

## **Revalorización del diseño artesanal.**

### **Un estudio acerca de la comercialización de artesanías de moda en la ciudad de Buenos Aires.**

#### **Introducción**

El objetivo del presente proyecto de grado es conocer el significado y valoración del diseño artesanal en la actualidad, propuesto y difundido en la ciudad de Buenos Aires.

Comenzando con los conceptos básicos de la indumentaria, y analizando luego cómo éstos se articulan con el trabajo artesanal y el diseño de autor. A través del análisis de la revolución industrial y las consecuencias de la misma sobre el desarrollo del mercado textil y de la confección se pueden conocer en profundidad cuáles fueron los grandes cambios que afectaron el trabajo artesanal, y cómo los mismos autores artesanos tuvieron que cambiar su propia metodología y abocarse a lo industrial.

Luego, se exponen los principales referentes y pioneros en el diseño independiente en Argentina, describiendo su metodología de trabajo, sus conceptos básicos y personales que se expresan como constantes a la hora de desarrollar sus colecciones.

Además se describen los diseños artesanales que se proponen actualmente en la ciudad, quienes los realizan, el precio en que se los comercializa, el proceso de diseño y si estos objetos integran una producción de pieza única o de una serie; se conocerán los métodos de trabajo de los diseñadores de autor y el proceso productivo desarrollado para llegar al producto terminado.

Se describirá el perfil de los consumidores y el circuito comercial en el que se venden las artesanías de moda. Todo este análisis se desarrollará a través del trabajo de campo, mediante entrevistas y observación.

Por último y para finalizar el proyecto de grado se propone una colección de carteras

artesanales, donde se procura a través de estas revalorizar el trabajo artesanal. A través del estudio realizado durante el proyecto de grado se investiga como a raíz de la revolución industrial, el trabajo artesanal decae fuertemente. Es decir que a partir de dicho suceso, el diseño artesanal pierde fuertemente su valor y significado. Es por esto que para impulsar e incentivar la producción nacional Argentina, todos los materiales aplicados a la colección son de origen nacional. Incentivando y revalorizando de esta forma la producción argentina.

Además en complemento a lo recientemente explicado, se suma la demanda de las mujeres que procuran constantemente piezas de diseño únicas y originales. La búsqueda persistente de encontrar algo que las identifique y a lo que ellas le puedan dar un valor y significado propio. A través del trabajo de campo se detectan todas estas falencias, las cuales generan un disparador hacia la creación de dicha colección anteriormente nombrada. El impulso que se genera al detectar la dificultad que existe para encontrar piezas de diseño con una conceptualización mayor a la que pueda llegar a tener cualquier producto de producción masiva. Donde el diseño de autor cobra un papel sumamente importante, y a través del cual los diseños tienen un valor conceptual más rico, a su vez también a nivel materiales, morfología y uso de la paleta de color.

Por tal motivo, el proyecto de grado que se llevará adelante será de Creación y Expresión.

## **Resumen de Contenidos**

## **Capítulo 1**

Este capítulo abarca los conceptos generales del diseño artesanal, su significado y sus características generales. El modo en que el diseño artesanal se articula con el mercado de la moda. Se toma a la revolución industrial como punto de partida en varios conceptos y como ésta influye sobre el diseño artesanal.

## **Capítulo 2**

Se trabaja en el diseño de autor, sus características. Se explica también por qué el diseño artesanal tiene un valor agregado tan importante en la actualidad. Tomando los principales referentes del diseño de autor y haciendo un análisis de su trabajo y las principales características que los representan como tales.

## **Capítulo 3**

Analiza el diseño artesanal en la ciudad de Buenos Aires, y sus principales características.

Para ello se toma como punto principal los diseñadores, creadores de este tipo de diseños, se estudia el proceso de diseño por el que pasa cada uno de ellos y como llegan a su producto terminado. Se analiza también qué tipo de productos artesanales comercializan, su materialidad, el tipo de intervención artesanal, el precio y los puntos de venta en los que se sitúan.

## **Capítulo 4**

Se trabaja en base a los consumidores del diseño artesanal, más específicamente en el perfil de este grupo y de sus motivaciones por consumir lo artesanal.

## **Capítulo 5**

Analiza el proceso de diseño de una colección y como este se aplica sobre la colección de accesorios de moda artesanales.

## **Capítulo 6**

Desarrollo de la colección de carteras artesanales. Se expone en detalle la explicación del proceso de construcción, materiales utilizados, simbolismo de la ornamentación y paleta de color.

