

El efecto 2000:

Un análisis estético sobre la
moda Y2K durante el cambio de
milenio.

Estudiantes:

Martina Armendano Cayaffa
Giovanni Amico Repetto

Tutor: D.I Eduardo Sganga

Co-Tutor: Arq./D.I: Gerardo Pérez

Tribunal del Trabajo Final de Grado:

D.I Eduardo Sganga

D.I. Ángela Rubino

D.I. Fernando Escuder



El efecto 2000:

Un análisis estético sobre la
moda Y2K durante el cambio
de milenio.

Martina Armendano Cayaffa
Giovanni Amico Repetto

Agradecimientos

Giovanni:

Agradezco profundamente a mis seres queridos, que me han acompañado en el transcurso de mi carrera, brindándome su apoyo incondicional:

Agradezco especialmente a mi madre, a mi hermana Gianella y a mis abuelos Toto y Iaia, por haber transitado este viaje junto a mí, como si fuera suyo. También a Eliana, Agustina, Pamela y Nacho, por su amor y amistad.

Agradezco a nuestro tutor Eduardo Sganga, por guiarnos en esta última etapa de nuestra carrera.

Y por último, agradezco a Martina, por haber sido una excelente dupla y una gran amiga. Gracias por todos los momentos que vivimos.

Martina:

Con gratitud reconozco a la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, especialmente a la Escuela Universitaria de Diseño, por su contribución en mi formación profesional. Asimismo, agradezco a nuestro tutor, Eduardo Sganga, por su orientación en la realización de este Trabajo Final de Grado.

Expreso mi profundo agradecimiento a mi familia, amigos y seres queridos, en particular a mi hermana Isa, Titi y a mi Madre cuyo apoyo incondicional ha sido fundamental durante esta etapa.

Gracias a Giovanni por su compañerismo y amistad durante estos años, y por compartir la misma pasión por esta carrera.

Por último, dedico este escrito a mi amiga Luz y a mi Padre, quienes desde la distancia envían su apoyo y cariño.

Resumen

El siguiente Trabajo Final de grado consiste en la investigación y el análisis a un período de tiempo reciente, abordado específicamente desde la moda. El principal objetivo del mismo, es analizar el diseño de indumentaria a comienzos de la década de los 2000, donde se generaron cambios significativos los cuales crearon nuevas tendencias, estilismos y movimientos estéticos.

El desarrollo de este trabajo se basa en el análisis a colecciones de indumentaria provenientes de marcas, firmas o casas de moda de lujo, lanzadas dentro del período estudiado, las cuales fueron precursoras de la *estética Y2K* o *estética dosmilera*, con el fin de identificar los principales elementos que le dieron impulso a dicha tendencia estética.

Para lograr los objetivos planteados, identificamos tres grandes partes a investigar: por un lado, el estudio de la estética en la sociedad y como ésta nos involucra directamente con la moda; el desarrollo de la moda según los fenómenos sociales ocurridos a principios de la década de los *dos mil*; y el análisis a las colecciones de indumentaria que impulsaron el desarrollo de la estética estudiada.

Este Trabajo Final de Grado es un precedente que recalca la importancia de visitar períodos relevantes relacionados a la moda, con el fin de entenderla como la conocemos en la actualidad.

Palabras claves:

diseño - estética - Y2K - moda dosmilera - indumentaria

Índice

Resumen.....	1
--------------	---

1. Introducción

1.1 Introducción al tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.3 Justificación y antecedentes	4
1.4 Objetivos	6
1.5 Metodología	7

2. Marco teórico

2.1 Estética y moda	9
2.1.1 La estética y la moda en la sociedad	10
2.1.2 La estética en la moda y el diseño de indumentaria	11
2.1.3 Las tendencias	13
2.1.4 El “look” y el <i>ser</i> individual en la moda	15
2.1.5 Resumen de capítulo	16
2.2 La “ <i>estética Y2K</i> ”	17
2.2.1 El término “ <i>Y2K</i> ”	18
2.2.2 ¿Qué es la “ <i>estética Y2K</i> ”?	20
2.2.3 La <i>estética Y2K</i> en la moda y el diseño de indumentaria.....	23
2.2.4 Las marcas de lujo y la <i>estética Y2K</i>	27

3. Desarrollo: Análisis de colecciones

Introducción	29
<i>Gucci</i> spring/summer 1999	31
<i>Chloé</i> spring/summer 2000	34
<i>Stella McCartney</i> spring/summer 2002	36
<i>Versace</i> spring/summer 2003	39
Conclusión del desarrollo	41

Conclusiones finales	45
-----------------------------------	-----------

Bibliografía

Anexos

INTRODUCCIÓN

Campaña SS RTW 2001 Celine - Modelo: Karolina Kurkova - Fotografía: Patrick Demarchelier



1.1 Introducción al tema

El propósito del desarrollo de este Trabajo Final de Grado es explorar y analizar un periodo de tiempo en específico, dentro de la construcción del relato histórico de la moda ***pret a porter***, este siendo el período comprendido entre los años 1999 y 2005, en el cual a la par del cambio de milenio, nace lo que hoy en día es conocido como *estética o moda Y2K (year two thousand)*. Dicho nombre se utiliza actualmente por las nuevas generaciones para describir una estética dentro del mundo de la moda que busca reproducir la vestimenta de los años *dos mil*.

Este trabajo de grado se desarrolla bajo el enfoque de análisis de colecciones, fundamentado en los ejercicios teóricos abordados durante el transcurso de la Licenciatura en Diseño Industrial Perfil Textil / Indumentaria en la Escuela Universitaria Centro de Diseño.

La decisión sobre qué tema abordar en este trabajo final de grado es realmente importante para nosotros, ya que forma una gran parte de nuestra visión e identidad como futuros diseñadores, sirviendo de inspiración en el transcurso de nuestra historia académica.

No solo queremos estudiar el pasado, sino también contribuir al conocimiento actual y futuro en el campo de la moda, dejando un registro que inspire a aquellos que se interesen por este tema tanto como nosotros."

Este tema no solo marca el final de nuestra etapa académica, sino que también nos motiva a continuar explorando para desarrollarlo a futuro.

1.2 Planteamiento del problema

A partir de éste trabajo final de grado, se aspira a analizar un período de tiempo reciente, vinculado con el mundo de la moda: *la estética y tendencia Y2K* (Year two thousand o año dos mil, en español). La misma se sitúa en un lapso de tiempo en donde se generó el *Error de los Dos Mil*. El cual no se refiere a un error en sí mismo, sino que es una forma coloquial de referirse a ciertos aspectos estéticos, culturales o tecnológicos que caracterizaron la primera década del siglo XXI, considerados nostálgicos y debatibles en la actualidad. Es comúnmente asociado con la moda, la música, la tecnología y otras tendencias culturales de esa época. La *moda Y2K* es a menudo vista como parte de este "error de los 2000", con su énfasis en colores brillantes, estampados extravagantes y tecnología digital.

Debido al impacto que causó en su tiempo, ha resurgido en la actualidad impulsado por las nuevas generaciones y el uso de las redes sociales. *La moda y estética "Y2K"* es el reclamo de la juventud actual para recuperar la que fue considerada una moda democrática y libre sin tener que vivir las dificultades y desafíos de ese entonces.

1.3 Justificación y antecedentes

Esta tesis final de grado busca profundizar en la historia de la moda en los a principios del siglo XXI, centrándose en un período específico que abarca desde finales de la década de los noventa hasta la primera mitad de la década de 2000 (1999-2004)." El objetivo de esta investigación es resaltar un período de tiempo crucial en la historia de la moda a principios de los años 2000, centrándonos en el estudio de la '*estética Y2K*' en el diseño de indumentaria y moda; enfocándonos en analizar las colecciones de marcas de lujo que jugaron un papel clave en la creación de tendencias a nivel mundial durante este período. Nuestro propósito es identificar los elementos comunes entre estas colecciones que definieron la moda de esa época.

Se decide estudiar el diseño de modas junto a dicha estética ya que en la actualidad, las tendencias de moda de los *dos mil*, han resurgido nuevamente a causa de que la moda es cíclica, por lo que aproximadamente cada 20 años ciertas tendencias, estéticas o estilos resurgen en la sociedad.

Como estudiantes de diseño textil e indumentaria, sentimos una conexión especial con este tema, que ha sido una fuente constante de inspiración durante nuestra formación en la Escuela Universitaria Centro de Diseño.

Observamos una falta de trabajos de grado que aborden esta temática desde una perspectiva analítica, dada su relativa novedad. Creemos que la década de 2000, con su cambio de siglo y el surgimiento de la '*estética Y2K*', merece una atención comparable a otros períodos de la historia de la moda, ya que

son fundamentales para entender el diseño de indumentaria y la moda tal como las conocemos en la actualidad.

Además, al llevar a cabo este trabajo final de grado, que se centra principalmente en aspectos teóricos, tendremos la oportunidad de aplicar las herramientas analíticas que hemos adquirido a lo largo de nuestra formación académica. Dichas herramientas nos han permitido obtener resultados satisfactorios en investigaciones anteriores, siendo de gran utilidad en este proyecto.

En cuanto al aporte de este trabajo de grado para el conocimiento del campo del diseño, reflexionamos que dentro de la construcción de la historia de la moda como la conocemos hoy, es importante visitar las décadas pasadas y hacer énfasis en momentos en donde el diseño de modas es protagonista. Aspiramos a poder crear un precedente dentro del área de la investigación académica, recalcando la exploración y el análisis como una de las herramientas principales en el perfil del Diseñador Textil; lo anterior con el fin de ser utilizado en un futuro para instruir tanto a estudiantes de la Escuela Universitaria Centro de Diseño, como a cualquier interesado o aficionado sobre la historia de la moda.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Realizar un análisis al diseño de moda e indumentaria del principio de la década de los años *dos mil*, tomando como objeto específico de estudio la “*estética Y2K*”.

Objetivos específicos

- 1.** Investigar la relación entre la estética y la moda, destacando su influencia en la sociedad, centrándonos en el surgimiento específico de la *estética Y2K* y su rol en el diseño de indumentaria.
- 2.** Realizar un análisis a las colecciones de indumentaria de marcas de lujo presentadas entre 1999 y 2004, que se destacaron por su influencia en el desarrollo de la “*estética Y2K*”, utilizando las herramientas analíticas adquiridas en la Escuela Universitaria Centro de Diseño.
- 3.** Identificar los elementos recurrentes presentes en estas colecciones, los cuales delinearon la moda de ese periodo.

1.5 Metodología

Para nuestro trabajo final de grado, el enfoque de investigación por el cual se optó es el mixto, ya que nos permite tomar beneficios de ambos enfoques, ampliando y enriqueciendo el tema de investigación. Nuestro alcance exploratorio nos permite indagar en profundidad un suceso dentro de un tiempo reciente para así lograr responder las interrogantes planteadas anteriormente.

Pasos metodológicos a seguir:

1. Investigación.

Realizar una investigación primaria de los antecedentes existentes sobre el período de tiempo a estudiar, contextualizando la moda y el diseño de indumentaria a fines de la década de los noventa, analizando y explicitando los orígenes de la *estética Y2K*.

2. Análisis estético.

Nivel de análisis y herramientas metodológicas: El tipo de análisis que se realizará será estético y se alineará con el proceso analítico utilizado en la *Unidad Curricular Diseño 3* y en el *Curso Optativo Diseño de Colecciones* de la Lic. Diseño Industrial perfil textil/indumentaria del plan 2013, para el análisis de colecciones, en donde se separan las partes del análisis con el fin de generar una clara distinción entre sus elementos, los cuales son: tendencia, trasfondo conceptual, diseñador, siluetas, materiales, morfologías, texturas y paleta de colores.

