1.5	1.5
	23	9	4.5	4.5	6.0
	24	26	13.0	13.0	19.0
	25	21	10.5	10.5	29.5
	26	27	13.5	13.5	43.0
	27	12	6.0	6.0	49.0
	28	7	3.5	3.5	52.5
	29	8	4.0	4.0	56.5
	30	3	1.5	1.5	58.0
	31	5	2.5	2.5	60.5
	32	2	1.0	1.0	61.5
	33	6	3.0	3.0	64.5
	34	4	2.0	2.0	66.5
	35	4	2.0	2.0	68.5
	36	6	3.0	3.0	71.5
	37	6	3.0	3.0	74.5
	38	3	1.5	1.5	76.0
	39	5	2.5	2.5	78.5
	40	1	.5	.5	79.0
	41	1	.5	.5	79.5
	42	6	3.0	3.0	82.5
	43	5	2.5	2.5	85.0
	44	1	.5	.5	85.5
	46	1	.5	.5	86.0
	47	1	.5	.5	86.5
	48	4	2.0	2.0	88.5
	50	2	1.0	1.0	89.5
	51	2	1.0	1.0	90.5
	52	3	1.5	1.5	92.0
	53	3	1.5	1.5	93.5
	54	3	1.5	1.5	95.0
	55	2	1.0	1.0	96.0
	56	1	.5	.5	96.5
	57	1	.5	.5	97.0
	60	2	1.0	1.0	98.0
	61	1	.5	.5	98.5
	62	1	.5	.5	99.0
	66	1	.5	.5	99.5
	72	1	.5	.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS



Analizando la muestra en intervalos de:

- 20-30 años.
- 31-40 años.
- 41-50 años.
- 50-60 años.
- Más de 60 años.

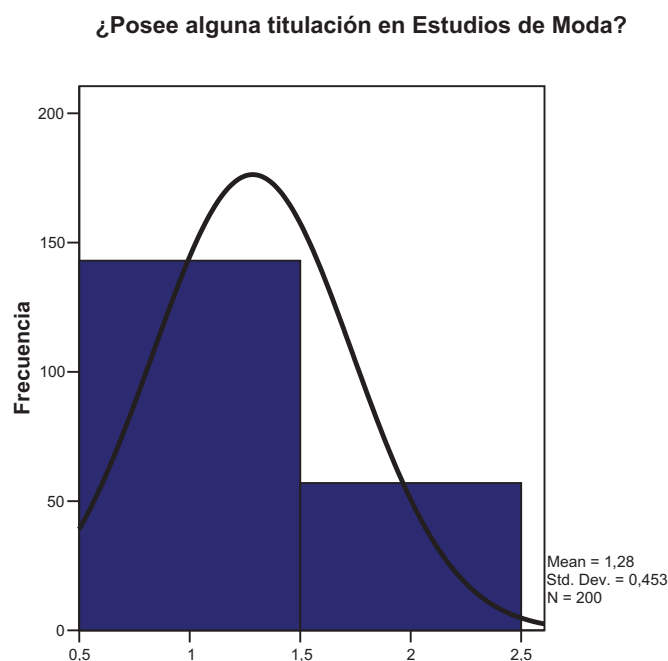
El 56 % hace referencia a los entrevistados/as que tienen entre 20 y 30 años; el 21 % a los que tienen entre 31 y 40 años; el 9,5 % a los que tienen entre 41 y 50 años; el 9,5 % a los que tienen entre 51 y 60 años y un 2 % que hace referencia a los/as que tienen más de 60 años.

En el histograma (Graf. edad) una frecuencia de 116 (56 %) hace referencia a los entrevistados/as que tienen entre 20 y 30 años; una frecuencia de 42 (21 %) a los que tienen entre 31 y 40 años; una frecuencia de 19 (9,5 %) a los que tienen entre 41 y 50 años; una frecuencia de 19 (9,5 %) a los que tienen entre 51 y 60 años y una frecuencia de 4 (2 %) que hace referencia a los que tienen más de 60 años.

Observamos que el mayor porcentaje de participantes tienen entre 21 y 30 años, aspecto muy positivo ya que es una etapa en la cual éstos/as se encuentran en condiciones físicas y psíquicas idóneas, que permiten un buen rendimiento en ambos sentidos.

**Cuestión 3.- ¿Posee alguna titulación en Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	143	71.5	71.5
	no	57	28.5	100.0
Total		200	100.0	100.0



Del total de la muestra el 71 % poseen alguna titulación en Estudios de Moda y el 28,5 % no posee ninguna titulación en Estudios de Moda.

En el histograma una frecuencia de 143 (71,5 %) hace referencia a los que poseen alguna titulación en Estudios de Moda y una frecuencia de 57 (28,5 %) que hace referencia a los que no poseen ninguna titulación de Moda.

Observamos que un alto porcentaje de la muestra posee alguna titulación en Estudios de Moda.

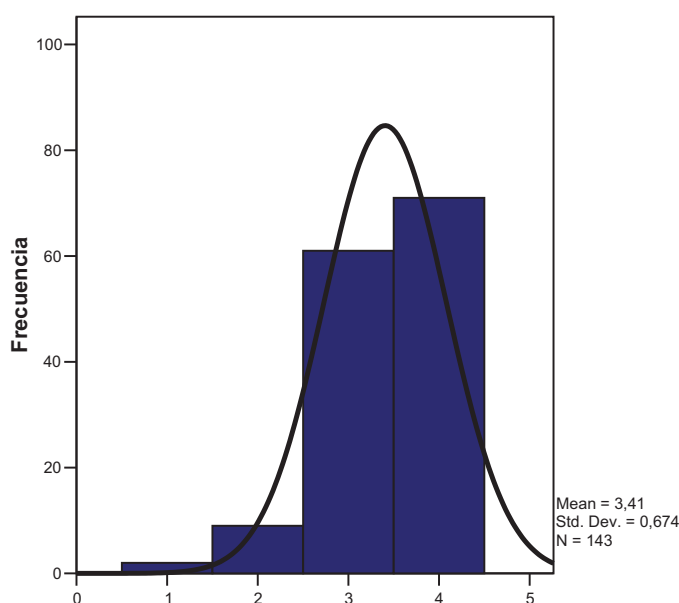
**Cuestión 7.- ¿Cuántos años comprendían los Estudios de Moda que Usted realizó?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

	1	2	1.0	1.4	1.4
	2	9	4.5	6.3	7.7
Válidos	3	61	30.5	42.7	50.3
	4	71	35.5	49.7	100.0
	Total	143	71.5	100.0	
Perdidos	Sistema	57	28.5		
Total		200	100.0		

**¿Cuántos años comprendían los Estudios de Moda que Usted realizó?**



Del total de la muestra (200) ha respondido a esta pregunta el 71,5 %. El 49,7 % han cursado unos Estudios de Moda con una duración de cuatro años; el 42,7 % han cursado unos Estudios de Moda con una duración de tres años; el 6,3 % han cursado unos Estudios de Moda con una duración de dos años y un 1,4 % han cursado unos Estudios de Moda con una duración de un año.

En el histograma una frecuencia de 71 (49,7 %) hace referencia a los que han cursado unos Estudios de Moda con una duración de cuatro años; una frecuencia de 61 (42,7 %) han cursado unos Estudios de Moda con una duración de tres años; una frecuencia de 9 (6,3 %) hace referencia a los que han cursado unos Estudios de Moda con una duración de dos años y una frecuencia de 2 (1,4 %) que hace referencia a los que han cursado unos Estudios de Moda con una duración de un año.

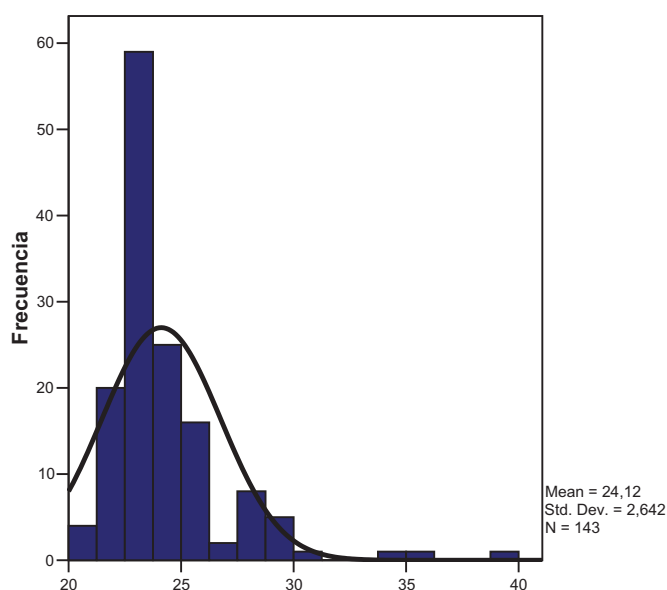
CAPÍTULO IX

Observamos que del total de la muestra que ha respondido a esta pregunta el 92% ha cursado algunos Estudios de Moda con una duración de tres o cuatro años frente a un 8% que ha cursado algunos Estudios de Moda con una duración de uno o dos años.

**Cuestión 8.- ¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	21	4	2.0	2.8	2.8
	22	20	10.0	14.0	16.8
	23	59	29.5	41.3	58.0
	24	25	12.5	17.5	75.5
	25	10	5.0	7.0	82.5
	26	6	3.0	4.2	86.7
	27	2	1.0	1.4	88.1
	28	8	4.0	5.6	93.7
	29	5	2.5	3.5	97.2
	30	1	.5	.7	97.9
	34	1	.5	.7	98.6
	35	1	.5	.7	99.3
	40	1	.5	.7	100.0
	Total		143	71.5	100.0
Perdidos	Sistema	57	28.5		
Total		200	100.0		

¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?



Analizando la muestra en intervalos de:

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

- 20-25 años.
- 26-30 años.
- 31-35 años.
- 36-40 años.

El 82,5% hace referencia a los entrevistados que finalizaron sus estudios con una edad comprendida entre los 20 y los 25 años; el 15,4% a los que los finalizaron entre los 26 y los 30 años; el 1,4% a los que los finalizaron entre los 31 y los 35 años y el 0,7% corresponde a los que pusieron fin a sus Estudios de Moda con una edad comprendida entre los 36 y los 40 años.

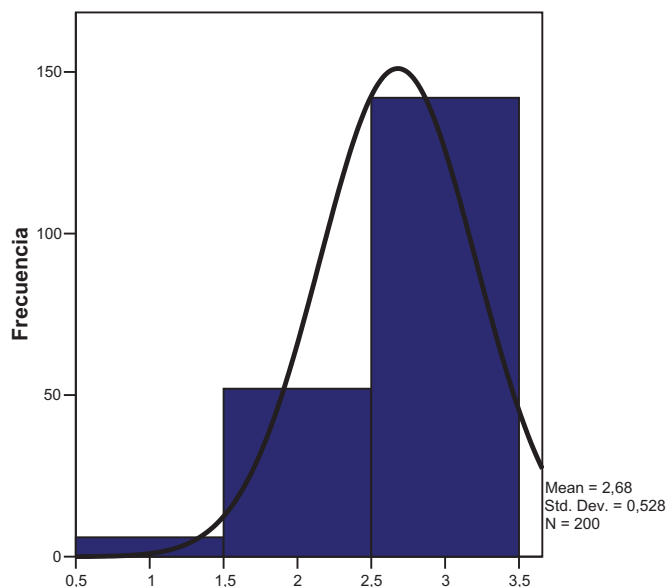
En el histograma (Graf. ¿Qué edad tenía cuando finalizó sus Estudios de Moda?) una frecuencia de 118 (82,5%) hace referencia a los entrevistados/as que finalizaron sus Estudios de Moda entre los 20 y los 25 años; una frecuencia de 22 (15,4%) a los que los finalizaron entre los 26 y los 30 años; una frecuencia de 2 (1,4%) a los que los finalizaron entre los 31 y los 35 años y una frecuencia de 1 (0,7%) es la que hace referencia a los que finalizaron sus estudios con una edad entre los 36 y los 40 años.

Observamos que del total de los entrevistados un alto porcentaje (82%) finalizó sus estudios sobre moda a una edad comprendida entre los 20 y los 25 años.

### **Cuestión 9.- ¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	6	3.0	3.0	3.0
formación profesional	52	26.0	26.0	29.0
Diplomatura universitaria	142	71.0	71.0	100.0
Licenciatura universitaria	200	100.0	100.0	
Total				

¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?



Del total de la muestra (200) el 71% considera que el tipo de titulación que debería obtener el Diseñador de Moda es una Licenciatura universitaria; el 26% considera que el tipo de titulación debería ser una Diplomatura universitaria y el 3% considera que dicha titulación debería ser de Formación Profesional.

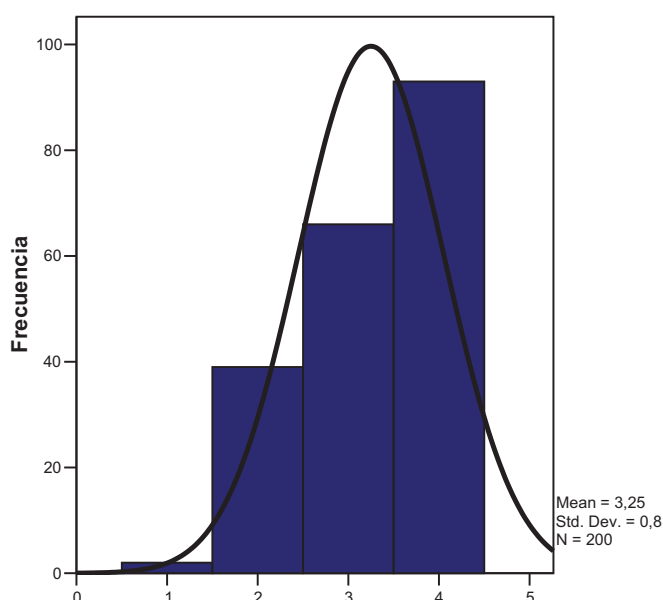
En el histograma (Graf. ¿Qué tipo de titulación considera debería obtener el Diseñador de Moda?) una frecuencia de 142 (71%) hace referencia a las personas entrevistadas que consideran que el tipo de titulación que debería tener un Diseñador de Moda es la Licenciatura universitaria; una frecuencia de 52 (26%) a los que consideran que la titulación debería ser una Diplomatura universitaria y una frecuencia de 6 (3%) a las personas que consideran que el tipo de titulación que debería obtener el Diseñador de Moda es la de Formación Profesional.

Observamos que las titulaciones universitarias son las consideradas más importantes a obtener para un Diseñador de Moda (principalmente la Licenciatura más que la Diplomatura) frente a un pequeño porcentaje que considera la Formación Profesional el tipo de titulación óptimo.

**Cuestión 10.- ¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	dos años	2	1.0	1.0	1.0
	tres años	39	19.5	19.5	20.5
	cuatro años	66	33.0	33.0	53.5
	cinco años	93	46.5	46.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra (200) el 46,5% considera que los Estudios de Moda deberían tener una duración de 5 años; el 33% considera que la duración de los estudios ha de ser de 4 años, el 19,5% de los entrevistados considera que los estudios han de tener 3 años y el 1% considera que los Estudios de Moda deben tener una duración de 2 años.

En el histograma (Graf. ¿Cuántos años considera deberían tener unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 93 (46,5%) es la que considera que los Estudios de Moda han de ser de 5 años; una frecuencia de 66 (33%) considera que los Estudios de Moda han de ser de 4 años; una frecuencia de 39 (19,5%) considera que los Estudios de Moda deben tener una duración de 3 años y una frecuencia de 2 (1%) considera que los Estudios de Moda han de tener 2 años.

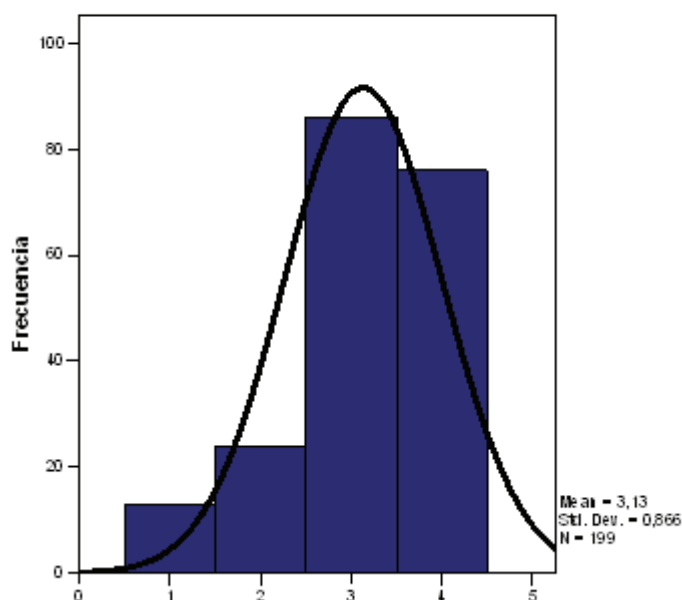
## CAPÍTULO IX

Observamos que algo menos de la mitad de los entrevistados (46%) considera que unos Estudios de Moda han de tener una duración de 5 años frente a unos porcentajes minoritarios del 33%, 19,5% y 1% que consideran que la duración que deberían tener unos Estudios de Moda es de 4, 3 y 2 años respectivamente.

### **Cuestión 11. 1.- ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	13	6.5	6.5	6.5
	poco	24	12.0	12.1	18.6
	bastante	86	43.0	43.2	61.8
	mucho	76	38.0	38.2	100.0
	Total	199	99.5	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.5		
Total		200	100.0		

**¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?**



Del total de la muestra el 6,5% considera nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional; el 12,1% considera que los estudios de Formación Profesional son poco importantes, el 43,2% considera que los estudios de

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Formación Profesional son bastante importantes y el 38,2% considera que los estudios de Formación Profesional son muy importantes como estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda.

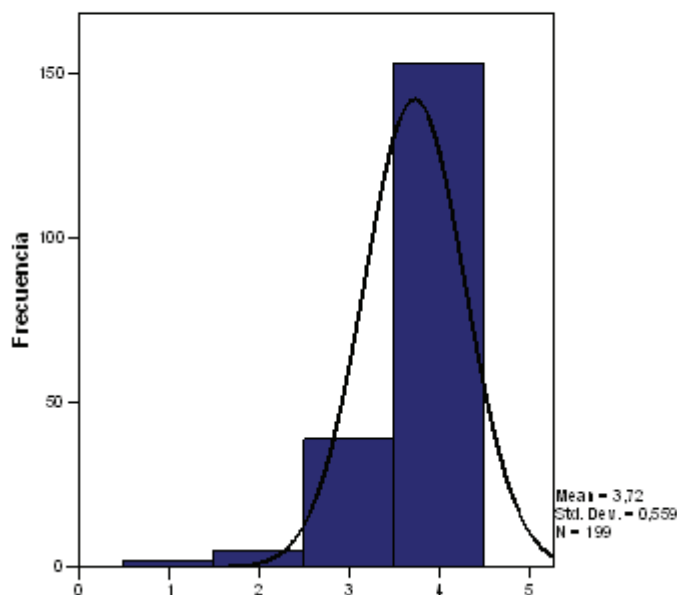
En el histograma (Graf. ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?) una frecuencia de 13 (6,5%) considera nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional; una frecuencia de 24 (12,1%) lo considera poco importante; una frecuencia de 86 (43,2%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 79 (38,2%) considera muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional.

Observamos que la mayor parte de la muestra (81%) considera bastante y muy importante que los estudios mínimos exigibles previos a los Estudios de Moda sean de Formación Profesional frente a un porcentaje minoritario de la muestra que los considera nada y poco importantes.

### **Cuestión 11. 2.- ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Bachillerato?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	nada	2	1.0	1.0
	poco	5	2.5	3.5
Válidos	bastante	39	19.5	23.1
	mucho	153	76.5	100.0
	Total	199	99.5	100.0
Perdidos	Sistema	1	.5	
Total		200	100.0	

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de COU?**



Del total de la muestra el 1% considera nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser COU; el 2,5% lo considera poco importante; el 19,6% lo considera bastante importante y el 76,9% considera muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser COU.

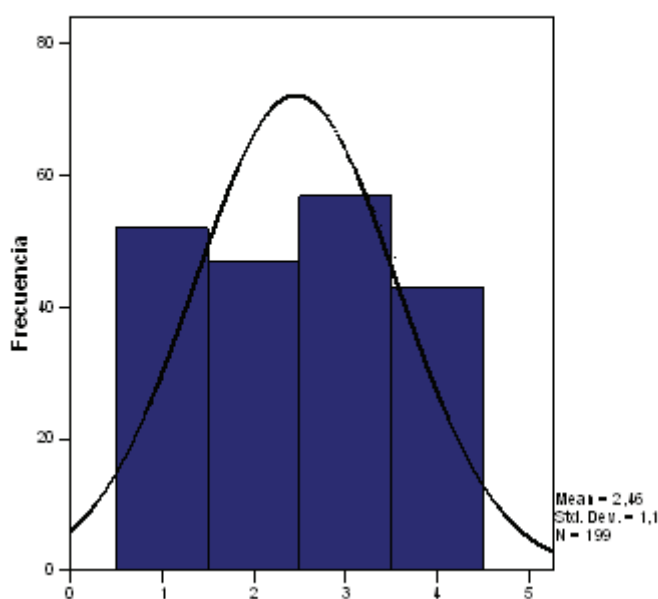
En el histograma (Graf. ¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Formación Profesional?) una frecuencia de 2 (1%) considera nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de COU; una frecuencia de 5 (2,5%) lo considera poco importante; una frecuencia de 39 (19,6%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 153 (76,9%) considera muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de COU.

Observamos que la mayoría de la muestra (76,9%) considera muy importante que los estudios de COU sean los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda.

**Cuestión 11. 3.- ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	52	26.0	26.1	26.1
	poco	47	23.5	23.6	49.7
	bastante	57	28.5	28.6	78.4
	mucho	43	21.5	21.6	100.0
	Total	199	99.5	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.5		
Total		200	100.0		

**¿ Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?**



Del total de la muestra el 26,1% considera nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad; el 23,6% lo considera poco importante; el 28,6% lo considera bastante importante y el 21,6% considera muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad.

En el histograma (Graf. ¿Cree que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda han de ser de Selectividad?) una frecuencia de 52 (26,1%) considera nada importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Selectividad; una frecuencia de 47 (23,6%) lo considera poco importante; una frecuencia de 57 (28,6%) lo

## CAPÍTULO IX

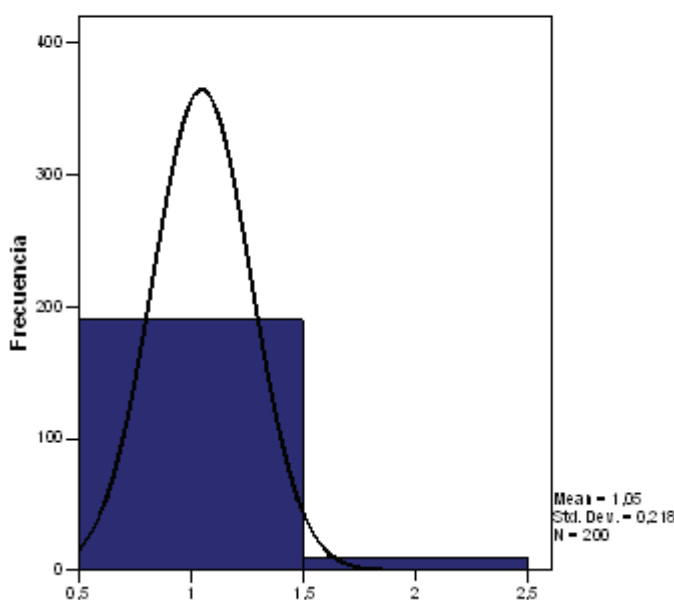
considera bastante importante y una frecuencia de 43 (21,6%) considera muy importante que los estudios mínimos exigibles para acceder a unos Estudios de Moda sean de Selectividad.

Observamos que no existe gran diferencia significativa entre las opiniones en cuanto a que los estudios mínimos exigibles para acceder a Estudios de Moda sean de Selectividad aunque cabe destacar que el mayor de los porcentajes (28,6%) corresponde a las personas que consideran bastante importante que los estudios de Selectividad sean los estudios mínimos exigibles.

### **Cuestión 12.- ¿Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	190	95.0	95.0
	no	10	5.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?**



Del total de la muestra (200) el 95% considera que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda frente al 5% que considera que el alumno no debe superar ninguna prueba específica.

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

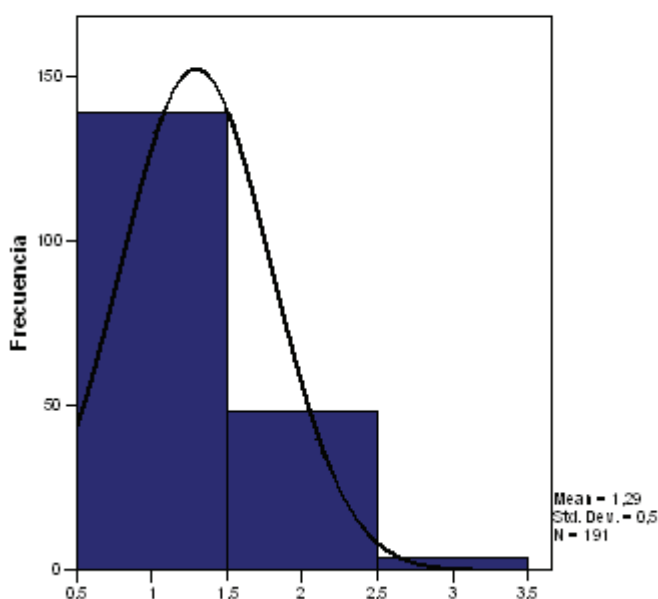
En el histograma (Graf. ¿Cree que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda?) una frecuencia de 190 (95%) considera que el alumno debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda y una frecuencia de 10 (5%) considera que no se debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda.

Observamos que el 95% de los entrevistados están de acuerdo en el hecho de que se debe superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda.

### **Cuestión 13. 1.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	139	69.5	72.8	72.8
	poco	48	24.0	25.1	97.9
	bastante	4	2.0	2.1	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Perdidos	Sistema	9	4.5		
Total		200	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?**



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra el 72,8% considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general; el 25,1% lo considera poco importante y el 2,1% considera bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general.

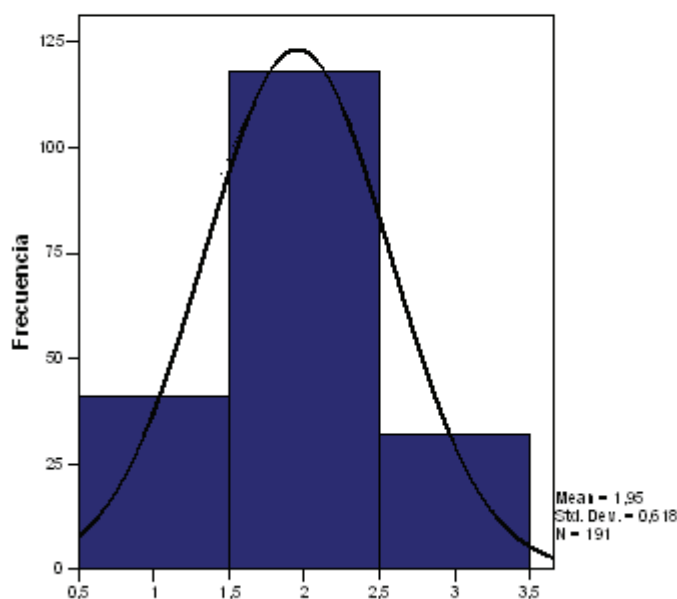
En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general?) una frecuencia de 139 (72,8%) considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio teórico de carácter general; una frecuencia de 48 (25,1%) lo considera poco importante y una frecuencia de 4 (2,1%) considera bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio teórico de carácter general.

Observamos que la mayor parte de la muestra (72,8%) considera poco importante realizar un ejercicio teórico general como prueba específica para acceder a los Estudios de Moda y una minoría del 2,1% es la que lo considera bastante importante.

**Cuestión 13. 2.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	41	20.5	21.5	21.5
	Poco	118	59.0	61.8	83.2
	Bastante	32	16.0	16.8	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Perdidos	Sistema	9	4.5		
Total		200	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 95,5%. El 21,5% considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad; el 61,8% lo considera poco importante y el 16,8% considera bastante importante que la prueba específica para acceder a los Estudios de Moda sea un comentario de texto de un tema de actualidad.

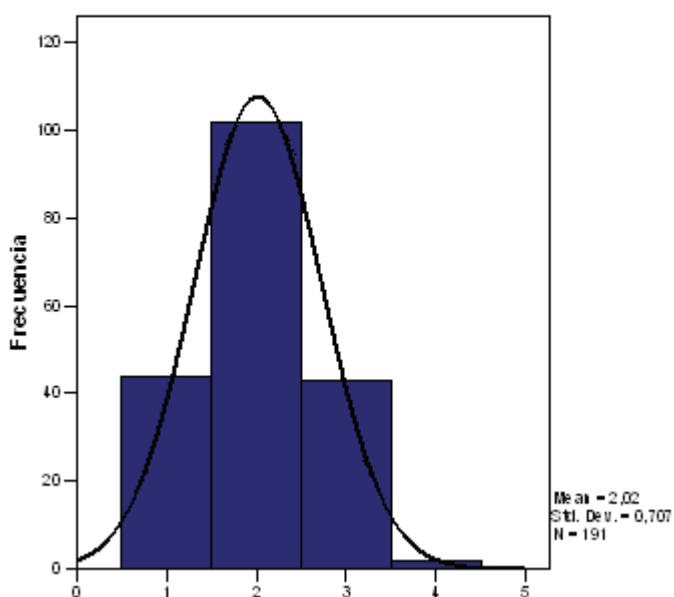
En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un comentario de texto de un tema de actualidad?) una frecuencia de 41 (21,5%) hace referencia a los entrevistados que consideran nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un comentario de texto de actualidad; una frecuencia de 118 (61,8%) lo considera poco importante y una frecuencia de 32 (16,8%) considera bastante importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un comentario de texto de un tema de actualidad.

Observamos que la mayor parte de la muestra (61,8%) considera que un comentario de texto de un tema de actualidad es poco importante como prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda.

**Cuestión 13. 3.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	44	22.0	23.0	23.0
	Poco	102	51.0	53.4	76.4
	Bastante	43	21.5	22.5	99.0
	Mucho	2	1.0	1.0	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Perdidos	Sistema	9	4.5		
Total		200	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 95,5%. El 23% considera que es nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general; el 53,4% lo considera poco importante; el 22,5% lo considera bastante importante y el 1% considera muy importante que la prueba específica de acceso a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general.

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

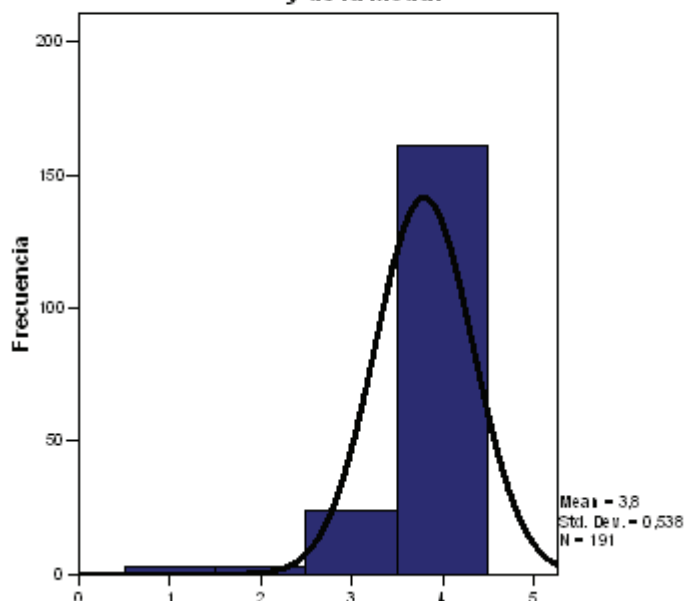
En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general?) una frecuencia de 44 (23%) considera poco importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general; una frecuencia de 102 lo considera poco importante; una frecuencia de 43 (22,5%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 2 (1%) considera muy importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general.

Observamos que prácticamente la mitad de la muestra (53,4%) considera que un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema general es poco importante como prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda.

**Cuestión 13. 4.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	3	1.5	1.6	1.6
	poco	3	1.5	1.6	3.1
	bastante	24	12.0	12.6	15.7
	mucho	161	80.5	84.3	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Perdidos	Sistema	9	4.5		
	Total	200	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 95,5%. El 1,6% considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda; otro 1,6% lo considera poco importante; el 12,6% lo considera bastante importante y el 84,3% considera muy importante que la prueba específica sea un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda.

En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?) una frecuencia de 3 (1,6%) considera nada importante que la prueba específica de acceso a los Estudios de Moda ha de ser un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda; una frecuencia de 3 (1,6%) lo considera poco importante; una frecuencia de 24 lo considera bastante importante y una frecuencia de 161 (84,3%) considera muy importante que un ejercicio práctico de carácter creativo

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

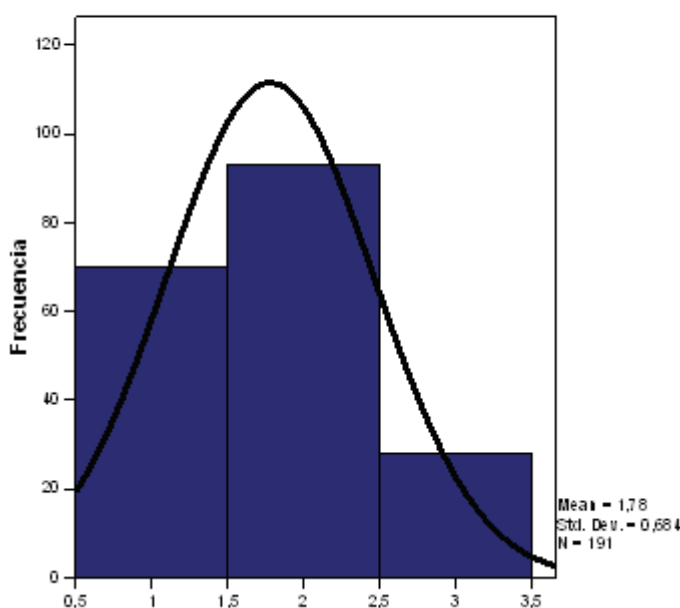
de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda sea la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda.

Observamos que un alto porcentaje del total de los entrevistados (84,3%) da gran relevancia considerándolo como muy importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio práctico de carácter creativo de un tema específico relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda.

