

ÍNDICE

BLOQUE 1 ESTADO DEL ARTE. UN ACERCAMIENTO AL MARCO ANALÍTICO Y NORMATIVO

1 EL DERECHO A VESTIR. LA ACCESIBILIDAD COMO GENERADORA DE DERECHOS HUMANOS DE TERCERA GENERACIÓN EN EL MUNDO DE LA MODA

1. Introducción
2. Realidad. Cuando la moda no es igual para todas las personas
3. La accesibilidad como clave de equidad social
4. Un cambio de rumbo. Buscando respuestas diferentes en la nueva estrategia
5. Conclusiones
6. Bibliografía

2 MODA INCLUSIVA. LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA MODA

1. Introducción
2. La necesidad de inclusión en la moda
3. Características de la moda inclusiva
4. Desafíos y barreras VS Impulsores y motivadores en la moda inclusiva
5. La moda inclusiva llegó para quedarse
6. Bibliografía

3 AVANZANDO CON PASO FIRME: LA DISCAPACIDAD EN LA SOCIEDAD «MODERNA». APLICACIÓN DE INDICADORES DE BIENESTAR PARA LA CONSECUCCIÓN DE LA IGUALDAD REAL

1. Introducción
2. La discapacidad en un sentido amplio: acercando conceptos a la sociedad actual
3. Sociedad y sociedades modernas: el kit de la cuestión
4. Las desigualdades que afectan a la población con discapacidad: buscando la igualdad
5. Indicadores de bienestar: un acercamiento general de aplicación a la población en general y a la población con discapacidad, en particular
6. Discapacidad y moda: imagen y desafíos
7. La representatividad como eje de dominación
8. Conclusiones
9. Bibliografía

4 LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA MODA. RESPONSABILIDAD COMÚN

1. Introducción
2. La moda como elemento implícito en los derechos humanos
3. Acciones transformadoras: el hilo que afianza la inclusión
4. Conclusiones
5. Bibliografía

BLOQUE 2 LA PERSPECTIVA HOLÍSTICA DEL CONCEPTO

5 LA CONSTRUCCIÓN DE LA AUTONOMÍA EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD

1. Introducción
2. Construcción de la autoimagen
3. Autoconcepto y autoestima
4. Diferencias de género en la satisfacción corporal
5. Imagen corporal y moda
6. Conclusiones
7. Bibliografía

6 LA BELLEZA EN TODAS SUS FORMAS: ESTUDIO SOBRE INTEGRACIÓN DE LA DIVERSIDAD DISFUNCIONAL EN LA REPRESENTACIÓN DE LA FIGURA HUMANA EN LA MODA

1. Introducción
2. La diversidad funcional y la moda capítulo o estudio
3. La belleza
4. La mirada de la comunicación social sobre la diversidad funcional
5. Estudios de caso: modelos con diversidad funcional en publicidad
6. El caso Sanxe: explorando la moda en cuerpos diversos
7. Conclusiones
8. Bibliografía

7 ENTRE TALLAS: DESAFIANDO LOS ESTÁNDARES DE BELLEZA EN LA MODA

1. Introducción
2. Consecuencias individuales y sociales de la discriminación por gordofobia
3. Voces en alza y cambios en positivo. Movimiento de aceptación corporal

4. Conclusiones
5. Bibliografía

8 SEIS DE COPAS: ENTRETENIMIENTO, MODA Y POLÍTICA EN EL BODY POSITIVE

1. Introducción
2. Metodología
3. Resultados
4. Conclusiones
5. Bibliografía

9 INCLUSIÓN POSITIVA DEL CUERPO EN EL ARTE, EN LA MODA, EN LOS VIDEOJUEGOS Y EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, EN LÍNEA CON LOS OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD PARA UNA SOCIEDAD EN EL FUTURO

1. Introducción
2. Inclusión positiva del cuerpo en la cultura visual
3. Inclusión del cuerpo en el arte
4. Inclusión del cuerpo en la moda
5. Inclusión del cuerpo en los videojuegos
6. Inclusión del cuerpo en la Inteligencia Artificial
7. Objetivos de inclusión y sostenibilidad para una sociedad en el futuro
8. Conclusiones
9. Bibliografía

10 LA MODA Y FRIDA KHALO. DE LA CONSTRUCCIÓN DE SU IMAGEN A TRAVÉS DE SU ARTE

1. Introducción
2. La vida de Frida Kahlo
3. Frida Khalo y su arte: una expresión de autenticidad y superación
4. Ocultando la discapacidad: estrategias de Frida Khalo en el vestir y el arte
5. Legado y repercusión de Frida Khalo en la moda contemporánea
6. Conclusiones
7. Bibliografía