Criterios de selección de colecciones: Las colecciones seleccionadas para formar parte del análisis serán colecciones de

indumentaria pret-a-porter de marcas de lujo femeninas que hayan sido lanzadas por primera vez entre los años 1999-2004. Las mismas deberán tener los elementos clave que definen la *estética Y2K*.

3. Conclusiones.

Se expresarán las conclusiones finales del trabajo realizado.

MARCO TEÓRICO

Campaña SS RTW 2003 Dolce & Gabbanna - Modelo: Gisele Bündchen - Fotografía: Steven Meisel



2.1 Estética y moda

La *estética* ha sido definida en múltiples ocasiones a lo largo de la historia, según el período que transcurra; es un concepto que fluctúa, se transforma, adquiere nuevos significados y formas de ser aplicado. Forma parte de innumerables disciplinas, en algunas de manera inevitable, como ocurre con la *moda*.

La *estética* y la *moda* conviven en nuestra sociedad y juntas son responsables de brindarnos una vida estetizada, donde ningún individuo es ajeno a la misma.

2.1.1 La estética y la moda en la sociedad

Vivimos en una sociedad donde la estética es el motor natural de la misma. *“Estamos en el momento en que los sistemas de producción, distribución y consumo están impregnados, penetrados, remodelados por operaciones de naturaleza fundamentalmente estética.”* (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2014)

Todo lo que tenga que ver con lo estilizado, lo bello, la sensibilidad de los individuos y los gustos personales que se generan a partir de lo mencionado, parte de un pensamiento estetizado; siendo el principal motor de esto, la cultura de consumo impuesta por ciertas industrias mundiales que se desarrollan en la sociedad. *“En las industrias de consumo, el diseño, la moda, la publicidad, la decoración, el cine, el mundo del espectáculo crean en masa productos cargados de seducción, promueven afectos y sensibilidad, organizan un universo estético proliferante y heterogéneo mediante el eclecticismo de estilos que se despliega en él.”* (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2014). La industria y el comercio han sido los principales creadores de la estetización del mundo en el que vivimos y se encargan de que esto se expanda, asegurando que el consumo de cada individuo sea estético, ya sea de manera tangible o intangible.

A causa del capitalismo y del consumismo, Lipovetsky y Serroy teorizan sobre la creación de un *imperio transestético*, en donde diversas áreas o disciplinas, como el *“diseño y star system, creación y entretenimiento, cultura y show-business, arte y comunicación, vanguardia y moda”* (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2014) se mezclan creativamente para brindarnos objetos o

experiencias rodeadas de estilo, donde prima el “look”, accesorizando la vida cotidiana.

La estética en nuestra sociedad sugiere una vida idealizada, donde cada individuo es su propio eje, en busca de la belleza, el placer y la diversión, llevando una actitud estética ante la vida. (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2014)

2.1.2 La estética en la moda y el diseño de indumentaria

Actualmente, cualquier objeto o experiencia que se produzca, se comunique o se distribuya en la sociedad, sigue un proceso continuo y marcado por la moda. *“No hay un solo objeto, un solo accesorio que no se piense, conciba e imagine de acuerdo con las leyes de la creación estilística y de la moda”* (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2014).

La estética es una parte muy importante dentro del ámbito de la creación, de la expresión y del arte, siendo la principal participe en la industria del diseño y la moda. Debido a esto, hoy en día, la estética ha quedado estereotipada como una actividad o disciplina que está en constante búsqueda de la belleza, por lo cual es necesario aclarar que no es así *“es necesario recordar que la estética no es lo mismo que la belleza, sino un tipo de experiencia vinculada a impresiones que nos demandan otra forma de entendimiento de la realidad.”* (Quiñones Urióstegui, Z. 2020). La moda es la causa de que hoy en día podamos tener una vida estética, ya que ésta la produce, brindándonos tanto objetos como experiencias estetizadas.

La estética en el diseño de moda, es el resultado de la unión de procesos tecnológicos, simbólicos y estilísticos, dicha unión, concluye en el diseño del “adorno” más utilizado por los seres humanos a lo largo de su vida: la indumentaria, cuyo uso y consumo ha modificado la realidad social. *“Por medio de la manipulación de los sistemas de signos que se sujetan a los objetos podemos dar lectura y construir nociones de la realidad social. En este sentido, la indumentaria y la moda son de los fenómenos más poderosos de significación que se insertan a través de estilos y usos en un complejo sistema de comunicación basado en la estética.”* (Quiñones Urióstegui, Z. 2020).

La indumentaria es el mayor ejemplo del uso del adorno estético en los individuos, se encarga de adornar, agregar belleza subjetiva, significados, y expresiones al cuerpo humano, dentro de un sistema de símbolos y signos. Cuando hablamos de indumentaria como algo estético, la funcionalidad queda fuera de la discusión, ya que la misma no genera una identidad, no comunica, no manifiesta. El diseño de indumentaria se vuelve parte fundamental de la fantasía estética de la moda. *“La estética de la moda está profesionalizada por artesanos, modistos, estilistas y diseñadores. Ellos inventan o renuevan, estilos y discursos estéticos originados desde una industria, que racionaliza los usos y preferencias de los usuarios mediante estudios de consumo y que seduce al comprador mediante estrategias de marketing que promueven el sistema innovación/obsolescencia. En este sentido, cabría preguntarnos cómo nos relacionamos con las cosas, y por qué, especialmente en el mundo contemporáneo, se pierde el sentido y significado de las cosas tan rápido, para ser suplantados velozmente (...) Las*

modas, en este sentido, emplean formas de uso, modelos y estilos que determinan un juego de lenguaje, el color, las formas, las ideas se organizan de diferentes maneras, tal vez algunas cosas se repitan, pero el sentido es diferente. Lo que se puso de moda en 1980, regresa en el 2017 pero con otra organización, otro juego que actualiza el significado y lo hace perder su obsolescencia” (Quiñones Urióstegui, Z. 2020).

Los diseñadores de modas producen nuevos estilos que promueven ideales estéticos que impactan en la sociedad y son difundidos por el marketing. Tanto la *alta costura*, como el *pret-a-porter* de lujo, y el *fast fashion*, crean colecciones con diseños diferenciados y variaciones de estilo que singularizan sus productos (Benedito, G., & Benedito, R.2007). Dicha “singularidad” se puede ver en la variedad de elementos de diseño, como las siluetas, las morfologías, colores, materiales, texturas, terminaciones, entre otros. *“la moda se vale de los estilos para expresar un sentido de belleza, de clase social, de identidad individual y de pertenencia a un colectivo, dentro de un proceso de creación que pareciera espontáneo y novedoso, pero que tiene fundamentos estéticos, simbólicos y culturales muy arraigados que no se pueden deslindar del contexto.”* (Quiñones Urióstegui, Z. 2020).

2.1.3 Las tendencias

Al hablar de moda, estilo y diseño, no podemos ignorar un elemento fundamental, el cual va de la mano con los mencionados anteriormente y es el que marca el rumbo de la estetización del individuo en la moda: las tendencias de moda. La

diseñadora y autora Patricia Doria las define como “*predicciones de motivación colectiva, que condicionan las elecciones del consumidor y dirigen su consumo a través de la insinuación. Son definidas a partir de la observación y el análisis de distintas esferas de la realidad sondeando relatos de futuro, estilos de consumo, que se traducen en nuevos productos y servicios.*” (Doria P. 2012).

Las tendencias son insinuadas principalmente por el marketing e impulsadas posteriormente por los medios de comunicación mediante diversos contenidos creativos estratégicos, que intentan llamar la atención de los individuos. Algunos ejemplos de lo mencionado dentro del ámbito de la moda son las campañas publicitarias, desfiles de moda, colaboraciones con artistas e influencers, eventos de lanzamiento, entre otros.

“*En este sentido, la estética, inmersa en los estilos de las tendencias, se presenta de una manera artificial, volátil y totalmente superficial, mientras en el arte, la estética, permite la participación profunda, cognoscitiva, emocional y contemplativa que lleva a la humanidad a la reflexión sobre su realidad.*” Por lo tanto, las modas, tendencias y sus estilos, contienen discursos que son evidencia de los valores en los *imaginarios colectivos*. Lipovetsky afirma que la moda moderna tiene tres caras, un rostro estético-burocrático, un rostro industrial y el último, democrático individualista, y con esto nos plantea la posibilidad de estudiar los estilos como representaciones de estos *imaginarios colectivos*. (Lipovetsky G. 2013)

2.1.4 El “look” y el *ser* individual en la moda

El “look” según es un elemento “*esencial de la estetización*” y promotor principal del individualismo estético.

Hoy en día, la moda brinda tendencias nuevas todo el tiempo y sin cesar, dando acceso a una infinidad de estilos y estéticas a las cuales el individuo puede asociarse y hacerlas parte de su persona, valorando su hiperindividualismo. *“La moda, hasta hace poco, imponía una tendencia homogénea según principios y una temporalidad estrictos. Al mismo tiempo, el adorno se encargaba de dar categoría a los grupos sociales, de expresar la jerarquía social. Ya no es así: ahora vivimos en una época de moda policéntrica y balcanizada en la que los valores de la autonomía y la profusión de estilos permiten la emancipación de los sujetos frente a las antiguas trabas de la clase a la que se pertenecía. Cada cual puede organizar el estilo de su apariencia con toda tranquilidad”* (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2014)

Durante mucho tiempo, para “estar a la moda”, era necesario llevar un “look” que contemplara los últimos hitos de la moda, ya sea peinado, accesorios o indumentaria, principalmente la última mencionada; es decir, era copiar con rapidez la tendencia del momento. Pero ya no es así, hoy en día la moda es plural, siendo incapaz de imponerse a los individuos de manera uniforme, dejando a cada uno de éstos desarrollar el “look” a su manera, según como se quiera manifestar. Es entonces donde Lipovetsky y Serroy afirman que la indumentaria está más al servicio de la promoción de la imagen personal que a una imagen o posición de clase.

El individuo consumidor de moda actual es emocional y estético, genera una expresión; no tiene límites etarios, socioeconómicos ni generacionales. Busca el “look” y el estilismo dentro de la estética que mejor le sienta. Es individual y dueño de sí mismo en cuestiones de aspecto.

2.1.5 Resumen de capítulo

Es imposible ignorar el impacto que la estética tiene en la sociedad y cómo ésta se introduce de diversas maneras en cada individuo. Vivimos en una constante estetización, rodeados de elementos tangibles e intangibles que nos hacen generar una individualidad distintiva o también pertenecer a un grupo, colectivo o nicho el cual se representa con ciertas características estéticas.

La moda y el diseño de indumentaria, de la mano con las tendencias estilísticas, son factores fundamentales que la sociedad consume de manera consciente o por inercia a lo largo de su vida, que además de servir como soluciones funcionales, llevan al individuo a descubrirse, encontrar lo que le sienta bien y expresarse a través de su estilo.