**Cuestión 13. 5.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	70	35.0	36.6	36.6
	poco	93	46.5	48.7	85.3
	bastante	28	14.0	14.7	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Perdidos	Sistema	9	4.5		
Total		200	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?**



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra (200) ha contestado el 95,5%. El 36,6% considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general; el 48,7% lo considera poco importante y el 14,7% considera que un ejercicio mixto teórico y práctico ha de ser el tipo de prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda.

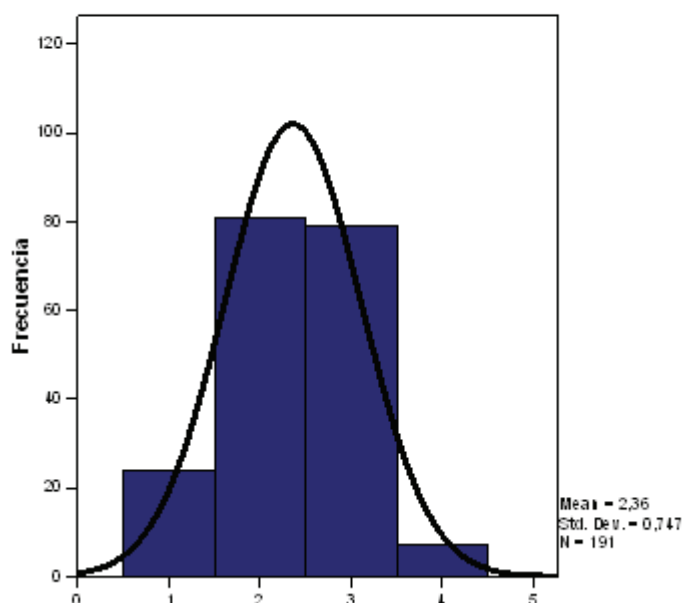
En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general?) una frecuencia de 70 (36,6%) considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general; una frecuencia de 93 (48,7%) lo considera poco importante y una frecuencia de 28 (14,7%) considera bastante importante que la prueba específica de acceso a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general.

Observamos que la mayoría de la muestra entrevistada considera que un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter general es nada y poco importante como prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda y que una pequeña parte de dicha muestra (14,7%) considera ese tipo de prueba bastante importante para acceder a unos Estudios de Moda.

### **Cuestión 13. 6.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	24	12.0	12.6
	poco	81	40.5	42.4
	bastante	79	39.5	41.4
	mucho	7	3.5	3.7
	Total	191	95.5	100.0
Perdidos	Sistema	9	4.5	
Total		200	100.0	

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 95,5%. El 12,6% considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda; el 42,4% lo considera poco importante; el 41,4% lo considera bastante importante y el 3,7% considera muy importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en campo Textil y de la Moda.

En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda?) una frecuencia de 24 (12,6%) considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda; una frecuencia de 81 (42,4%) lo considera poco importante; una frecuencia de 79 (41,4%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 7 (3,7%) considera muy importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda.

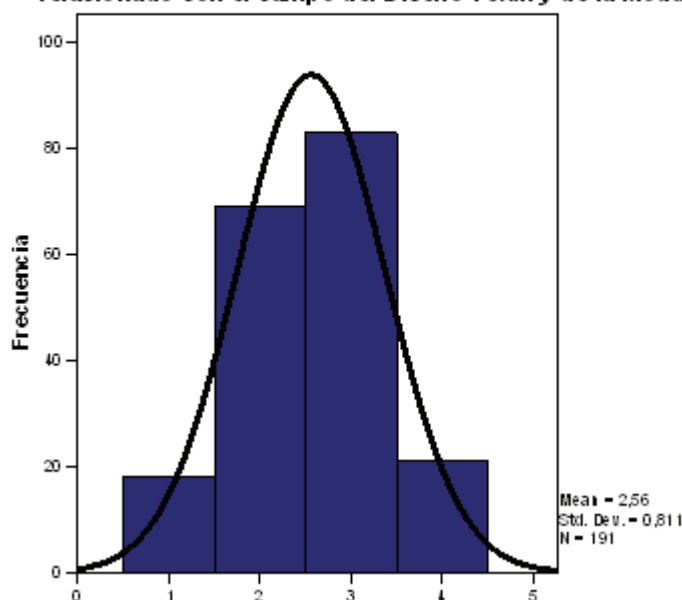
## CAPÍTULO IX

Observamos que las respuestas giran en torno a dos opiniones de los entrevistados principalmente; los que consideran que un ejercicio mixto teórico y práctico de carácter específico en el campo Textil y de la Moda es poco importante (42,4%) y los que lo consideran bastante importante (41,4%) para acceder a unos Estudios de Moda.

**Cuestión 13. 7.- ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	18	9.0	9.4	9.4
	poco	69	34.5	36.1	45.5
	bastante	83	41.5	43.5	89.0
	mucho	21	10.5	11.0	100.0
	Total	191	95.5	100.0	
Perdidos	Sistema	9	4.5		
Total		200	100.0		

**¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 95,5%. El 9,4% considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

carácter creativa de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda; el 36,1% lo considera poco importante; el 43,5% lo considera bastante importante y el 11% considera muy importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda.

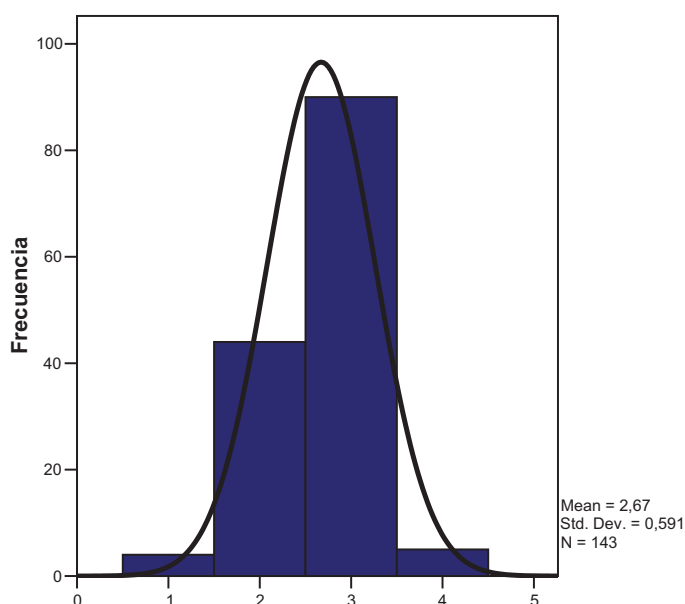
En el histograma (Graf. ¿Cree que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda ha de ser un ejercicio mixto de un comentario de texto actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda?) una frecuencia de 18 (9,4%) considera nada importante que la prueba específica para acceder a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de un comentario de texto de un tema actual y una prueba de carácter creativo de un tema relacionado con el campo del Diseño Textil y de la Moda; una frecuencia de 69 (36,1%) lo considera poco importante; una frecuencia de 83 (43,5%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 21 (11%) considera muy importante que la prueba de acceso a unos Estudios de Moda sea un ejercicio mixto de comentario de texto y prueba de carácter creativo.

Observamos que un elevado número de la muestra considera este tipo de ejercicio mixto (de comentario de un texto actual y la prueba de carácter creativo) es bastante importante para acceder a unos Estudios de Moda (43,5%) frente a un porcentaje cercano del 36,1% que consideran ese tipo de prueba mixta de acceso a los Estudios de Moda poco importante.

### **Cuestión 14.- ¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	4	2.0	2.8	2.8
	casi siempre	44	22.0	30.8	33.6
	algunas veces	90	45.0	62.9	96.5
	nunca	5	2.5	3.5	100.0
	Total	143	71.5	100.0	
Perdidos	Sistema	57	28.5		
	Total	200	100.0		

**¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 71,5%. El 2,8% considera que siempre han sido suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que han cursado; el 30,8% considera que casi siempre han sido suficientes esos objetivos; el 62,9% considera que algunas veces han sido suficientes y el 3,5% considera que nunca han sido suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que han cursado.

En el histograma (Graf. ¿Considera suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que ha cursado?) una frecuencia de 4 (2,8%) considera que siempre han sido suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que han cursado; una frecuencia de 44 (30,8%) considera que casi siempre han sido suficientes los objetivos; una frecuencia de 90 (62,9%) considera que algunas veces han sido suficientes y una frecuencia de 5 (3,5%) considera que nunca han sido suficientes los objetivos que se proponían en los Estudios de Moda que han cursado.

Observamos que un elevado porcentaje de la muestra (62,9%) considera que tal sólo algunas veces han sido suficientes los objetivos propuestos en los Estudios de Moda que cursaron mientras que el 30,8% ha considerado que dichos objetivos en sus estudios han sido suficientes casi siempre. Una minoría

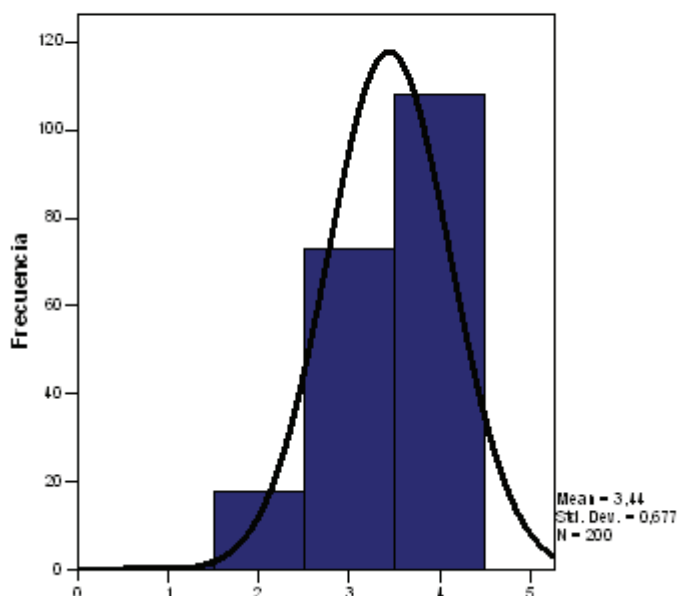
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

es la que ha considerado que siempre o nunca los objetivos propuestos en sus Estudios de Moda han sido suficientes con un 2,8% y un 3,5% respectivamente.

**Cuestión 15. 1.- ¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	1	.5	.5	.5
poco	18	9.0	9.0	9.5
bastante	73	36.5	36.5	46.0
mucho	108	54.0	54.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



El 54% considera que "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda es muy importante; el 36,5% considera dicho objetivo bastante importante; el 9% lo considera poco importante y el 0,5% considera que el objetivo a proponer en unos Estudios de Moda es nada importante.

## CAPÍTULO IX

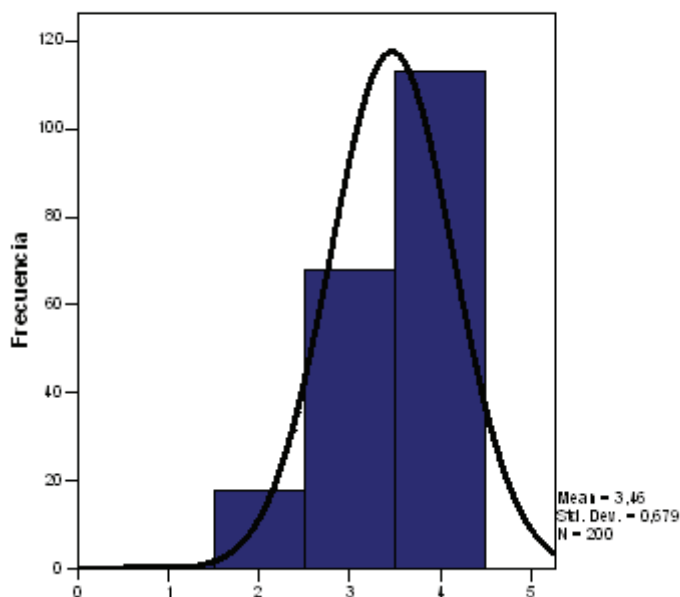
En el histograma (Graf. ¿Considera "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 108 (54%) considera que "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda es muy importante; una frecuencia de 73 (36,5%) considera proponer ese objetivo bastante importante; una frecuencia de 18 (9%) lo considera poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) considera que "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" es nada importante para proponer como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que proponer en unos Estudios de Moda como objetivo general "Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda" es considerado con suma importancia entre la muestra y un pequeño número de la misma no le da relevancia a la propuesta del objetivo para unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 2.- ¿Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	.5	.5
	poco	18	9.0	9.5
	bastante	68	34.0	43.5
	mucho	113	56.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 100%. El 56,5% considera que “Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda es muy importante; el 34% lo considera un objetivo bastante importante para proponer; el 9% lo considera poco importante y el 0,5% lo considera que “Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo nada importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 113 (56,5%) considera que proponer en unos Estudios de Moda el objetivo “Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda” es muy importante; una frecuencia de 68 (34%) considera ese objetivo bastante importando para proponer; una frecuencia de 18 (9%) lo considera poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) considera que es un objetivo nada importante para proponer como objetivo general en unos Estudios de Moda.

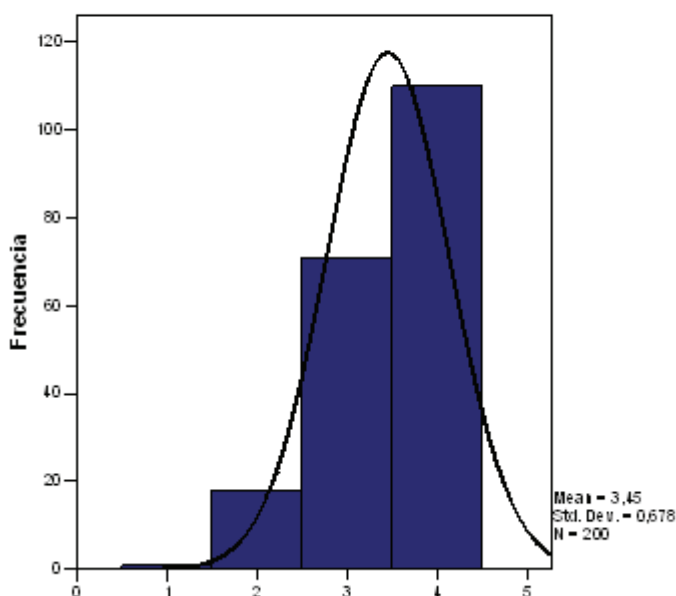
Observamos que es un objetivo que para la mayoría de la muestra es bastante e incluso muy importante para proponer en unos Estudios de Moda y que no llega al 10% la parte de la muestra que considera que “Incentivar la Educación

del Diseño Textil y de la Moda” es poco o nada importante como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 3.- ¿Considera "Promover la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	.5	.5
	poco	18	9.0	9.5
	bastante	71	35.5	45.0
	mucho	110	55.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra (200) el 55% considera que “Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda” como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda es muy importante; el 35,5% lo considera un objetivo bastante importante a proponer; el 9% lo considera poco importante y el 0,5% considera que es un objetivo nada importante para proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?)

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

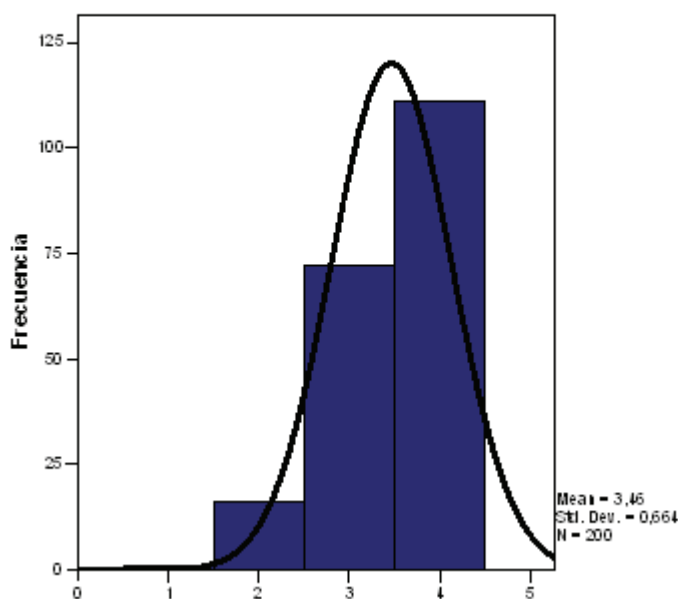
una frecuencia de 110 (55%) considera que "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 71 (35,5%) considera que el objetivo a proponer es bastante importante; una frecuencia de 18 (9%) lo considera poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) considera que se trata de un objetivo nada importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que entre la muestra, "Proponer la Educación del Diseño Textil y de la Moda" es un objetivo considerado con gran importancia a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 4.- ¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	1	.5	.5	.5
poco	16	8.0	8.0	8.5
Válidos bastante	72	36.0	36.0	44.5
mucho	111	55.5	55.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra el 55,5% considera que proponer como objetivo general en los Estudios de Moda “Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda” es muy importante; el 36% considera que es un objetivo bastante importante a proponer; el 8% considera que es poco importante y el 0,5% considera que “Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo nada importante a proponer en unos Estudios de Moda.

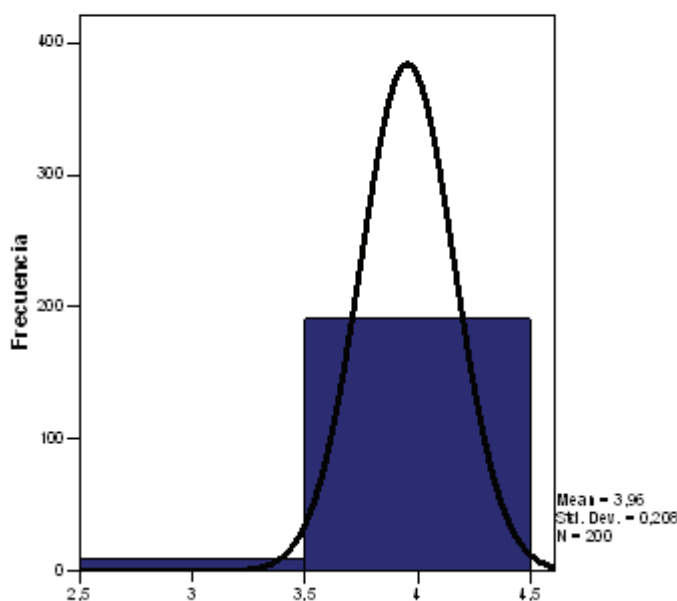
En el histograma (Graf. ¿Considera "Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 111 (55,5%) hace referencia a los que consideran que “Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo general muy importante a proponer en los Estudios de Moda; una frecuencia de 72 (36%) considera que es un objetivo bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 16 (8%) lo considera poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) lo considera nada importante como objetivo a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que “Desarrollar la Educación del Diseño Textil y de la Moda” se trata de un objetivo considerado importante para proponer en unos Estudios de Moda y que una pequeña parte de la muestra lo considera poco (8%) o nada importante (0,5%).

**Cuestión 15. 5.- ¿Considera "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	9	4.5	4.5
	mucho	191	95.5	100.0
	Total	200	100.0	

**¿Considera "Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 95,5% considera que “Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y el 4,5% considera que se trata de un objetivo bastante importante para proponer en los Estudios de Moda.

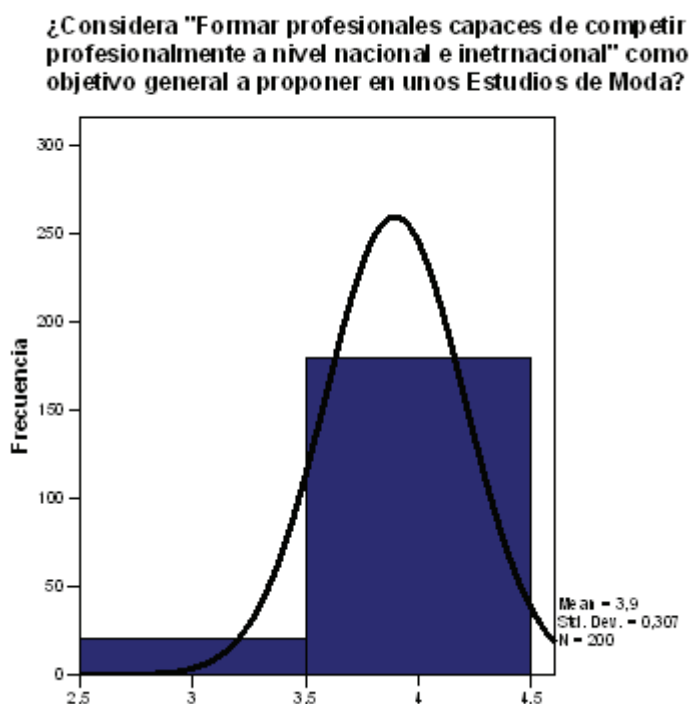
En el histograma (Graf. “Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda”) una frecuencia de 191 (95,5%) considera que “Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo muy importante para unos Estudios de Moda y una frecuencia de 9 considera que el objetivo a proponer es bastante importante.

Observamos que se trata de un objetivo general considerado de suma importancia para el total de la muestra ya que se ha contemplado en un 95,5% como muy importante a incluir como objetivo general en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 6.- ¿Considera "Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

## CAPÍTULO IX

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	21	10.5	10.5	10.5
	mucho	179	89.5	89.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



Del total de la muestra el 89,5% considera que “Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y el 10,5% considera que el objetivo a proponer es bastante importante como objetivo general de unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. “Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional”) una frecuencia de 179 (89,5%) considera que “Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y una frecuencia de 21 (10,5%) considera que el objetivo es bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

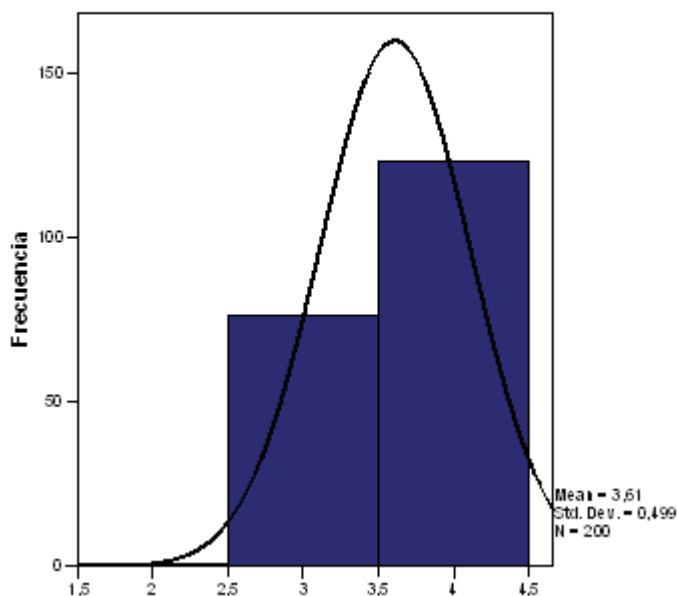
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Observamos que el objetivo “Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional” es considerado para la muestra de suma importancia para proponer en cualquier Estudio de Moda.

**Cuestión 15. 7.- ¿Considera "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	1	.5	.5	.5
	bastante	76	38.0	38.0	38.5
	mucho	123	61.5	61.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 61,5% considera que “Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 38% considera que es un objetivo bastante importante a proponer y el 0,5% considera que “Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional” es un objetivo general poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

## CAPÍTULO IX

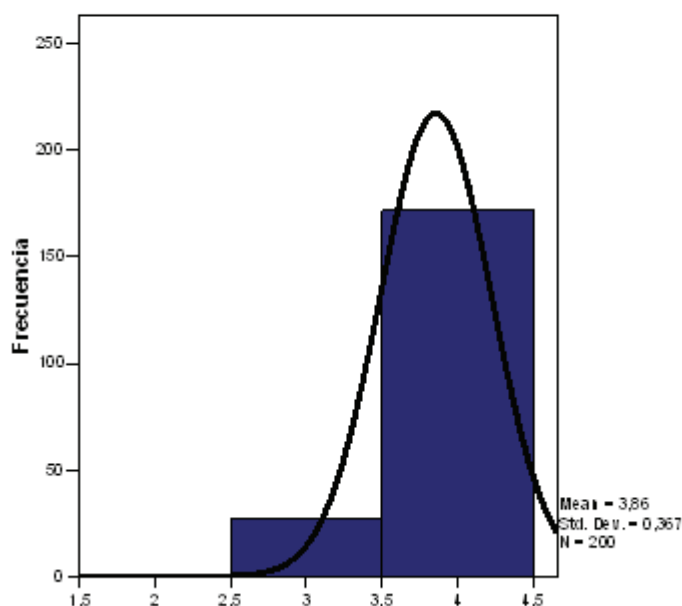
En el histograma (Graf. "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional") una frecuencia de 123 (61,5%) considera que proponer como objetivo general en unos Estudios de Moda "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" es muy importante; una frecuencia de 76 (38%) considera que es un objetivo bastante importante a proponer y una frecuencia de 1 (0,5%) considera que es poco importante.

Observamos que el objetivo "Dotar de una formación histórica y cultural a nivel nacional e internacional" es para casi la totalidad de la muestra bastante o muy importante como propuesta para unos Estudios de Moda y que tan sólo un 0,5% lo considera como un objetivo poco importante.

**Cuestión 15. 8.- ¿Considera "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	1	.5	.5	.5
	bastante	27	13.5	13.5	14.0
	mucho	172	86.0	86.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

¿Considera "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?



Del total de la muestra el 86% considera muy importante proponer en los Estudios de Moda como objetivo general "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional"; el 13,5% lo considera un objetivo bastante importante a proponer en los Estudios de Moda y el 0,5% lo considera poco importante proponer como objetivo general "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" en los Estudios de Moda.

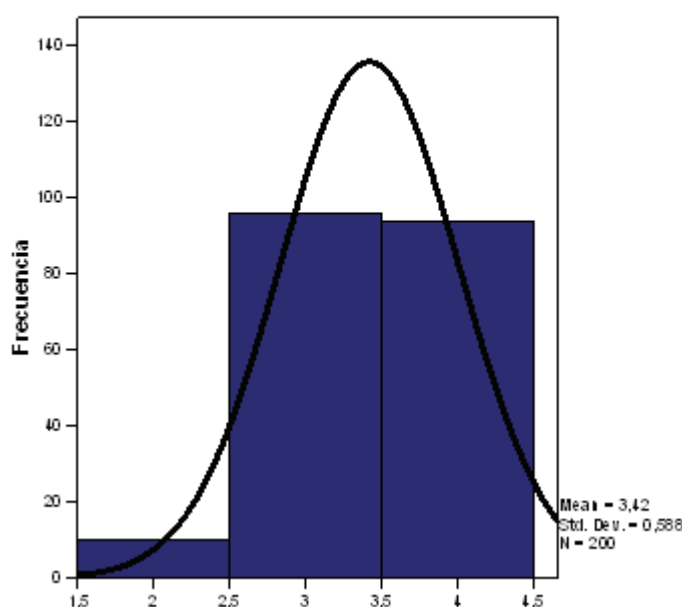
En el histograma (Graf. "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional") una frecuencia de 172 (26%) considera que "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 27 (13,5%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 1 (0,5%) considera que el objetivo es poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que "Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional" es un objetivo muy importante para proponer en los Estudios de Moda y así lo define el 86% de la muestra.

**Cuestión 15. 9.- ¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	10	5.0	5.0	5.0
	bastante	96	48.0	48.0	53.0
	mucho	94	47.0	47.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 47% considera que “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos” es un objetivo general muy importante a proponer en los Estudios de Moda; el 48% considera que es un objetivo bastante interesante para proponer y el 5% considera que “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos” es poco importante como objetivo a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos”) una frecuencia de 94 (47%) hace referencia a los entrevistados que consideran que proponer “Capacitar para participar

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

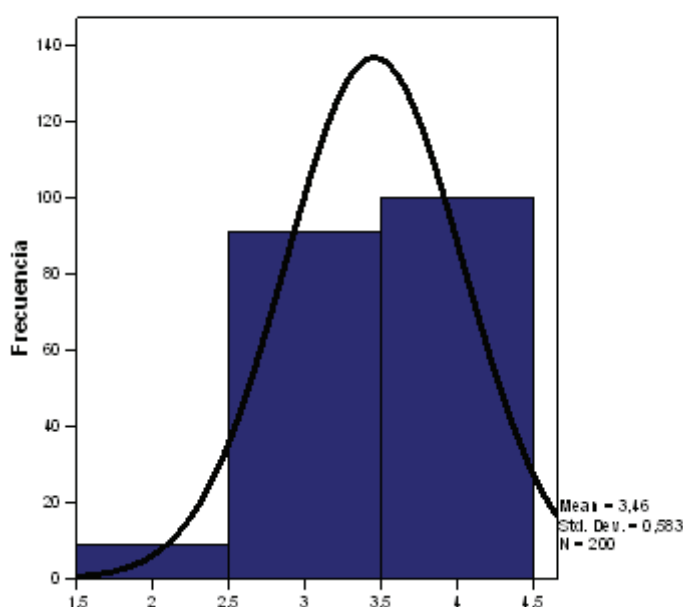
activamente en equipos interdisciplinarios de proyectos” como objetivo general es muy importante en los Estudios de Moda; una frecuencia de 96 (48%) considera que proponer dicho objetivo es bastante importante y una frecuencia de 10 (5%) considera que es un objetivo general poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que es un objetivo muy valorado en la muestra ya que es considerado por el 48% de la misma como bastante importante y por un 47% como muy importante a proponer en los Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 10.- ¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	9	4.5	4.5
	bastante	91	45.5	50.0
	mucho	100	50.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 50% considera que “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción” es un objetivo general

## CAPÍTULO IX

muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 45,5% considera que el objetivo es bastante importante a proponer en los Estudios de Moda y el 4,5% considera que “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción” es poco importante como objetivo general a proponer en los Estudios de Moda.

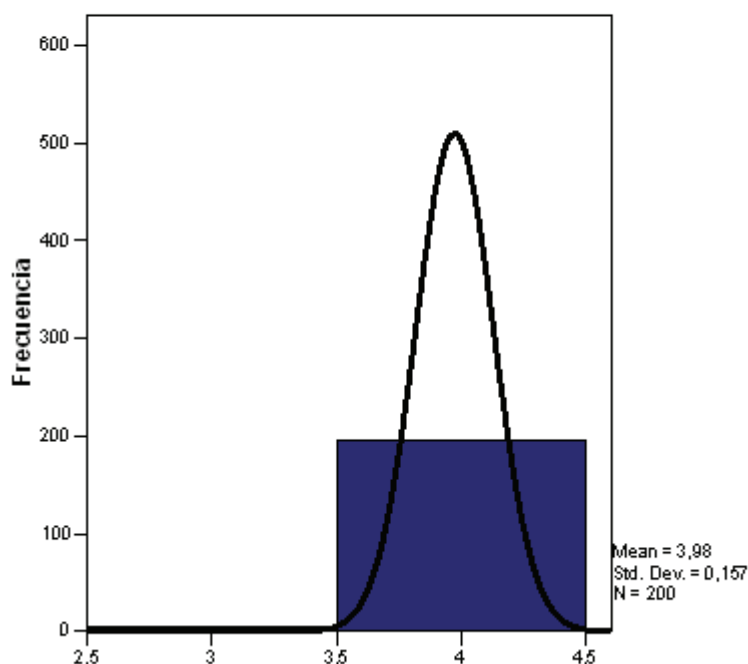
En el histograma (Graf. “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción”) una frecuencia de 100 (50%) hace referencia a la parte de la muestra que considera que el objetivo general propuesto para los Estudios de Moda es muy importante; una frecuencia de 91 (45,5%) considera que es bastante importante y una frecuencia de 9 (4,5%) considera que “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción” es un objetivo general poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que es un objetivo considerado por la mitad de los entrevistados muy importante como para proponerlo en unos Estudios de Moda y que otro elevado porcentaje de la muestra (45,5%) lo considera bastante importancia frente a una parte mínima de la misma que considera que “Capacitar para participar activamente en equipos interdisciplinarios de producción” es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 11.- ¿Considera "Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	5	2.5	2.5	2.5
	mucho	195	97.5	97.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Incentivar a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 97,5% considera que “Incentivar a los empresarios la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y el 2,5% considera que es un objetivo bastante importante a proponer en Estudios de Moda.

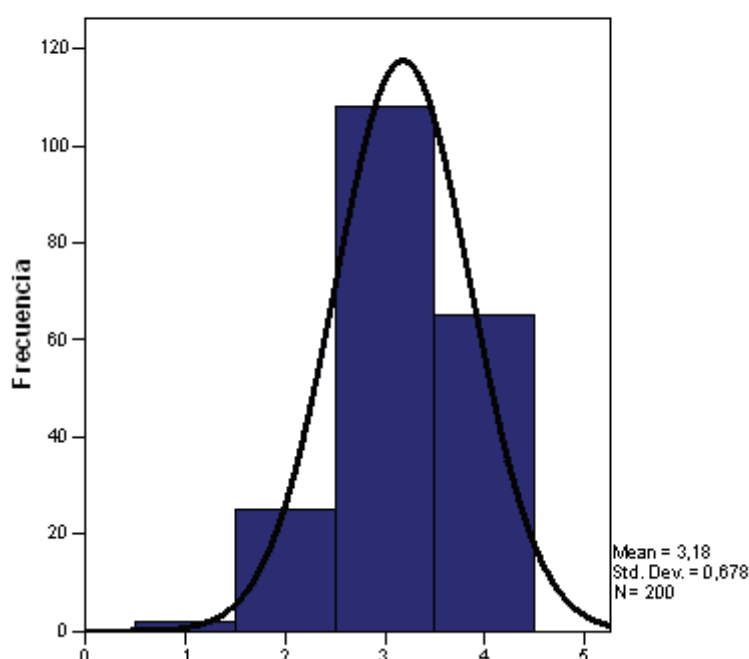
En el histograma (Graf. “Incentivar a los empresarios la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda”) se refleja que una frecuencia de 195 (97,5%) considera que “Incentivar a los empresarios la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y una frecuencia de 5 (2,5%) considera que es un objetivo bastante importante a proponer en los Estudios de Moda.