BLOQUE 3 EL RETORNO SOCIAL DE LA INVERSIÓN. EL SECTOR EMPRESARIAL Y SU PAPEL CLAVE EN LA TRANSFORMACIÓN DEL PARADIGMA

11 EL MARKETING INCLUSIVO EN EL SECTOR DE LA MODA

1. Introducción al marketing inclusivo
2. El estado actual de la inclusión en la moda
3. Comprendiendo al consumidor moderno
4. Estrategias de marketing inclusivo
5. Implementación del marketing inclusivo
6. Desafíos y consideraciones éticas
7. Estudios de caso: innovaciones y transformaciones
8. El futuro del marketing inclusivo en la moda
9. Conclusiones
10. Bibliografía

12 LA IMAGEN FEMENINA EN LAS REVISTAS DE MODA: DIVERSIDAD E INCLUSIÓN, ¿REALIDAD O UTOPIA?

1. Introducción
2. Moda, diversidad e inclusividad
3. Tratamiento de la diversidad e inclusividad en la comunicación de belleza y moda en las revistas femeninas
4. Objetivos y metodología de la investigación
5. Resultados
6. Conclusiones
7. Bibliografía

13 CONSTRUYENDO EXPERIENCIAS DE COMPRA INOLVIDABLES: VISUAL MERCHANDAISING INCLUSIVO PARA UN MUNDO DIVERSO

1. Introducción
2. La compra en el siglo XXI
3. Marketing de contenidos como antesala a la compra en el siglo XXI
4. Diseñando una ruta de compra para todas las personas
5. El retail en busca de un visual merchandaising más inclusivo
6. El visual merchandaising inclusivo ante el espejo
7. El visual merchandaising inclusivo en la era de la IA: desafío y oportunidades.
8. Bibliografía

14 EMPRESAS DE MODA INCLUSIVA. ROMPIENDO CÁNONES

1. Introducción
2. La evolución de la moda a través de la diversidad de cuerpos
3. La responsabilidad social corporativa en el sector de la moda
4. La inclusión de la discapacidad en el sector de la moda
5. Grandes marcas de ropa inclusiva
6. Conclusiones
7. Bibliografía

15 MODA, EMPLEO Y DISCAPACIDAD

1. Introducción
2. El mercado laboral y las personas con discapacidad. Buenas prácticas en el sector de la moda
3. El papel social de la industria: moda inclusiva
4. Empleabilidad de las personas con discapacidad en el sector de la moda
5. Conclusiones
6. Bibliografía

BLOQUE 4 CUANDO EL LUJO ES INCLUSIVO. DISEÑOS CENTRADOS EN LA PERSONA

16 BASALDÚA Y LA BELLEZA DE SER ÚNICOS. LA ALTA COSTURA, CUANDO EL LUJO ES LIBERTAD

1. Definiendo la alta costura. Breve aproximación
2. El diseño centrado en la persona. Buscando soluciones
3. Refashion de la alta costura. Reviviendo la moda
4. BASALDÚA. Radical Luxury
5. La Tecnoactiva. Centro de capacitación e investigación innovadora
6. Conclusiones
7. Bibliografía

17 LA INDUSTRIA DEL LUJO Y LA MODA INCLUSIVA. EL CASO DE GUCCI Y TOMMY HILFGER

1. Introducción
2. El surgimiento de la moda inclusiva en la industria del lujo
3. Historia y transformación de Gucci

4. Tommy Hilfiger. Pioneros en la inclusión
5. Estrategias de marketing y comunicación
6. Impacto en la percepción del consumidor y la industria de la moda
7. Desafíos y críticas
8. Estudios de éxito y lecciones aprendidas
9. El futuro de la moda inclusiva en la industria del lujo
10. Conclusiones
11. Bibliografía

BLOQUE 5 BUENAS PRÁCTICAS

18 SOLUCIONES DE MAQUILLAJE INCLUSIVO

1. Introducción
2. Revisión de la presencia del maquillaje inclusivo hasta ahora
3. Desafíos y soluciones en maquillaje inclusivo
4. Principios de diseño universal aplicados al maquillaje y su importancia en la investigación y desarrollo (I+D)
5. Comunicación y marketing: estrategias para promover productos de maquillaje inclusivo
6. Impacto social y económico de la inclusión en la industria de la belleza
7. Perspectivas futuras en maquillaje inclusivo: tendencias y tecnologías potenciales.
8. Conclusiones
9. Bibliografía

19 LAS VOCES DE LA MODA: BREVES REFLEXIONES

1. Breves reflexiones
2. Buenas prácticas desde free form style: historia y equipo
3. Valores y propuestas de Free Form Style
4. Los desfiles y sus modelos
5. Buenas prácticas desde hilando el tiempo
6. El valor de la artesanía en clave de inclusión
7. Conclusiones
8. Bibliografía