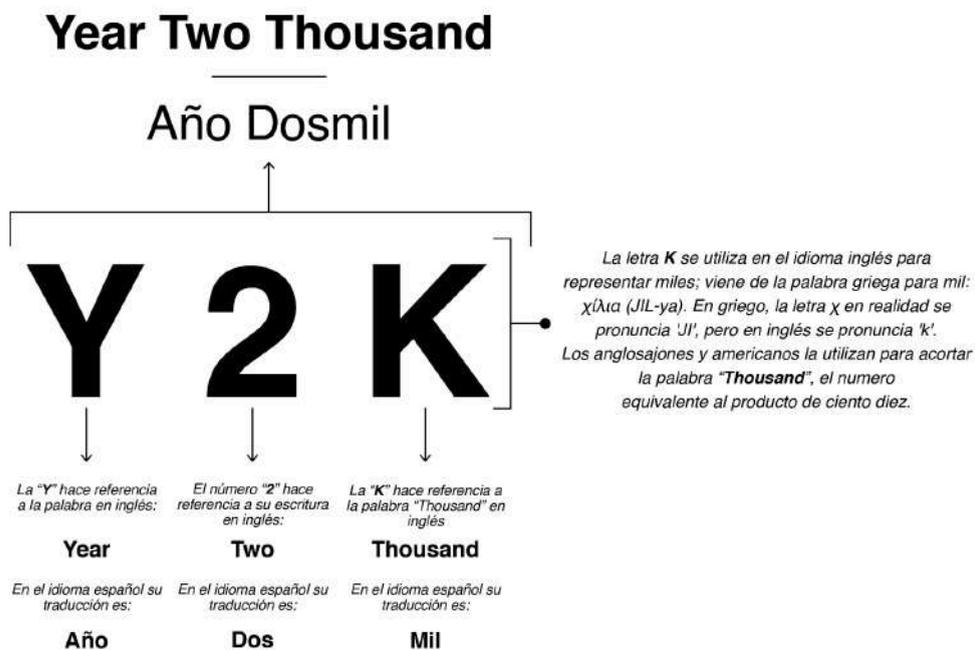
2.2 La “Estética Y2K”

La actualmente denominada “estética Y2K”, se origina en la cultura popular a finales de la década de los 90. Se caracteriza por ser un período estético distintivo con su máximo auge entre los años 1999 y 2004; la misma encapsuló varias disciplinas, resaltando el diseño de modas, el diseño gráfico, la música y el diseño de productos tecnológicos.

2.2.1 El término “Y2K”

El efecto Y2K, normalmente conocido en castellano como *El error de los 2000*, fue una “falla” o “error de software” ocurrido en el pasaje de cambio de siglos, cuando el mundo cambió del año 1999 al año 2000, dando la bienvenida al Siglo XXI. En aquel entonces, se pronosticó que dicho suceso sería la causa de una catástrofe mundial. (Feinstein, S. 2001)

La etimología de la sigla que le dió nombre a dicho suceso quiere decir “Año Dos Mil”; la “Y” corresponde a la palabra “year” (Año en inglés), el número “2” a la palabra “two” (Dos en inglés) y por último, la “K” hace referencia a la palabra “thousand” (Mil en inglés), la cual es una abreviación comúnmente utilizada en el lenguaje anglosajón para referirse a ésta cantidad.



La premisa del *Error de los 2000* se basaba en que al llegar el nuevo milenio, los dispositivos tecnológicos no estarían preparados para reconocer ni procesar la cifra “2000”, por lo que estos no tendrían en cuenta ni reconocerían el cambio de siglo.

Durante las últimas décadas del Siglo XX, los equipos informáticos se caracterizaban por tener una capacidad de almacenamiento limitada, debido al poco avance tecnológico hasta la fecha. El rubro global de la programación no contaba con que en cierto momento los dispositivos tendrían que marcar el año 2000 como “00” en sus calendarios (Ejemplo: 01/01/00). Dicho sistema de dos dígitos para indicar el año se utilizaba de esa forma por dos simples razones: ahorraba tanto espacio como memoria a la hora de programar, y a su vez, era más económico. La principal preocupación que generaba el “Y2K” era que todo software que incluyera alguna fecha, iba a fallar.

Los días previos al gran suceso, especulaciones varias rondaban las mentes de las personas. Era tal el nivel de incertidumbre sobre el futuro del mundo como lo conocían, que algunas personas renunciaron a sus trabajos, cientos vivieron estos días colmados de ansiedad y miedo; y otros recurrieron a acciones fatales: se quitaron su propia vida. Otras personas, autoproclamadas supervivientes, empaclaron sus maletas y decidieron refugiarse en sótanos o trincheras y así esperar el desastre que creían que ocurriría la noche del cambio de milenio. (Feinstein, S. 2001)

Lo anterior nos ayuda a dimensionar el problema de los *dos mil* y realmente ponerlo en contexto; ya que no solo afectó al mundo a nivel económico sino también social, logró perforar las mentes de las personas y ocasionar pánico colectivo, acompañado de un sentimiento apocalíptico generalizado y un gran miedo por “El fin del mundo”.

Luego de visitar dicho fenómeno, podemos concluir en preguntarnos si en realidad existió un tal “Y2K” O “*Error de los dos mil*”. El hecho existió, pero no con la magnitud que se esperaba. El fenómeno estuvo muy alejado de cumplir con las expectativas catastróficas anunciadas, haciéndolo quedar como algo mínimamente importante en comparación con cómo se le hizo creer a la población. Luego del 1ero de enero del 2000, poco se habló de lo sucedido, su repercusión, y si los millones invertidos por los dirigentes políticos alrededor del mundo fueron realmente necesarios y efectivos para controlar el suceso. Al final, todo se redujo a anécdotas en donde algo tan simple como “cambios de dígitos” provocaron ciertos inconvenientes que fueron arreglados en la brevedad, pero que fueron precedidos por temor e incertidumbre a un “error”, una “falla” o incluso al “fin del mundo”.

No obstante, si bien el Y2K no impactó al mundo de la manera esperada, lo hizo en otros aspectos de la sociedad, en contextos más específicos. “Y2K” pasaría de ser un término para denominar una “falla de sistemas”, a ser lo que identificaría un nuevo movimiento dentro del mundo de la moda.

2.2.2 ¿Qué es la “*Estética Y2K*”?

La “*estética Y2K*” fue un hito en lo que coloquialmente se denomina “cultura pop”, y fue manifestándose tímidamente a lo largo de la década de los 90 hasta alcanzar su punto máximo de la mano del *Error de los 2000*. Este suceso, fue un punto de inflexión a nivel social, ya que gracias a él se dieron cambios importantes en el ámbito de la tecnología, innovadores para ese momento; es entonces, cuando la sociedad deja de lado el pánico colectivo, comenzando a idealizar el futuro, proyectándolo de una manera estetizada.

La “*estética Y2K*” se fundamenta de conceptos utópicos, cargados de nostalgia del futuro, donde la tecnología toma un rol importante en el individuo, resolviendo sus problemas, conectándolo tanto con otros como consigo mismo; por su parte, al originarse dentro de un panorama de crisis y un futuro incierto, hizo reflexionar a la sociedad sobre lo efímera que es la vida y que “*no hay tiempo que perder*”, resultando en una corriente estética sin complejos, que además de tener tintes futuristas, era atrevida, experimental y estrambótica, que jugaba con la ironía y no temía ser controversial. (Wade, G. 2018).

Como se expresó anteriormente, la *estética Y2K* estuvo presente en diversas disciplinas vinculadas con el arte, el diseño y el entretenimiento. En las artes gráficas en 2D y 3D, se caracteriza por utilizar líneas gruesas y curvadas, con una gran presencia de iconografía y logotipos repetitivos; a su vez era muy común el uso de tipografías estilizadas con curvas y efectos 3D, motivos con destellos, gradientes y colores tornasolados.

En el ámbito de los objetos tecnológicos, los dispositivos comenzaron a ser más sintetizados y portables, presentando diseños con toques divertidos y coloridos, que llamaron mucho la atención del consumidor juvenil, entre ellos resaltan computadoras (iMac G3 y iBook de Apple) teléfonos celulares (“flip phone” de Nokia y Motorola) consolas de videojuegos (Game Boy Advanced de Nintendo) reproductores de música, (iPod de Apple) mascotas virtuales, (Poo-Chi, iDog, iZ, iCybie, Furby) entre otros.

Siguiendo con la tendencia de idealizar el futuro, el tono de la música creada alrededor de dicha estética lo reflejó a la

perfección. Fue en éste momento donde la música electrónica tuvo un auge muy importante, en donde predominaban los ritmos pesados, el uso exagerado de sintetizadores, y el Auto-Tune.

Sin embargo, en este Trabajo Final de Grado nos centraremos en el impacto que tuvo la *estética Y2K* sobre la moda y el diseño de indumentaria.



NOKIA 7250

An eye for the moment.
An eye for detail.
An eye for colour.

The new Nokia 7250 phone with a camera.

From eye to eye.

an eye for the moment



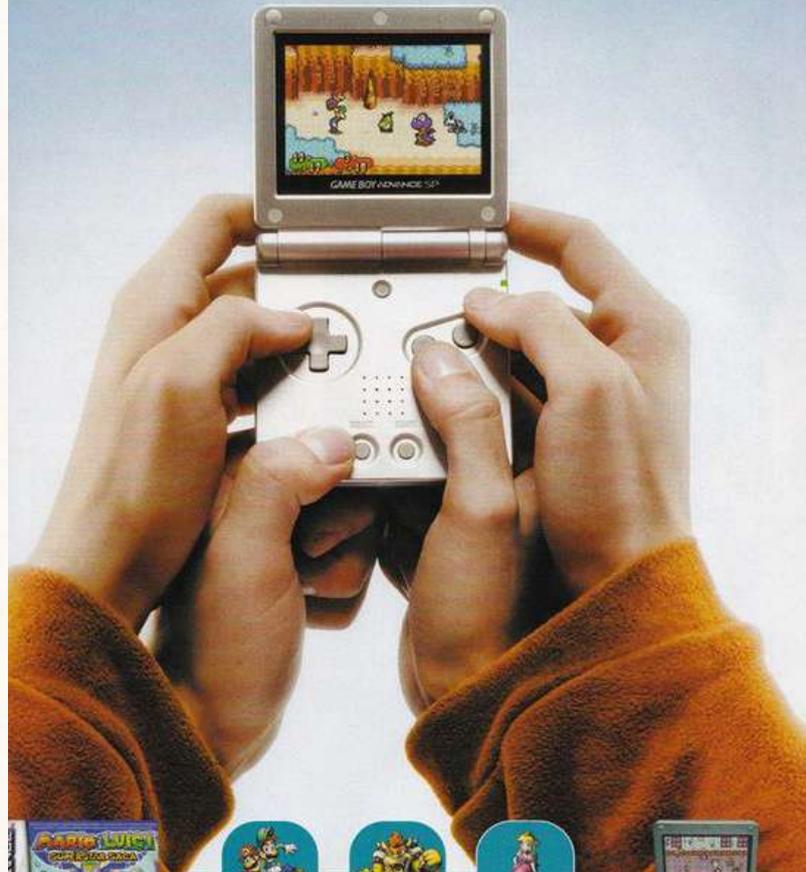
NOKIA

CONNECTING PEOPLE

x

nin

Travail d'équipe !



Pour la première fois, contrôlez Mario ET Luigi en même temps. Découvrez un mélange inédit de RPG et de jeu d'action avec Mario ET Luigi. Combinez leurs pouvoirs pour créer des super coups incroyables. Affrontez des ennemis terribles et explorez un monde gigantesque plein de surprises hilarantes.