Observamos que con carácter general “Incentivar a los empresarios la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda” es un objetivo que por casi la totalidad de la muestra (97,4%) es considerado muy importante como un objetivo general a proponer en los Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 12.- ¿Considera "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nada	2	1.0	1.0	1.0
poco	25	12.5	12.5	13.5
bastante	108	54.0	54.0	67.5
mucho	65	32.5	32.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Contribuir a la formación permanente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 32,5% considera que “Contribuir a la formación permanente” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 54% considera que es un objetivo bastante importante a proponer en los Estudios de Moda; el 12,5% lo considera poco importante y el 1% considera que es un objetivo nada importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. “Contribuir a la formación permanente”) una frecuencia de 65 (32,5%) considera que “Contribuir a la formación permanente” es un

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

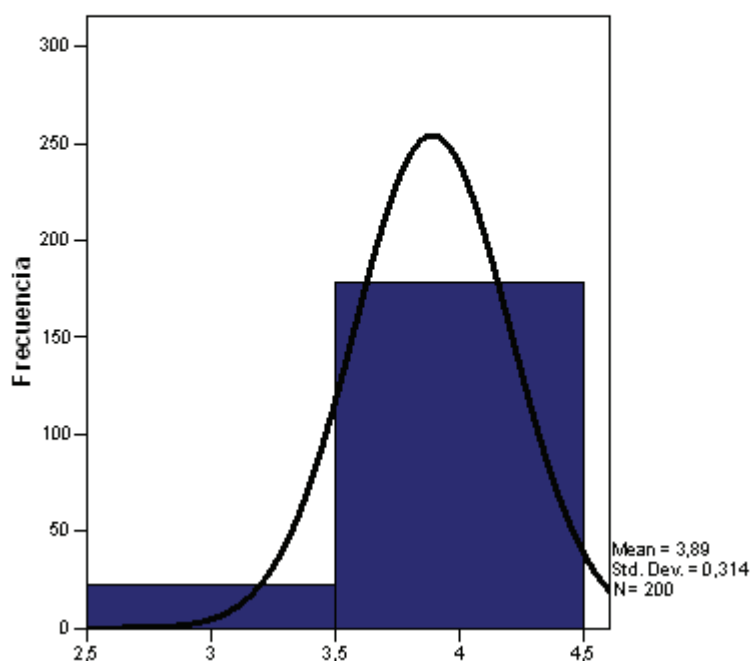
objetivo general muy importante a proponer en los Estudios de Moda; una frecuencia de 108 (54%) considera que es un objetivo bastante importante; una frecuencia de 25 (12,5%) lo considera poco importante y una frecuencia de 2 (1%) considera que “Contribuir a la formación permanente” es un objetivo general nada importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que el mayor porcentaje de la muestra corresponde a las personas que consideran que “Contribuir a la formación permanente” es un objetivo general bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 13.- ¿Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	22	11.0	11.0	11.0
	mucho	178	89.0	89.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 89% considera que “Potenciar la creatividad” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y el

## CAPÍTULO IX

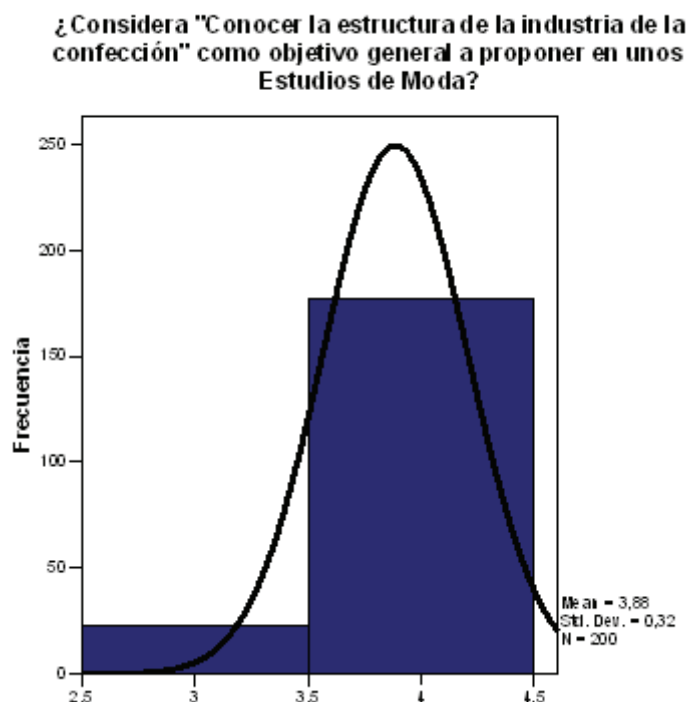
11% considera que se trata de un objetivo bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Potenciar la creatividad" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 178 (89%) hace referencia a la parte de la muestra que considera que "Potenciar la creatividad" es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y una frecuencia de 22 (11%) considera que es un objetivo bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que "Potenciar la creatividad" es considerado por el 89% de los entrevistados un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 14.- ¿Considera "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	23	11.5	11.5	11.5
	mucho	177	88.5	88.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



Del total de la muestra el 88,5% considera que “Conocer la estructura de la industria de la confección” es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y el 11,5% considera que es bastante importante como objetivo general de unos Estudios de Moda.

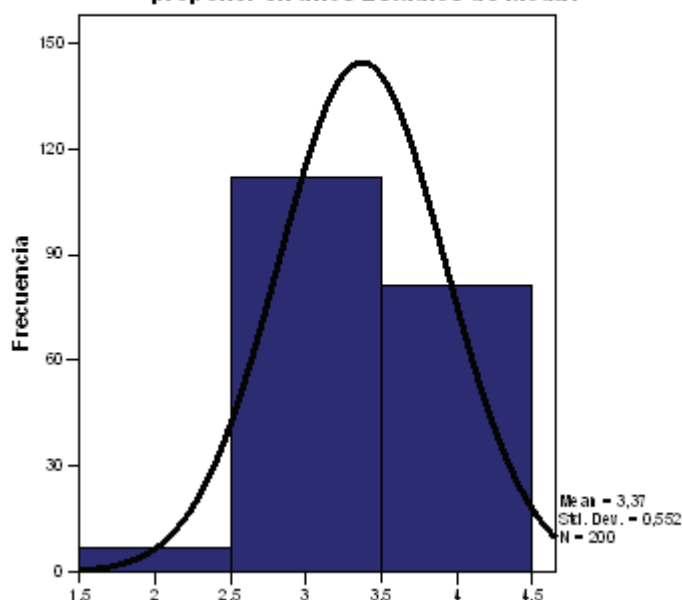
En el histograma (Graf. ¿Considera "Conocer la estructura de la industria de la confección" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 177 (88,5%) hace referencia a los entrevistados que creen que “Conocer la estructura de la industria de la confección” es un objetivo general muy importante y una frecuencia de 23 (11,5%) considera que es un objetivo bastante importante a proponer en los Estudios de Moda.

Observamos que “Conocer la estructura de la industria de la confección” es un objetivo bien valorado por los entrevistados ya que el 88,5% de la muestra considera que es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 15.- ¿Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	7	3.5	3.5	3.5
	bastante	112	56.0	56.0	59.5
	mucho	81	40.5	40.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 40,5% cree que “Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 56% considera que es un objetivo bastante importante a proponer y el 3,5% considera que es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 81 (40,5%) hace referencia a los entrevistados que

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

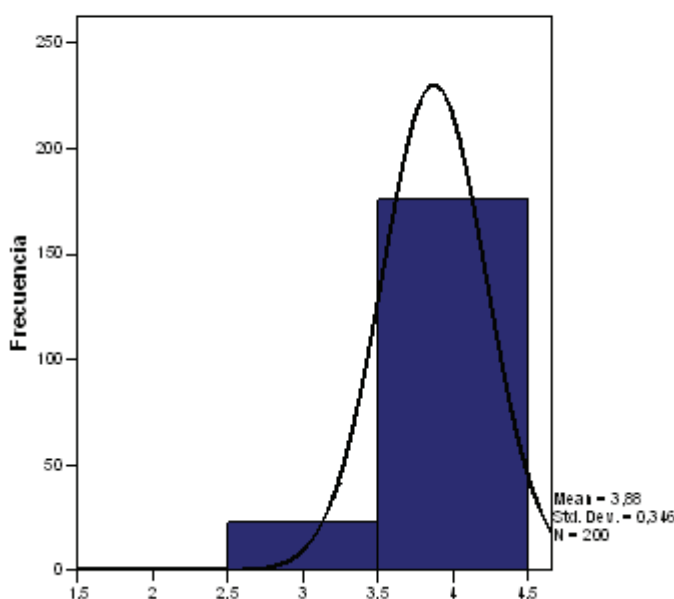
creen que “Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre” es un objetivo general a proponer en los Estudios de Moda; una frecuencia de 112 (56%) lo considera bastante importante y una frecuencia de 7 (3,5%) lo considera poco importante como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que la mayor parte de la muestra (56%) considera que “Considerar el Diseño Textil y de la Moda como un acto racional y a la vez de sensibilidad para la creación de elementos para el uso del hombre” es un objetivo general bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 16- ¿Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	1	.5	.5	.5
	bastante	23	11.5	11.5	12.0
	mucho	176	88.0	88.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra el 88% considera que “Formar en conocimientos tecnológicos” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 11,5% considera que es un objetivo bastante importante a proponer y el 0,5% considera que “Formar en conocimientos tecnológicos” es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

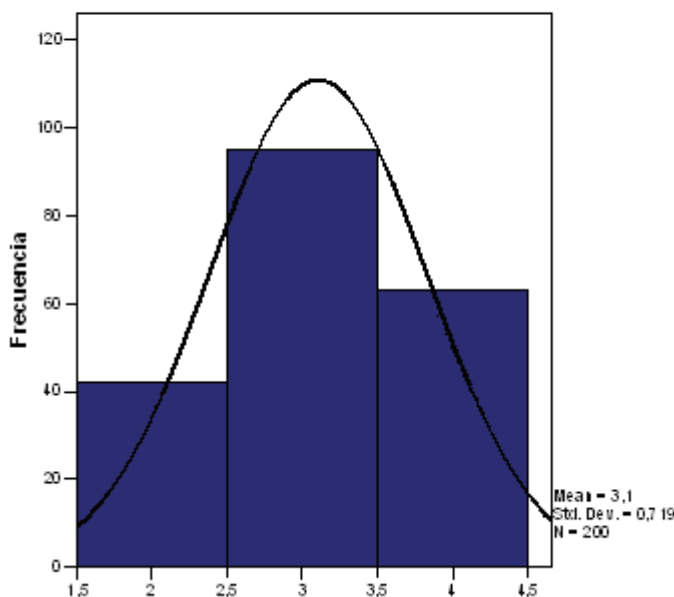
En el histograma (Graf. ¿Considera "Formar en conocimientos tecnológicos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 176 (88%) hace referencia a los entrevistados que consideran que “Formar en conocimientos tecnológicos” es un objetivo general muy importante a proponer en los Estudios de Moda; una frecuencia de 23 (11,5%) considera que es un objetivo bastante importante y una frecuencia de 1 (0,5%) lo considera un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que el 88% de la muestra considera que “Formar en conocimientos tecnológicos” es un objetivo general es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 17.- ¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	42	21.0	21.0
	bastante	95	47.5	68.5
	mucho	63	31.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 31,5% considera que “Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 47,5% lo considera un objetivo bastante importante y el 21% considera que es un objetivo general poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

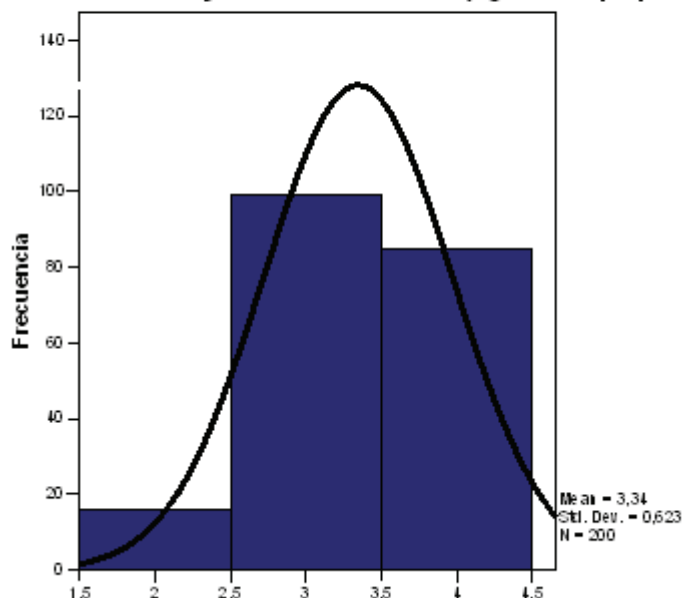
En el histograma (Graf. ¿Considera "Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 63(31,5%) hace referencia a los entrevistados que consideran que “Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 95 (47,5%) a los que consideran que es un objetivo bastante importante a proponer y una frecuencia de 42 (21%) a los que consideran que “Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos” es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que la mayor parte de la muestra (47,5%) considera que “Capacitar para generar formas que modifiquen contextos preestablecidos” es un objetivo bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 18.- ¿Considera "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	16	8.0	8.0	8.0
	bastante	99	49.5	49.5	57.5
	mucho	85	42.5	42.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales q interactuan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda" como obj. general a proponer ...**



Del total de la muestra el 42,5% considera que “Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de Moda” es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 49,5% considera que es un objetivo bastante importante y el 8% considera que se trata de un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación,

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

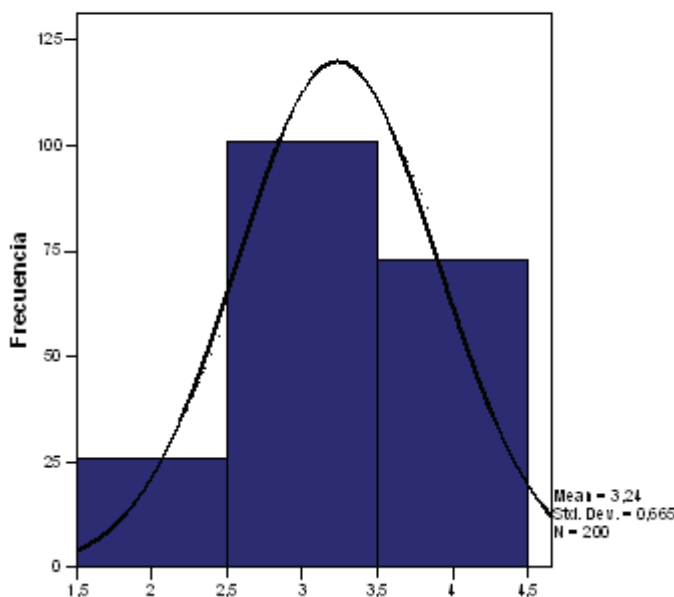
producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de la Moda" cómo objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 85 (42,5%) hace referencia a los entrevistados que consideran que "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de Moda" es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 99 (49,5%) hace referencia a los que consideran que es un objetivo bastante importante y una frecuencia de 16 (8%) hace referencia a los que creen que "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de Moda" es un objetivo general poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que la opinión más común de prácticamente la mitad de la muestra (49,5%) es que consideran que "Capacitar para interrelacionar los factores sociales, económicos y empresariales que interactúan en la programación, producción, distribución y evaluación de los Diseños Textiles y de Moda" es un objetivo bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 19.- ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	26	13.0	13.0
	bastante	101	50.5	63.5
	mucho	73	36.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 36,5% considera que “Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece” es un objetivo general muy importante a proponer en los Estudios de Moda; el 50,5% considera que es un objetivo bastante importante a proponer y el 13% lo considera poco importante.

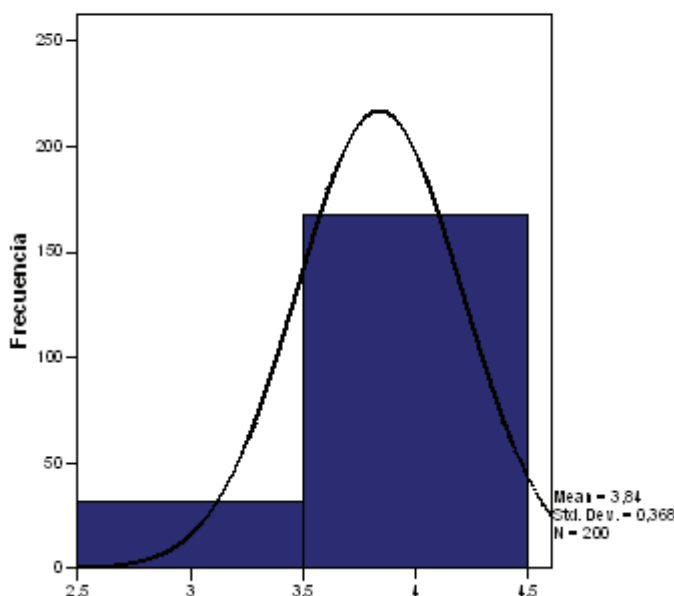
En el histograma (Graf. ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 73 (36,5%) hace referencia a los entrevistados que creen que “Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece” es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 101 (50,5%) hace referencia a los que consideran que es un objetivo bastante importante y una frecuencia de 23 (13%) a los que consideran que “Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece” es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que la mitad de la muestra (50,5%) cree que el objetivo “Potenciar una conciencia crítica en relación con la sociedad a la que se pertenece” es bastante importante para proponer en unos Estudios de Moda.

**Cuestión 15. 20.- ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	32	16.0	16.0	16.0
	mucho	168	84.0	84.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 84% considera que “Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y el 16% considera que es un objetivo bastante importante a proponer en unos Estudios de Moda.

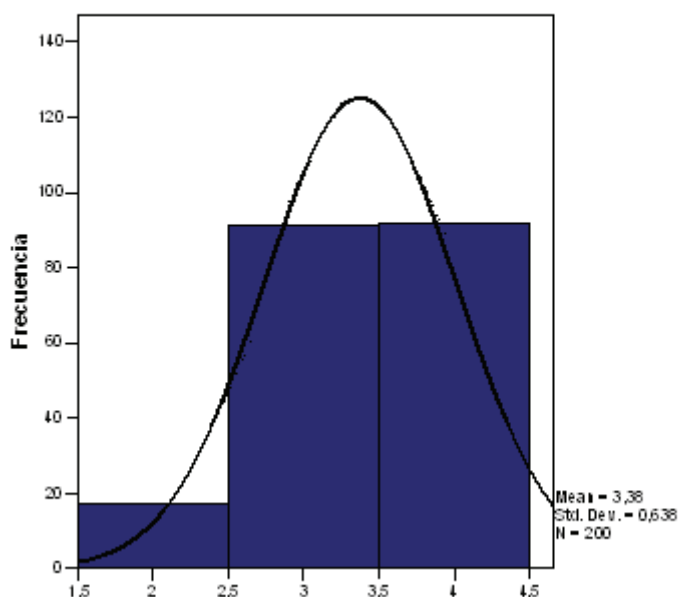
En el histograma (Graf. ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 168 (84%) hace referencia a los entrevistados que consideran que “Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente” es un objetivo muy importante a proponer en unos Estudios de Moda y una frecuencia de 32 (16%) a los que lo consideran un objetivo bastante importante a proponer en los Estudios de Moda.

Observamos que por el total de la muestra el objetivo “Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente” ha sido considerado de suma relevancia en unos Estudios de Moda ya que el 84% lo ha considerado muy importante y el 16% bastante importante.

**Cuestión 15. 21.- ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos poco	17	8.5	8.5	8.5
bastante	91	45.5	45.5	54.0
mucho	92	46.0	46.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 46% considera que “Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 45,5% lo considera un objetivo bastante importante y el 8,5% considera que es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país" como objetivo general a

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

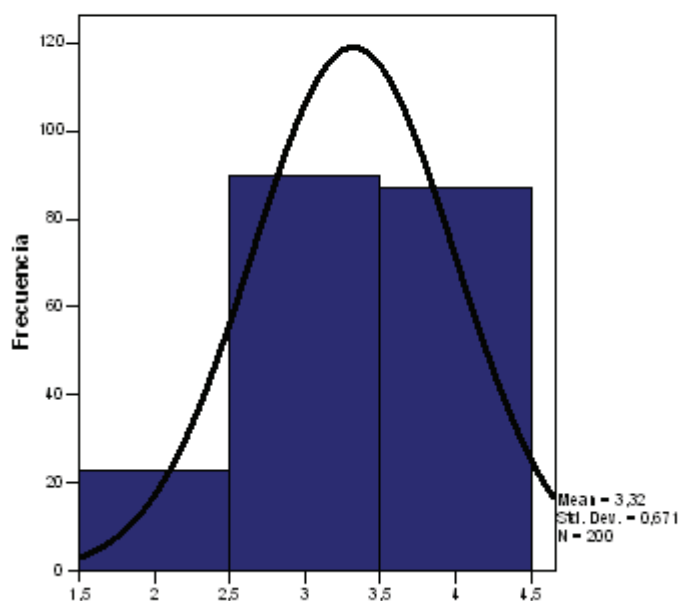
proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 92 (46%) hace referencia a los entrevistados que consideran que “Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 91 (45,5%) a los que consideran que es un objetivo bastante importante y una frecuencia de 17 (8,5%) a los que creen que “Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país” es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

Observamos que no hay una diferencia significativa entre los entrevistados que consideran que “Potenciar una conciencia crítica en relación al desarrollo industrial y tecnológico del país” es un objetivo bastante (45,5%) y muy importante (46%) y que es una pequeña parte de la muestra la que considera que por otro lado se trata de un objetivo poco importante.

**Cuestión 15. 22.- ¿Considera "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	23	11.5	11.5
	bastante	90	45.0	56.5
	mucho	87	43.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿ Considera "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 43,5% considera que “Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; el 45% considera que es un objetivo bastante importante a proponer y el 11,5% considera que “Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica” es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica" como objetivo general a proponer en unos Estudios de Moda?) una frecuencia de 89 (43,4%) hace referencia a los entrevistados que consideran que “Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica” es un objetivo general muy importante a proponer en unos Estudios de Moda; una frecuencia de 90 (45%) a los que consideran que es bastante importante y una frecuencia de 23 (11,5%) a los que consideran que es un objetivo poco importante a proponer en unos Estudios de Moda.

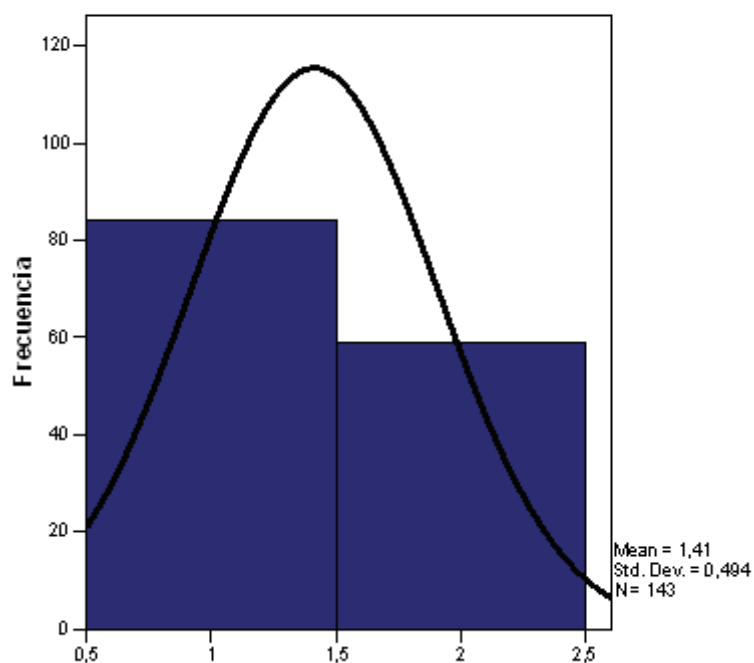
Observamos que “Dotar de una formación suficiente para llevar a cabo proyectos de investigación científica” es considerado por la muestra como un

objetivo a tener en cuenta en los Estudios de Moda considerándose como bastante importante y muy importante con un 45% y 43,5% respectivamente.

**Cuestión 16.- ¿Considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación cómo Diseñador de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	84	42.0	58.7	58.7
	no	59	29.5	41.3	100.0
	Total	143	71.5	100.0	
Perdidos	Sistema	57	28.5		
Total		200	100.0		

**¿Considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación cómo Diseñador de Moda?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 71,5%. El 41,3% considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda si han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda y el 58,7% considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda no han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera que las materias que ha cursado en sus Estudios de Moda han sido suficientes para alcanzar una buena formación

## CAPÍTULO IX

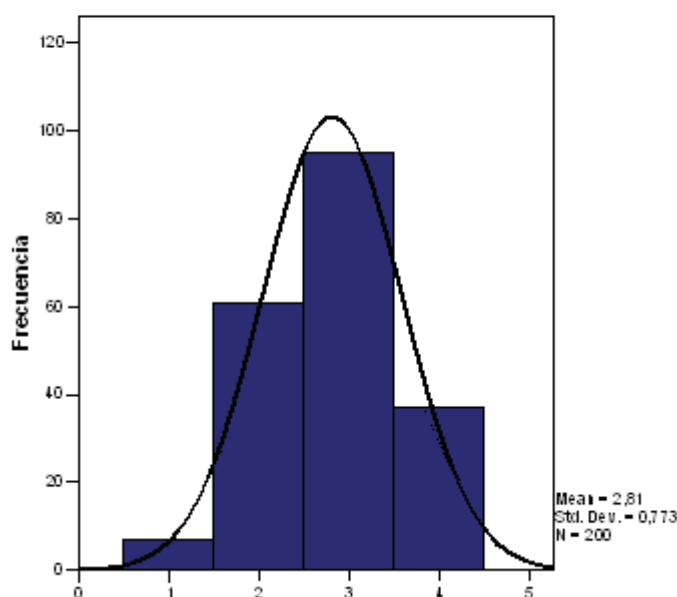
cómo Diseñador de Moda?) una frecuencia de 59 (41,3%) hace referencia a los que consideran que las materias que han cursado en sus Estudios de Moda si han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda y una frecuencia de 84 (58,7) a los que consideran que las materias que han cursado en sus Estudios de Moda no han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda.

Observamos que más de la mitad de los entrevistados (58,7%) considera que las materias que ha cursado durante sus Estudios de Moda no han sido suficientes para alcanzar una buena formación como Diseñador de Moda.

### **Cuestión 17. 1.- ¿Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
nada	7	3.5	3.5	3.5
poco	61	30.5	30.5	34.0
bastante	95	47.5	47.5	81.5
mucho	37	18.5	18.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Del total de la muestra, el 18,5% considera muy importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 47,5% lo considera bastante importante; el 30,5% lo considera poco importante y el 3,5% considera nada importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

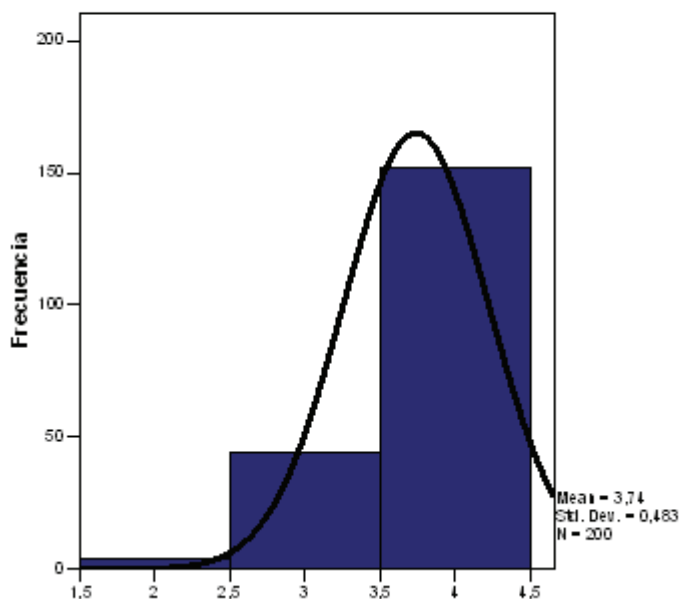
En el histograma (Graf. ¿Considera "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 37 (18,5%) hace referencia los que consideran muy importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 95 (47,5%) a los que la consideran bastante importante; una frecuencia de 61 (30,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 7 (3,5%) a los que consideran nada importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que casi la mitad de la muestra (47,5%) considera bastante importante "Historia del Mundo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 2.- ¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	4	2.0	2.0
	bastante	44	22.0	24.0
	mucho	152	76.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra el 76% considera muy importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 22% lo considera bastante importante y el 2% considera poco importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

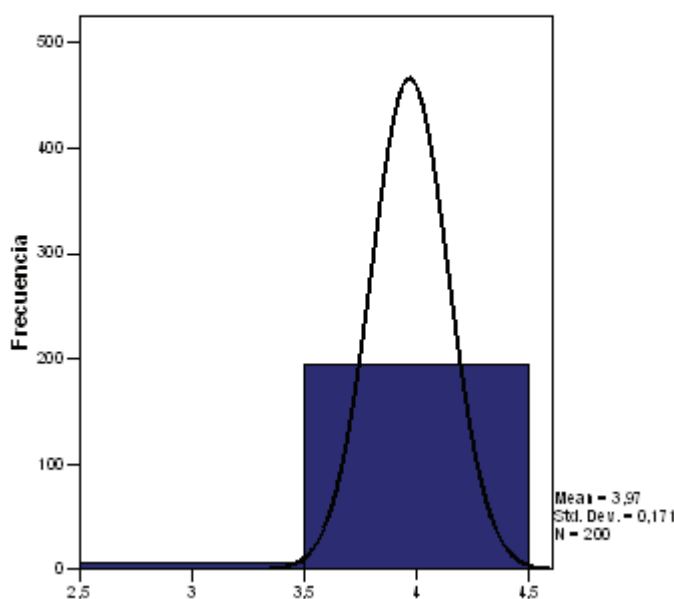
En el histograma (Graf. ¿Considera "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 152 (76%) hace referencia a los que consideran muy importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 44 (22%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 4 (2%) a los que consideran poco importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos un elevado porcentaje de la muestra (76%) considera muy importante "Historia del Arte" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 3.- ¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	6	3.0	3.0	3.0
	mucho	194	97.0	97.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 97% considera muy importante "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 3% considera bastante importante "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda

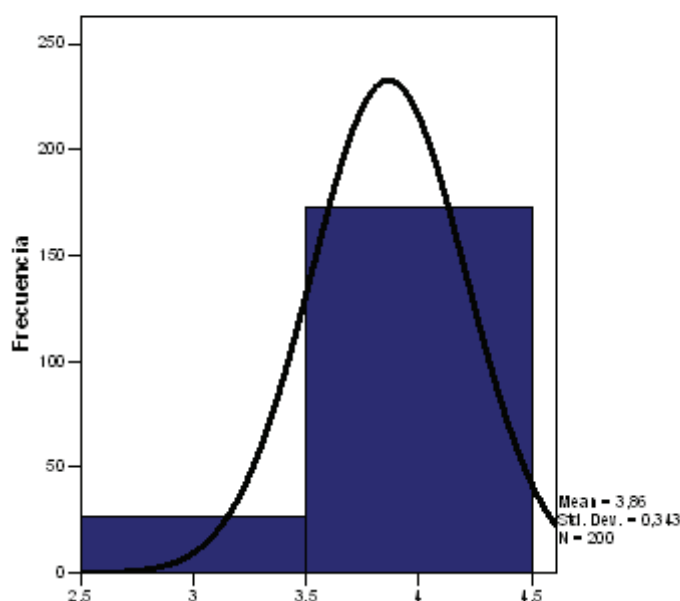
En el histograma (Graf. ¿Considera "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 194 (97%) hace referencia a los que consideran muy importante "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 6 (3%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que la totalidad de la muestra valora como muy o bastante importante "Historia de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda

**Cuestión 17. 4.- ¿Considera "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	27	13.5	13.5	13.5
	mucho	173	86.5	86.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra, el 86,5% considera muy importante Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 13,5% lo considera bastante importante.

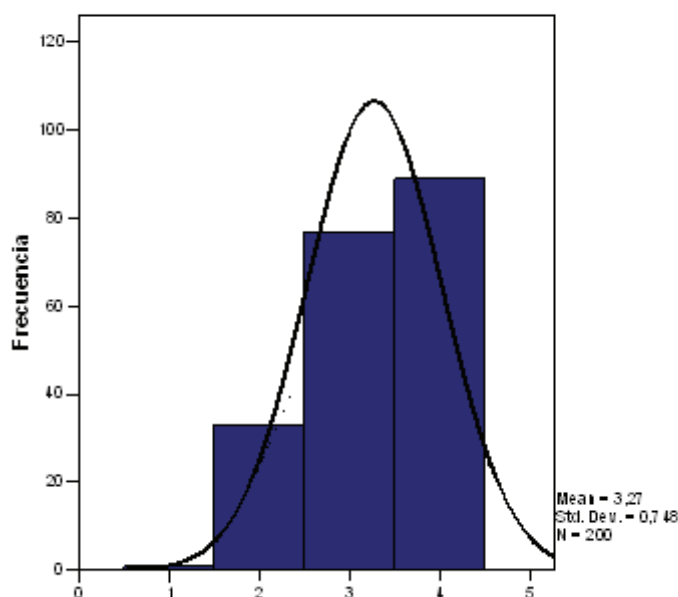
En el histograma (Graf. ¿Considera Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 173 (86,5%) hace referencia a los que consideran muy importante Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 27 (13,5%) a los que consideran bastante importante.