**Capítulo 1. El mercado de la moda y su articulación con el concepto de lo artesanal.**

## 1.1 Moda y diseño en la actualidad

Crear moda es un arte, constituye mucho trabajo, su base, la fuente de inspiración absoluta, es la creatividad.

La moda, es aquello que cambia periódicamente, y que se presenta en cada nueva temporada, un contenido que varía en estilos y que cautiva a las masas. Según Sorcinelli: “La moda se torna un verdadero *imperio* en el siglo XVIII, cuando los modos de vestir cambian todos los meses, todas las semanas, todos los días, casi a toda hora”. (2003, p. 53).

Seduca y es seducida, además tiene un lugar muy importante en la sociedad, dictando y orientando las conductas de las masas.

Puede lograr que todo aquello que es totalmente innecesario se vuelva necesario, fuera de las necesidades básicas del ser humano. A través de la moda, la gente se diferencia y marca su status social. Constantemente se generan cambios en la moda, y lo que hoy es innovador y nuevo, mañana dejará de serlo.

Debe ser consumida y bebida inmediatamente, más que nada aquellas tendencias que tienen una fecha de vencimiento a corto plazo.

Se impuso de forma tal que pasó a formar parte de la vida cotidiana.

Afirma Susana Saulquin: “La moda necesita producir deseo y consumo a escala masiva”. (1999, p. 89). Se caracteriza por ser una mercancía mas dentro del *cúmulo de mercancías* en una sociedad capitalista.

Es un objeto exterior, que a merced de sus propiedades satisface necesidades sociales.

Se caracteriza por su racionalidad, toda vez que la misma se asemeja a los placeres mundanos, a diferencia de lo irracional que se caracteriza con lo pasional y desmedido.

No es lineal, sino que tiene avances, retrocesos, cambios continuos hacia diversos lugares. Pero, si bien la atraviesan diferentes cambios, no todo cambia en ella. En una

primera instancia lo primero en verse afectado y que tiende a cambiar constantemente son los accesorios y a su vez los ornamentos. Sin embargo, las estructuras generales de las prendas no sufren grandes modificaciones sino que se mantienen más afianzadas. Las modificaciones en la moda abarcan en líneas generales objetos externos y de ornamentación.

Es la mayor simulación, es aquella de la cual nadie se burla porque todos, quieran o no, son parte y se nutren de ella.

A pesar de los puros criterios estilísticos, la moda se basa en precisos parámetros de gustos y consumos, en sofisticados procedimientos y estrategias empresariales, comerciales, y de imagen, en profundo conocimiento de las transformaciones y de las tendencias culturales y sociales en curso.  
(Sorcinelli, 2003, p. 13).

Constantemente descifra el momento, la temporada y la contemporaneidad, y por otro lado deduce a su vez los nuevos temperamentos, las nuevas corrientes de pensamiento, y los nuevos estados.

Se manifiesta constantemente, y dentro de esas manifestaciones deja visibles sueños, deseos, fantasías y anhelos.

Le dio otra visión a las personas y además brindó la capacidad de hacer mayor observación entre unos y otros, dándole otra mirada a la gente. Con una contemplación más crítica hacia la estética y el buen gusto. Pero en la moda no se trata solo de saber observar y saber detectar, sino también de ser vistos, de ser mirados, del placer que esto genera. El hecho de exponerse hacia los demás, generando así la preocupación en cada uno por verse bien, elegantes hacia las otras miradas. Según Lipovetsky: “Si las modas son tan extremadamente pasajeras es porque son hasta tal punto grotescas y antiestéticas que no podemos tolerarlas más que un breve tiempo”. (1987, p. 61).

En lo que respecta al pasar de los tiempos dentro de la moda, y las etapas por las que fue pasando en la historia, siempre se ha referido a lo que se usaba en épocas anteriores

como una tendencia sumamente elegante. Donde el lujo, el trabajo de los detalles y la calidad de los materiales usados son admirados y tomados como estereotipos en la actualidad. La moda marca el estatus social entre las grandes masas, y es la indicadora que diferencia y delimita a las sociedades.

Pero el diseño, a diferencia de la moda ayuda a expresar y transmitir lo que cada diseñador siente y piensa a la hora de desarrollar una colección, los sentimientos que pasan por su cabeza, acontecimientos o vivencias que lo marcaron.

Se pueden distinguir dentro del proceso de diseño, dos tipos diferentes. Por un lado el diseño centrado en el usuario, y por otro el que se enfoca en el uso.