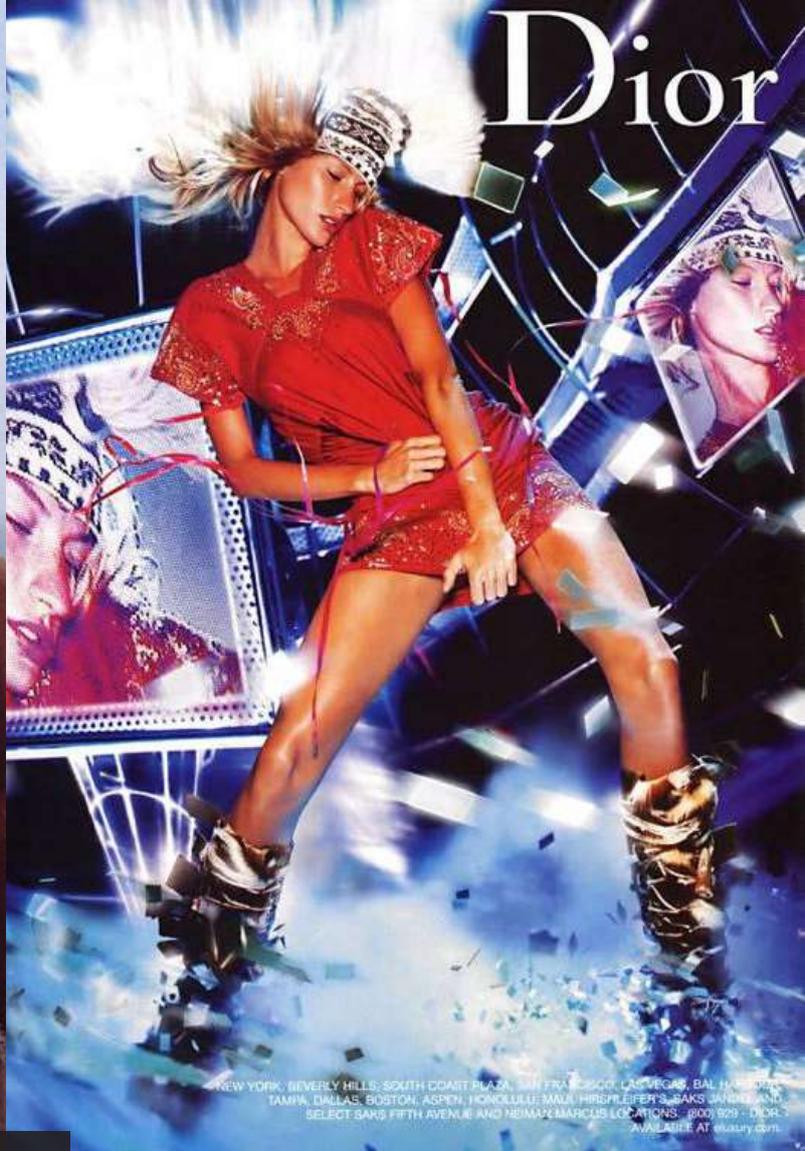
Mario & Luigi : Superstar Saga.
Un jeu inédit exclusivement sur Game Boy Advance.

GAME BOY ADVANCE SP

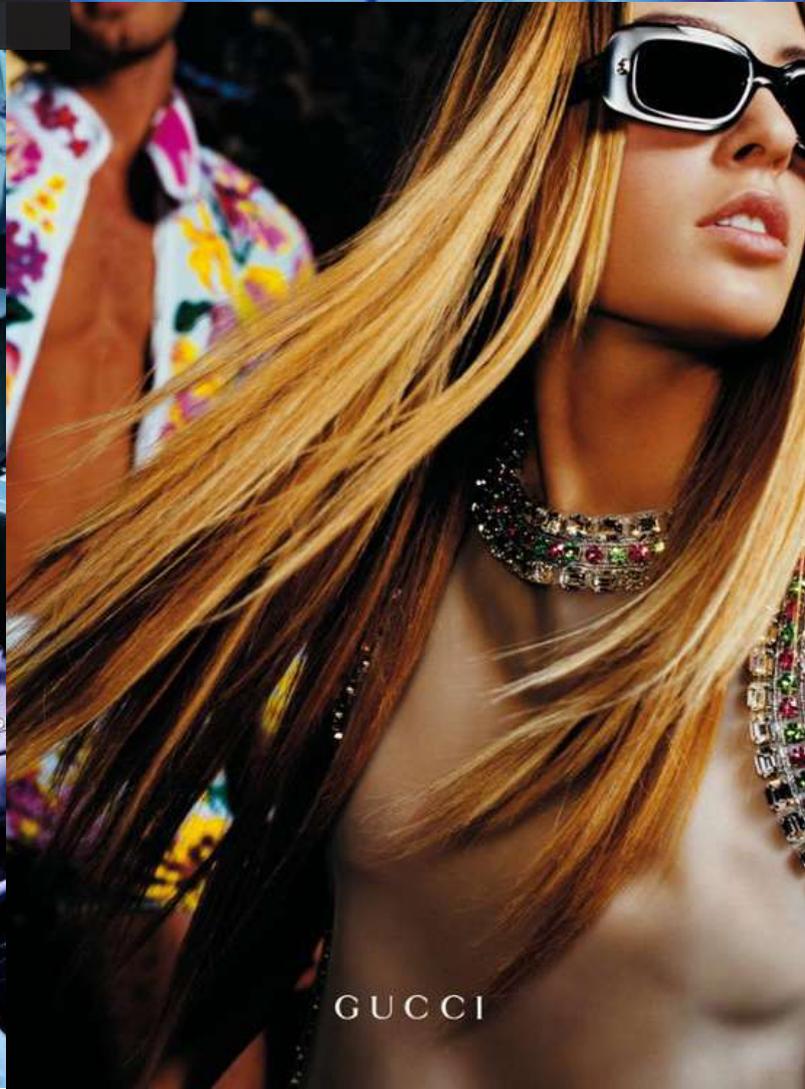
ESTÉTICA Y2K EN TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN



Yum.



ESTÉTICA Y2K EN EDITORIALES DE MODA





ESTÉTICA Y2K EN DISEÑO DE VESTUARIO PARA MEDIOS AUDIOVISUALES



2.2.3 La “estética Y2K” en la moda y en el diseño de indumentaria

Siguiendo la línea de lo que veníamos planteando, nos preguntamos: ¿A qué características respondía la moda luego del suceso “*Error de los dos mil*”?

Para responder debemos aclarar que la hoy conocida *estética Y2K* no se consolidó de un día a otro, sino que se conformó gracias a la serie de eventos descritos previamente en este trabajo, además de ser el resultado de las necesidades sociales y económicas de la época. Lo que las generaciones de hoy en día llaman “*Moda/Estética Y2K*” no es lo mismo que la *estética Y2K* que se vivía y vestía realmente en los *dos mil*. Una es el resultado de la otra.

Por otra parte, la *estética Y2K* en la moda no fue uniforme en todo el mundo, por lo tanto en este trabajo, nos concentramos en su desarrollo principalmente en Europa y América, donde tuvo su auge.

La transición de la década de los noventa a la década de los dos mil se dió de manera gradual, muchas de las tendencias de moda se mantuvieron, sin embargo eventos como el atentado a las torres gemelas o la crisis económica mundial, dejaron su marca en el panorama de la moda, lo que sumado a las nuevas tecnologías y el auge del internet, sentaron nuevas bases para el diseño, la comunicación y el consumo de la moda.

Durante el comienzo de esta década, las redes sociales estaban surgiendo de manera prematura; por lo que los jóvenes se nutrían

de la moda y las tendencias que veían en sus series series de televisión favoritas, y a su vez seguían con mucha atención lo que vestían los artistas de Pop y Hip-Hop más relevantes, ya que eran los promotores de las tendencias del momento. Estas instancias dieron vida a las tendencias más destacadas que se impusieron en los primeros años de la década.

“El cambio de siglo supuso una metamorfosis profunda a infinidad de niveles pero, en materia estilística, la moda de los dos mil implicó la evolución definitiva del minimalismo y el grunge de los 90, con un look rebelde y despreocupado, hacia una amalgama de tendencias coloristas, optimistas y desenfadadas, donde asomaban corrientes en torno a la revolución sexual, la cuestión de género y el feminismo.” (Blog Fue Mio, 2022)

La moda en los 2000 estaba fuertemente influenciada por la tecnología y su innovación, donde sobresalía la indumentaria monocromática con tintes futuristas, haciendo énfasis en una paleta de colores metalizada y brillante, acentos en negro y escala de grises. La sensualidad y la exposición del cuerpo fueron protagonistas en los estilismos de este período por lo que las principales prendas en la indumentaria femenina eran los tops y camisetas de mesh, la utilización de los **cuellos halters** en prendas superiores, las prendas con **apliques de strass** que aportan un efecto brillante, y la utilización excesiva del **cuero, la cuerina y el vinilo** principalmente en tipologías como tapados y abrigos largos.

“Un momento icónico para la estética sería el desfile de alta costura de otoño de 1999 de Christian Dior, donde prevalecieron los vinilos brillantes y las formas nítidas. Según John

Galliano, el diseñador principal, estaba "profundamente inspirado en The Matrix" y, como resultado, construyó -vestidos [que] son malvados, malvados-" (Wade G. Stitch Magazine 2019)

El resurgimiento de la moda de los años ochenta, fue muy importante para el desarrollo de la *estética Y2K* ya que tipologías de prendas olvidadas cobraron vida de manera reversionada, como los *tracksuits*, o trajes deportivos, realizados en **textiles como el terciopelo sintético**, convirtiéndose en una tendencia inesperada adoptada en su mayoría por las mujeres, usandolos en conjuntos que dejaban al descubierto el vientre y generaban un gran atractivo sexual.

Muchas tendencias de los años 90 continuaron gracias a la influencia persistente de celebridades del ámbito del entretenimiento como la música y el cine. A partir de aproximadamente 2001, los **pantalones de tiro bajo**, los **pantalones acampanados**, los **pantalones cargo de seda o satén** e incluso los **jeans en una gran variedad de colores** se volvieron populares. Las mujeres a menudo llevaban faldas sobre pantalones, vestidos envolventes con estampados florales, camisetas de rugby e incluso chaquetas funcionales, que se integraban en la vida cotidiana.

El denim fue un elemento clave en la *estética* de los años 2000, especialmente en los **jeans**, consolidándose como una prenda versátil adecuada para cualquier situación. A lo largo de esa década, los jeans experimentaron transformaciones notables conforme a las tendencias, variando tanto en la altura de la cintura como, su largo y su ancho de piernas.

En sus inicios, los jeans de tiro bajo y con piernas acampanadas se convirtieron en en una prenda muy aclamada. reflejando una

estética relajada y juvenil. Sin embargo, a medida que la década avanzaba, los jeans ajustados y ultra ceñidos, conocidos como "**skinny jeans**", resurgieron con fuerza, conquistando el mundo de la moda y dominando las pasarelas y el ámbito cotidiano por igual.

Además de los pantalones de denim, otras prendas confeccionadas con este tejido destacaron, incluyendo faldas, chaquetas, abrigos y accesorios, desafiando las expectativas y subrayando la versatilidad atemporal de este material que se ha convertido en un verdadero símbolo de estilo.

2.2.4 Las marcas de lujo y la “estética Y2K”

Durante la era Y2K, el estatus y el prestigio estaban en el centro de la cultura popular. Las marcas de lujo representaban un símbolo de estatus social y éxito económico, lo que las hacía altamente deseables para aquellos que buscaban destacarse estilísticamente. Dichas marcas lideran el camino en términos de innovación y creatividad en la moda.

Sus diseñadores tenían la libertad de experimentar con nuevas ideas, materiales y técnicas mediante la creación de colecciones vanguardistas que definían las tendencias de la época debido a su posición dominante en el mercado de la moda, influyendo en los intereses y comportamientos de compra de los consumidores.

Las marcas de lujo representan un ideal de estilo y elegancia al que muchos aspiran. Su asociación con celebridades, iconos de la moda y eventos exclusivos crea una aspiración que atrae a los consumidores y los motiva a invertir en sus productos para sentirse parte de un mundo exclusivo. La calidad excepcional y la exclusividad de los productos de lujo los diferencian de las marcas de moda convencionales ya que los consumidores están dispuestos a pagar un precio más alto por artículos que se distinguen por su artesanía, materiales de alta calidad y diseño exclusivo.

Todos los factores mencionados anteriormente contribuyeron a que estas marcas fueran una fuerza central en la definición de la moda y el estilo durante el período de tiempo analizado.

Los diseñadores pioneros de la moda Y2K jugaron un papel crucial en la definición de la estética de la época y en la introducción de nuevas tendencias que la caracterizaron. Algunos de los más destacados incluyen a Tom Ford, Alexander McQueen, Marc Jacobs, John Galliano, Hedi Slimane, Donatella Versace, Miuccia Prada, Nicolas Ghesquière, Jean Paul Gaultier, Stella McCartney, entre otros. Su creatividad, audacia y capacidad para romper barreras fueron fundamentales para dar forma a una de las épocas más dinámicas de la historia de la moda.