Observamos que el total de la muestra considera muy o bastante importante Historia del Cine" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 5.- ¿Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	1	.5	.5	.5
poco	33	16.5	16.5	17.0
bastante	77	38.5	38.5	55.5
mucho	89	44.5	44.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra, el 44,5 % considera muy importante considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 38,5% lo considera bastante importante; el 16,5% lo considera poco importante y el 0,5% considera nada importante "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 89 (44,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 77 (38,5%) a los que lo consideran bastante importante; una frecuencia de 33 (16,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a

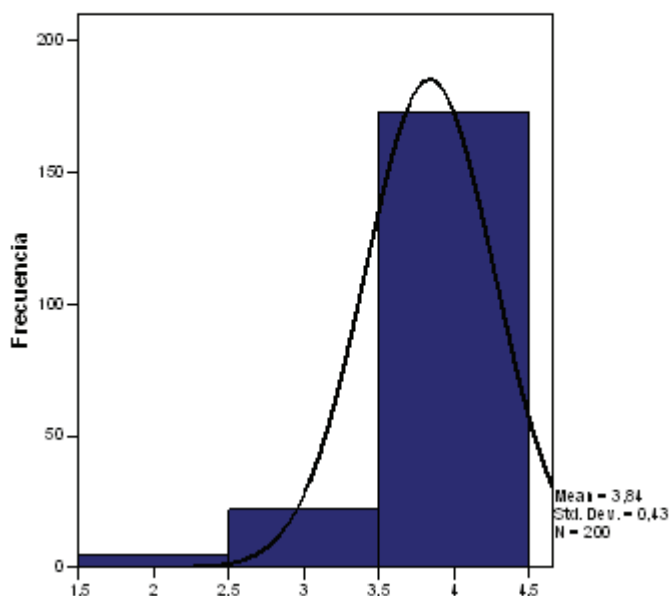
## CAPÍTULO IX

los que consideran nada importante "Filosofía de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 6.- ¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	5	2.5	2.5	2.5
	bastante	22	11.0	11.0	13.5
	mucho	173	86.5	86.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra, el 86,5% considera muy importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 11% lo considera bastante importante y el 2,4% considera poco importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 173 (86,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda, una frecuencia de 22 (11%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 5 (2,5%) a los

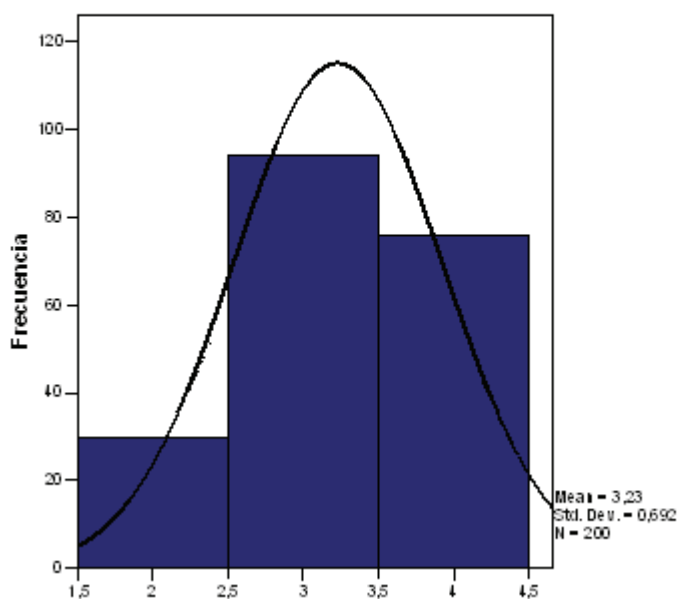
que consideran poco importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 97,5% del total de la muestra consideran muy o bastante importante "Sociología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 7.- ¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos poco	30	15.0	15.0	15.0
bastante	94	47.0	47.0	62.0
mucho	76	38.0	38.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra, el 47% considera bastante importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda, el 38% lo considera muy importante y el 15% considera poco importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

## CAPÍTULO IX

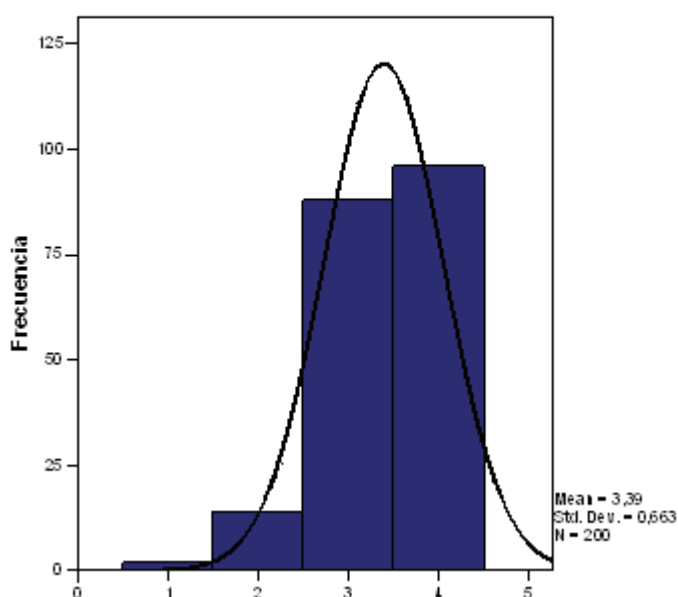
En el histograma (Graf. ¿Considera "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 94 (47%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda, una frecuencia de 76 (38%) a los que lo consideran muy importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 30 (15%) a los que consideran poco importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 85% considera muy o bastante importante "Semiología de la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 8.- ¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	2	1.0	1.0
	poco	14	7.0	8.0
	bastante	88	44.0	52.0
	mucho	96	48.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Del total de la muestra, el 48% considera muy importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda, el 44% lo considera bastante importante, el 7% lo considera poco importante y el 1% considera nada importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

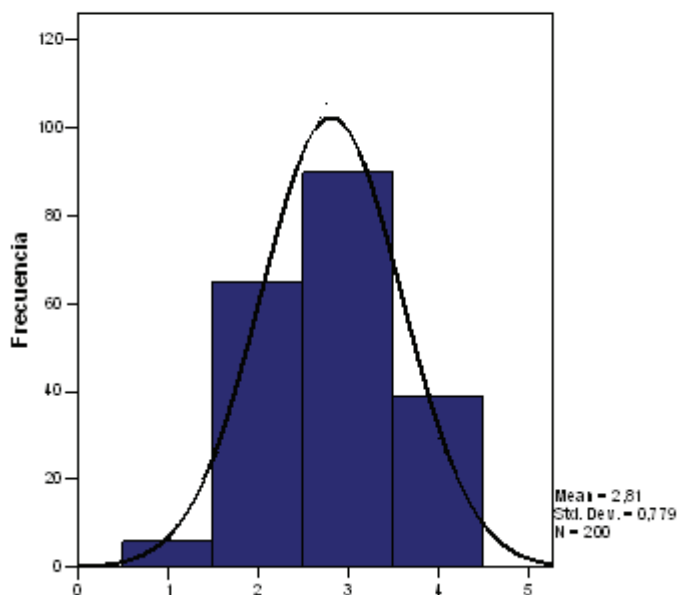
En el histograma (Graf. ¿Considera "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 96 (48%) hace referencia a los que consideran muy importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 88 (44%) a los que lo consideran bastante importante; una frecuencia de 14 (7%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 2 (1%) a los que consideran nada importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que del total de la muestra el 92 % considera muy o bastante importante "Estética" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 9.- ¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	6	3.0	3.0
	poco	65	32.5	35.5
	bastante	90	45.0	80.5
	mucho	39	19.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



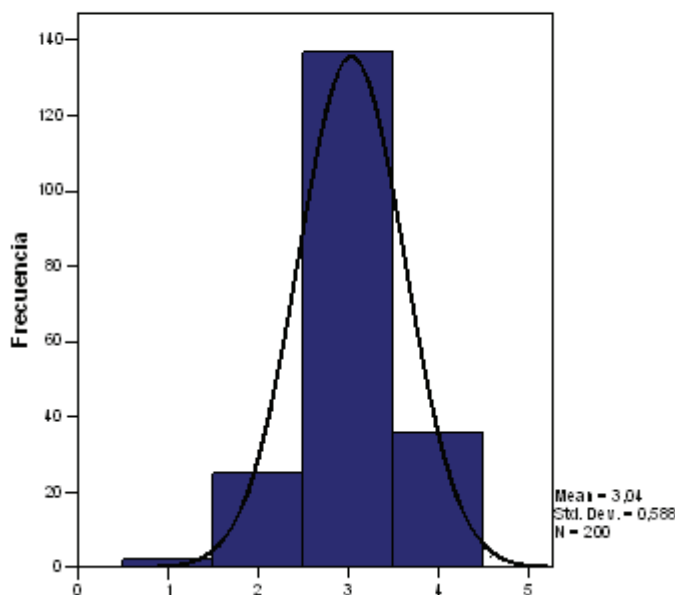
Del total de la muestra, el 19,5% considera muy importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 45% lo considera bastante importante; el 32,5% lo considera poco importante y el 3% considera nada importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 39 (19,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 90 (45%) a los que lo consideran bastante importante; una frecuencia de 65 (32,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 6 (3%) a los que consideran nada importante "Heurística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 10.- ¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	2	1.0	1.0	1.0
poco	25	12.5	12.5	13.5
Válidos bastante	137	68.5	68.5	82.0
mucho	36	18.0	18.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 68,5% considera bastante importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 18% lo considera muy importante; el 12,5% lo considera poco importante y el 1% considera nada importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 137 (68,5%) hace referencia los que consideran bastante importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 36 (18%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 25 (12,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 2 (1%) a los que consideran nada importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que del total de la muestra, el 86,5% considera bastante o muy importante "Psicología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

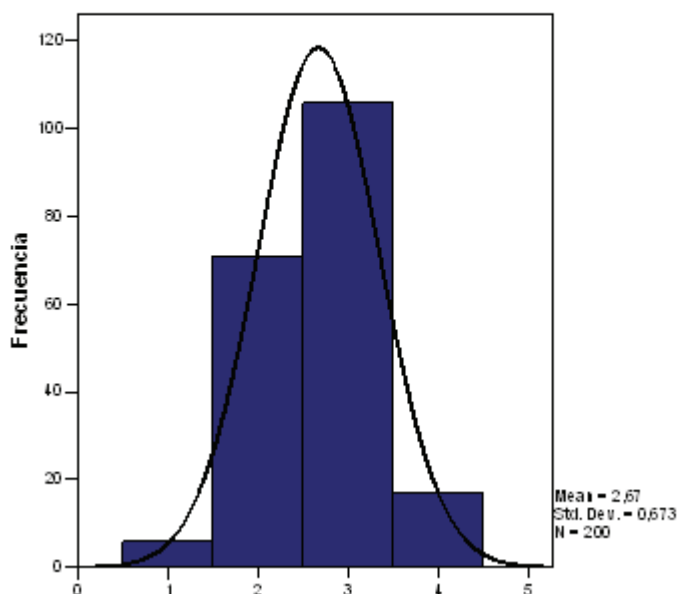
**Cuestión 17. 11.- ¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nada	6	3.0	3.0	3.0

## CAPÍTULO IX

poco	71	35.5	35.5	38.5
bastante	106	53.0	53.0	91.5
mucho	17	8.5	8.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra, el 53% considera bastante importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 35,5% lo considera poco importante; el 8,5% lo considera muy importante y el 3,5% considera nada importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

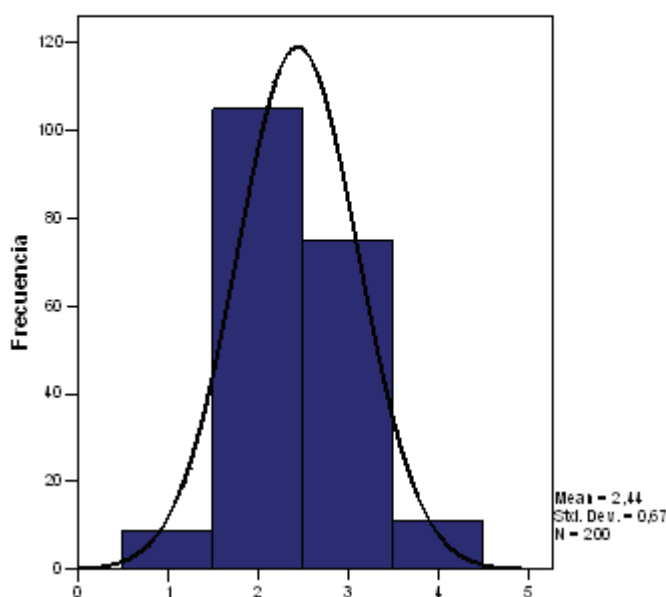
En el histograma (Graf. ¿Considera "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?), una frecuencia de 106 (53%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 71 (35,5%) a los que lo consideran poco importante; una frecuencia de 17 (8,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 6 (3%) a los que consideran nada importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos el 61,5% considera bastante o muy importante "Sociología General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 12.- ¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	9	4.5	4.5	4.5
poco	105	52.5	52.5	57.0
Válidos bastante	75	37.5	37.5	94.5
mucho	11	5.5	5.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 52,5% considera poco importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 37,5% lo considera bastante importante; el 5,5% lo considera muy importante y el 4,5% considera nada importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 105 (52,5%) hace referencia a los que consideran poco importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 75 (37,5%) a los que lo consideran bastante importante; una frecuencia de 11 (5,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 9 (4,5%) a

## CAPÍTULO IX

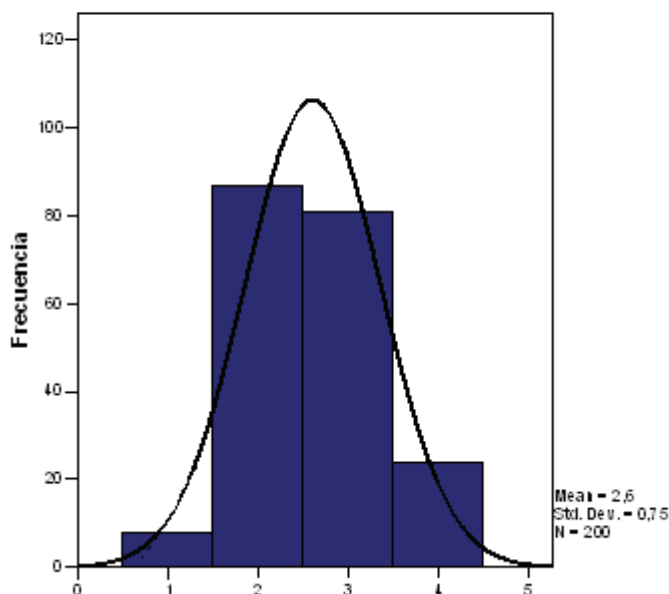
los que consideran nada importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 57% del total de la muestra consideran poco o nada importante "Introducción al Derecho" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 13.- ¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	8	4.0	4.0
	poco	87	43.5	47.5
	bastante	81	40.5	88.0
	mucho	24	12.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 43,5% considera poco importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 40,5% lo considera bastante importante, el 12% lo considera muy importante y el 4% considera nada importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

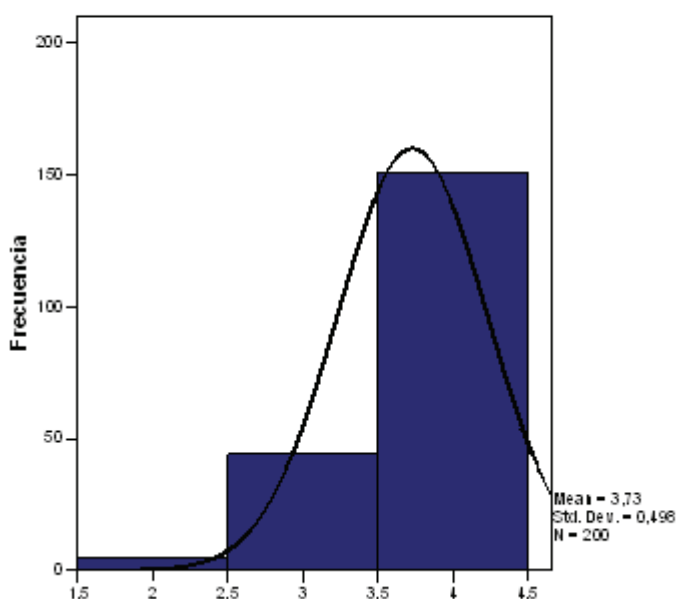
En el histograma (Graf. ¿Considera "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 87 (43,5%) hace referencia a los que consideran poco importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 81 (40,5%) a los que consideran bastante importante; una frecuencia de 24 (12%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 8 (4%) a los que consideran nada importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que del total de la muestra, el 52,5% consideran bastante o muy importante "Didáctica" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda frente a al 47,5% que lo consideran poco o nada importante.

### **Cuestión 17. 14.- ¿Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	5	2.5	2.5	2.5
	bastante	44	22.0	22.0	24.5
	mucho	151	75.5	75.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



## CAPÍTULO IX

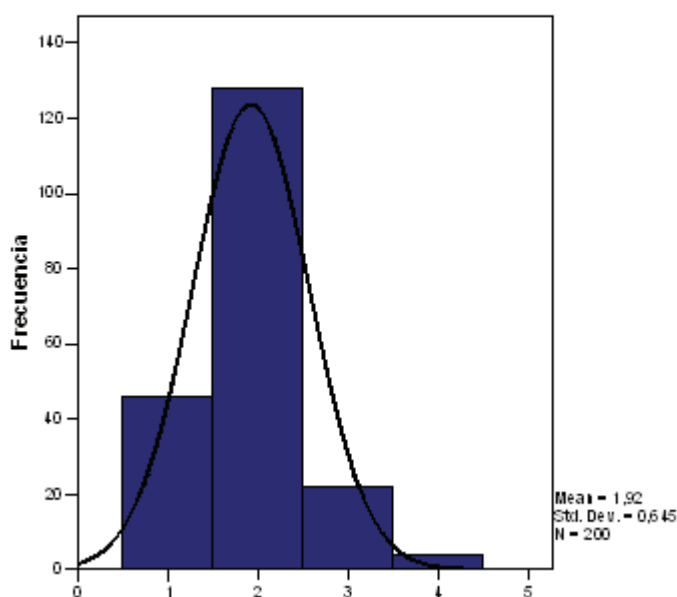
Del total de la muestra el 75% considera muy importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 22% lo considera bastante importante y el 2,5% considera poco importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 151 (75,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 44 (22%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 5 (2,5%) a los que consideran poco importante "Informática" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 15.- ¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	46	23.0	23.0
	poco	128	64.0	87.0
	bastante	22	11.0	98.0
	mucho	4	2.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Del total de la muestra el 64% considera poco importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 23% lo considera nada importante; el 11% lo considera bastante importante y el 2% considera muy importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

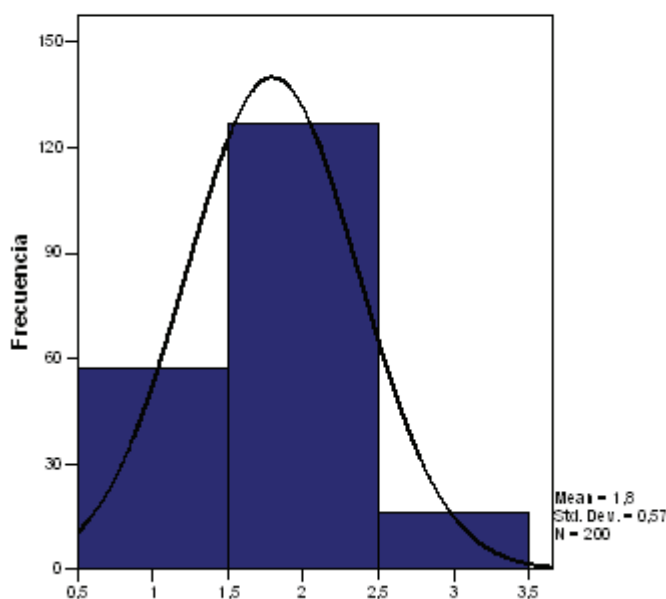
En el histograma (Graf. ¿Considera "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 128 (64%) hace referencia a los que consideran poco importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 46 (23%) a los que lo consideran nada importante; una frecuencia de 22 (11%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 4 (2%) a los que consideran muy importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que del total de la muestra el 87% considera poco o nada importante "Química General" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 16.- ¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	57	28.5	28.5
	poco	127	63.5	92.0
	bastante	16	8.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra, el 63,5% considera poco importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 28,5% lo considera nada importante y el 8% considera bastante importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 127 (63,5%) hace referencia a los que consideran poco importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 57 (28,5%) a los que lo consideran nada importante y una frecuencia de 16 (8%) a los que consideran bastante importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos cómo el 92% de la muestra considera poco o nada importante "Geometría" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

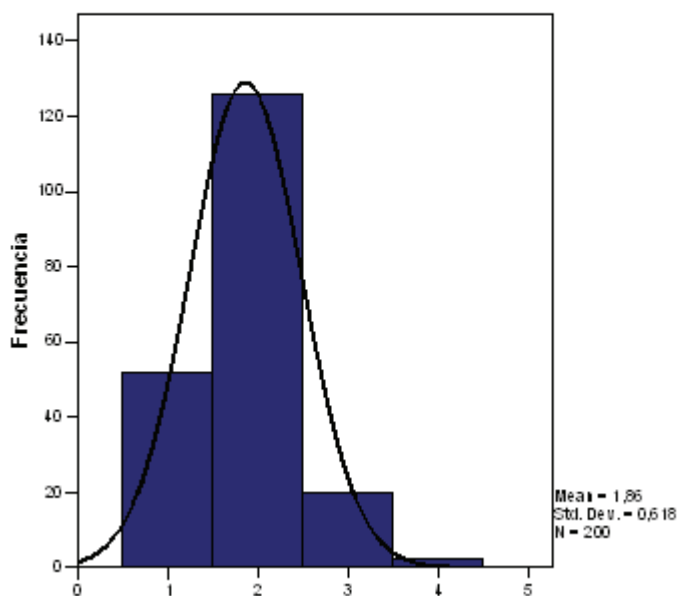
**Cuestión 17. 17.- ¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nada	52	26.0	26.0	26.0

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

poco	126	63.0	63.0	89.0
bastante	20	10.0	10.0	99.0
mucho	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 63% considera poco importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 26% lo considera nada importante; el 10% lo considera bastante importante y el 1% considera muy importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 126 (63%) hace referencia a los que consideran poco importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 52 (26%) a los que lo consideran nada importante; una frecuencia de 20 (10%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 2 (1%) a los que consideran muy importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

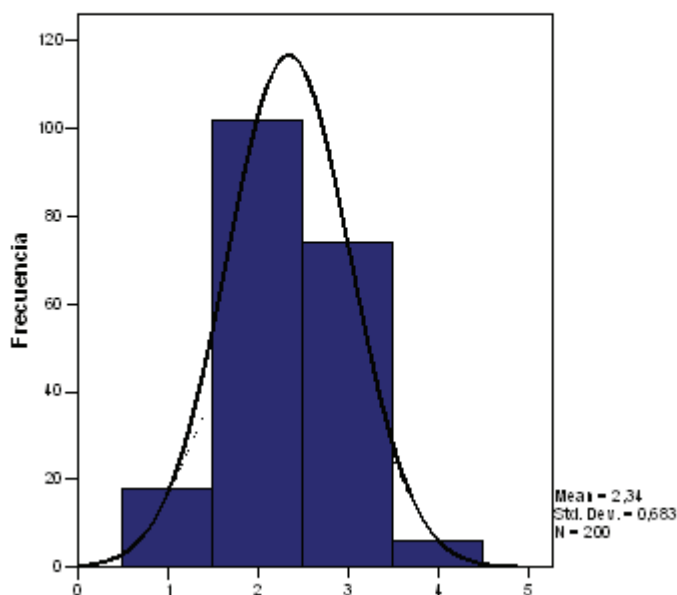
Observamos que el 89% de la muestra considera poco o nada importante "Geología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 18.- ¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

## CAPÍTULO IX

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	18	9.0	9.0	9.0
	poco	102	51.0	51.0	60.0
	bastante	74	37.0	37.0	97.0
	mucho	6	3.0	3.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 51% considera poco importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 37% lo considera bastante importante; el 9% lo considera nada importante y el 3% considera muy importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 102 (51%) hace referencia a los que consideran poco importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 74 (37%) a los que lo consideran bastante importante; una frecuencia de 18 (9%) a los que lo consideran nada importante y una frecuencia de 6 (3%) a los que consideran muy importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

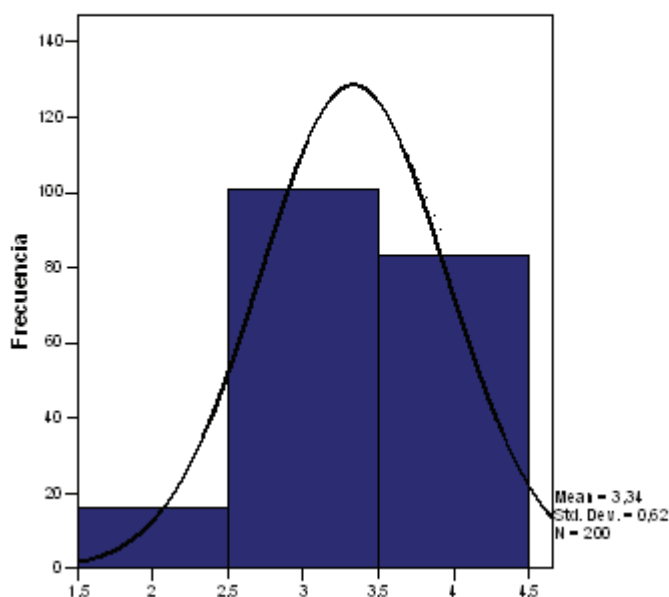
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Observamos que el 60% de la muestra considera poco o nada importante "Matemáticas Básicas" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda frente al 40% que lo considera bastante o muy importante.

### Cuestión 17. 19.- ¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	16	8.0	8.0	8.0
	bastante	101	50.5	50.5	58.5
	mucho	83	41.5	41.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra, el 50,5% considera bastante importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 41,5% lo considera muy importante y el 8% considera poco importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) la frecuencia 101 (50,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 83 (41,5%) a los que lo

## CAPÍTULO IX

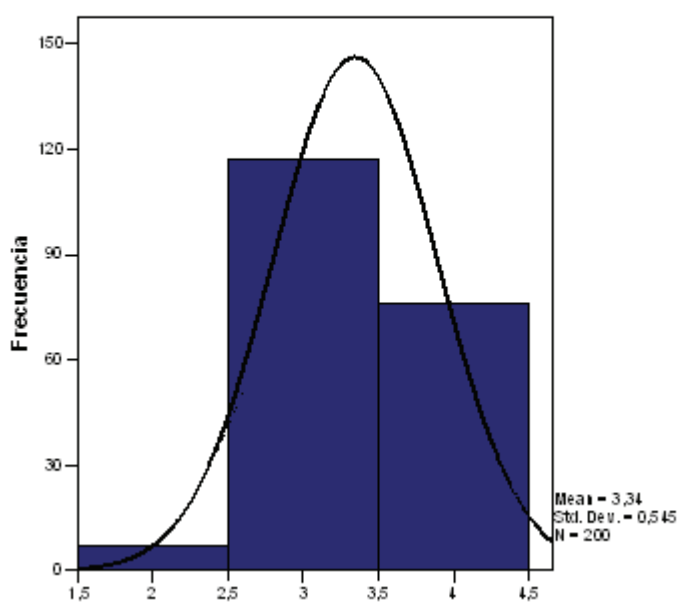
consideran muy importante y una frecuencia de 16 (8%) a los que consideran poco importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 58,5% considera poco o nada importante "Estadística" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda frente a un 41,5% que lo considera bastante importante.

### **Cuestión 17. 20.- ¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
poco	7	3.5	3.5	3.5
bastante	117	58.5	58.5	62.0
mucho	76	38.0	38.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 58,5% considera bastante importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 38% lo considera muy importante y el 3,5% considera poco importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

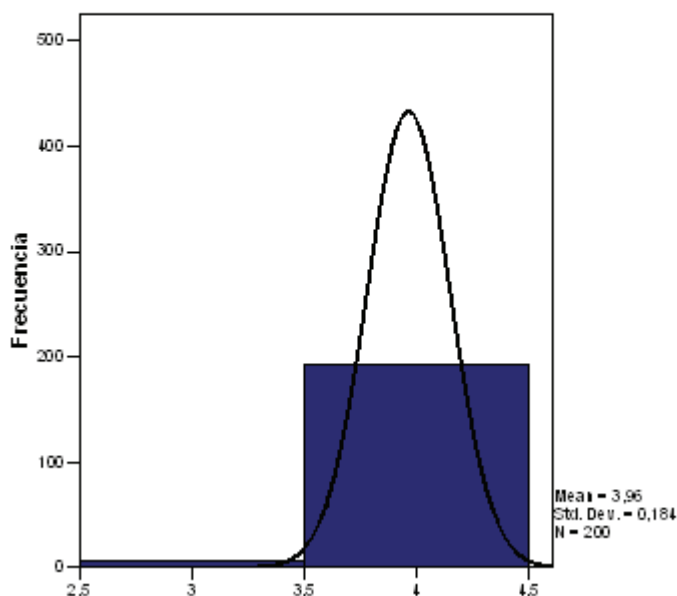
En el histograma (Graf. ¿Considera "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 117 (58,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 76 (38%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 7 (3,5%) a los que consideran poco importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 96,5% considera bastante o muy importante "Dibujo Técnico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 21.- ¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	7	3.5	3.5	3.5
	mucho	193	96.5	96.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 96,5% considera muy importante "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 3,5% lo considera bastante importante.

## CAPÍTULO IX

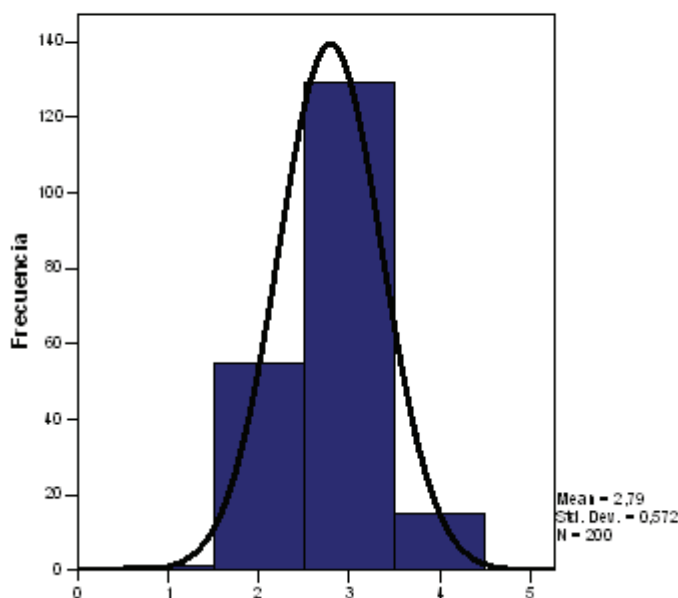
En el histograma (Graf. ¿Considera "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 193 (96,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 7 (3,5%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que del total de la muestra el 96,5% considera muy importante "Dibujo Artístico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 22.- ¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	.5	.5
	poco	55	27.5	28.0
	bastante	129	64.5	92.5
	mucho	15	7.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 64,5% considera bastante importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 27,5% lo considera poco importante; el 7,5% lo considera muy importante y el 0,5%

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

considera nada importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

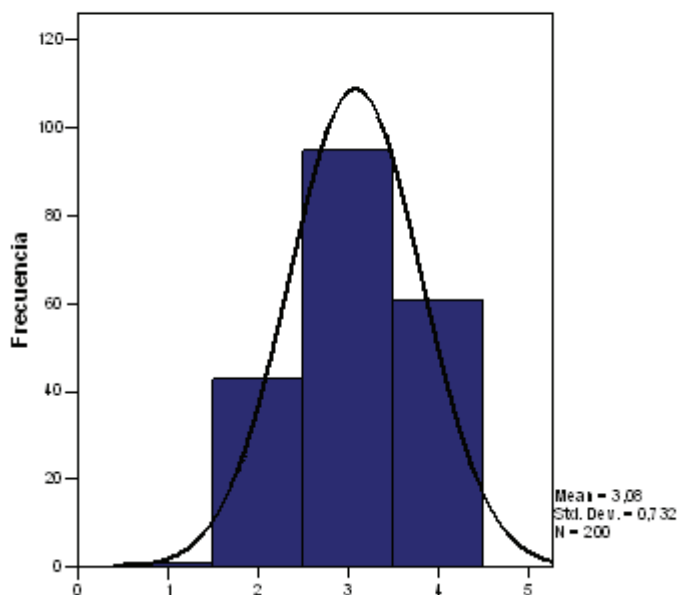
En el histograma (Graf. ¿Considera "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 129 (64,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 55 (27,5%) a los que lo consideran poco importante; una frecuencia de 15 (7,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que considera nada importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 72% de la muestra considera bastante o muy importante "Crítica Literaria" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 23.- ¿Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	nada	1	.5	.5
	poco	43	21.5	22.0
Válidos	bastante	95	47.5	69.5
	mucho	61	30.5	100.0
	Total	200	100.0	

¿ Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra el 47,5% considera bastante importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 30,5% lo considera muy importante; el 21,5% lo considera poco importante y el 0,5% considera nada importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

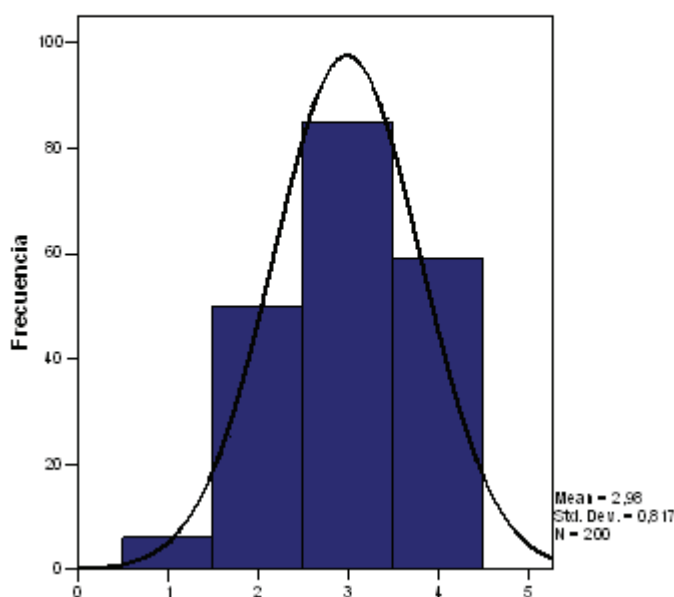
En el histograma (Graf. ¿Considera "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 95 (47,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 61 (30,5%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 43 (21,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que consideran nada importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 78% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Pensamiento Crítico" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 24.- ¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	6	3.0	3.0
	poco	50	25.0	28.0
	bastante	85	42.5	70.5
	mucho	59	29.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 42,5% considera bastante importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 29,5% lo considera muy importante; el 25% lo considera poco importante y el 3% considera nada importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 85 (42,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 59 (29,5%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 50 (25%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 6 (3%) a los que consideran

## CAPÍTULO IX

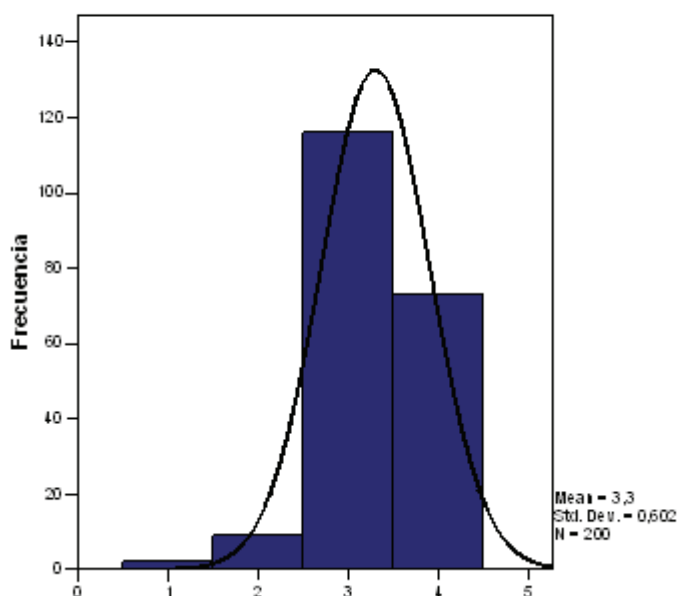
nada importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 72% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Antropología" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 25.- ¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	2	1.0	1.0
	poco	9	4.5	5.5
	bastante	116	58.0	63.5
	mucho	73	36.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 58% considera bastante importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 36,5% lo considera muy importante; el 4,5% lo considera poco importante y el 1% considera nada importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

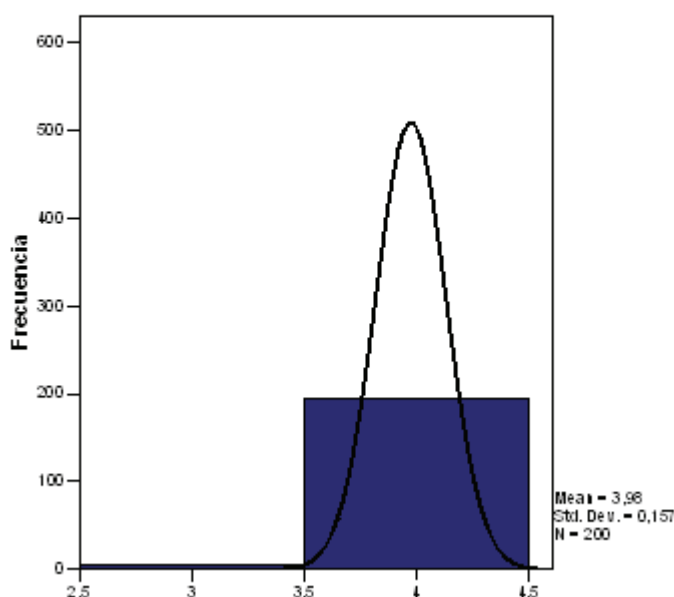
En el histograma (Graf. ¿Considera "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 116 (58%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 73 (36,5%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 9 (4,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 2 (1%) a los que consideran nada importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 94,5% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Lengua Española" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### Cuestión 17. 26.- ¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	5	2.5	2.5	2.5
	mucho	195	97.5	97.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra el 97,5% considera muy importante "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 2,5% lo considera bastante importante.