Dentro del diseño dirigido específicamente al usuario, el diseñador debe estudiar la persona a la que se quiere abocar. Su contexto, entorno, gustos, entre otras características que reflejen y exhiban su personalidad. Y el diseño centrado en el uso, por el contrario, únicamente se toman las tareas del usuario, las funciones que debe desarrollar.

Otro proceso que también cabe destacar es el del diseño participativo. Dentro de este método de diseño el usuario participa activamente durante el desarrollo de diseño. Esto se transforma en un trabajo de pareja donde diseñador y usuario se complementan para llevarlo a cabo.

## **1.2 El producto artesanal**

El concepto de diseño se vincula con el concepto de lo artesanal, ya que cada objeto, único e irrepetible, contiene una belleza que necesita de una tradición, vocación y aprendizaje. Se trata de prendas o accesorios que se destacan por la manera en que

fueron confeccionadas e inevitablemente, por las materialidades con las que se la llevó a cabo.

Resumen una cantidad de pensamientos, conceptos, vivencias y creencias desarrolladas por una mente creadora.

A través de estas creaciones, el que adquiere la pieza, recibe el mensaje, aunque inconcientemente del autor. Si las prendas o los accesorios son interpretados de forma correcta, estos pueden retrotraer a una imagen, o hacer volar la imaginación hacia la época en la que se pensó para realizarlos.

A través de los objetos artesanales se puede conocer en mayor profundidad costumbres e ideas, o conceptos que conforman nuestra identidad. En ellos, se destaca la verdadera y pura esencia de cada diseñador.

El valor del diseño artesanal emana de la manera en que se producen estos objetos, del esfuerzo que el diseñador hace, donde pone toda su esencia como tal. Los materiales que utiliza, pueden ser convencionales, como también pueden no serlo. Pero lo que se rescata en este sentido, es la manera en que el diseñador utiliza los materiales, ya que tratará de hacerlo de forma tal que quede su huella sobre las prendas o accesorios realizados.

### **1.3 La Revolución Industrial y sus consecuencias**

La revolución industrial fue un gran proceso que abarcó varios aspectos, tecnológicos, socioeconómicos y por supuesto, alteró la cultura. Se desarrolló entre fines del siglo XVIII y principios del XIX, originándose en el Reino Unido y extendiéndose luego por el mundo entero.

Como consecuencia se llevaron a cabo cambios muy drásticos en relación al trabajo del diseñador independiente que se dedicaba a la producción artesanal, ya que se vió



obligado al régimen de contratación.

La mano de obra textil se vio entonces totalmente aplacada por los grandes telares industriales.

El artesano tenía sus tiempos de producción, donde cada pieza o diseño que se llevaba a cabo tenía un tiempo de fabricación, y una dedicación absoluta. Su ritmo dio un gran giro estableciéndose dentro de los clásicos cánones de distribución y cambio.

Durante la sociedad industrial se diseñaron infinidad de diferentes formas en diversas series, que obligan a los tejidos y colores a subordinarse. Era evidente el liderazgo de la forma que, en sus distintas variaciones, tanto modulares, geométricas o en familias de prendas, los diseñadores proyectaban, plegando sus dictados a los otros dos soportes del diseño.  
(Saulquin, 1999, p. 117).

El trabajo manual llevado a cabo por los artesanos, fue reemplazado por máquinas que se introdujeron en la industria de modo inmediato. Esto facilitó la manufactura y la rapidez en que se podían generar nuevos productos.

Las rutas se encontraban en mejor estado y eso fue clave para ayudar al aumento de la expansión del comercio, fomentado por la invención del ferrocarril.

Cuando se inventa la máquina de vapor, esto es de gran ayuda para la industria textil. Se pudo dar un gran provecho al vapor de agua para algunas máquinas que se utilizaban en el rubro. Gracias a toda la maquinaria surgida en esa época la tarea se dividía en dos, por un lado el operario y por otro la máquina que hacía su parte. Fue así como la cantidad de mercadería aumentó rápidamente en su elaboración y se simplificó el trabajo. El trabajo cambió y por supuesto afectó a los artesanos, quienes se movilizaron desde sus talleres a las fábricas para trabajar como operarios.

La intensidad de las máquinas a vapor produjo artículos más rentables, pero no por esto mejores que aquellos que eran fabricados por los artesanos, exactamente al mismo precio. La secuela fue la decadencia de los artesanos, y los señores capitalistas saborearon esta tragedia, convirtiéndose en los grandes jefes de la industria.

La primera industria en desarrollarse fue la textil. La industrialización de todo el sector de la producción textil dio un gran giro que fue desde la producción artesanal a la producción en grandes fábricas.