DESARROLLO: ANÁLISIS DE COLECCIONES

3. Desarrollo: Análisis de colecciones

Luego de aclarar conceptos dentro de la estética, la moda y el diseño de indumentaria; y a su vez, darle un contexto al período de tiempo que elegimos estudiar en este trabajo final de grado, decidimos realizar como desarrollo del mismo, un análisis a las colecciones de indumentaria que aportaron a la creación de la “*estética dosmilera*” conocida como “*estética Y2K*”, o “*moda Y2K*”, como se ha mencionado anteriormente.

El proceso de realización comenzó con la elección de trabajar con colecciones pret-a-porter pertenecientes a marcas o casas de moda de lujo, haciendo hincapié en marcas y diseñadores europeas y/o americanas, debido a que en el proceso de globalización de la moda, son las responsables de imponer las tendencias que llegan a cada individuo; y la indumentaria *Prêt-à-porter*, se encarga de reproducir masivamente dichas tendencias para un público general, como en el *fast fashion*.

Para elegir las colecciones a analizar, se realizó un relevamiento detallado a aquellas lanzadas por primera vez entre los años 1999 y 2005, que se encontraran dentro de los requerimientos mencionados, donde seleccionamos una muestra de cuatro colecciones, las cuales cuentan con los componentes necesarios que identifican la moda dosmilera: Gucci Spring/Summer 1999; Chloe Spring/Summer 2000; Stella McCartney Spring/Summer 2002 y Versace Spring/Summer 2003.

El análisis parte del desglose de elementos de dichas colecciones, respetando los estilismos pautados para el estreno de las mismas, ya que es el único momento en donde vemos las colecciones con la visión pura del diseñador, y la historia que quiere plantear sobre la pasarela. Al mismo tiempo, se analizó el diseñador de la marca, el trasfondo conceptual de la colección y sus elementos visuales, simbólicos y matericos, como siluetas, materiales, textiles, texturas, técnicas y paletas de colores; en donde se identificaron las principales piezas de indumentaria que dieron lugar a la *“estética Y2K”*.



GUCCI SPRING/SUMMER 1999

Gucci Spring/Summer 1999

by Tom Ford

Bajo la dirección creativa de Tom Ford, la pasarela de Gucci para su colección *Prêt-à-porter primavera-verano de 1999*, brindó una de las primeras demostraciones en cuanto a diseño de indumentaria que sentaron las bases de la *estética Y2K* dentro del mundo de la moda, aportando piezas de gran relevancia para el desarrollo de la misma.

La colección fue una sorpresa al momento de su lanzamiento, ya que se desligó de la dirección estética que Ford tenía desde que ingresó como diseñador a la marca en el año 1995, caracterizada por ser clásica, refinada y elegante; en cambio, *spring summer 1999*, se mostró desestructurada, y conforme avanzaba en pasarela, se volvía audaz y buscaba transmitir confianza a través de la sensualidad. Ford tomó inspiración de la estética hippie y sus códigos visuales, específicamente en la indumentaria y accesorios que dicha tribu urbana vistió para el famoso festival de música de *Woodstock* en el año 1969, combinándola con elementos contemporáneos, presentando su visión para el futuro de la moda en el cambio de milenio. *Spring summer 1999* cuenta con 46 *looks* los cuales se repartieron en diferentes secciones a lo largo del desfile, presentando una gran fluidez, donde las siluetas y los estampados son el hilo conductor principal de la colección definida como “*ecléctica, excéntrica y feliz*” por el mismo Tom Ford.

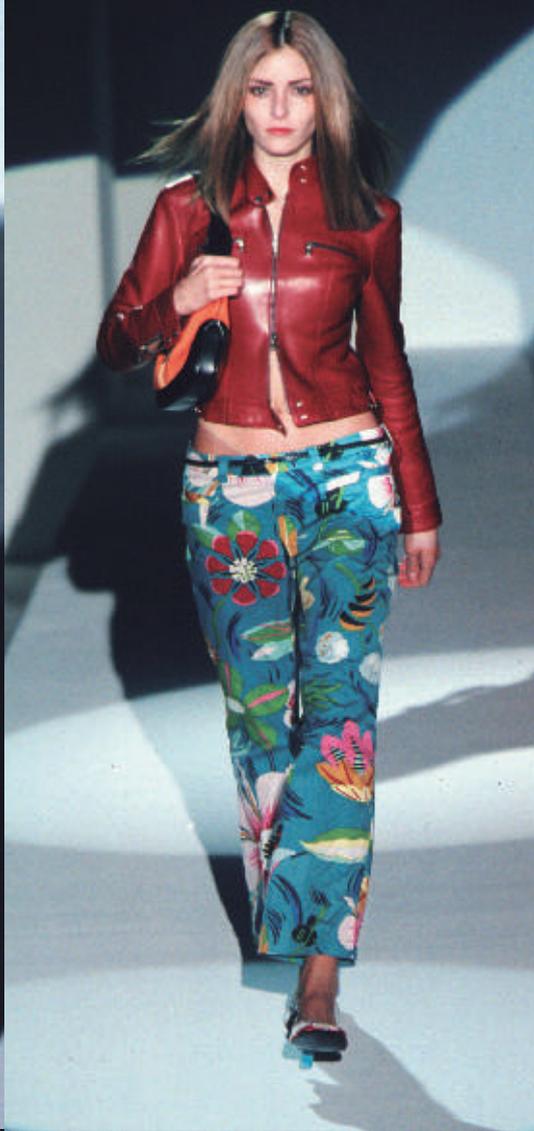
Analizando la colección en relación a la moda Y2K, la paleta de colores resaltó como un claro ejemplo de la misma, donde los matices de rosados y negros fueron los encargados de darle

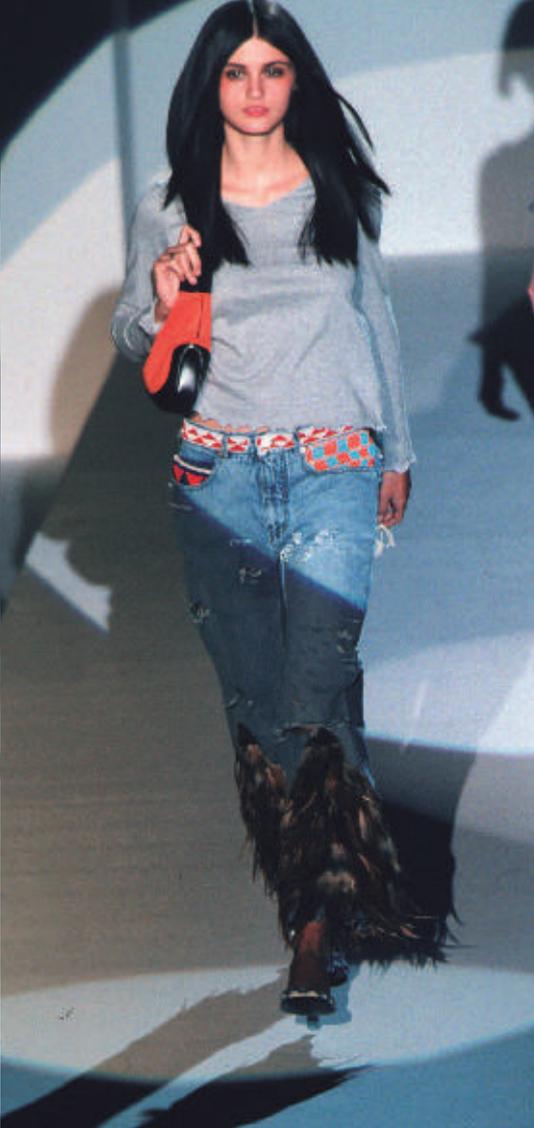
coherencia de principio a fin. Entre los acentos de color se pueden apreciar tonalidades vibrantes de amarillos, anaranjados y celestes que se combinan con complementos mas tenues como lilas, beiges y verdes. Dichas gamas de color se aprecian reiteradas veces en los excentricos estampados florales, y otros abstractos, utilizados en diversas piezas de la colección.

Entre las prendas clave de *spring summer 1999* alineadas con la *estética dosmilera* se destacaron principalmente las chaquetas de cuero, con un entalle muy ceñido al cuerpo tanto en laterales como en el busto, utilizando tonalidades metalizadas, las cuales aportaron un toque moderno y sobrio, sirviendo de puntos neutros entre el exceso de colores de otras prendas. Varias de las prendas inferiores presentaron el *tiro bajo o low waist*, el cual fue popularizado en el periodo de tiempo estudiado debido a la tendencia de la “talla 0” que promovía la delgadez hegemónica y el abdomen plano, el mismo lo podemos notar principalmente en los pantalones y faldas. A su vez, la colección presentó una gran versatilidad de en prendas en denim, desestructurando tipologías clásicas como jeans, pantalones capri, y minifaldas con roturas intencionales, partes desgastadas, apliques de plumas, bolsillos de diferentes colores, y bordados florales, convirtiendo una prenda clásica cotidiana en una pieza distintiva. Aparte de lo mencionado, *spring summer 1999* muestra la utilización de prendas de ropa interior o bikinis, presentadas en *looks* como indumentaria de uso diario, factor importante que caracteriza la *moda dosmilera* por su énfasis en cuanto al exhibicionismo del cuerpo.

Con *spring summer 1999*, Tom Ford logró mostrar una nueva faceta dentro de Gucci, brindándole a la marca una

dirección contemporánea y fresca, creando una fusión balanceada entre el pasado, y el futuro que se avecinaba en la moda, proporcionando elementos que poco a poco se convertirían en bases para lo que en la actualidad se conoce como *moda dosmilera*.







GUCCI

SPRING/SUMMER 1999 by Tom Ford



Trend report
SPRING SUMMER



“(...)Una visión más colorida y alegre de la sensualidad que va mucho más allá del minimalismo (...) Estas son prendas eclécticas, excéntricas y (odio usar la palabra) alegres (...)”

Laird Borrelli-Persson , Diciembre 2020



CHLOE SPRING/SUMMER 2000

Chloé Spring/Summer 2000 **by Stella McCartney**

La colección *primavera-verano 2000* de Chloé fue un testimonio de la estética Y2K, fusionando elementos bohemios con toques contemporáneos que creó una propuesta elegante y relajada. Desde las siluetas hasta los detalles, cada aspecto de la colección reflejó cuidadosamente la sensibilidad y audacia de la moda de la época.

En cuanto a las siluetas y cortes, la colección presentó una amplia gama de estilos, desde vestidos fluidos hasta pantalones holgados, que tendían hacia la comodidad y la libertad de movimiento que caracterizaba a la moda de los años 2000. Estas siluetas sueltas y relajadas son emblemáticas de la estética Y2K, ofreciendo un equilibrio perfecto entre estilo y funcionalidad.

Los tejidos y texturas utilizados en la colección añaden profundidad y dimensión a las prendas, con telas livianas como seda, algodón y lino que proporcionan una sensación de frescura y ligereza. Además, se incorporan detalles texturizados como plisados y encajes que añaden un toque de énfasis visual a las prendas, creando una sensación de sofisticación y elegancia.

En cuanto a la paleta de colores, la colección tuvo una mezcla de tonos suaves y delicados, como rosas suaves, melocotones y lavandas, que evocan una sensación de feminidad romántica. Estos tonos pastel son consistentes con la tendencia hacia colores suaves y femeninos, añadiendo un toque de frescura a la colección.

Los detalles y adornos son una característica distintiva de la colección, con elementos como volantes, lazos y pliegues que añaden un toque de sofisticación y refinamiento a las prendas.