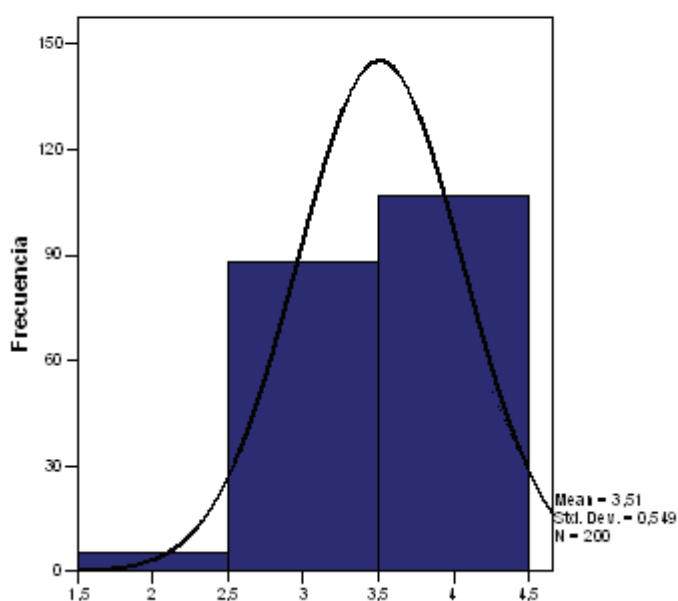
En el histograma (Graf. ¿Considera "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 195 (97,5%) hace referencia a los que considera muy importante "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 5 (2,5%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que la totalidad de la muestra considera de suma importancia "Inglés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda considerándolo el 97,5% de la muestra como muy importante.

### **Cuestión 17. 27.- ¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	5	2.5	2.5	2.5
	bastante	88	44.0	44.0	46.5
	mucho	107	53.5	53.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Del total de la muestra el 53,5% considera muy importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 44% lo considera bastante importante y el 2,5% considera poco importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

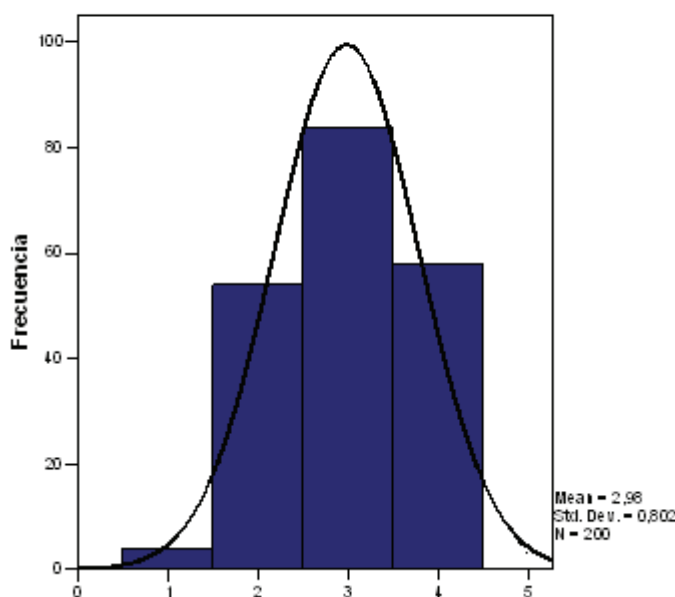
En el histograma (Graf. ¿Considera "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 107 (53,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 88 (44%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 5 (2,5%) a los que consideran poco importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que para el 97,5% de la muestra es bastante o muy importante "Francés" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 28.- ¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	4	2.0	2.0
	poco	54	27.0	29.0
	bastante	84	42.0	71.0
	mucho	58	29.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 42% considera bastante importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 29% lo considera muy importante; el 27% lo considera poco importante y el 2% considera nada importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 84 (42%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 58 (29%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 54 (27%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 4 (2%) a los que consideran nada importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

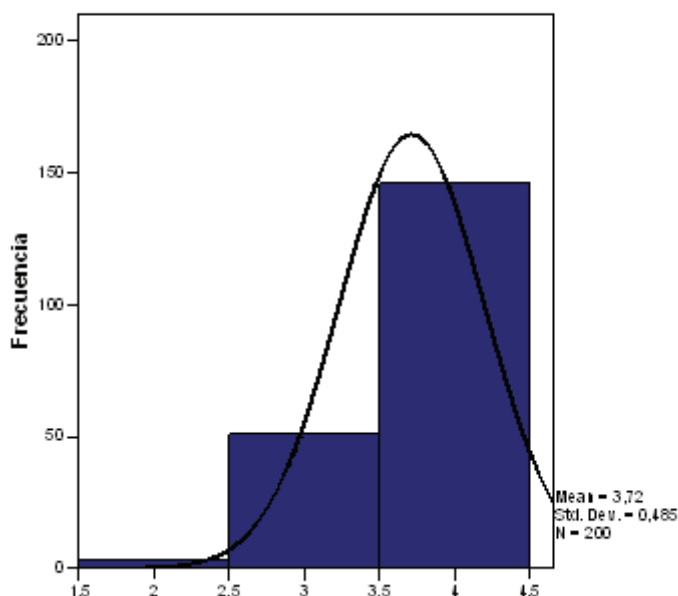
Observamos que el 71% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Alemán" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 29.- ¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	3	1.5	1.5	1.5
	bastante	51	25.5	25.5	27.0
	mucho	146	73.0	73.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 73% considera muy importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 25,5% lo considera bastante importante y el 1,5% considera poco importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 146 (73%) hace referencia a los que consideran muy importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 51 (25,5%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 3 (1,5%) a los que consideran poco importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

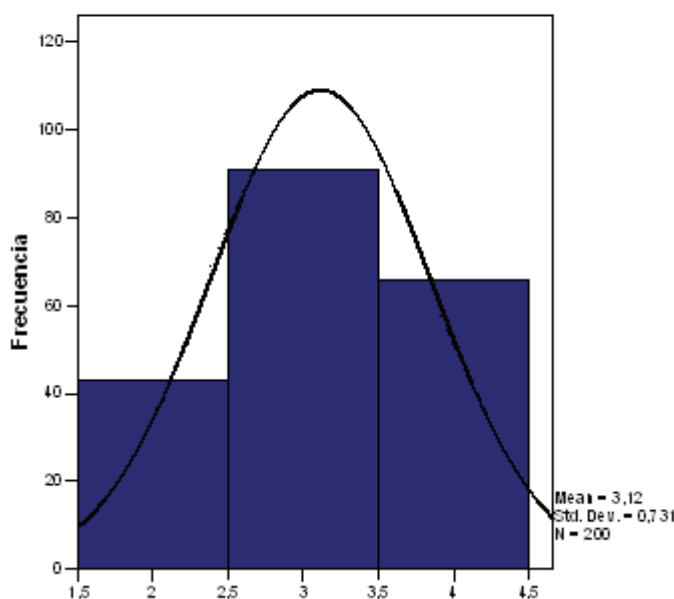
Observamos que el 98,5% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Fotografía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda

**Cuestión 17. 30.- ¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

CAPÍTULO IX

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	43	21.5	21.5	21.5
	bastante	91	45.5	45.5	67.0
	mucho	66	33.0	33.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 45,5% considera bastante importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 33% lo considera muy importante y el 21,5% considera poco importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 91 (45,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 66 (33%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 43 (21,5%) a los que consideran poco importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

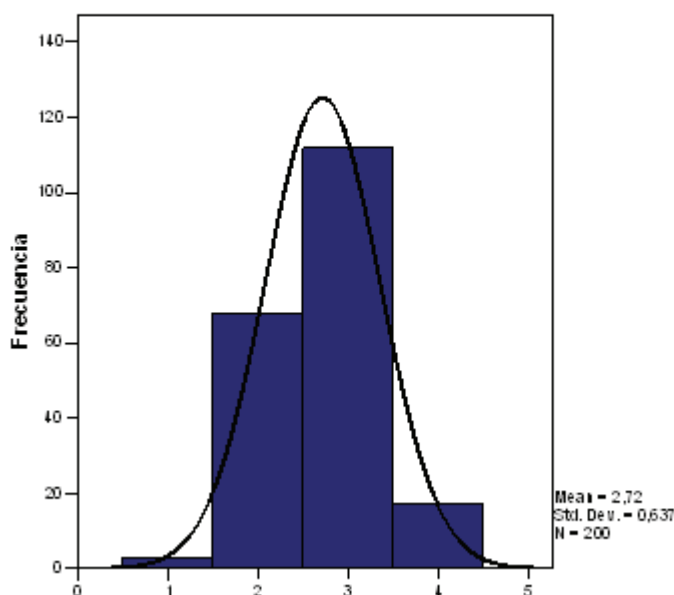
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Observamos que el 78,5% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Comunicación Audiovisual" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 31.- ¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	3	1.5	1.5
	poco	68	34.0	35.5
	bastante	112	56.0	91.5
	mucho	17	8.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 56% considera bastante importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 34% lo considera poco importante; el 8,5% lo considera muy importante y el 1,5% considera nada importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 112 (56%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Matemáticas Financieras"

## CAPÍTULO IX

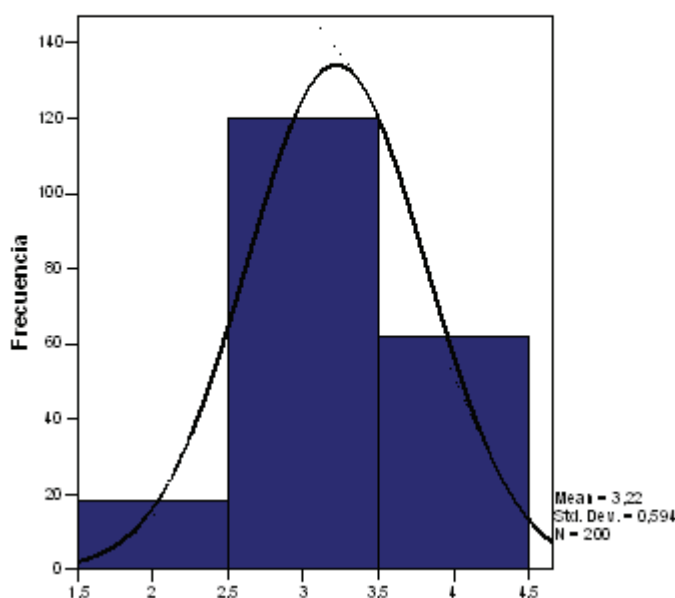
como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 68 (34%) a los que lo consideran poco importante; una frecuencia de 17 (8,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 3 (1,5%) a los que consideran nada importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 64,5% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Matemáticas Financieras" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 32.- ¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	18	9.0	9.0	9.0
	bastante	120	60.0	60.0	69.0
	mucho	62	31.0	31.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 60% considera bastante importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 31% lo

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

considera muy importante y el 9% considera poco importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

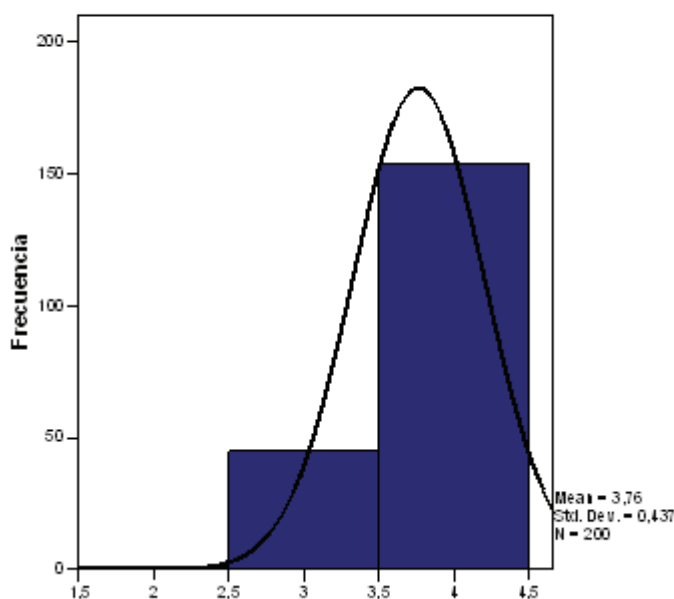
En el histograma (Graf. ¿Considera "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 120 (60%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 62 (31%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 18 (9%) a los que consideran poco importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 91% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Gestión Empresarial" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 33.- ¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	1	.5	.5	.5
	bastante	45	22.5	22.5	23.0
	mucho	154	77.0	77.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 77% considera muy importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 22,5% lo considera bastante importante y el 0,5% considera poco importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 154 (77%) hace referencia a los que consideran muy importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 45 (22,5%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que consideran poco importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que del total de la muestra el 99,5% considera bastante o muy importante "Marketing" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

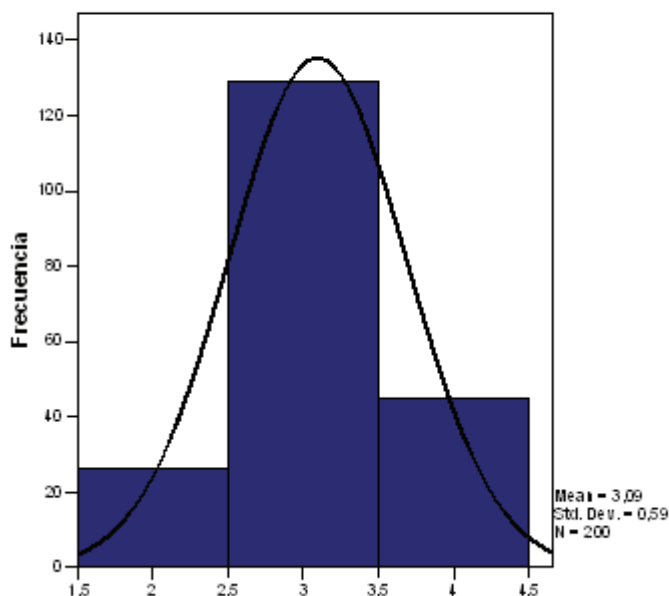
**Cuestión 17. 34.- ¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos poco	26	13.0	13.0	13.0
bastante	129	64.5	64.5	77.5

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

mucho	45	22.5	22.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 64,5% considera bastante importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 22,5% lo considera muy importante y el 13% considera poco importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

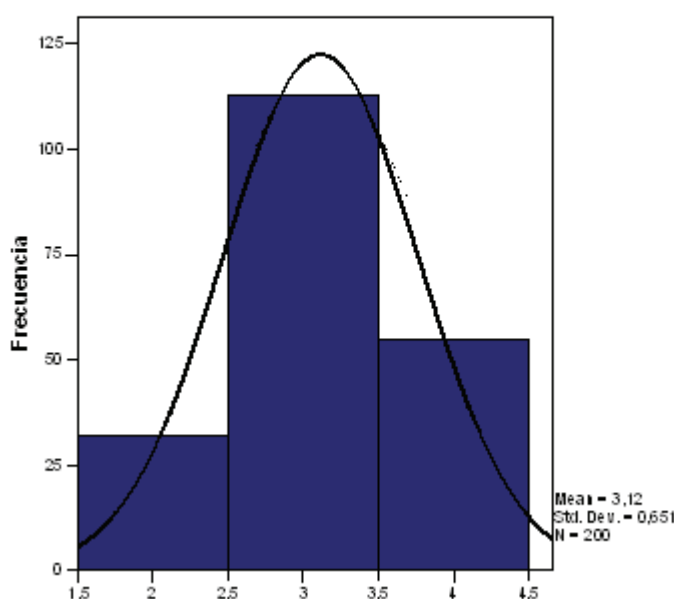
En el histograma (Graf. ¿Considera "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 129 (64,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 45 (22,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 26 (13%) a los que consideran poco importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 87% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Análisis de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 35.- ¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	32	16.0	16.0	16.0
	bastante	113	56.5	56.5	72.5
	mucho	55	27.5	27.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 56,5% considera bastante importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 27,5% lo considera muy importante y el 16% considera poco importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 113 (56,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 55 (27,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 32 (16%) a los que consideran poco importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

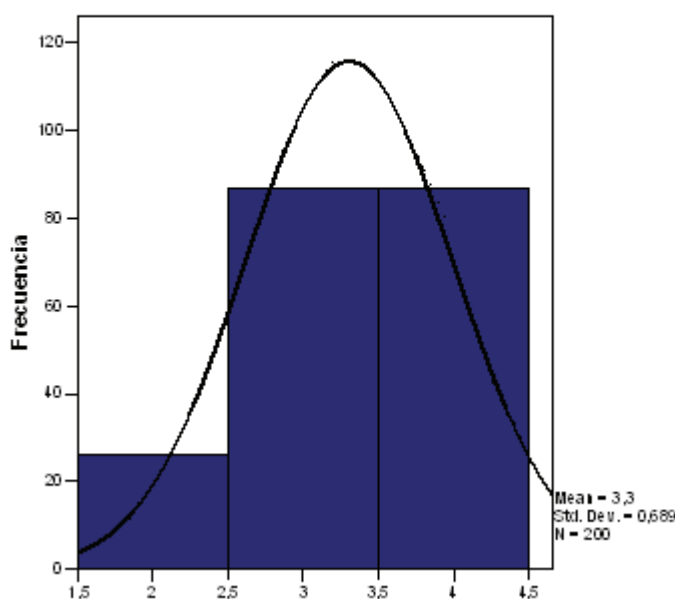
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Observamos que del total de la muestra el 84% considera bastante o muy importante "Estudios de Mercado" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 36.- ¿Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	26	13.0	13.0	13.0
	bastante	87	43.5	43.5	56.5
	mucho	87	43.5	43.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 43,5% considera muy importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 43,5% lo considera bastante importante y el 13% considera poco importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 87 (43,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Técnicas de Producción"

## CAPÍTULO IX

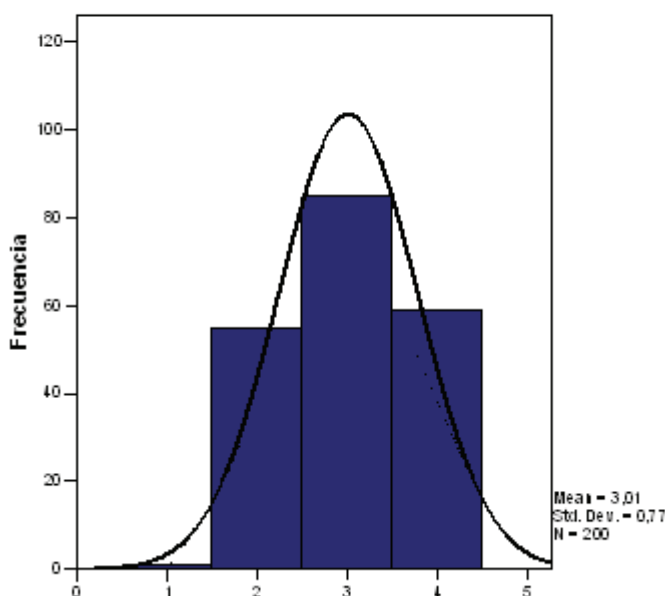
como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 87 (43,5%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 26 (13%) a los que consideran poco importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 87% del total de la muestra considera bastante y muy importante "Técnicas de Producción" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 37.- ¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	.5	.5
	poco	55	27.5	28.0
	bastante	85	42.5	70.5
	mucho	59	29.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 42,5% considera bastante importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

29,5% lo considera muy importante; el 27,5% lo considera poco importante y el 0,5% considera nada importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

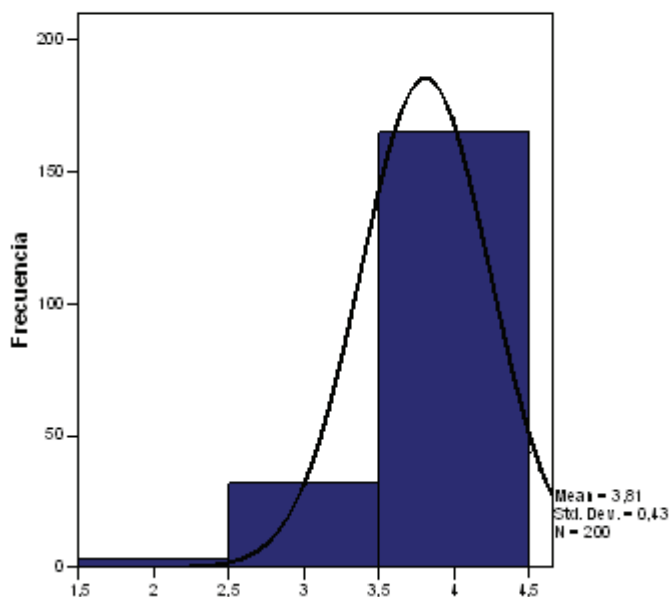
En el histograma (Graf. ¿Considera "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 85 (42,5%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 59 (29,5%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 55 (27,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que consideran nada importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 72% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Teoría de la Manipulación" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 38.- ¿Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
poco	3	1.5	1.5	1.5
bastante	32	16.0	16.0	17.5
mucho	165	82.5	82.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 82,5% considera muy importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 16% lo considera bastante importante y el 1,5% considera poco importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿ Considera "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 165 (82,5%) hace referencia a los que consideran muy importante; una frecuencia de 32 (16%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 3 (1,5%) a los que consideran poco importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que del total de la muestra el 98,5% considera bastante o muy importante "Análisis de Tejidos" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

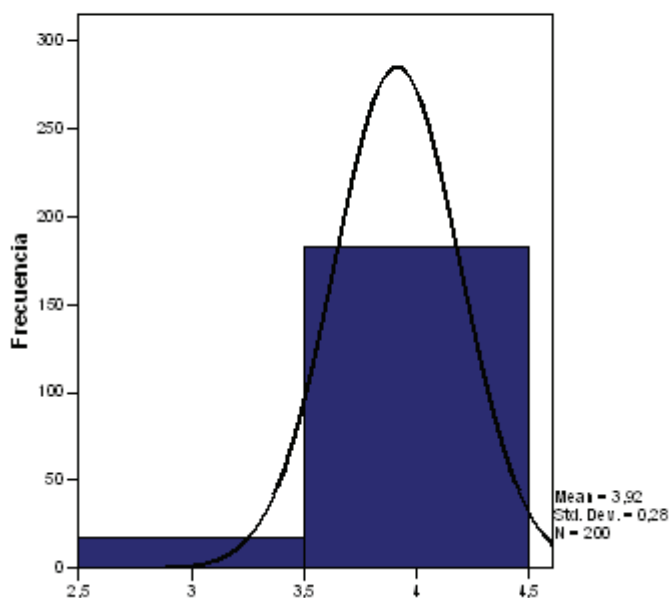
**Cuestión 17. 39.- ¿ Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos bastante	17	8.5	8.5	8.5

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

mucho	183	91.5	91.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 91,5% considera muy importante "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 8,5% lo considera bastante importante.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 183 (91,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 17 (8,5%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que la totalidad de la muestra lo considera relevante para un Plan de Estudios de Moda ya que el 91,5% considera muy importante "Diseño Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

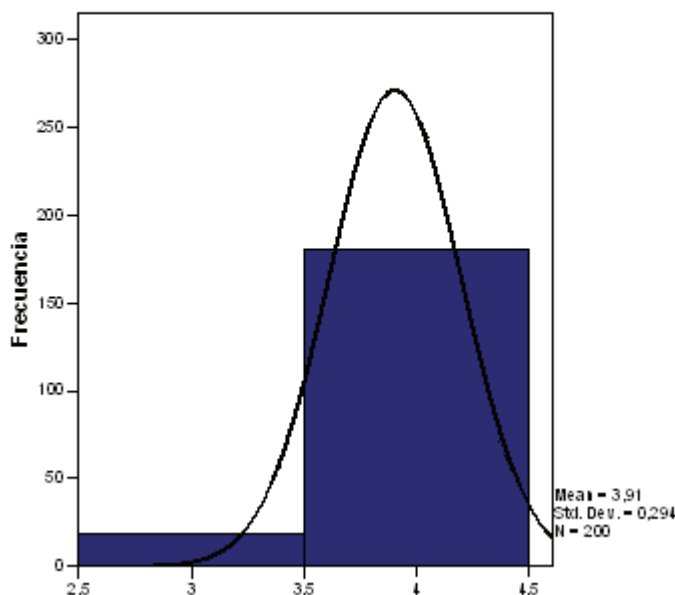
**Cuestión 17. 40.- ¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

CAPÍTULO IX

	bastante	19	9.5	9.5	9.5
Válidos	mucho	181	90.5	90.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra el 90,5% considera muy importante "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 9,5% lo considera bastante importante.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 181 (90,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Tecnología Textil" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 19 (9,5%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que del total de la muestra es considerado muy importante por casi la totalidad (90,5%)

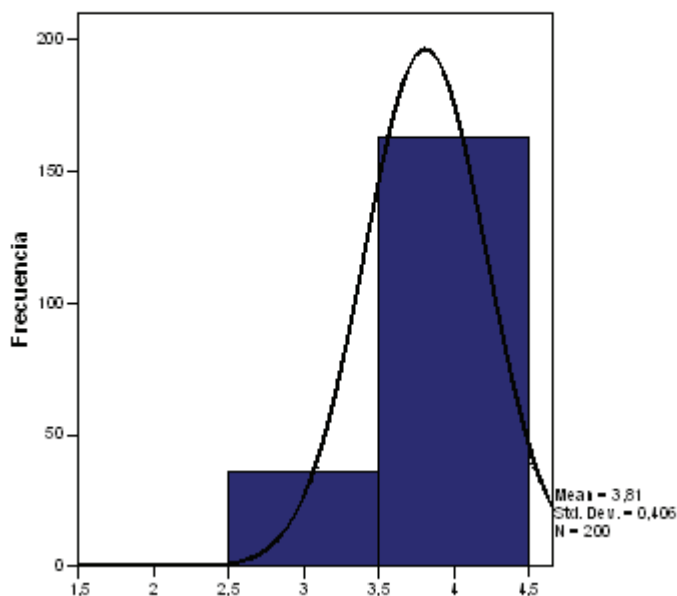
**Cuestión 17. 41.- ¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

	poco	1	.5	.5	.5
Válidos	bastante	36	18.0	18.0	18.5
	mucho	163	81.5	81.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 81,5% considera muy importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 18% lo considera bastante importante y el 0,5% considera poco importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 163 (81,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 36 (18%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que consideran poco importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

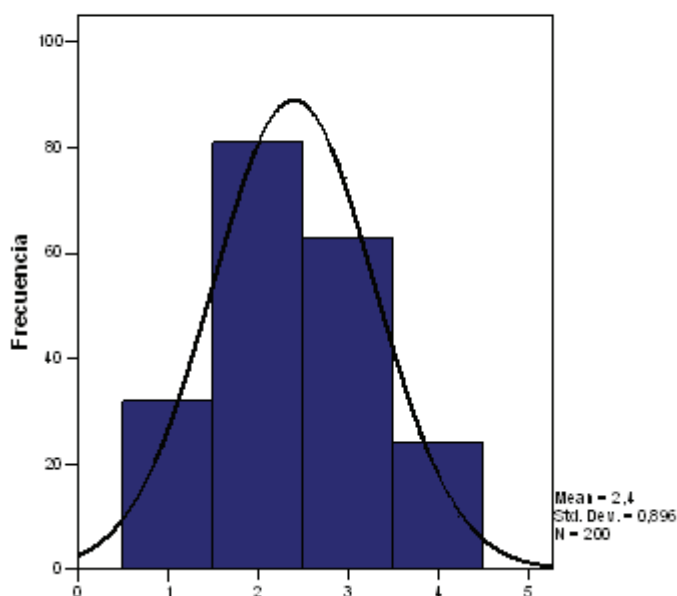
## CAPÍTULO IX

Observamos que el 99,5% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Tecnología de la Confección" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### Cuestión 17. 42.- ¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	32	16.0	16.0
	poco	81	40.5	56.5
	bastante	63	31.5	88.0
	mucho	24	12.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?



Del total de la muestra el 40,5% considera poco importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 31,5% lo considera bastante importante; el 16% lo considera nada importante y el 12% considera muy importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 81 (40,5%) hace referencia a

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

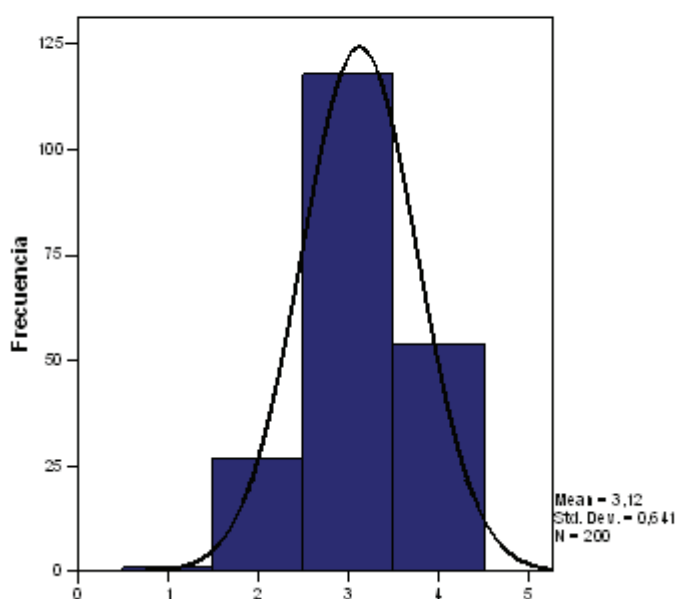
los que consideran poco importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 63 (31,5%) a los que lo consideran bastante importante; una frecuencia de 32 (16%) a los que lo consideran nada importante y una frecuencia de 24 (12%) a los que consideran muy importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que más de la mitad (56,5%) consideran poco o nada importante "Ergonomía" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda frente a un 43,5% que lo considera bastante o muy importante.

### **Cuestión 17. 43.- ¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	.5	.5
	poco	27	13.5	14.0
	bastante	118	59.0	73.0
	mucho	54	27.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra el 59% considera bastante importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 27% lo considera muy importante; el 13,5% lo considera poco importante y el 0,5% considera nada importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

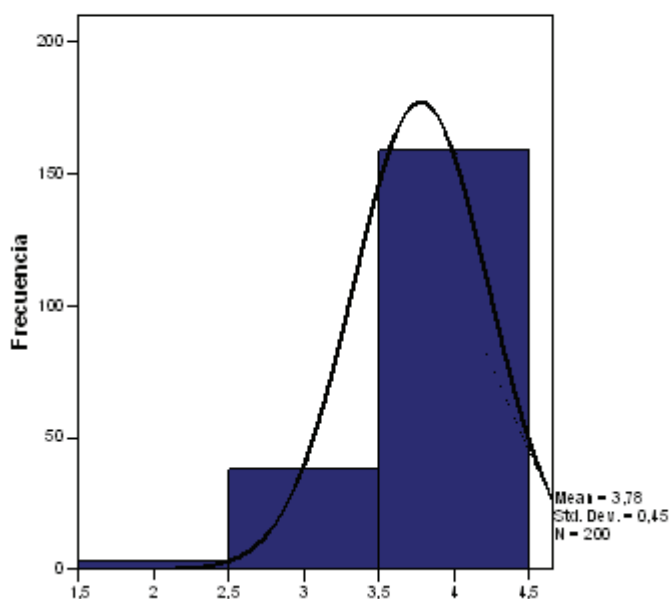
En el histograma (Graf. ¿Considera "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 118 (59%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 54 (27%) a los que lo consideran muy importante; una frecuencia de 27 (13,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que consideran nada importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 86% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Orientación Profesional" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

### **Cuestión 17. 44.- ¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	3	1.5	1.5
	bastante	38	19.0	20.5
	mucho	159	79.5	79.5
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 79,5% considera muy importante "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 19% lo considera bastante importante y el 1,5% considera poco importante "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

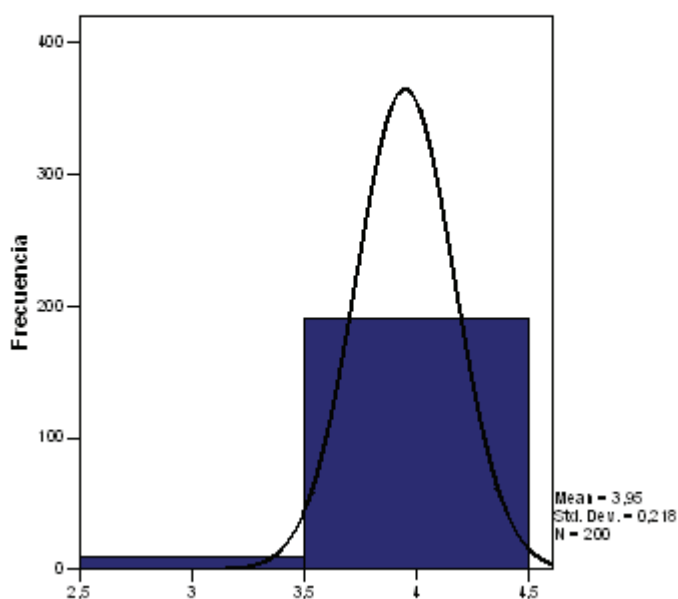
En el histograma (Graf. ¿Considera "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 159 (79,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 38 (19%) a los que lo consideran bastante importante y una frecuencia de 3 (1,5%) a los que consideran poco importante "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

Observamos que el 98,5% del total de la muestra considera bastante o muy importante "Técnicas de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Moda" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 45.- ¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	10	5.0	5.0	5.0
	mucho	190	95.0	95.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 95% considera muy importante "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 5% lo considera bastante importante.

