

PRADA

Comunicado de Prensa

La importancia de la icónica y hasta ahora subestimada, etiqueta Prada del *ready-to-wear* para mujeres, ha sido hasta ahora, sólo para la persona que lo porta. Con Prada Etiquette, una versión de cuero estampada de la etiqueta interior de la prenda, es situada en el exterior de la bolsa, cosida en un marco de cuero, de la misma manera en que se cosen las etiquetas de tela en las plantillas de los zapatos Prada. Por primera vez, la etiqueta *powder blue* está en el exterior.

Esta mezcla de estilos sin precedentes, destaca los lazos estrechos en los procesos creativos entre los accesorios de Prada y las colecciones de *ready-to-wear*, arraigando la Etiquette en la tradición. Por otra parte, Etiquette — francés para etiqueta — destaca el principio *inside-outside* de Prada. Mientras está oculto dentro de las prendas y los zapatos, se exhibe prominentemente en las bolsas, haciendo hincapié en la naturaleza icónica de los detalles del accesorio antes de que el accesorio se convierta en icono a través del tiempo.

Contrastando con los logotipos anteriores de Prada, Etiquette está impregnada de varios códigos Prada: la innovación tipológica, el principio *inside/outside*, una actitud *anti-status*, la fetichización de la artesanía, una investigación sobre la relación entre marca y producto y una naturaleza contradictoria.

De esta manera, la Prada Etiquette, más que cualquier etiqueta anterior de Prada, actúa como un microcosmos del Universo Prada: encapsula en miniatura las cualidades de la marca.

Tipológicamente hablando, la etiqueta comparte asociaciones con las etiquetas de autenticación y la iconografía inmaterial, situada entre la etiqueta y el logotipo. Cuestiona el papel del logotipo como un símbolo de status ajeno y mutante, representando un objeto históricamente modesto en un papel más expuesto al público. Si bien, los logotipos se disocian fácilmente de las colecciones en las que se encuentran, las etiquetas viven dentro de cada una de ellas. Una etiqueta libre es una contradicción en términos. La actitud formal y *anti-status* de la etiqueta es casi hipócrita en esta nueva posición: al volverse más emblemática, parte logotipo renuente pero también una etiqueta ambiciosa.

La etiqueta representa la relación simbiótica entre los productos de Prada y la identidad de la marca (uno no podría existir sin el otro) al describir la compatibilidad entre un logotipo y lo que representa.