Un elemento clave de la colección, fue el uso de cadenas de oro de 24 kilates, las cuales fueron unidas y entrelazadas para formar tipologías de prendas superiores, y a su vez, sirviendo de accesorios que le aportaron una gran presencia a la colección.

Finalmente, los accesorios complementaron perfectamente el estilo bohemio y contemporáneo de la colección, con bolsos de mano de tamaño mediano y sandalias de tiras finas que añaden un toque de sofisticación sin restar protagonismo a las prendas.

En conjunto, la colección *primavera-verano 2000* de Chloe es un ejemplo excepcional de la estética Y2K, capturando la esencia de la moda de la época mostrando el equilibrio entre elegancia y sensualidad.







CHLOE

SPRING SUMMER 2000 by Stella McCartney



Trend report
SPRING SUMMER



“El tema subyacente de la colección, la opulencia sutil, quedó subrayado por las camisetas pintadas a mano, las piezas bordadas con diamantes y las cadenas de oro de 24 quilates que sujetaban algunas blusas o servían como blusas.”

Equipo de Vogue, 1999



STELLA McCARTNEY SPRING/SUMMER 2002

Stella McCartney Spring/Summer 2002 **by Stella McCartney**

Luego de cinco años a cargo de la marca francesa Chloé, Stella McCartney se hizo a un lado para enfocarse en su marca homónima, sorprendiendo al público con su debut: *primavera-verano 2002*, una colección recordada por su irreverencia, llena de elementos que caracterizaron a la moda dosmilera y su representación estética, rompiendo ciertos esquemas dentro del mundo de la moda.

En primera instancia, cuando McCartney estuvo al mando de Chloe, se amoldó a su estética limpia y clásica, pero a medida que su dirección creativa fue avanzando, la diseñadora comenzó a implementar su visión disruptiva en las colecciones de la marca, llevando a Chloe por un camino más audaz, pero no desarrolló dicha visión en su totalidad; ésto lo reservó para su propia marca *Stella McCartney*, donde se mostró sin restricciones, y siendo *spring summer 2002* una carta de presentación en la cual McCartney mostró su identidad como diseñadora, primando la autenticidad y siendo autorreferencial.

Spring summer 2002 presenta morfologías sencillas en donde se combinan las siluetas ceñidas con algunas más holgadas, las cuales dejan partes del cuerpo al descubierto en varias ocasiones a través de cortes, escotes, o aberturas pronunciadas revelando el busto, pecho, gran parte del abdomen y pelvis de las modelos. Estas decisiones se alinean directamente con el tinte sexual y provocativo que McCartney pretendía que tuviera tanto la colección como el show en sí mismo, con el fin de generar opiniones divididas. La colorimetría es acotada, componiéndose de una paleta colores acotada con pocas

variaciones en sus tonalidades, los cuales son azul, violeta, beige, amarillo, blanco y negro. Los textiles que conectan la colección son el *jersey elastizado*, la *lycra* y el *encaje*, los cuales en su mayoría se encuentran en prendas con terminaciones intencionalmente desprolijas, realzando el estilismo desalineado que McCartney quería transmitir.

Más allá de lo mencionado, el sello más notorio de la *estética Y2K* se encontraba en los elementos gráficos aplicados a las prendas con diferentes técnicas, como palabras y frases tanto estampadas como caladas. Las palabras eran chistes con subtexto provocativo que le dió un aspecto controversial de la colección, calificada por algunos críticos como una nueva forma de expresión a través de la moda y “intento de impacto sin arte” por otros. Las prendas que resaltan el espíritu de la colección comienzan con el reveladores *bodysuits* de lycra y encaje con palabras caladas en el busto; micro-tops de jersey que revelan parte de los senos de la modelo, seguido por vestidos cortos en el mismo textil con palabras estampadas en sus partes delanteras.

La colección continuó desplegándose con las piezas que generaron más conversación; entre ellas se destacan partes inferiores de bikinis con la palabra “wet” calada en la zona pélvica y vestidos cortos de jersey elastizado con la frase “*slippery when wet*” estampada en todas partes. A su vez, se sumó otra sección de bodysuits ceñidos al cuerpo enteramente hechos de encaje en los cuales se traslucía casi en su totalidad el cuerpo desnudo de las modelos.

Dejando de lado el aspecto controversial, la colección concluye con una sección de prendas que cuentan con detalles

de estampas de rostros abstractos, que además de surgir dentro de las pasarelas del periodo estudiado ha sido un recurso explotado en la industria de la moda, siendo reproducido y reinterpretado reiteradas veces, especialmente en las marcas de *fast fashion*.

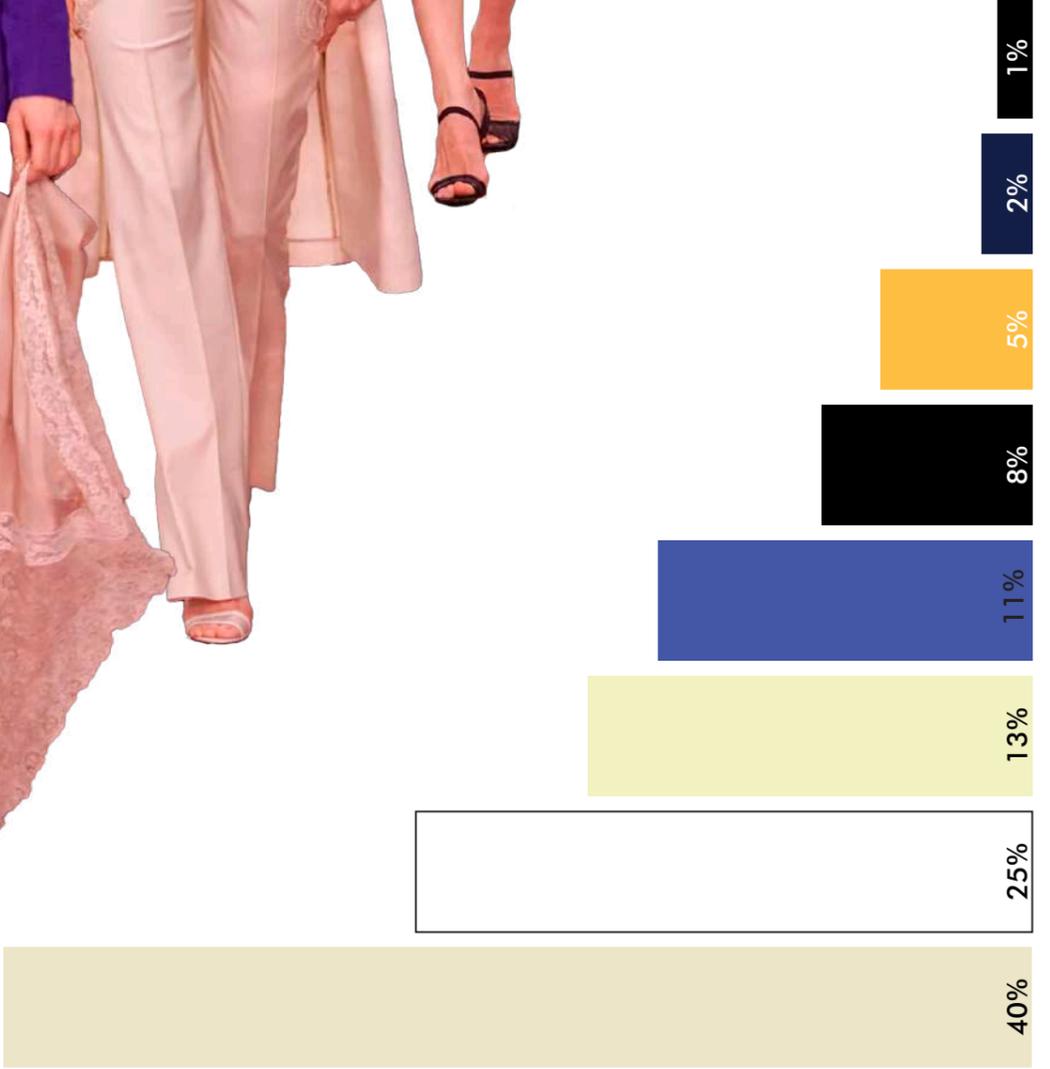
En conclusión, a pesar de no haber satisfecho las expectativas tanto técnicas como creativas que la industria esperaba de ella, McCartney eligió el camino de la expresión sin complejos, siendo referente para muchos diseñadores a futuro.





STELLA McCARTNEY

SPRING SUMMER 2002 by Stella McCartney



Trend report
SPRING SUMMER



“El llamativo y bullicioso desfile de McCartney incluyó lemas atrevidos, a veces en jerga cockney que rima, impresos en prácticamente todos sus looks.”

Vogue runway team, Octubre 2001



VERSACE SPRING/SUMMER 2003

Versace Spring/Summer 2003

by Donatella Versace

La colección *primavera-verano 2003* de Versace, diseñada por Donatella Versace, fué una fascinante pieza de la *estética Y2K* que dominó el mundo de la moda del nuevo milenio. Esta colección encapsuló perfectamente las tendencias y la energía vibrante que caracterizó a esa época, fusionando elementos audaces, colores vibrantes y siluetas ajustadas con un toque de innovación y modernidad.

Uno de los aspectos más distintivos de esta colección es su paleta de colores vibrantes. Donatella Versace no dudó al momento de usar tonos como el magenta, el verde lima, el amarillo y el turquesa, que se presentan en una variedad de prendas y estampados. Estos colores, emblemas de la *estética Y2K*, reflejan la mentalidad optimista y exuberante de la época, donde la moda se convirtió en una forma de expresión audaz.

Las siluetas ceñidas y ajustadas son otra característica central de la colección, y una tendencia definitoria de la *era Y2K*. Los vestidos "*baby-doll*", ajustados en el busto y con vuelos fluidos en la parte inferior, fueron emblemáticos, evocando una sensación de juventud, coquetería y despreocupación que resonaba con la *cultura pop* dosmilera. Además, se utilizaron telas elásticas que marcaban la figura del cuerpo en ciertos diseños, creando una sensación de segunda piel.

Otro aspecto destacado de la colección es el uso innovador de materiales y texturas. Donatella revive el "*crystal mesh*", que consistía en microtul bordado con pequeños diamantes, una técnica textil emblemática de los diseños de

Gianni Versace de los años noventa, pero con un giro moderno y contemporáneo. Esta reinterpretación de materiales clásicos con un toque moderno es representativa de la *estética Y2K*, que buscaba combinar elementos del pasado con una sensibilidad moderna y futurista.

La colección *primavera-verano 2003* de Versace es un testimonio del espíritu audaz y vibrante de la *estética Y2K*. Donatella Versace logra capturar la esencia de la época y crear una colección que es tanto una celebración del pasado como una declaración de moda moderna, consolidando así el legado de la marca en la historia de la moda contemporánea.