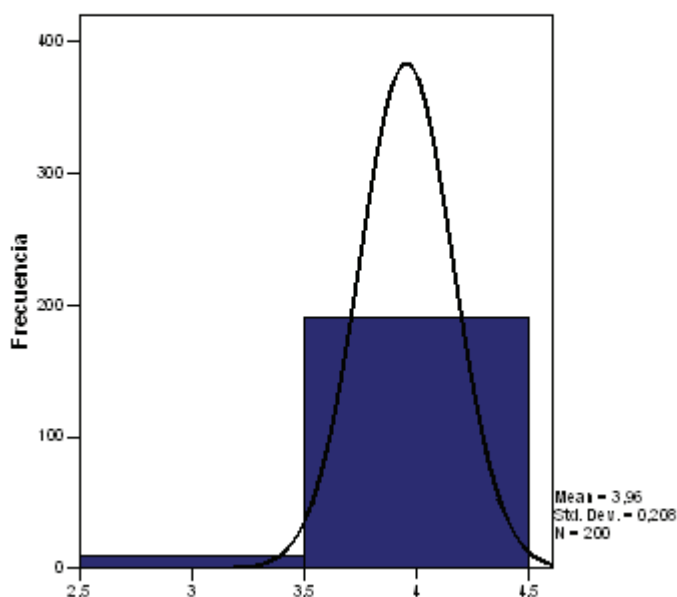
En el histograma (Graf. ¿Considera "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 190 (95%) hace referencia a los que consideran muy importante "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 10 (5%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que la totalidad de la muestra lo considera algo relevante y el 95% considera que es muy importante "Creatividad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 46.- ¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	9	4.5	4.5	4.5
	mucho	191	95.5	95.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 95,5% considera muy importante "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y el 4,5% lo considera bastante importante.

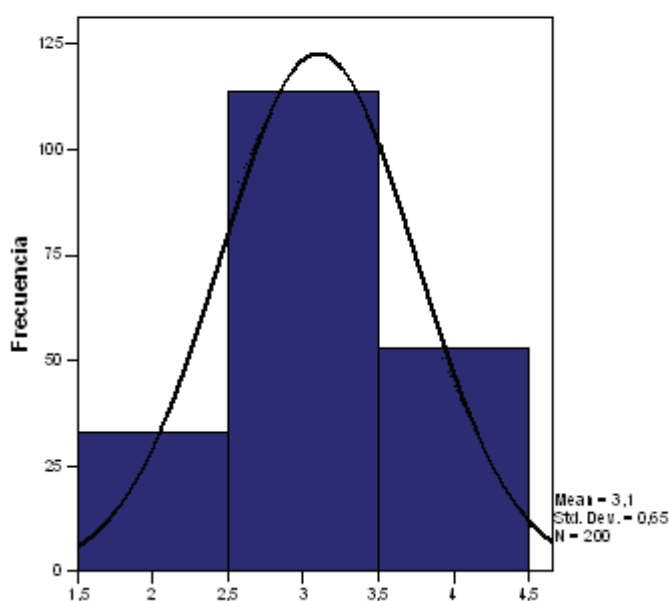
En el histograma (Graf. ¿Considera "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 191 (95,5%) hace referencia a los que consideran muy importante "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda y una frecuencia de 9 (4,5%) a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que para toda la muestra es bastante o muy importante "Publicidad" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 17. 47.- ¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	poco	33	16.5	16.5	16.5
	bastante	114	57.0	57.0	73.5
	mucho	53	26.5	26.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?**



Del total de la muestra el 57% considera bastante importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; el 26,5% lo considera muy importante y el 16,5% considera poco importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda?) una frecuencia de 114 (57%) hace referencia a los que consideran bastante importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda; una frecuencia de 53 (26,5%) a los que lo consideran muy importante y una frecuencia de 33 (16,5%) a los que considera poco importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

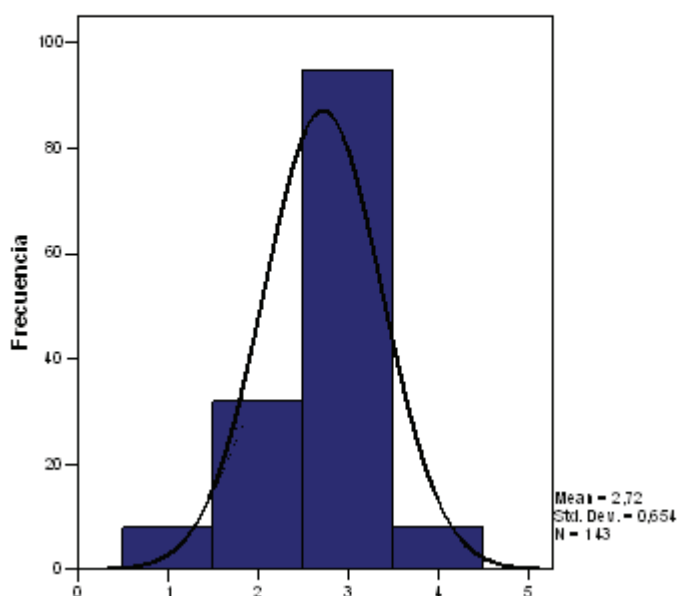
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Observamos que para el 83,5% es bastante o muy importante "Protocolo" como materia a incluir en un Plan de Estudios de Moda.

**Cuestión 18.- ¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	8	4.0	5.6	5.6
	casi siempre	32	16.0	22.4	28.0
	algunas veces	95	47.5	66.4	94.4
	nunca	8	4.0	5.6	100.0
	Total	143	71.5	100.0	
Perdidos	Sistema	57	28.5		
Total		200	100.0		

**¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?**



Del total de la muestra (200) ha contestado el 71,5%. El 66,4% considera que algunas veces la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea; el 22,4% considera que casi siempre la metodología utilizada era la idónea; el 5,6% considera que siempre la metodología era la idónea y el 5,6% considera que nunca la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea.

## CAPÍTULO IX

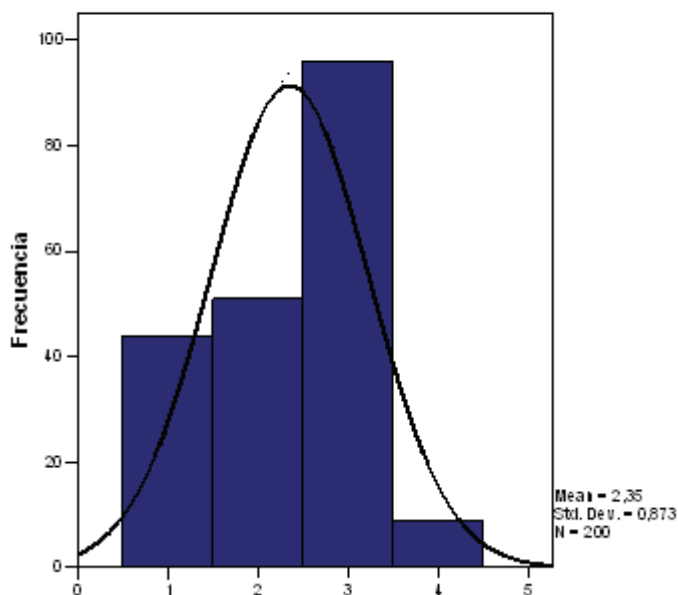
En el histograma (Graf. ¿Considera que la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea?) una frecuencia de 95 (66,4%) hace referencia a los que consideran que algunas veces la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea; una frecuencia de 32 (22,4%) hace referencia a los que consideran que casi siempre la metodología era la idónea; una frecuencia de 8 (5,6%) a los que consideraban que siempre lo era y una frecuencia de 8 (5,6%) a los que consideraban que nunca la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea.

Observamos que un amplio porcentaje del total de entrevistados (66,4%) considera que algunas veces la metodología utilizada en las diferentes disciplinas que cursó en sus Estudios de Moda era la idónea.

### **Cuestión 19. 1.- ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Teórica y Práctica al 50%?"**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	44	22.0	22.0
	poco	51	25.5	47.5
	bastante	96	48.0	95.5
	mucho	9	4.5	100.0
	Total	200	100.0	

**¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Teórica y Práctica al 50% ?**



Del total de la muestra el 48% considera bastante importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser Teórica y Práctica al 50%; el 25,5% lo considera poco importante; el 22% lo considera nada importante y el 4,5% considera muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser Teórica y Práctica al 50%.

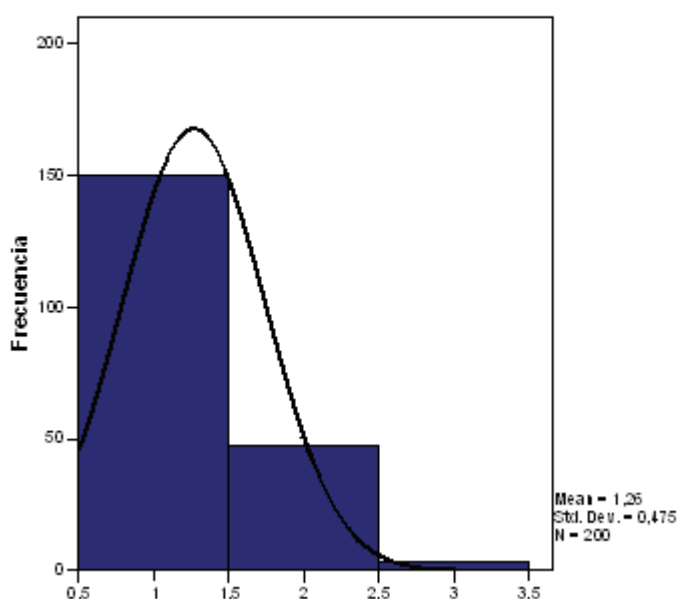
En el histograma (Graf. ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser Teórica y Práctica al 50%?) una frecuencia de 96 (48%) hace referencia a los que consideran bastante importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser Teórica y Práctica al 50%; una frecuencia de 51 (25,5%) a los que lo consideran poco importante; una frecuencia de 44 (22%) a los que lo consideran nada importante y una frecuencia de 9 (4,5%) a los que consideran muy importante la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser Teórica y Práctica al 50%.

Observamos que el 52,5% de la muestra considera bastante o muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser Teórica y Práctica al 50% frente a un 47,5% que lo considera poco o nada importante.

**Cuestión 19. 2.- ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Teórica que Práctica?"**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	150	75.0	75.0	75.0
	poco	47	23.5	23.5	98.5
	bastante	3	1.5	1.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera que la metodología mas idonea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Teórica que Práctica?"**



Del total de la muestra el 75% considera nada importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Teórica que Práctica; el 23,5% lo considera poco importante y el 1,5% considera bastante importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Teórica que Práctica.

En el histograma (Graf. ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Teórica que Práctica?) una frecuencia de 150 (75%) hace referencia a los que consideran nada importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Teórica que Práctica; una frecuencia de 47 (23,5%) a los que lo consideran poco importante y una frecuencia de 3 (1,5%) a los que consideran bastante

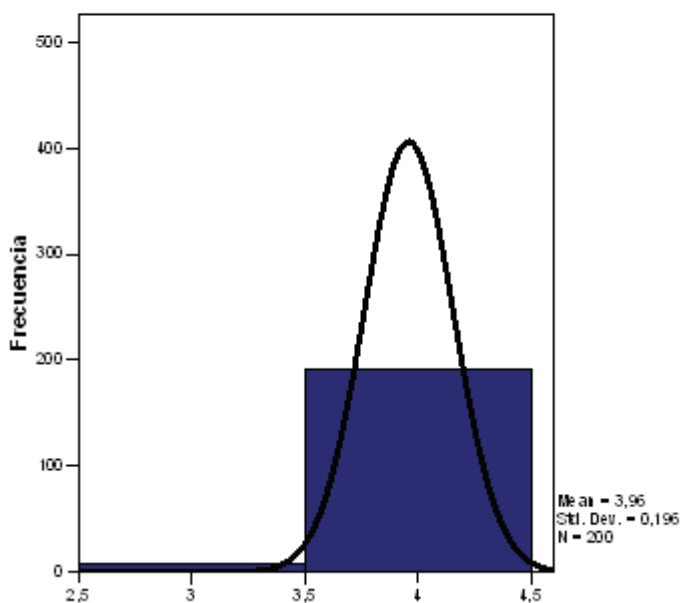
importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Teórica que Práctica.

Observamos que el 98,5% considera poco o nada importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Teórica que Práctica.

**Cuestión 19. 3.- ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Práctica que Teórica?"**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	bastante	8	4.0	4.0	4.0
	mucho	192	96.0	96.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera que la metodología mas idonea en unos Estudios de Moda debería de ser "Más Práctica que Teórica?"**



Del total de la muestra el 96% considera que es muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Práctica que Teórica y el 4% lo considera bastante importante.

En el histograma (Graf. ¿Considera que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Práctica que Teórica?) una frecuencia de 192 (96%) hace referencia a los que consideran muy importante que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Práctica

## CAPÍTULO IX

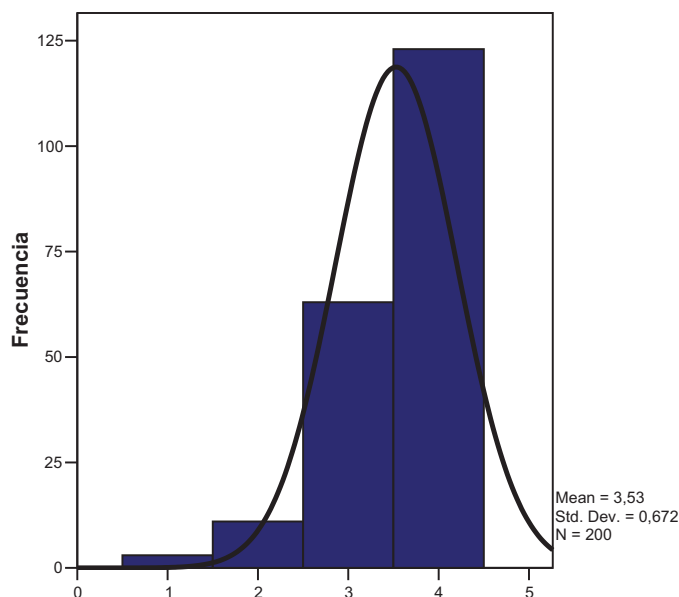
que Teórica y una frecuencia de 8 (4%) hace referencia a los que lo consideran bastante importante.

Observamos que la totalidad de la muestra considera de especial importancia que la metodología más idónea en unos Estudios de Moda debería ser más Práctica que Teórica.

**Cuestión 20. 1.- ¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	3	1.5	1.5
	poco	11	5.5	7.0
	bastante	63	31.5	38.5
	mucho	123	61.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra el 61,5% considera muy idóneo que sea entre "10 y 15" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; el 31,5% lo considera bastante idóneo; el 5,5% lo considera poco importante y el 1,5% considera nada idóneo que sea entre "10 y 15" el número de alumnos para

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

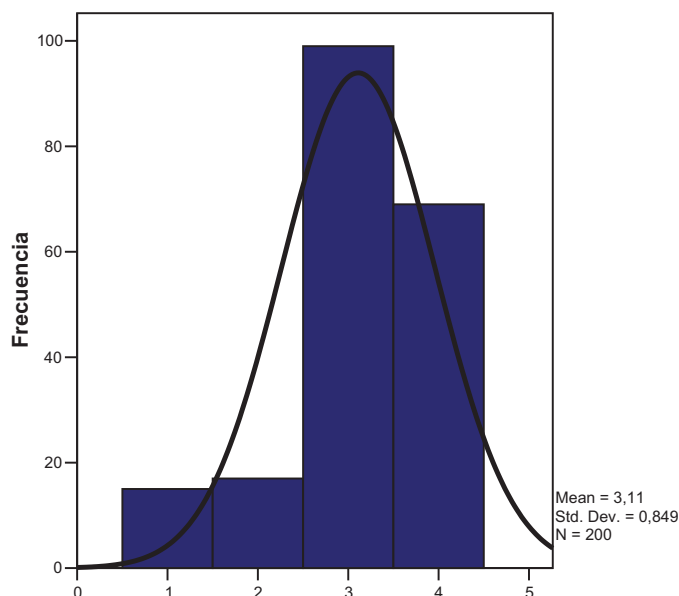
En el histograma (Graf. ¿Considera que sea entre “10 y 15” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?) una frecuencia de 123 (61,5%) hace referencia a los que consideran muy idóneo que sea entre “10 y 15” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; una frecuencia de 63 (31,5%) lo consideran bastante idóneo; una frecuencia de 11 (5,5%) lo consideran poco idóneo y una frecuencia de 3 (1,5%) consideran nada idóneo que sea entre “10 y 15” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

Observamos que el 93% considera bastante y muy idóneo que sea entre “10 y 15” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

**Cuestión 20. 2.- ¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	15	7.5	7.5	7.5
poco	17	8.5	8.5	16.0
Válidos bastante	99	49.5	49.5	65.5
mucho	69	34.5	34.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra el 49,5% considera bastante idóneo que sea entre “15 y 20” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; el 34,5% lo considera muy idóneo; el 8,5% lo considera poco idóneo y el 7,5% considera nada idóneo que sea entre “15 y 20” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

En el histograma (Graf. ¿Considera que entre “15 y 20” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?) una frecuencia de 99 (49,5%) hace referencia a los que consideran bastante idóneo que sea entre “15 y 20” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; una frecuencia de 69 (34,5%) a los que lo consideran muy idóneo; una frecuencia de 17 (8,5%) a los que lo consideran poco idóneo y una frecuencia de 15 (7,5%) a los que consideran nada idóneo que sea entre “15 y 20” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

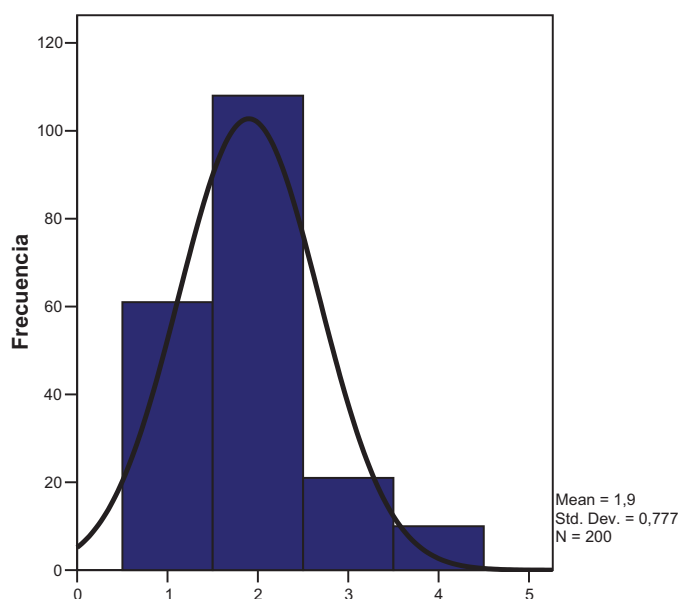
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

Observamos que el 84% considera bastante y muy idóneo que sea entre “15 y 20” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

**Cuestión 20. 3.- ¿Considera entre "20 y 25" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	61	30.5	30.5
	poco	108	54.0	84.5
	bastante	21	10.5	95.0
	mucho	10	5.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera entre "20 y 25" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra el 54% considera poco idóneo que sea entre “20 y 25” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; el 30,5% lo considera nada idóneo; el 10,5% lo considera bastante idóneo y el 5% considera muy idóneo que sea entre “20 y 25” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

## CAPÍTULO IX

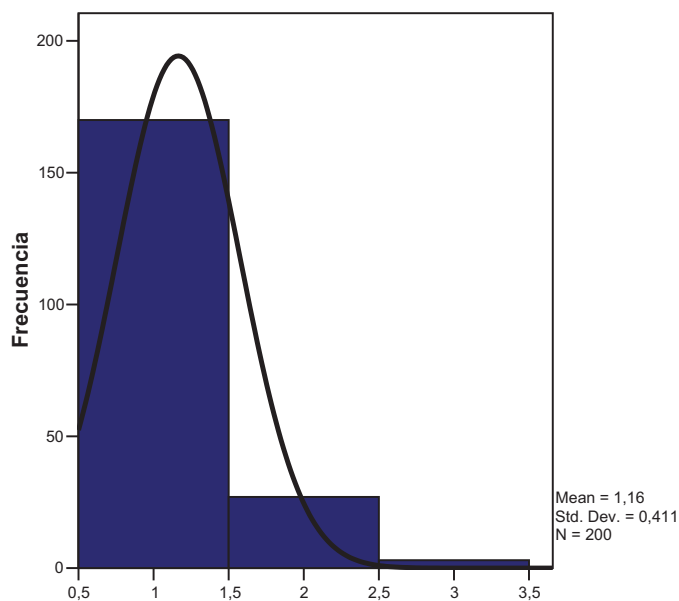
En el histograma (Graf. ¿Considera que sea entre “20 y 25” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?) una frecuencia de 108 (54%) hace referencia a los que consideran que sea entre “20 y 25” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; una frecuencia de 61 (30,5%) a los que lo consideran nada idóneo; una frecuencia de 21 (10,5%) a los que lo consideran bastante idóneo y una frecuencia de 10 (5%) a los que consideran muy idóneo que sea entre “20 y 25” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

Observamos que el 84,5% del total de la muestra considera poco o nada idóneo que sea entre “20 y 25” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

**Cuestión 20. 4.- ¿Considera entre "25 y 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	170	85.0	85.0
	poco	27	13.5	98.5
	bastante	3	1.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera entre "25 y 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra el 85% considera nada idóneo que sea entre “25 y 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; el 13,5% lo considera poco idóneo y el 1,5% considera bastante idóneo que sea entre “25 y 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

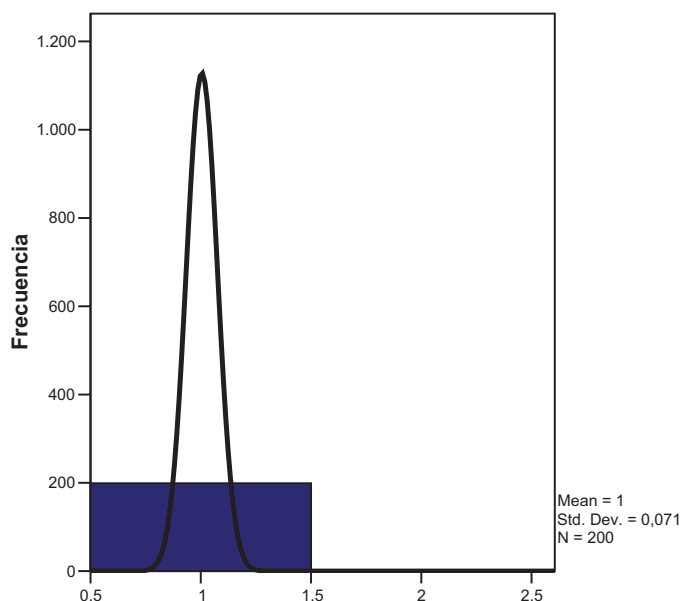
En el histograma (Graf. ¿Considera entre “25 y 30” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?) una frecuencia de 170 (85%) hace referencia a los que consideran nada idóneo que sea entre “25 y 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica; una frecuencia de 27 (13,5%) lo considera poco idóneo y una frecuencia de 3 (1,5%) considera bastante idóneo que sea entre “25 y 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

Observamos que el 98,5% considera poco o nada idóneo que sea entre “25 y 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

**Cuestión 20. 5.- ¿Considera "Más de 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nada	199	99.5	99.5	99.5
poco	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Más de 30" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?**



Del total de la muestra el 99,5% considera nada idóneo que sea “Más de 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica y el 0,5% lo considera poco idóneo.

En el histograma (Graf. ¿Considera “Más de 30” el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica?) una frecuencia de

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

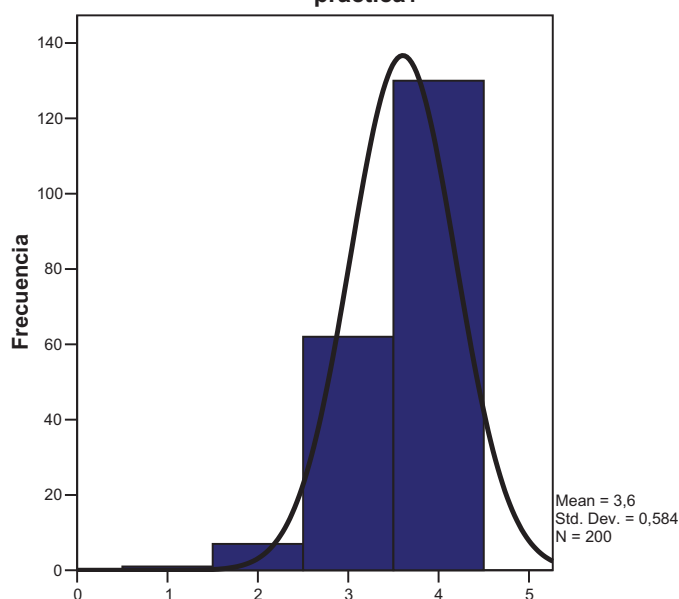
199 (99,5%) hace referencia a los que consideran nada idóneo que sea “Más de 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica y una frecuencia de 1 (0,5%) a los que lo consideran poco idóneo.

Observamos que la totalidad de la muestra considera poco o nada idóneo que sea “Más de 30” el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación teórica.

**Cuestión 21. 1.- ¿Considera entre "1 y 5" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	1	.5	.5
	poco	7	3.5	4.0
	bastante	62	31.0	35.0
	mucho	130	65.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera entre "1 y 5" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



## CAPÍTULO IX

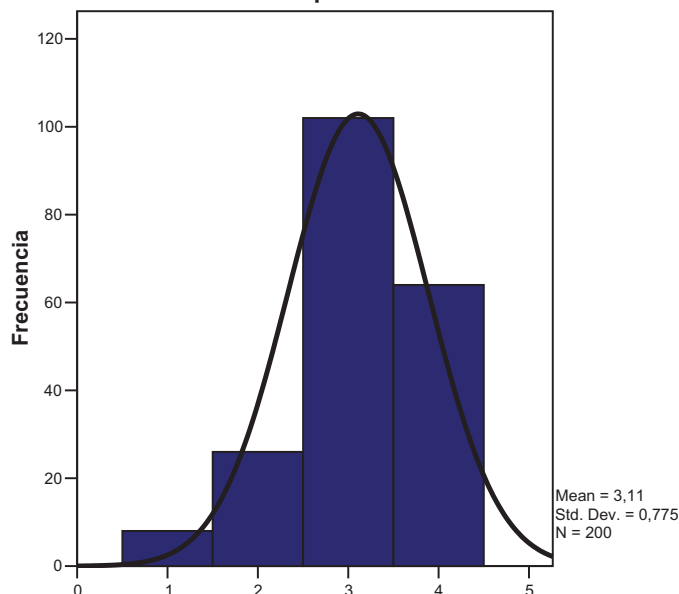
Del total de la muestra, un 65% considera muy idóneo entre "5 y 10" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica; el 31% lo considera muy idóneo; el 3,5% lo considera poco idóneo y el 0,5% lo considera nada idóneo.

En el histograma (Graf. ¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?) una frecuencia de 130 (65%) considera muy idóneo entre "5 y 10" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica; una frecuencia de 62 (31%); una frecuencia de 7 (3,5%) lo considera poco idóneo una frecuencia de 1 (0,5%) lo considera nada idóneo.

**Cuestión 21. 2.- ¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	8	4.0	4.0
	poco	26	13.0	17.0
	bastante	102	51.0	68.0
	mucho	64	32.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



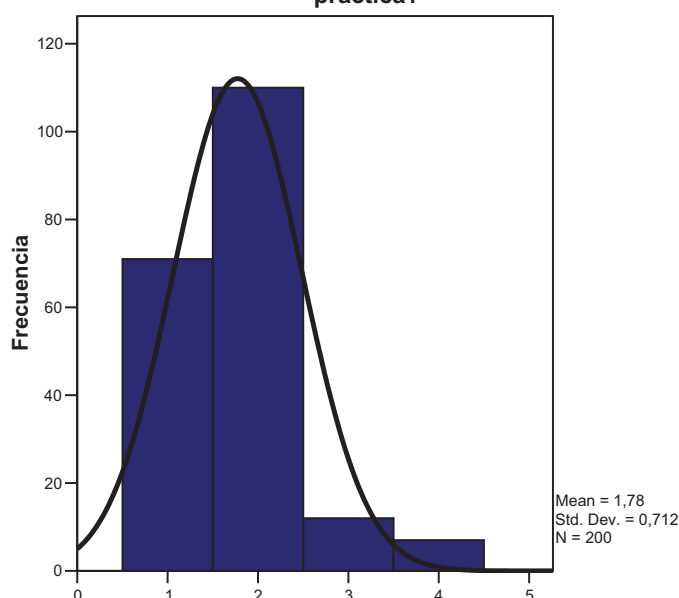
Del total de la muestra, un 51% considera bastante idóneo entre "5 y 10" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica; el 32% lo considera muy idóneo; el 13% lo considera poco idóneo y el 4% lo considera nada idóneo.

En el histograma (Graf. ¿Considera entre "5 y 10" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?) una frecuencia de 102 (51%) considera bastante idóneo entre "5 y 10" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica; una frecuencia de 64 (32%) lo considera muy idóneo; una frecuencia de 26 (13%) lo considera poco idóneo y una frecuencia de 8 (4%) considera nada idóneo entre "5 y 10" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica.

**Cuestión 21. 3.- ¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nada	71	35.5	35.5
	poco	110	55.0	90.5
	bastante	12	6.0	96.5
	mucho	7	3.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0

**¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



Del total de la muestra, el 55% considera poco idóneo entre "10 y 15" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica; el 35,5% lo considera nada idóneo; el 6% lo considera bastante idóneo y el 3,5% lo considera muy idóneo.

En el histograma (Graf. ¿Considera entre "10 y 15" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?) una frecuencia de 110 (55%) considera poco idóneo entre "10 y 15" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

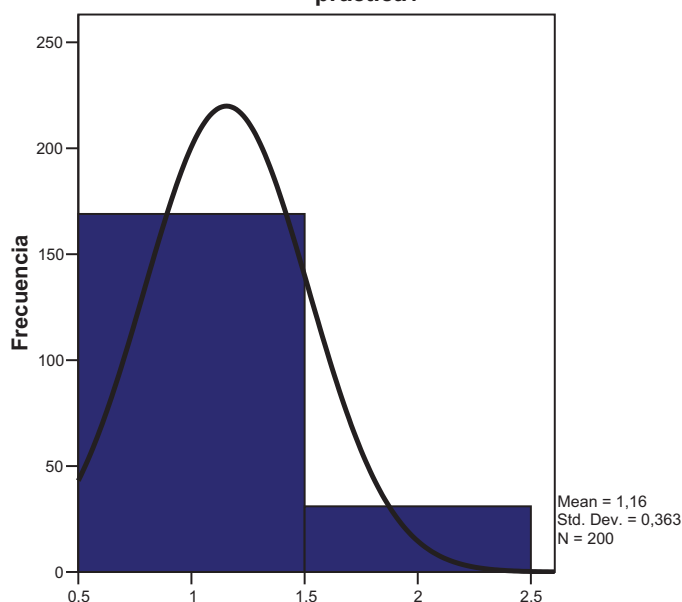
en lo referente a la formación práctica; una frecuencia de 71(35,5%) lo considera nada idóneo; una frecuencia de 12 (6%) lo considera bastante idóneo y una frecuencia de 5 (3,5%) considera muy idóneo entre "10 y 15" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica.

Del total de la muestra, el 90,5% considera nada o poco idóneo entre "10 y 15" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

**Cuestión 21. 4.- ¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nada	169	84.5	84.5	84.5
poco	31	15.5	15.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



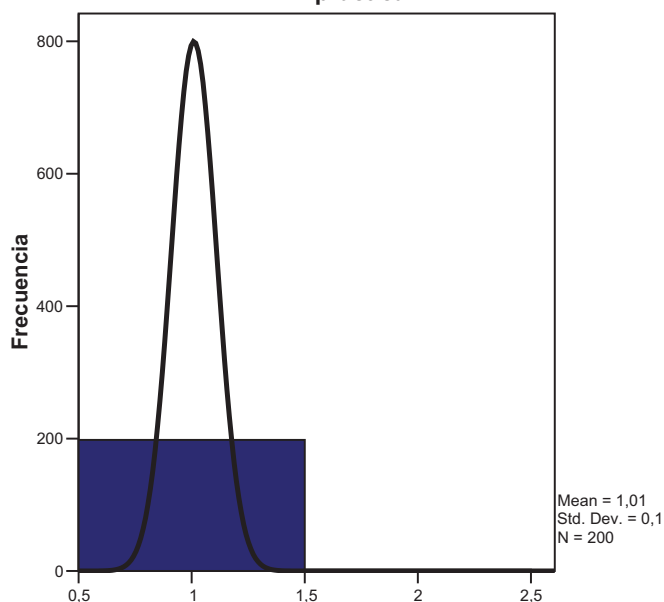
El 84,5% del total de la muestra considera nada idóneo entre "15 y 20" el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica, y un 15,5% lo considera poco idóneo.

En el histograma (Graf. ¿Considera entre "15 y 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?) una frecuencia de 169 (84,5%) considera nada idóneo entre "15 y 20"el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica y una frecuencia de 31 (15,5%) lo considera poco idóneo.

**Cuestión 21. 5.- ¿Considera "Más de 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos nada	198	99.0	99.0	99.0
poco	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera "Más de 20"el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?**



El 99% del total de la muestra considera nada idóneo más de 20"el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica, junto a un 2% que lo considera nada idóneo.

