

# CONCLUSIÓN

**E**s difícil hablar de moda como algo estático que maneja constantes, porque sería limitarla y no es así, al contrario, la moda es un momento en el tiempo la cual va variando conforme las circunstancias, temporadas, tendencias y contexto global de la sociedad en ese momento.

Pero al hablar de fotografía de moda podemos decir lo mismo, ésta varia dependiendo de los avances de la tecnología, antes se utilizaban cámaras de formato grande, medio, después vinieron las reflex de 35 mm., las polaroid y ahora en la actualidad son las cámaras digitales las que a su vez pueden ser análogas y lograr efectos similares o porque no igual a los logrados con una cámara reflex.

Por lo que respecta a la toma fotográfica y en el caso específico de la moda, se vió que la fotografía y no sólo de moda puede ser manipulada mediante instrumentos o programas específicos que hacen de ésta una foto con mayor esteticismo y por lo tanto, mayor presencia y elegancia.

En cuanto a la imagen idealizada de las modelos, con esta tesis se pretendió hacer más visible un hecho que pocos saben, el que las modelos son sólo una tendencia como la misma moda y que aunque muchas mujeres queramos ser como ellas y vernos así de delgadas, en la realidad eso es sólo mercadotecnia.

Durante la investigación se ve como es simplemente un requisito para la completa difusión de la fotografía de moda las características de la modelo, la cual lleva consigo una serie de patrones de planeación para su publicidad.

"Una imagen saludable, vital y bien distribuida satisface más nuestras expectativas que un look agresivo, ya sea superdotado o esquelético. Los extremos hacen la moda, pero también (como cualquier otra tendencia) quedan sepultados con ella."

*(Badajoz, Joaquín. "Real Women Have Curves". GLAMOUR México. Agosto 2005 :97).*

En cuanto a los productos de diseño, éstos fueron tanto impresos como digitales ya que la fotografía de moda se aprecia más si se ve impresa, pero también es cierto que la mejor forma de comunicación actual es el internet, medio por el cual la gente navega y puede encontrar en él lo que busca.

Por esta razón como productos de diseño se plantearon las dos propuestas, además porque no siempre se tendrá a la mano un catálogo, por lo que un interactivo te puede estar esperando.