VERSACE

SPRING SUMMER 2003 by Donatella Versace



Trend report
SPRING SUMMER



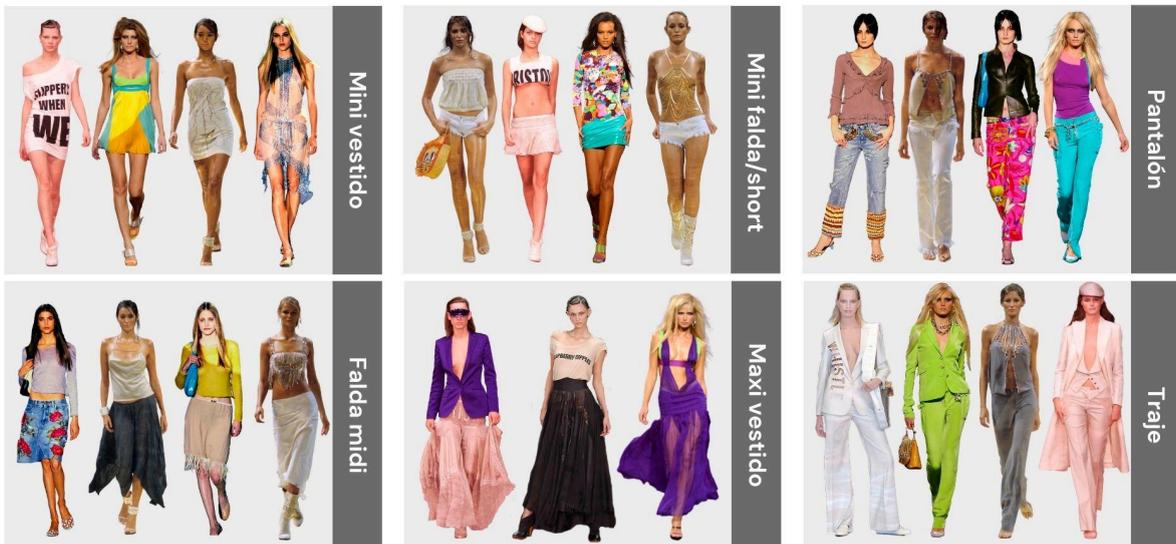
“Si alguien se siente perfectamente cómodo con el verde lima, el magenta, el turquesa, el amarillo y el rosa, con estampados alucinantes y cortes que hacen flip-va-boom cuando una mujer se mueve, esa es Donatella. Todo eso es su derecho de nacimiento, y con esta colección mostró a los aficionados cómo se hace.”

Sarah Mower para Vogue Runway, 2002

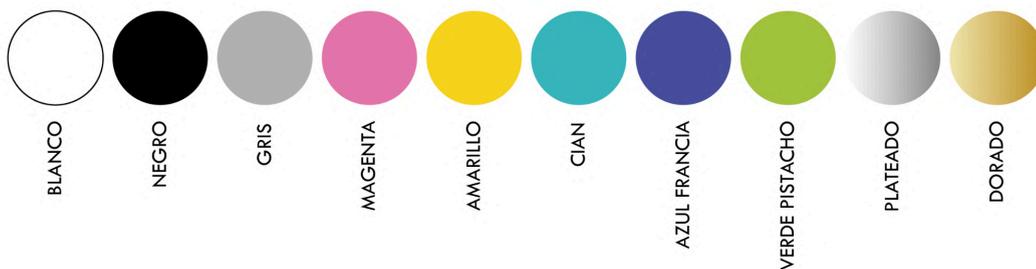
Conclusiones del Desarrollo

Las colecciones analizadas en este trabajo encapsulan la vibrante *estética Y2K* que definió el inicio del nuevo milenio en la moda.

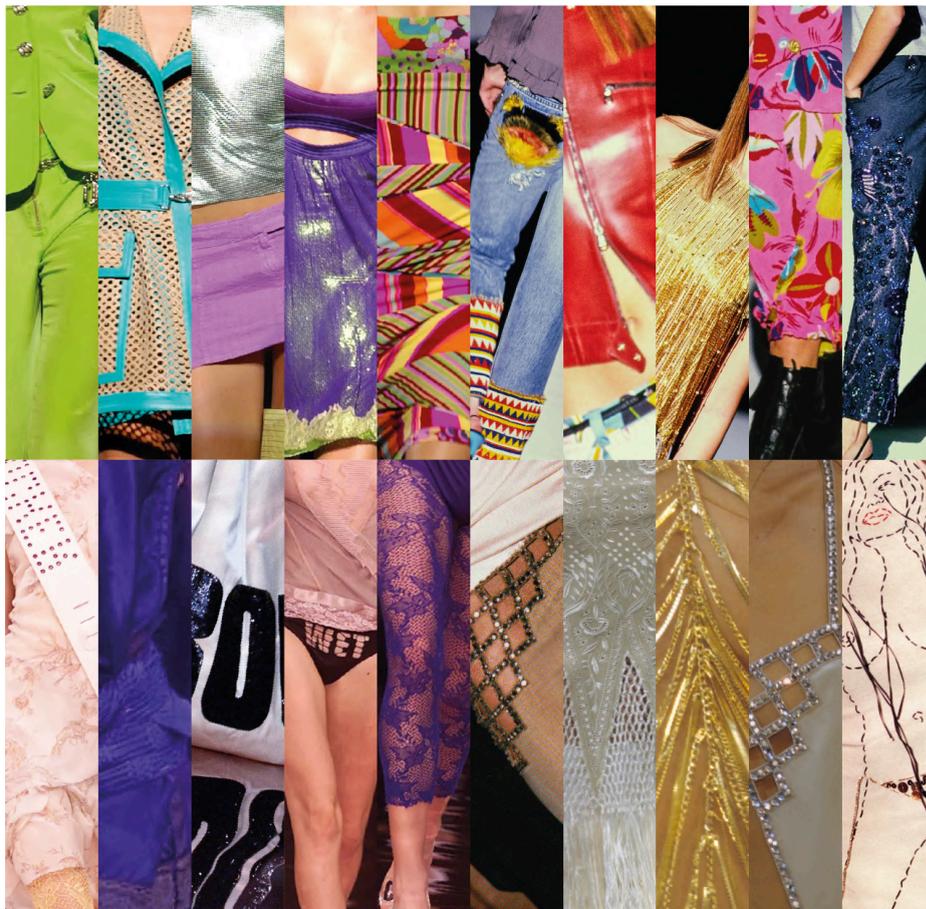
Las cuatro colecciones comparten una exploración de siluetas que oscilan entre lo ceñido y lo fluido, reflejando tanto la sensualidad como la despreocupación por la exposición del cuerpo. A su vez, coinciden en siluetas provocativas que remarcan la figura y refuerzan el ideal de belleza hegemónica de la época. No obstante, todas las propuestas también incluyen siluetas que se centran en la comodidad, generando así un balance morfológico justo dentro de las colecciones.



La paleta de colores fue muy diversa entre las propuestas, pero todas tenían el mismo objetivo: generar un gran impacto visual y una gran estimulación al observar los colores en movimiento. Los tonos de rosa, verde y amarillo, junto con los acentos neutros y los metalizados brillantes, fueron matices que se repitieron en cada colección.



La experimentación con materiales y texturas fue una característica destacada en estas colecciones. Los detalles y estampados jugaron un papel crucial en definir la identidad visual de cada colección. Gucci presentó estampados florales exuberantes y detalles metálicos que añadieron un contraste interesante a sus diseños; Stella McCartney incorporó palabras y frases provocativas estampadas o caladas en sus prendas, subrayando la actitud expresiva de su colección; Chloé optó por estampados suaves y detalles texturizados como plisados que complementaron sus siluetas holgadas y fluidas; y Versace utilizó patrones gráficos para capturar la energía juvenil y vibrante de sus diseños.



Estas colecciones no solo reflejan las tendencias y estilos de la época Y2K, sino que también destacan por su capacidad para interpretar y definir la moda de principios del milenio. Cada una aportó elementos únicos que contribuyeron a la diversidad y la riqueza estilística de esa era, dejando un legado significativo en la industria de la moda contemporánea.

Conclusiones finales

Al iniciar este trabajo final de grado, nos enfrentamos a varias incertidumbres, la más prominente siendo cómo abordar un tema que forma parte de un fenómeno social relativamente nuevo, el cual nos parecía desafiante de expresar adecuadamente en palabras.

Durante la investigación, descubrimos que sumergirnos profundamente en un tema que ya conocíamos fue enriquecedor. A lo largo del proceso, aprendimos a comprenderlo mejor, prestando atención meticulosa a cada detalle.

Explorar un fenómeno tan específico como el Y2K y todo su contexto nos brindó un conocimiento renovado desde diversas perspectivas sobre el cambio de milenio.

Gracias a los conocimientos teóricos adquiridos en nuestra formación académica, pudimos contextualizar este período histórico y establecer conexiones profundas con nuestra área de estudio específica, la moda. Este documento no solo representa un logro académico, sino también nuestra identidad como diseñadores.

Desde nuestra genuina pasión por el diseño de modas y su historia, este trabajo ha sido una búsqueda constante. Nos sentimos verdaderamente satisfechos de haber alcanzado nuestra meta principal: crear un documento académico que nos permita comprender el pasado de la moda e interpretar su presente, abordando un tema que nos inspira como diseñadores.



Bibliografía

Benedito, G., & Benedito, R. (2007). *El diseño como espectáculo*. In A. Calvera, de lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño. Barcelona, España. GG Diseño.

Boudreau, D.; Costa, H., Hall, H., Hunt, J., McDaniel, M., Ramproop, T., Rutledge, K., Sprout, E., Teng, S. (20 de Mayo, 2022) National Geographic Resource Library: *Y2K bug*. Recuperado de: <https://education.nationalgeographic.org/resource/Y2K-bug>

Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, 42, 101-106.

ELLE Education (2020) *The Features of Luxury Fashion*. Recuperado de: <https://elle.education/en/2020/11/the-features-of-luxury-fashion/>

Feinstein, S. (2001) *The 1990s: From the Persian Gulf War to Y2K (Decades of the 20th Century)*. Enslow Publishers.

Fianza, K., (2008). *LA ESTÉTICA DE KANT: EL ARTE EN EL ÁMBITO DE LO PÚBLICO*.

Revista de filosofía, 64, 49-63. Recuperado de:

<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-43602008000100004>

Fue Mio (31 de Agosto, 2022) *Blog Fue mio: Moda de los 2000, con 6 tendencias*. Córdoba, Argentina. Extraído de:

<https://fuemio.com.ar/blog/moda-de-los-2000-con-6-tendencias/#:~:text=Es%20decir%2C%20de%20la%20moda.la%20cabeza%20a%20los%20pies.>

Lipovetsky, G. (2013). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, España. Editorial Anagrama.

Lipovetsky G., Serroy, J. (10 de Enero, 2014) *La estetización del mundo*. Barcelona, España. Editorial Anagrama.

Loeb, W. (2022) *The Lasting Allure Of Luxury Fashion Brands*. Forbes. Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/walterloeb/2022/06/13/how-luxury-fashion-brands-survive/?sh=28e166dc7fde>

López, D (13 de Diciembre, 2021) GQ Magazine: *Estilo Y2K: de qué hablamos cuando nos referimos a esta estética que tiene obsesionada a la generación Tik Tok*. España. Recuperado de: <https://www.revistagq.com/moda/articulo/estilo-y2k-tiktok-tendencias>