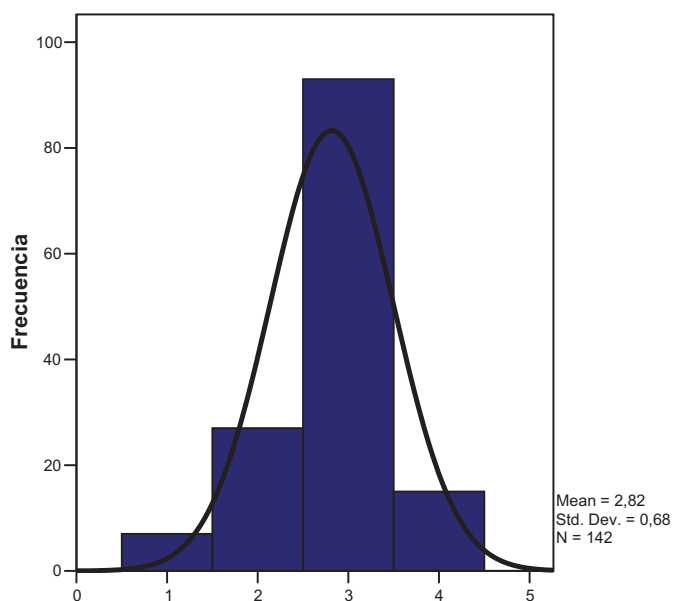
## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el histograma (Graf. ¿Considera más de 20" el número de alumnos más idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica?) una frecuencia de 198 (99%) ha respondido que considera nada idóneo más de 20"el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica y una frecuencia de 2 (1%) considera poco idóneo más de 20"el número de alumnos para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en unos Estudios de Moda en lo referente a la formación práctica.

### Cuestión 22.- ¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	7	3.5	4.9	4.9
	casi siempre	27	13.5	19.0	23.9
	algunas veces	93	46.5	65.5	89.4
	nunca	15	7.5	10.6	100.0
	Total	142	71.0	100.0	
Perdidos	Sistema	58	29.0		
Total		200	100.0		

#### ¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las practicas que realizó en sus Estudios de Moda?



## CAPÍTULO IX

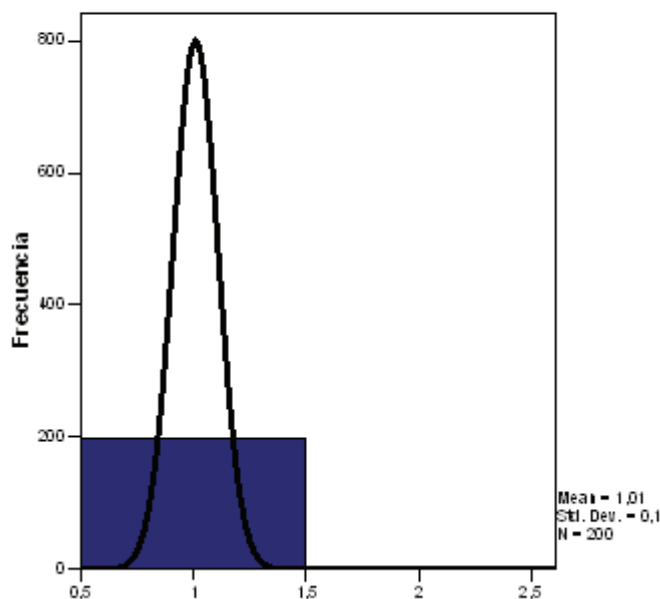
Del total de la muestra, ha respondido a esta pregunta el 71%. Entre las respuestas, un 65,5% considera que algunas veces han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda; un 19% considera que casi siempre; un 10,6% que nunca y un 4,9% considera que siempre han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda?) una frecuencia de 93 (65,5%) considera que algunas veces han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda; una frecuencia de 27 (19%) considera que casi siempre; una frecuencia de 15 (10,6%) considera que nunca y una frecuencia de 7 (4,9%) considera que han atendido correctamente a los objetivos propuestos las prácticas que realizó en sus Estudios de Moda.

### **Cuestión 23.- ¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	198	99.0	99.0	99.0
no	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?**



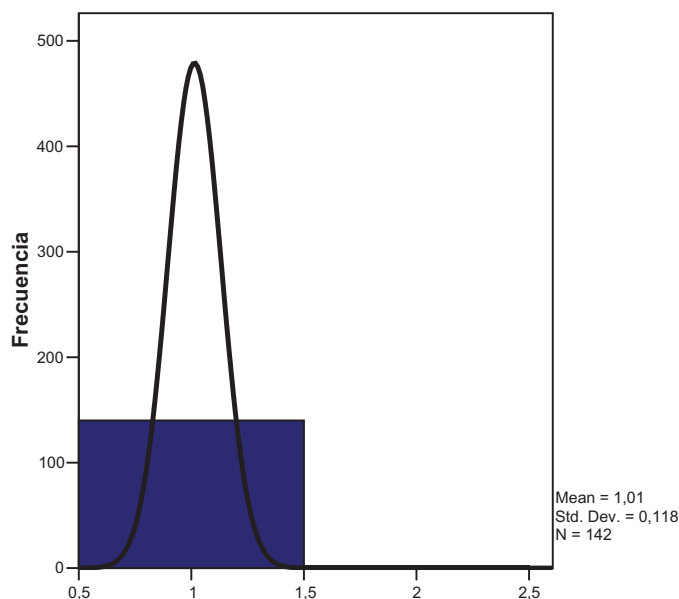
Del total de la muestra, el 99% considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda frente a un 1% que no considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda?) una frecuencia de 198 (99%) ha respondido que sí considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda y una frecuencia de 2 (1%) que no considera necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar a los Diseñadores de Moda.

**Cuestión 24.- ¿Ha hecho prácticas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	140	70.0	98.6	98.6
	no	2	1.0	1.4	100.0
	Total	142	71.0	100.0	
Perdidos	Sistema	58	29.0		
Total		200	100.0		

**¿Ha hecho practicas en talleres de moda,empresas,etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?**



Del total de la muestra (200), ha respondido a esta pregunta el 71% de los encuestados. De ellos, el 98,6% ha respondido que sí heho practicas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda frente a un 1,4% que ha respondido que no ha hecho practicas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Ha hecho prácticas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda?) una frecuencia de 140 (98,6%) ha respondido que sí ha hecho practicas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda frente a una frecuencia de 2 (1,4%) que ha respondido que no ha hecho practicas en talleres de moda, empresas, etc... durante en el tiempo en el que ha cursado sus Estudios de Moda.

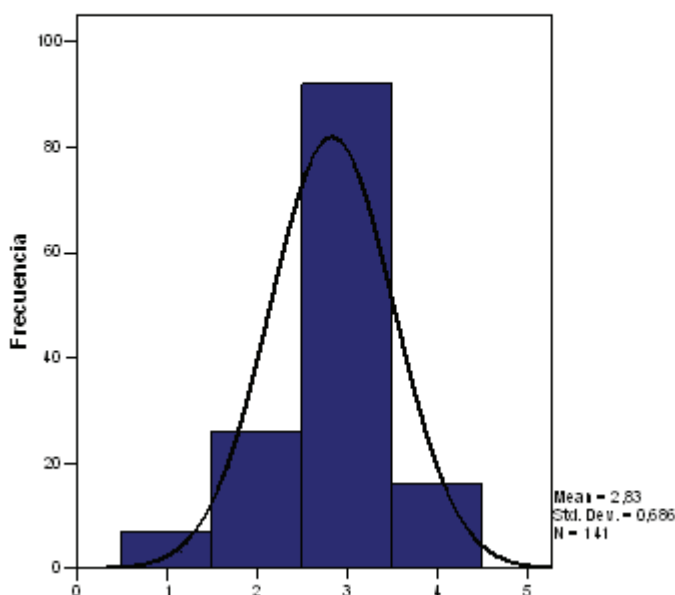
**Cuestión 25.- ¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

	siempre	7	3.5	5.0	5.0
	casi siempre	26	13.0	18.4	23.4
Válidos	algunas veces	92	46.0	65.2	88.7
	nunca	16	8.0	11.3	100.0
	Total	141	70.5	100.0	
Perdidos	Sistema	59	29.5		
Total		200	100.0		

**¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?**



Del total de la muestra (200) ha respondido a esta pregunta el 70,5%. De ellos, el 65,2% considera que algunas veces las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos; un 18,4% considera que casi siempre; un 11,3% considera que nunca y un 5% considera que siempre las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos.

En el histograma (Graf. ¿Considera que las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos?), una frecuencia de 92 (65,2%) considera que algunas veces las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos; una frecuencia de 26 (18,4%)

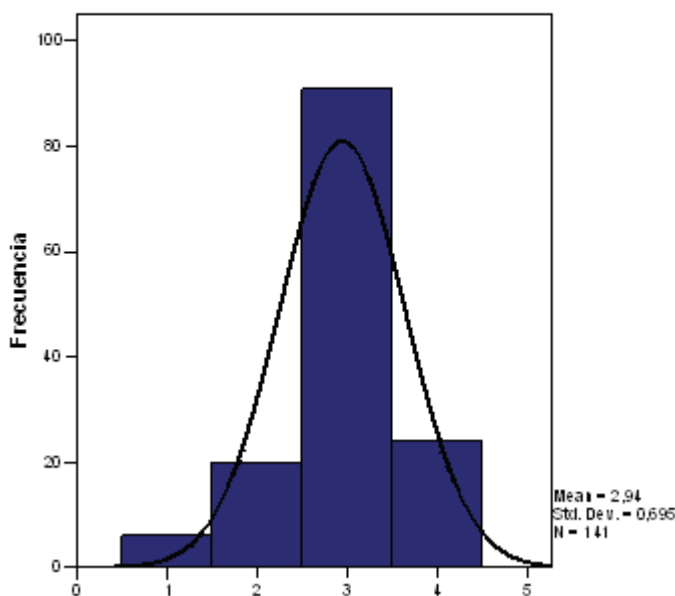
## CAPÍTULO IX

considera que casi siempre; una frecuencia de 16 (11,3%) considera que nunca y una frecuencia de 7 (5%) considera que siempre las prácticas propuestas en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a los objetivos propuestos.

**Cuestión 26.- ¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	siempre	6	3.0	4.3	4.3
	casi siempre	20	10.0	14.2	18.4
	algunas veces	91	45.5	64.5	83.0
	nunca	24	12.0	17.0	100.0
	Total	141	70.5	100.0	
Perdidos	Sistema	59	29.5		
Total		200	100.0		

**¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?**



Del total de la muestra (200), ha respondido a esta pregunta el 70,5%. De ellos, el 64,5% considera que algunas veces los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus

## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

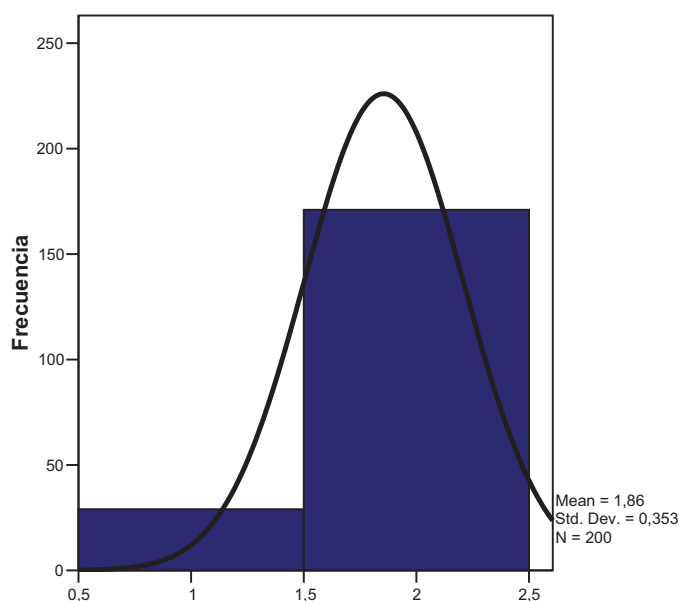
expectativas; un 17% considera que nunca; un 14,2% que casi siempre y un 4,3% que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas.

En el histograma (Graf. ¿Considera que los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas?) una frecuencia de 91 (70,5%) ha respondido que algunas veces los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas; una frecuencia de 24 (17%) que nunca; una frecuencia de 20 (14,2%) que casi siempre y una frecuencia de 6 (4,3%) que siempre los objetivos propuestos en el Centro de Formación donde cursó sus Estudios de Moda han atendido a sus expectativas.

### Cuestión 27.- ¿Considera deberían hacerse las practicas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	en talleres de diseñadores	29	14.5	14.5	14.5
	en empresas textiles	171	85.5	85.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera deberían hacerse las practicas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?**



## CAPÍTULO IX

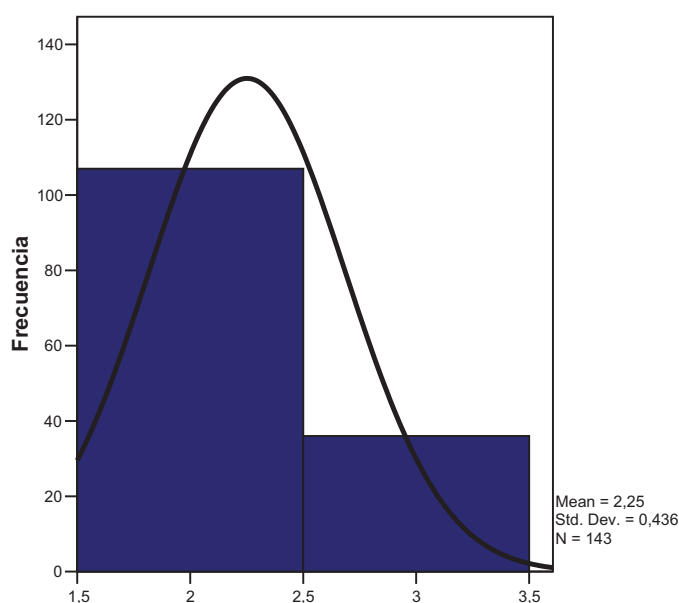
Del total de la muestra, el 85,5% considera que deberían hacerse las prácticas fuera del Centro Docente en Empresas Textiles, frente al 14,5% que considera que deberían hacerse las prácticas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores.

En el histograma (Graf. ¿Considera que deberían hacerse las prácticas fuera del Centro Docente en Talleres de Diseñadores o en Empresas Textiles?) una frecuencia de 171 (85,5%) considera que deberían hacerse prácticas fuera del Centro Docente en Empresas Textiles, y una frecuencia de 29 (14,5%) opina que deberían hacerse en Talleres de Diseñadores.

### Cuestión 28.- ¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	casi todos	107	53.5	74.8	74.8
	pocos	36	18.0	25.2	100.0
	Total	143	71.5	100.0	
Perdidos	Sistema	57	28.5		
Total		200	100.0		

¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?



## INTERPRETACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS

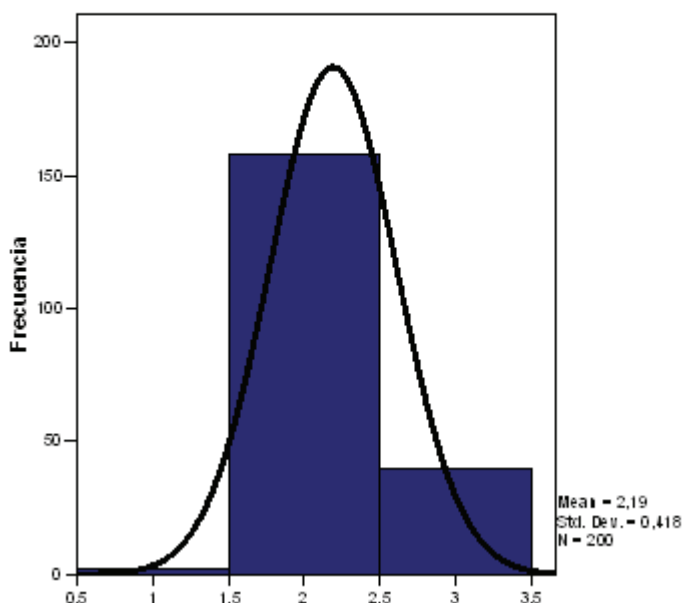
Del total de la muestra (200) ha respondido a esta pregunta el 71,5% de los encuestados. El 74,8% considera que casi todos los docentes tenían Formación Universitaria en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda, frente a un 18% que consideran que pocos tenían Formación Universitaria.

En el histograma (Graf. ¿Tenían Formación Universitaria los docentes en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?), una frecuencia de 107 (74,8%) considera que casi todos los docentes tenían Formación Universitaria en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda, y una frecuencia de 18 (25,2%) consideran que pocos docentes tenían Formación Universitaria en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

**Cuestión 29.- ¿Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	todos	2	1.0	1.0	1.0
	casi todos	158	79.0	79.0	80.0
	algunos	40	20.0	20.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**¿ Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?**



## CAPÍTULO IX

Del total de la muestra, el 79% considera que casi todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios; un 20% lo considera que algunos y un 2% considera que todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios.

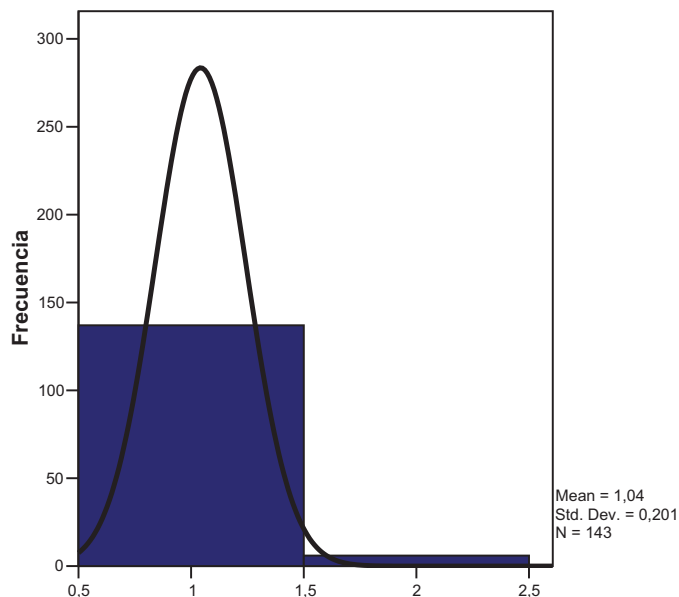
En el histograma (Graf. ¿Considera que los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios?) una frecuencia de 158 (79%) considera que casi todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios; una frecuencia de 40 (20%) considera que algunos y una frecuencia de 2 (1%) considera que todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios.

Se observa que el 99% de los encuestados opinan que algunos o casi todos los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían ser Titulados Universitarios.

**Cuestión 30.- ¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	137	68.5	95.8	95.8
	no	6	3.0	4.2	100.0
	Total	143	71.5	100.0	
Perdidos	Sistema	57	28.5		
Total		200	100.0		

**¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**



Del total de la muestra (200) ha respondido a esta pregunta el 71,5%. De ellos, un 95,8% responde que sí existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda frente a un 4,2% de respuestas que no existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?) una frecuencia de 137 (35,8%) respuestas consideran que sí existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda frente a una frecuencia de 6 (4,2%) de respuestas negativas.

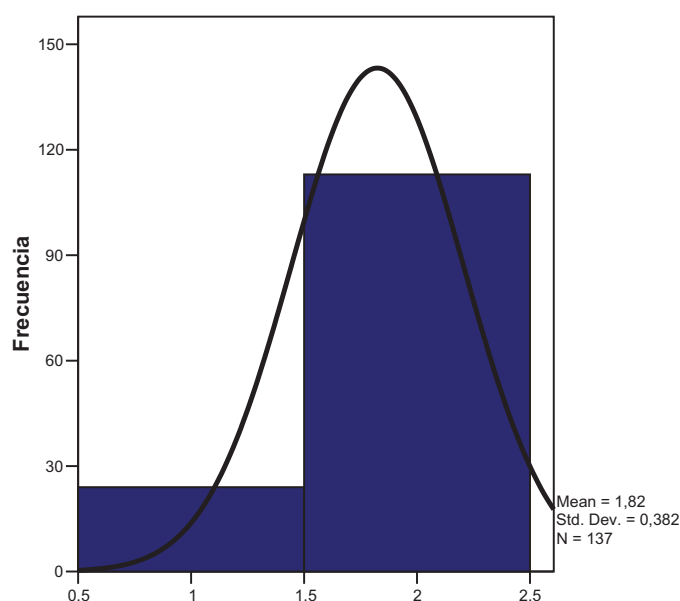
**Cuestión 31.- ¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	24	12.0	17.5	17.5

## CAPÍTULO IX

	no	113	56.5	82.5	100.0
	Total	137	68.5	100.0	
Perdidos	Sistema	63	31.5		
Total		200	100.0		

**¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?**



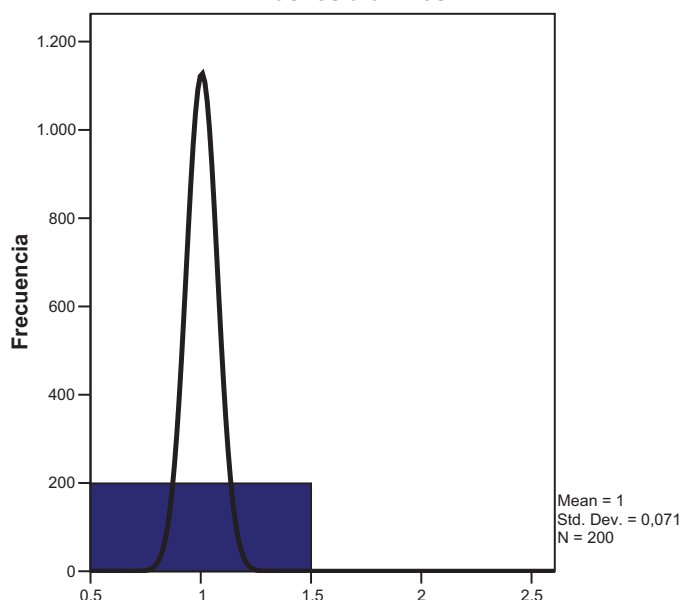
Del total de la muestra (200) ha respondido a esta pregunta el 68,5%. De ellos, el 82,5% considera que no le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda frente a un 17,5% que consideran que si le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

En el histograma (Graf. ¿Le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda?) una frecuencia de 113 (82,5%) considera que no le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda frente a una frecuencia de 24(17,5%) que considera que no le ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral el Departamento dedicado a facilitarle la inserción laboral en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda.

**Cuestión 32.- ¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	199	99.5	99.5	99.5
Válidos no	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?**



Del total de la muestra, el 99,5% considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos, mientras que un 0,5% lo considera poco importante.

En el histograma (Graf. ¿Considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos?) una frecuencia de 199 considera necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos

## CAPÍTULO IX

frente a un 0,5% que considera no necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral de los alumnos.

## **CAPÍTULO X.**

---

# **CONCLUSIONES GENERALES**

## CAPÍTULO X

Como consecuencia de la investigación realizada podemos presentar una serie de conclusiones, que extraemos del estudio de campo, a partir de los siguientes elementos y fases que constituyen nuestra investigación: la herramienta diseñada, una historia de fundamentada de la moda, y de la contribución específica de la misma de los grandes maestros y los principales inventos al respecto.

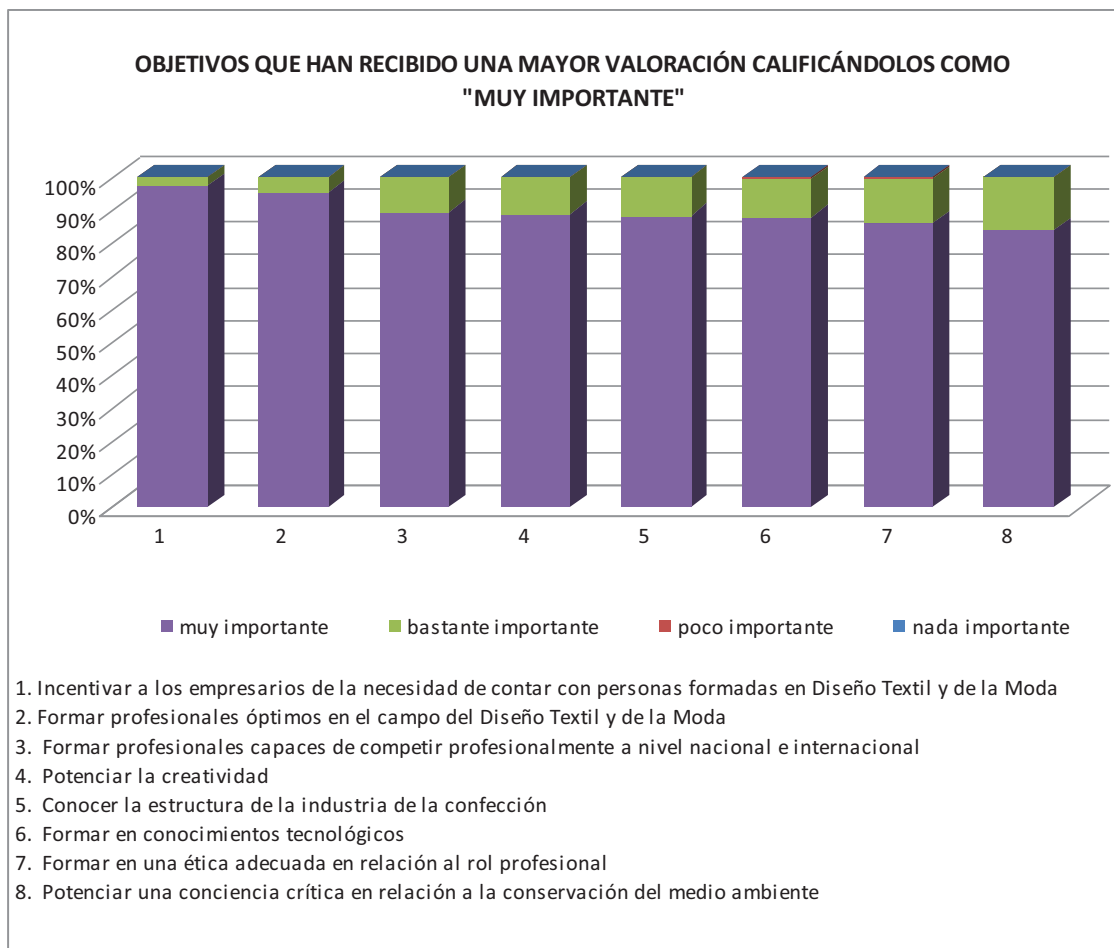
### X. 1. TITULACIÓN

El 71% de los encuestados considera que **el tipo de titulación que debería obtener el Diseñador de Moda es un Grado Universitario**. En cuanto al número de años que deberían durar dichos estudios, el 46,5% de la muestra considera que **los Estudios de Moda deberían durar 5 años**, lo que se corresponde con la titulación de Grado Universitario que complementa su formación con un año de especialización teórico/práctica. En relación a los **Estudios mínimos exigibles para acceder a una titulación de Moda** (respuesta múltiple), el 96,5% de los encuestados consideran muy o bastante importante que sean estudios de **Bachillerato**, considerando también como muy o bastante importante que los estudios previos sean de **Formación Profesional**, con un porcentaje acumulado de respuestas del 81,4%. Sobre la cuestión de si **para acceder a unos Estudios de Moda se considera requisito realizar la prueba de Selectividad**, los resultados abarcan un amplio especto de respuestas sin una tendencia mayoritariamente definida, ya que un 49,7% lo consideran nada o poco importante frente al 50,2% que lo consideran bastante o muy importante. Sin embargo, un 95% del total de encuestados considera como importante que el **alumno debe de superar una prueba específica para acceder a una Titulación de Moda**.

### X. 2. OBJETIVOS, CONTENIDOS Y METODOLOGÍA

La siguiente variable estudiada tiene como objetivo valorar cuales de los **objetivos** propuestos son considerados por los encuestados **que deberían**

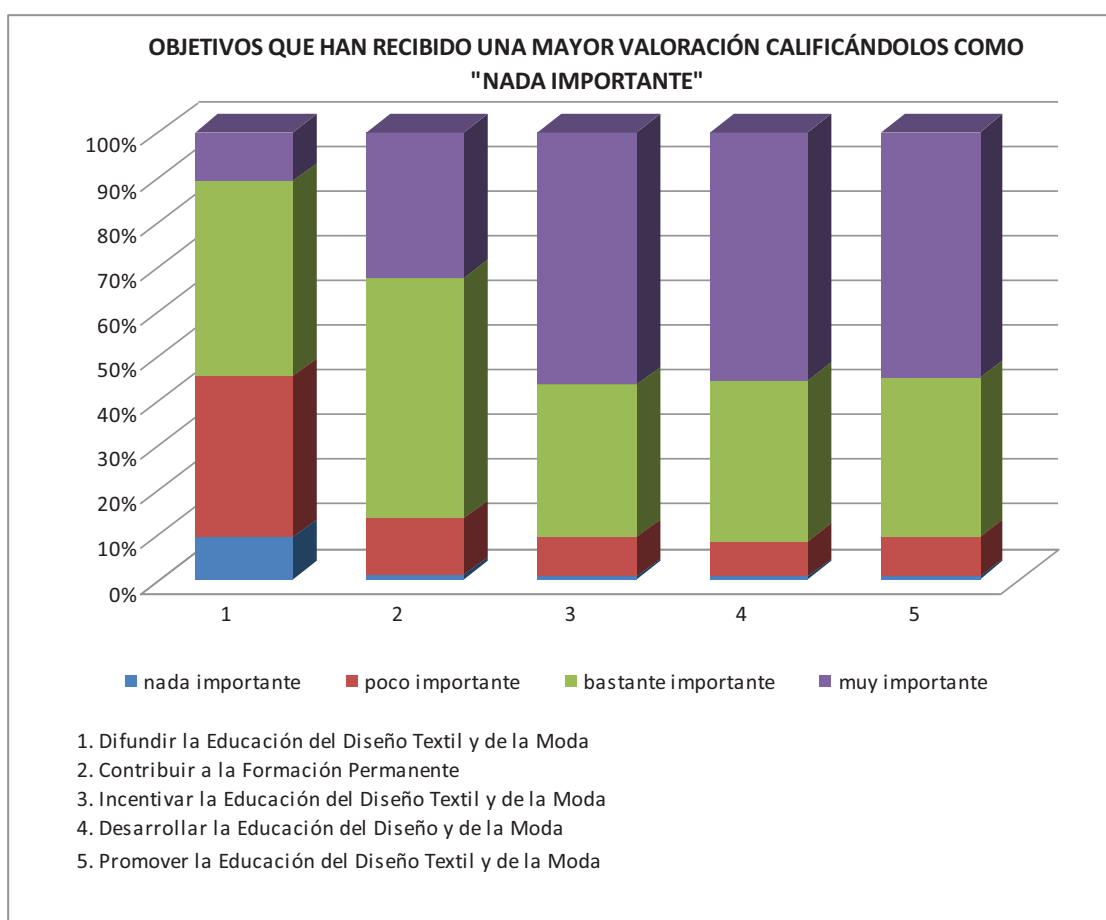
**proponerse a nivel general en unos Estudios de Moda.** De los presentados en el cuestionario, los siguientes **objetivos son los que han alcanzado una mayor valoración atendiendo a su clasificación como “muy importante”**: *“Incentiva a los empresarios de la necesidad de contar con personas formadas en Diseño Textil y de la Moda”* (el 97,5% de los encuestados valoraron como muy importante este objetivo), *“Formar profesionales óptimos en el campo del Diseño Textil y de la moda”* (95,5%), *“Formar profesionales capaces de competir profesionalmente a nivel nacional e internacional”* (89,5%), *“Potenciar la Creatividad”*(89%), *“Conocer la estructura de la industria de la confección”* (88,5%), *“Formar en conocimientos tecnológicos”* (88%), *“Formar en una ética adecuada en relación al rol profesional”* (86%) y *“Potenciar una conciencia crítica en relación a la conservación del medio ambiente”* (84%).



Entre los objetivos menos valorados, es decir, aquellos **objetivos que han recibido una mayor valoración clasificándolos como “nada importante”**,

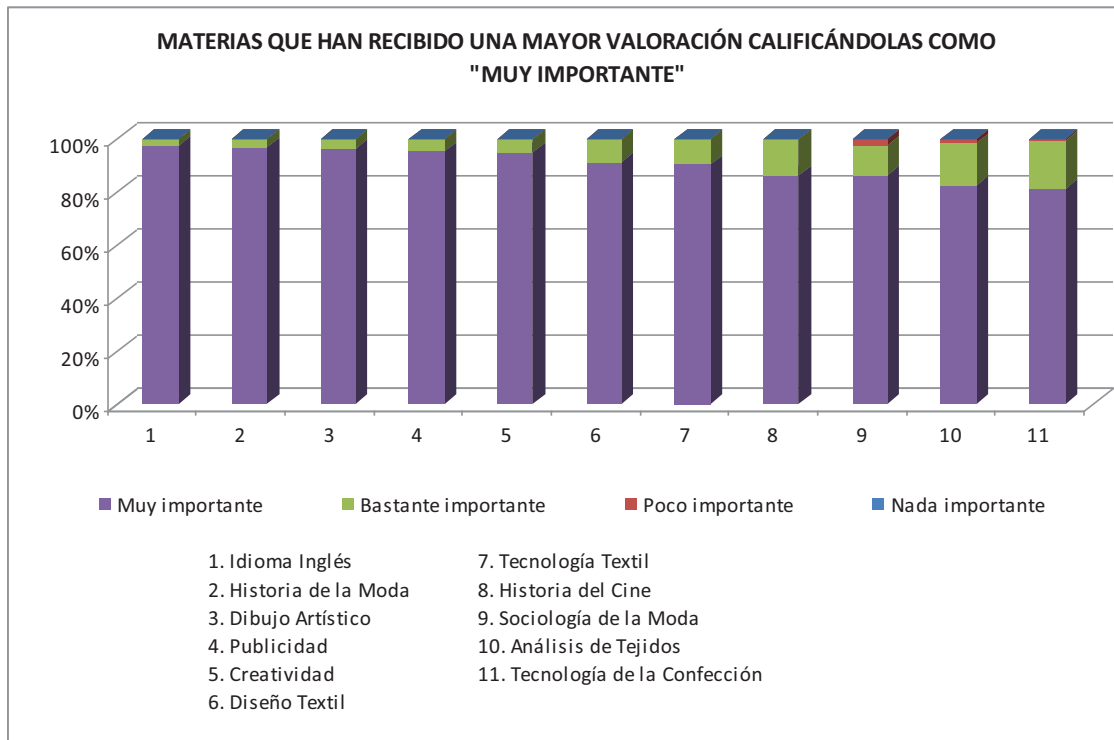
## CAPÍTULO X

se encuentran “*Difundir la Educación del Diseño Textil y de la Moda*” (el 9,4% de los encuestados valoraron este objetivo como nada importante), “*Contribuir a la Formación Permanente*” (1%). “*Incentivar la Educación del Diseño Textil y de la Moda*” (0,5%), “*Desarrollar la Educación del Diseño y de la Moda*” (0,5%) y “*Promover la Educación del Diseño Textil y de la Moda*” (0,5%), si bien vemos que, salvo el primer objetivo, en el resto la representatividad es escasa en términos porcentuales sobre el total de la muestra ( $\leq 1\%$ ).