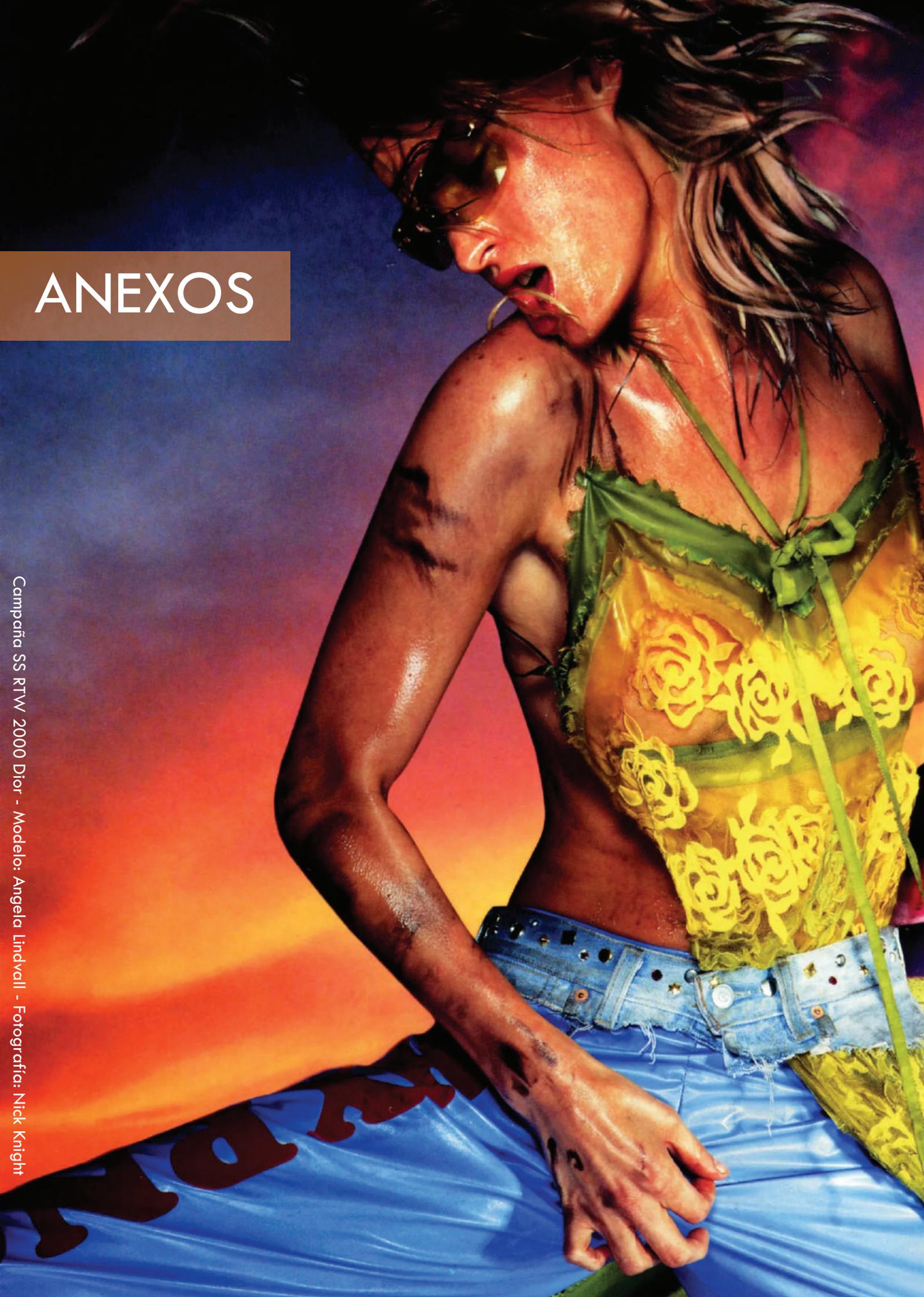
Quiñones Urióstegui, Z. (5 de Julio, 2020) *Sobre estética y moda*. Publicación semestral, Magotzi Boletín Científico de Artes del IA, Vol. 8, No. 16. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ia/issue/archive>

RAE Real Academia Española (2021) Estético. Extraído de: <https://dle.rae.es/est%C3%A9tico>

Tamayo de Serrano, C., (2002). *La estética, el arte y el lenguaje visual*. *Palabra Clave*, (7), 0. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/649/64900705.pdf>

Wade, G. (19 Junio 2018) Stitch Magazine: *THE Y2K MOVEMENT: ITS HISTORY AND RESURGENCE*. Northwestern University, Evanston, Illinois. Recuperado de: <http://www.stitchfashion.com/home//the-y2k-movement-its-history-and-resurgence>

ANEXOS



Campaña SS RTW 2000 Dior - Modelo: Angela Lindvall - Fotografía: Nick Knight

Anexos

Anexo 1 **Proceso de selección de colecciones**

El proceso de selección de colecciones a analizar en este trabajo final de grado comenzó con un relevamiento detallado a todas las colecciones de indumentaria Pret-a-porter de marcas de lujo realizadas y lanzadas entre los años 1999 y 2004.

Luego de ordenarlas por año y temporada, se prosiguió a visitar cada una de ellas y se realizó una escala con los colores verde, amarillo y rojo; siendo el verde el indicador de las colecciones que más se alineaban con la estética estudiada, el amarillo un intermedio y el rojo para las colecciones descartadas.

Dentro del proceso de selección se pudieron identificar tres grandes etapas, las cuales fueron:

RELEVAMIENTO GENERAL: Relevamiento detallado de todas las colecciones, como se menciona anteriormente.

PRE-SELECCIÓN: Etapa intermedia en donde se pre-seleccionaron doce colecciones que darían paso a la etapa final.

SELECCIÓN FINAL: Donde se definieron las seis colecciones seleccionadas para formar parte de este trabajo final de grado.

SELECCIÓN FINAL DE COLECCIONES A ANALIZAR

A continuación se encuentran listadas las seis colecciones finales seleccionadas para formar parte de este trabajo final de grado:

GUCCI spring/summer 1999 by Tom Ford

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1999-ready-to-wear/gucci>

CHLOÉ spring summer 2000 by Stella McCartney

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/chloe>

STELLA MCCARTNEY spring/summer 2002 by Stella McCartney

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/stella-mccartney>

VERSACE spring/summer 2003 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/versace>

PRE-SELECCIÓN DE COLECCIONES A ANALIZAR

A continuación se encuentran listadas las doce colecciones pre-seleccionadas para formar parte de este trabajo final de grado:

GUCCI spring/summer 1999 by Tom Ford

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1999-ready-to-wear/gucci>

JULIEN MACDONALD spring/summer 2000 by Julien Macdonald

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/julien-macdonald>

STELLA MCCARTNEY spring/summer 2002 by Stella McCartney

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/stella-mccartney>

VERSACE spring/summer 2003 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/versace>

BETSEY JOHNSON fall/winter 2003 by Betsey Johnson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/betsey-johnson>

VERSACE spring/summer 2004 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2004-ready-to-wear/versace/slideshow/collection#>

[52](#)

GIVENCHY spring-summer by Alexander McQueen 2000 RTW

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/givenchy>

BALMAIN spring-summer by Giles Duffour 2000 RTW

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/balmain>

DOLCE & GABBANA fall-winter by Domenico y Stefano 2001

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/dolce-gabbana>

VERSACE by Donatella Versace spring 2002 RTW

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/versace>

ROBERTO CAVALLI spring 2002 RTW

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/roberto-cavalli>

DOLCE & GABBANA fall 2002 RTW

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/dolce-gabbana>

SELECCIÓN GENERAL

1999

GIVENCHY fall/winter 1999 by Alexander McQueen

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1999-ready-to-wear/givenchy>

GUCCI spring/summer 1999 by Tom Ford

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1999-ready-to-wear/gucci>

2000

JULIEN MACDONALD spring/summer 2000 by Julien Macdonald

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/julien-macdonald>

CHRISTIAN LACROIX spring/summer 2000 by Christian Lacroix

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/christian-lacroix>

GIVENCHY spring/summer 2000 by Alexander McQueen

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/givenchy>

CHLOÉ spring/summer 2000 by Melissa McCartney

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/chloe>

CHRISTIAN DIOR spring/summer 2000 by John Galliano

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/christian-dior>

BALMAIN spring/summer 2000 by Giles Duffour

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/balmain>

VERSACE spring/summer 2000 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/versace>

DOLCE & GABBANA spring/summer 2000 by Domenico Dolce y Stefano Gabbana

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/collection#85>

GUCCI spring/summer 2000 by Tom Ford

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/gucci>

BLUMARINE spring/summer 2000 by Anna Molinari

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/blumarine>

VERSUS VERSACE spring/summer 2000 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/versus-versace>

2001

BETSEY JOHNSON fall/winter 2001 by Betsey Johnson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/betsey-johnson>

DOLCE & GABBANA fall/winter 2001 by Domenico Dolce y Stefano Gabbana

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/dolce-gabbana>

ROBERTO CAVALLI fall/winter 2001 by Roberto Cavalli

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/roberto-cavalli>

CHRISTIAN DIOR fall/winter 2001 by John Galliano

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/christian-dior>

JOHN GALLIANO fall/winter 2001 by John Galliano

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/john-galliano>

DIANE VON FURSTENBERG spring/summer by 2001 by Diane Von Furstenberg

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/diane-von-furstenberg>

ANNA SUI spring/summer 2001 by Anna Sui

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/anna-sui>

MATTHEW WILLIAMSON spring/summer 2001 by Matthew Williamson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/matthew-williamson>

DOLCE & GABBANA spring/summer 2001 by Domenico Dolce y Stefano Gabbana

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/dolce-gabbana>

CHRISTIAN DIOR spring/summer 2001 by John Galliano

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/christian-dior>

JEAN PAUL GAULTIER spring/summer 2001 by Jean Paul Gaultier

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/jean-paul-gaultier>

2002

MATTHEW WILLIAMSON spring/summer 2002 by Matthew Williamson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/matthew-williamson>

CHANEL spring/summer 2002 by Karl Lagerfeld

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/chanel>

DIANE VON FURSTENBERG spring/summer 2002 by Diane Von Furstenberg

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/diane-von-furstenberg>

ANNA SUI spring/summer 2002 by Anna Sui

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/anna-sui>

VERSACE spring/summer 2002 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/versace>

ALEXANDER MCQUEEN spring/summer 2002 by Alexander McQueen

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/alexander-mcqueen>

STELLA MCCARTNEY spring/summer 2002 by Stella McCartney

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/stella-mccartney>

ROBERTO CAVALLI spring/summer 2002 by Roberto Cavalli

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/roberto-cavalli>

CHRISTIAN DIOR spring/summer 2002 by John Galliano

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-ready-to-wear/christian-dior>

BETSEY JOHNSON fall/winter 2002 by Betsey Johnson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/betsey-johnson>

ANNA SUI fall/winter 2002 by Anna Sui

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/anna-sui>

JULIEN MACDONALD fall/winter 2002 by Julien Macdonald

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/julien-macdonald>

DOLCE & GABBANA fall/winter 2002 by Domenico Dolce y Stefano Gabbana

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/dolce-gabbana>

VERSACE fall/winter 2002 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/versace>

DIOR fall/winter 2002 by John Galliano

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/christian-dior>

JEAN PAUL GAULTIER fall/winter 2002 by Jean Paul Gaultier

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/jean-paul-gaultier>

2003

JULIEN MACDONALD spring/summer 2003 by Julien Macdonald

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/julien-macdonald>

DOLCE & GABBANA spring/summer 2003 by Domenico Dolce y Stefano Gabbana

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/dolce-gabbana>

ROBERTO CAVALLI spring/summer 2003 by Roberto Cavalli

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/roberto-cavalli>

ALBERTA FERRETI spring/summer 2003 by Alberta Ferreti

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/alberta-ferretti>

VERSACE spring/summer 2003 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/versace>

CELINE spring/summer 2003 by Michael Kors

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/celine>

ALEXANDER MCQUEEN spring/summer 2003 by Alexander McQueen

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/alexander-mcqueen>

STELLA MCCARTNEY spring/summer 2003 by Stella McCartney

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/stella-mccartney>

BETSEY JOHNSON fall/winter 2003 by Betsey Johnson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/betsey-johnson>

DOLCE & GABBANA fall/winter 2003 by Domenico Dolce y Stefano Gabbana

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/dolce-gabbana>

FENDI fall/winter 2003 by Karl Lagerfeld

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/fendi>

CHANEL fall/winter 2003 by Karl Lagerfeld

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/chanel>

ALEXANDER MCQUEEN spring/summer 2003 by Alexander McQueen

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/alexander-mcqueen>

BETSEY JOHNSON fall/winter 2003 by Betsey Johnson

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/betsey-johnson>

2004

VERSACE spring/summer 2004 by Donatella Versace

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2004-ready-to-wear/versace#review>

Anexo 2

Imágenes de referencia de la estética Y2K en la moda y el diseño de indumentaria, desarrolladas en 2.2.3 La “estética Y2K” en la moda y en el diseño de indumentaria.