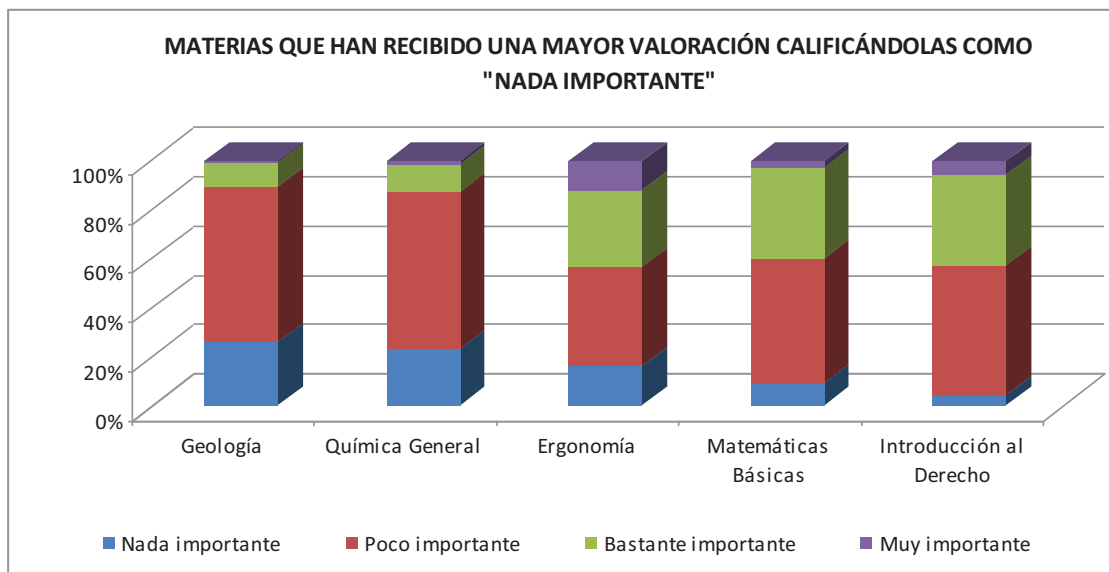


A continuación se detallan los principales resultados que se desprenden de la cuestión **¿qué materias considera deberían incluirse en un plan de estudios de Moda?**: Atendiendo a una clasificación de **materias que han recibido una mayor valoración clasificándolas como “muy importante”**, encontramos en primer lugar la materia de “*Idioma Inglés*” (el 97,5% de los entrevistados consideran esta materia como “muy importante”), seguido de las materias “*Historia de la moda*” (97%), “*Dibujo Artístico*” (96,5 %), “*Publicidad*” (95,5%), “*Creatividad*” (95%), “*Diseño Textil*” (91,5%), “*Tecnología Textil*”

(90,5%), “Historia del Cine” (86,5%), “Sociología de la Moda” (86,5%), “Análisis de Tejidos” (82,5%), “Tecnología de la Confección” (81,5%). Atendiendo a la tipología de la materia, se observa una gran heterogeneidad entre las materias más valoradas. Así, encontramos entre los primeros puestos materias de idiomas (Inglés), materias de Humanidades (Historia de la Moda, Historia del Cine, Sociología de la Moda), materias de desarrollo de Capacidades Artísticas (Dibujo Artístico, Creatividad...) y materias de desarrollo de Capacidades Técnicas (Publicidad, Diseño Textil, Tecnología Textil, Análisis de Tejidos y Tecnología de la Confección), copando esta última tipología de materias cinco de los once primeros puestos más valorados.



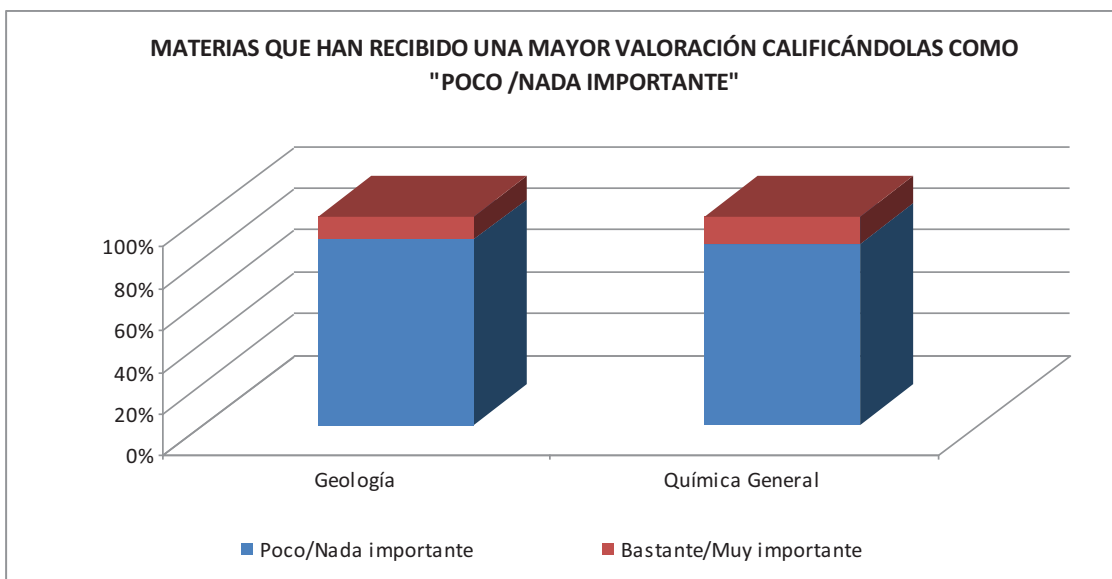
En sentido contrario, las **materias que han recibido una mayor valoración calificándolas como “nada importante”**, es decir, las materias menos valoradas para incluir dentro de un plan de Estudios de Moda, se encuentran “Geología” (el 26% de los encuestados considera esta materia como “nada importante”), “Química General” (23%), “Ergonomía” (16%), “Matemáticas Básicas” (9%) y “Introducción al Derecho” (4,5%).



Los resúmenes agrupados de resultados positivos (aquellas materias que son consideradas como “bastante importante” o “muy importante”) y negativos (aquellas materias que son consideradas como “poco importante” o “nada importante”) revelan aquellas materias que de forma general son consideradas como más y menos importantes a tener en cuenta para incluir en un plan de Estudios de Moda. Las materias consideradas como importantes por los encuestados son, ordenadas de mayor a menor valoración: *Idioma Inglés, Historia de la Moda, Dibujo Artístico, Publicidad, Creatividad, Diseño Textil, Tecnología Textil, Historia del Cine, Tecnología de la Moda, Marketing, Análisis de Tejidos, Tecnología de la Información y Comunicación aplicadas a la Moda, Fotografía e Historia del Arte.*

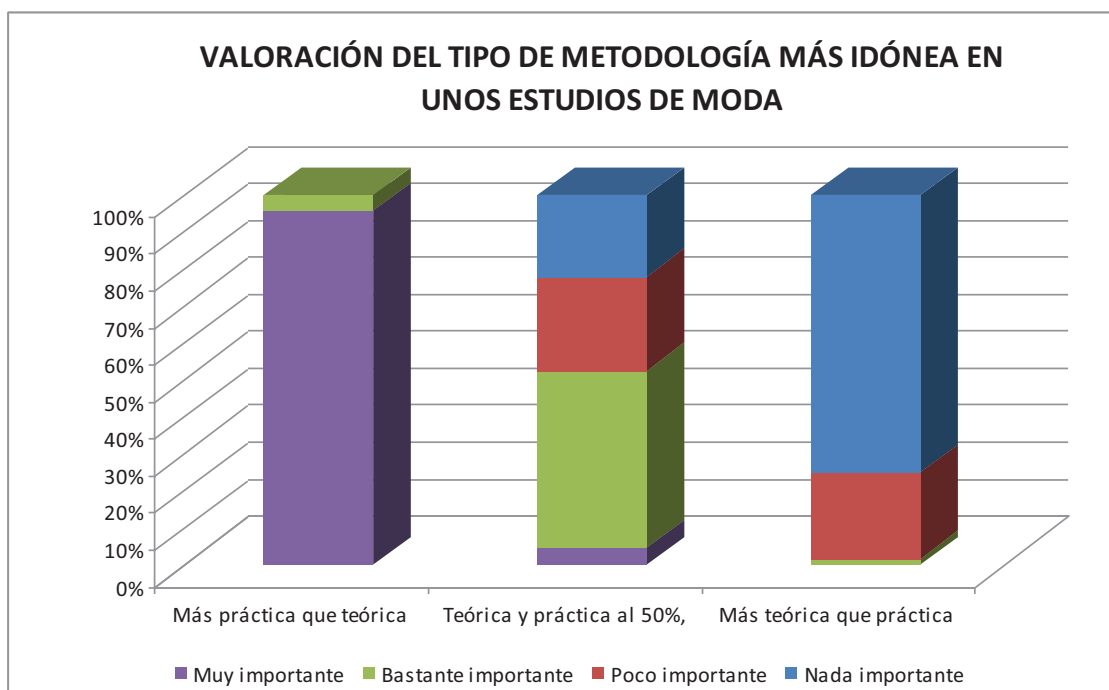


En cuanto las materias que han recibido la consideración de no importantes, a nivel estadístico destacan principalmente *Geología* (el 89% de los encuestados consideran a esta materia como “poco importante” o “nada importante”) y *Química General* (el 87% de los encuestados consideran a esta materia como “poco importante” o “nada importante”).



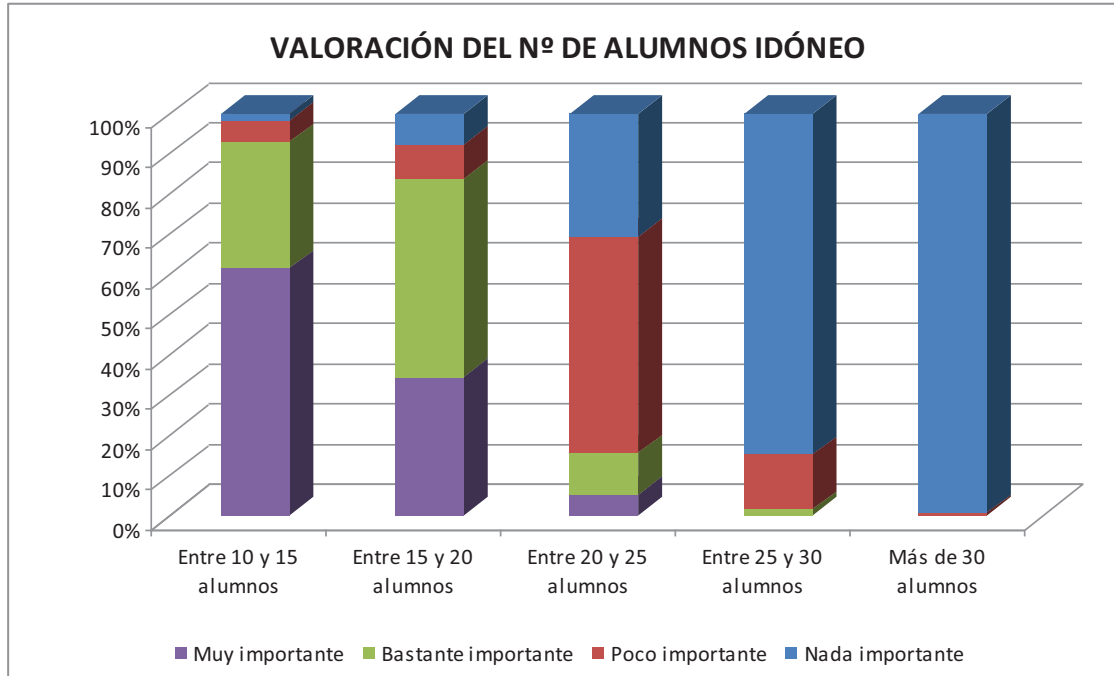
## CAPÍTULO X

Los resultados del estudio sobre **cuál debería ser la Metodología más idónea en los Estudios de Moda** (respuesta de valoración múltiple) revelan una clara predilección por una metodología “*Más práctica que teórica*”, franja valorada por un 96% de los entrevistados como “muy importante”, y por el 4% restante como “bastante importante”. Se aprecia, constatando esta disposición, una continuada disminución de aceptación de los entrevistados a medida que la metodología teórica igual o supera la parte metodológica práctica.



El estudio revela una predilección por la formación “Más práctica que teórica”, los entrevistados se decantan por el formato de clase más reducido de los propuestos **en lo referente a formación teórica (clases en el aula)**. Así un 61,5% de los interrogados sobre **qué número de alumnos sería el idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje** valoraron como “muy importante” que este número se encuentre entre los 10 y 15 alumnos. El mismo movimiento de tendencia del apartado anterior, definido por un decrecimiento exponencial a medida que la formación teórica ganaba peso frente a la práctica, en éste las valoraciones positivas (“muy importante” o “bastante importante”) decrecen a medida que el número de alumnos crece en las distintas franjas propuestas, llegando al extremo de que el 99,5% de los

entrevistados consideran como “nada importante” que el número de alumnos idóneo para llevar a cabo el proceso de enseñanza aprendizaje fuese mayor de 30 alumnos.



### X. 3. PRACTICUM

Casi la totalidad (99%) de los entrevistados consideran que **sí es necesario que se hagan prácticas en el Centro donde se van a formar los Diseñadores de Moda**. Sobre dónde **consideran que deberían hacerse las prácticas fuera del Centro Docente**, enfrentando la posibilidad de realizarlas en talleres de Diseñadores, en empresas textiles o en otras, el 85,5% de los entrevistados mostraron predilección por que fuesen realizadas en **empresas textiles**, frente a un 14,5% que consideró más oportuno que fuesen realizadas en talleres de Diseñadores.

### X. 4. FORMACIÓN DEL PROFESORADO

En relación a su experiencia sobre la **Formación Académica de los docentes del Centro** donde cada entrevistado ha cursado sus Estudios de Moda, el

## CAPÍTULO X

74,8% de las respuestas indican que **casi todos los docentes sí tenían Formación Universitaria**, opinando el 25,2% restante que pocos de los docentes del Centro donde cursó sus Estudios de Moda tenían Formación Universitaria.

Sobre la consideración de que **los docentes de los Centros de Formación de Diseñadores de Moda deberían de ser Titulados Universitarios**, el 79% de los encuestados considera que casi todos los docentes **sí** deberían serlo.

### X. 5. INSERCIÓN LABORAL

Puede afirmarse que en la gran mayoría de los Centros de Estudios de Moda dispone de un Departamento responsable de facilitar la inserción laboral, ya que el 95,8% de las respuestas recogen que **sí existía un Departamento en el cual le facilitaban la inserción laboral una vez finalizados los estudios en el Centro donde cursó sus Estudios de Moda**. Sin embargo, es destacable que el 82,5% de las respuestas apuntan en la dirección de que **el Departamento dedicado a facilitar la inserción laboral no ha ayudado a incorporarse en el mundo laboral** a los entrevistados. Por lo tanto, la tasa de éxito de estos Departamentos se reduce a un 17,5%, pese a estar presentes en la mayoría de Centros de Estudios de Moda. Sin embargo, pese a estos datos experienciales, la práctica totalidad (99,5%) de los entrevistados consideran que **sí es necesaria la existencia de un Departamento en el Centro de Estudios de Diseño Textil y de la Moda dedicado a las relaciones con las empresas de cara a la inserción laboral con los alumnos**.

## **CAPÍTULO XI.**

---

# **BIBLIOGRAFÍA GENERAL Y WEBGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

### A

- ACME (2009). *Geografía de la moda española*. Madrid: ACME.
- Affaticati, A. y otros (2007). *Iconos de la moda: el siglo XX*. Barcelona: Electa.
- Agencia de prensa [Ecopress](#).
- Ágreda, A.M. (2000). “El trabajo de la mujer en los obradores de bordado zaragozanos. Siglos XVI-XVIII”. *Artigrama* (15), pp. 293-312.
- Amelang, J. y Nash, M. (1990). *Historia y género: Las mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*. Valencia: Alfons’el Magnanim.
- Anawalt, P.R. (2008). *Historia del vestido*. Barcelona : Art Blume.
- ANECA (2004). *Libro Blanco. Títulos de Grado en Bellas Artes/Diseño/Restauración*. Madrid.
- Avila, C. ; Linares, F. (2006). « Léxico y discurso de la moda : valoración de la conducta en las expresiones sobre seguimiento de la moda ». En *Comunicar. Revista científica Iberoamericana de Comunicación y Educación* (nº 27), pp. 35-41.
- AA VV (1986). *La víspera de nuestro siglo*. Madrid : Siglo XX.
- AA VV (1990). *El arte del siglo XX : 1950-1990*. Barcelona : Salvat.

### B

- Balenciaga, C. (2000). *Cristóbal Balenciaga. Catálogo de la exposición*. Valladolid: Museo Nacional de Escultura.
- Balzac, H. de (1949). *De la vida elegante*. Madrid : Afrodísio Aguado.
- Bandrés Oto, M. (1998). *El vestido y la moda. Prólogo de Manuel Pertegaz*. Barcelona : Larousse.
- Barthes, R. (1967). *Système de la mode*. Paris: Seuil.
- Barthes, R. (1978). *El grado cero de la escritura. Ensayos críticos*. México: Siglo XXI.

- Baudelaire, Ch. (1863). “Elogio del maquillaje”. *Le Figaro*. París (3 de diciembre).
- Baudrillard, J. (1984). *Las estrategias fatales*. Barcelona: Anagrama.
- Beaton, C. (2010). *El espejo de la moda*. Barcelona: Vergara.
- Bell, J. (1992). *Doing your research project*. Philadelphia: Open University Press.
- Birlanga, J.G. (2007). “Baudelaire y la moda: notas sobre la gravedad de lo frívolo”. En *Bajo palabra. Revista de filosofía. Epoca II* (nº 2), pp. 13-21.
- Bizquerra, R. (2003). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- Boehn, Max Von. (1929). *La moda*; Tomo 8. Barcelona: Salvat.
- Boehn, Max Von. (1945). *Historia del traje en Europa. Desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días*. Barcelona: Salvat.
- Botana, N. (1986). *El orden conservador*. Buenos Aires: Hyspamérica.
- Boucher, F. (1988). *Historia del traje en Occidente. Desde la Antigüedad hasta nuestros días*. Londres: Thames & Hudson.
- Brand, J.; Teunissen, J. (2009). *Moda y accesorios*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior.
- Bruun, G. (1981). *La Europa en el siglo XIX (1815-1914)*. México: FCE.
- Bunge, M. (1969). *La investigación científica*. Barcelona: Ariel.

## C

- Cantón, I. (2004). *Planes de mejora en los Centros educativos*. Archidona: Aljibe.
- Carr, W. y Kemmis, S. (1988). *Teoría crítica de la enseñanza. La investigación-acción en la formación del profesorado*. Barcelona: Martínez Roca.

## CAPÍTULO XI

- Casablanca, L. (2007). *La moda como disciplina artística en España*. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Casajus, M.C. (2002). *Historia de la fotografía de la moda: aproximación estética a unas nuevas imágenes*. Madrid: Universidad Complutense (Tesis doctoral).
- Casas Anguita J.; Repullo. J.R.; Labrador; Donado, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Consultado en: <http://external.doyma.es/pdf/27/27v31n08a13047738pdf001.pdf> (abril, 2009).
- Castells, C. (1996). *Perspectivas feministas en teoría política*. Barcelona: Paidós.
- Chalmers, A.F. (1986). *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?* Madrid: Siglo XXI.
- Chamoux, F. (1967). *La civilización griega en las épocas arcaica y clásica*. Barcelona: Juventud.
- Codina, M. (2004). “Crear moda, hacer cultura”. En *Ars Brevis: anuario de la Cátedra Ramon Llull Blanquerna*, (nº 10), pp. 43-62. Consultado en [www.raco.cat/index.php/arsbrevis/article/viewFile/87836/142383](http://www.raco.cat/index.php/arsbrevis/article/viewFile/87836/142383)
- Colaizzi, G. (1995). *Feminismo y teoría fílmica*. Valencia: Episteme.
- Cook, T.D.; Reichardt, Ch.S. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Morata.
- Cosgrave, B. (2005). *Historia de la moda: desde Egipto hasta nuestros días*. Barcelona: Gustavo Gili.

## D

- De Borbón, A.C. (2003). “Telas, hilos y agujas: una nueva fuente de riqueza del país”. *A distancia* (2), pp. 55-61.
- Dejean, J. (2008). *La esencia del estilo. Historia de la invención de la moda y el lujo contemporáneo*. San Sebastián: Nerea.

- Descalzo, A. (2007). “Apuntes de moda desde la prehistoria hasta época moderna”. En *Indumentaria. Revista del Museo del Traje*, pp. 77-86. Consultado en: <http://museodeltraje.mcu.es/popups/publicaciones-electronicas/2007-indumenta0/indumenta00-08-ADL.pdf>
- Díaz, E.; Heler, M. (1985). *El conocimiento científico*. Buenos Aires: Eudeba.

## E

- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.
- Erner, G. (2005). *Víctimas de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.

## F

- Fernández, D. (2007). “Moda en la antigüedad: tocados y peinados”. En *Revista de Arqueología del siglo XXI* (nº 317), pp. 14-23.
- Flick, U. (2007) *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Forrester, V. (1997). *El horror económico*. México: F.C.E. México.
- Frings, G.S. (1996). *Fashion, to concept to consumer*. New York: Prentice Hall (5ª ed.).
- Fernández, D. (2007). “Moda en la antigüedad: tocados y peinados”. En *Revista de Arqueología del siglo XXI* (nº 317), pp. 14-23.
- Flick, U. (2007) *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Forrester, V. (1997). *El horror económico*. México: F.C.E.
- Frings, G.S. (1996). *Fashion, to concept to consumer*. New York: Prentice Hall (5ª ed.).

## G

## CAPÍTULO XI

- Gallego, J.L.; Salvador, F. (2002): “Enfoque didáctico para la globalización y la interdisciplinariedad”. En MEDINA, A.; SALVADOR, F. (Coords.) *Didáctica General*. Madrid: Prentice Hall, pp. 221-245.
- García Fraile, J.A. (2005). “Investigar con métodos cuantitativos”. En, Monclús, A. (coord.) (2005), pp. 285-296.
- García Fraile, J.A. (2005). “Investigar con métodos cualitativos”. En, Monclús, A. (coord.) (2005), pp. 297-309.
- García Fraile, J.A.; Saban, C. (coords.) (2008). Un nuevo modelo de formación para el siglo XXI: la enseñanza basada en competencias. Barcelona: Davinci.
- García Jiménez, V.; Alvarado, J.M. (2000). *Métodos de investigación científica en psicología*. Barcelona: EUB.
- Gavarrón, L. (1989). *La mística de la moda*. Barcelona: Instituto de Estudios de Moda y Comunicación.
- Gavarrón, L. (2003). “La mística de la moda”. En *Tendencias* (nº 6), pp. 161-164.
- Gellner, E. (1983) "El rango científico de las ciencias sociales". En *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, vol. XXXVI, nº 4. París: UNESCO, pp. 601-622.
- Gusford, G. (1983) "Pasado, presente y futuro de la investigación interdisciplinaria". En *VV AA Interdisciplinariedad y ciencias humanas*. Madrid: Tecnos/UNESCO, pp. 32-70.

## H

- Hargreaves, A. y otros (2001) *Aprender a cambiar. La enseñanza más allá de las materias y los niveles*. Barcelona: Octaedro.
- Herrero, C. (2007). *Recorridos históricos por Madrid: el Madrid de las Artes y de las Letras*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
- Herrero, M. (2000). “Fascinación a la carta: moda y posmodernidad”. En *Nueva revista de Política, Cultura y Arte* (nº 72, nov.dic), pp. 79-87.

## J

- Johnston, L. (2006). *La moda del siglo XIX en detalle*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jouve, M.A. (1997). *Cristóbal Balenciaga, 1895-1972*. Barcelona: Polígrafa.

## K

- Katmitsis, L. (1999). *Paco Rabanne*. Barcelona: Polígrafa.
- König, R. (1968). *Sociología de la moda*. Buenos Aires: Ed. Carlos Lohle.
- Kuhn, T.S. (1975). *Segundos pensamientos sobre paradigmas*. Madrid.
- Kuhn, T.S. (1987). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: FCE.

## L

- Lafuente, C.; Marín, A. (2008). “Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: fases, fuentes y selección de técnicas”. *Escuela de administración de negocios* (64), pp. 5-18.
- Lafuente, M. (2008). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Indexbook.
- Lamberto, L. *La Era del Jazz*. Terra
- Lang, A. (2001). *Mode & contre-mode*. Paris: Instituto Francés de la Moda/Ed. Du Regard.
- Laver, J. (1995). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Cátedra.
- León, O.G.; Montero, I. (2002). *Métodos de investigación en psicología y educación*. Madrid: MacGraw Hill.
- Levi, P. (1993). *Grecia, cuna de Occidente*. Barcelona: Folio (2 vols.).
- Lipovetsky, G. (1993). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2004). *El lujo eterno*. Barcelona: Anagrama.
- Lurie, A. (2002). *El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona: Paidós.

## M

## CAPÍTULO XI

- Mansilla, P. (2003). “Sociología de la moda. Un punto de vista privilegiado”. *A distancia* (2), pp. 68-76.
- Marín, M. (ed.) (2001). *Tejer y vestir: de la antigüedad al Islam*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Marquès, P. (2010). Ciencia y metodologías de investigación. Diseño de una investigación educativa. Consultado en [www.peremarques.pangea.org/edusoft.htm](http://www.peremarques.pangea.org/edusoft.htm) (diciembre de 2010).
- Martín, R. (1998). *Giani Versace, 1946-1997*. Barcelona: Polígrafa.
- Martínez Barreiro, A. (1996). “Elementos para una teoría social de la moda”. *Revista de pensamiento social* (1), pp. 97-123.
- Martínez Barreiro, A. (1998). “La moda en las sociedades avanzadas”. En *Papers. Revista de Sociología* (nº 54), pp. 129-137. Consultado en <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n54p129.pdf>
- Martínez Barreiro, A. (1998b). *Mirar y hacerse mirar. La moda en las sociedades modernas*. Madrid: Tecnos.
- McDermott, C. (1999). *Vivienne Westwood*. Dubai: Carlton.
- Miguel, P. G. (1999) *Una cuestión de géneros. Moda y figura femenina en el Buenos Aires de principios de siglo*.
- Monclús, A. (2004). *A qué llamamos, enseñanza, escuela, curriculum*. Granada: GEU.
- Monclús, A. (coord.). (2005). *Las perspectivas de la educación actual*. Salamanca: Témpora.
- Monneyron, F. (2006). *50 respuestas sobre la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MUBAM (2005). *De crinolinas y polisones: indumentaria y moda femenina a finales del siglo XIX*. Murcia: Dirección General de Cultura.

## N

- Nicolás, M. del M. (2001). *Mariano Fortuny y Madrazo: entre la modernidad y la tradición*. Madrid: Fundación Universitaria Española.

## O

- Ortíz Colón, A. (2003). “El cuestionario en la detección de necesidades formativas de las personas adultas desde la perspectiva del profesorado”. En Revista Iberoamericana de Educación, [www.rieoei.org](http://www.rieoei.org)

## P

- Paricio, P. (2000). “El encuadre de la moda en los diarios españoles de información general de ámbito nacional (1900-1994)”. *Revista Latina de Comunicación Social*. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/119paricio.html>.
- Pascual, J.; Frías, D.; García, F. (1996). *Manual de psicología experimental*. Barcelona: Ariel.
- Peacock, J. (1990). *Le costume occidental. De l'Antiquité a la fin de XXe siècle*. París: Chene.
- Peacock, J. (2005). *Shoes: the complete sourcebook*. London: Thames & Hudson.
- Piaget, J. y otros (1975) *Tendencias de la investigación en las Ciencias sociales*. Madrid: Alianza (2ª ed.).
- Popper, K.R. (1985). *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos.
- Pochna, M.F. (1997). *Christian Dior 1905-1957*. Barcelona: Polígrafa.
- Poiret, P. (1989). *Vistiendo la época*. Barcelona: Parsifal.

## R

- Remaury. B. (2005). *Marcas y relatos: la marca frente al imaginario cultural contemporáneo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rivière, M. (1999). *Diccionario de la Moda*. Barcelona: Grijalbo (2ª ed.).

## CAPÍTULO XI

- Rock, D. (1992). *El radicalismo argentino, 1890-1930*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Rouquié, A. (1981). *Poder militar y sociedad política en la Argentina; Tomo I*. Buenos Aires: Emecé.
- Rosales, C. (1988) *Didáctica, Núcleos fundamentales*. Madrid: Narcea.
- Royo, C. (2003). "La moda está en la calle: las tribus urbanas". *A distancia* (2), pp. 35-39.
- Russell, B. (1969). *La perspectiva científica*. Barcelona: Ariel.

## S

- Saavedra, F. (2003). "Paseando por las aulas". *A distancia* (2), pp. 145-151.
- Saban, C. (2008). "La educación inicial universitaria en el marco de la formación para el empleo y la enseñanza por competencias. Perspectivas internacionales". En, García Fraile, J.A.; Saban, C. (coords.), o.c., pp. 29-43.
- Saban, C. (2009). *La educación permanente y la enseñanza por competencias en la Unesco y en la Unión Europea*. Granada: GEU.
- Sánchez Delgado, P. (2005). *Enseñar y aprender*. Salamanca: Témpora.
- Sánchez Delgado, P.; Gairín, J. (2009). *Planificar la formación en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Madrid: ICE/Universidad Complutense de Madrid.
- Santos, M.; Saavedra, F. (2003). "De la historia del traje y de la moda". *A distancia* (2), pp. 12-17.
- Sarló, B. (1994). *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Ariel.
- Sarramona, J. (1990). *Tecnología Educativa: una valoración crítica*. Barcelona:CEAC.
- Shulman, L.S. (1986). "Paradigmas y programas de investigación en el estudio de la enseñanza: una perspectiva contemporánea". En WITTRICK, Mc C. (dir). *La investigación de la enseñanza I*. Barcelona: Paidós.

- Simmel, G. (1923). “Filosofía de la moda”. *Revista de Occidente*, Año I, nº 1, pp. 44-47.
- Simmel, G. (1999). “Filosofía de la moda”. En *Cultura femenina y otros ensayos*, pp. 109-143.
- Simmel, G. (1938). *Cultura femenina*. Buenos Aires: Espasa-Calpe.
- Sinaceur, M.A. (1983) “¿Qué es la interdisciplinariedad?”. En VV AA *Interdisciplinariedad y ciencias humanas*. Madrid: Tecnos/UNESCO, pp. 23-31.
- Soulikin, S. (1998). *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Spradley, J.P. (1980). *Observación participante*. Nueva York: Rinehart & Winston.

## T

- Taylor S. y Bogdan R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.
- Téramo, M.T. (2006). “Modas adolescentes y medios de comunicación como agentes socializadores”. *Comunicar* (27), pp. 85-91.
- Toussaint-Samat, M. (1994). *Historia técnica y moral del vestido. I-Las pieles*. Madrid: Alianza editorial.
- Turner, B. (1989). *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*. México: FCE.

## V

- Veblen. T. (2004). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza.
- Ventura, L. (2003). “Más allá de las modas: seducción y mercado”. *A distancia* (2), pp. 51-54.
- Vogen, S. (2007). *Una guía de la moda urbana*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Von Wright, G.H. (1987) *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza (Primera ed. original de 1971).

## W

## CAPÍTULO XI

- Weber, M. (1988). *Sobre la teoría de las ciencias sociales*. Barcelona: Premiá Editora (Primera ed. original de 1904).

## Y

- Yonnet, P. (1988). *Juegos, modas y masas*. Barcelona: GEDISA.

## Z

- Zabala, A. (1999) *Enfoque globalizador y pensamiento complejo*. Barcelona: Graó.

## WEBGRAFÍA

- Historia de la moda:
  - [www.modaenlahistoria.blogspot.com](http://www.modaenlahistoria.blogspot.com)
  - [www.todosobremoda.com/historia.html](http://www.todosobremoda.com/historia.html)
  - [www.modaweb.com/aula/historia/](http://www.modaweb.com/aula/historia/)
  - [www.estiloymoda.com/historia-moda/](http://www.estiloymoda.com/historia-moda/)
  - [www.artehistoria.com](http://www.artehistoria.com)
  - [www.espanolsinfronteras.com/CulturaEspanola19ModaEspanola.html](http://www.espanolsinfronteras.com/CulturaEspanola19ModaEspanola.html)
  - [www.edym.com](http://www.edym.com)
  - [www.mundomoda.portalmundos.com](http://www.mundomoda.portalmundos.com)
  - [www.history.com](http://www.history.com)
- Diseñadores:
  - [www.modaenlahistoria.blogspot.com](http://www.modaenlahistoria.blogspot.com)

- [www.modaweb.com/aula/biografias](http://www.modaweb.com/aula/biografias)
  - [www.fundacionbalenciaga.com](http://www.fundacionbalenciaga.com)
  - [www.fashionmodeldirectory.com/designers/](http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/)
  - [www.biography.com/people/](http://www.biography.com/people/)
  - [www.lesage-paris.com](http://www.lesage-paris.com)
  - [www.christian-lacroix.fr](http://www.christian-lacroix.fr)
  - [www.lahistoriadela moda.webnode.es/modistas/](http://www.lahistoriadela moda.webnode.es/modistas/)
  - [www.goossens-paris.com](http://www.goossens-paris.com)
  - [www.annasui.com](http://www.annasui.com)
  - [www.lui.excite.it/miuccia-prada-la-biografia-N28804.html](http://www.lui.excite.it/miuccia-prada-la-biografia-N28804.html)
  - [www.cadolle.com](http://www.cadolle.com)
  - [www.maryquant.co.uk](http://www.maryquant.co.uk)
- Tendencias:
- [www.estiloymoda.com/historia-moda](http://www.estiloymoda.com/historia-moda)
  - [www.fashionfromspain.com](http://www.fashionfromspain.com)
  - [www.geodakian.com](http://www.geodakian.com)
  - [www.alsformalwear.com/library-tuxedo-history.asp](http://www.alsformalwear.com/library-tuxedo-history.asp)
  - [www.albaiges.com/fci/calcetologia/historiamedias.html](http://www.albaiges.com/fci/calcetologia/historiamedias.html)
  - [www.bikiniscience.com](http://www.bikiniscience.com)