Uno de los momentos más importantes que se dio en la industria textil fue cuando se pusieron en marcha los telares mecánicos, impulsados por fuerza hidráulica.

#### **1.4 Producto seriado Vs. Producto artesanal**

Se debe pensar entonces que el hombre con las manos que son dos extraordinarias Herramientas intentará sin éxito, emular la perfección de la máquina, sin embargo al mismo tiempo y antagónicamente la máquina jamás podrá emular las tan afortunadas imperfecciones manuales que permiten crear productos únicos.  
*(Del artesanado a la producción en serie, 2009, p. 28)*

La sociedad industrial no hubiera podido prosperar, sin el acrecentamiento de la moda de una manera sumamente agigantada y compulsiva.

El crecimiento de las empresas crece día a día, esto acompañado de una idea principal: todas las empresas exitosas deben producir principalmente y ante todo, marcas y no productos. Es decir que su meta principal es ser reconocidos por su marca, su nombre o logotipo, y no por los productos que venden.

Empresas de renombre se centran en producir imágenes de sus marcas, más que el propio producto que debería representarlas.

En la primera parte de la sociedad industrial, el mercado se encontraba en un momento donde los productos eran fabricados en masa y muy parecidos unos con otros. Esto trajo como consecuencia una gran rivalidad entre las marcas que competían entre sí. Las empresas querían seguir construyendo en grandes cantidades pero así también tratar de diferenciarse. Actualmente muchos de los productos que se producen están pensados para crear necesidades ficticias e ilusorias, de tal modo que se sigue incentivando y motivando a la producción industrial y en serie.

En este contexto, el sistema de la moda fue mutando, y tuvo que acomodarse y dividirse en cuatro diferentes etapas, primavera/ verano, otoño/ invierno. Esta organización ayudó a que las ventas fueran descomunales en lo que a producciones industriales respecta. Era tal el empeño que se sumaba continuamente y de forma progresiva por las producciones, que la división de temporadas sería una metodología perfecta para este tipo de producciones. Esto generó la oportunidad de que se multiplicaran las producciones, y a la hora de diseñar, quienes estuvieran a cargo de dicha labor lo harían pensando en cada clima y adaptándose a las cuatro temporadas del año.

El tipo de materiales, tejidos, avíos, texturas y colores que se utilizaban para cada temporada, fueron cerrando y complementando los dictámenes de las tendencias que irían surgiendo.

Saulquin afirma: “En la sociedad industrial, con la obsesión de la producción y el consumo como vector, el sistema de la moda imponía sus mandatos”. (1999, p. 127).

El vestido se convirtió para los ojos de la moda en un objeto seriado. La moda impuso sus reglas, y esto le dio un lugar en la sociedad de dominio sobre esta.

Durante toda la modernidad el interés y la mirada cultural se centraron en el objeto producido en series industriales, con el respaldo de toda una sociedad organizada en torno a los deseos que debían ser satisfechos. El consumo máximo, consecuencia directa de la producción industrial compulsiva, retroalimentaría el proceso. (Saulquin, 1999, p. 24).

Pero a diferencia de un producto seriado, los productos artesanales, no son simplemente productos u objetos sino que van mas allá. Un producto artesanal , viene acompañado de varios adjetivos: es un conjunto de valores, una actitud, un estilo de vida. Es importante no ver al objeto artesanal como simplemente eso, sino lo que genera y cual es su significado.

Los artesanos realizaban sus productos como piezas únicas, que ellos mismos creaban desde su comienzo hasta la última parte. Ellos eran partícipes absolutos en lo que

hacían, en la artesanía que realizaban. Ocupándose ellos de todo sin derivar o dividir el trabajo.

Para abandonar la lógica de la producción masiva a favor de una lógica de producción personalizada, será necesario concebir una nueva forma de visualizar el diseño industrial.

Como diría Saulquin: “Ya no como el proyecto de un objeto tecnológicamente perfecto, sino como un objeto que encierra en sí mismo la función anticonsumista, un objeto que no promueve necesidades inducidas sino que suscita ideas”. (1999, p. 121).

Los criterios por los que se rigen el producto seriado y el artesanal van por caminos totalmente opuestos.

El producto seriado por un lado sigue a flor de piel las tendencias dictadas para cada temporada, sin generar su propia imagen para diferenciarse de las demás, lo único que le importa es seguir los dictámenes de la moda que llegan desde el exterior.

El productor no interviene en la modificación de los diseños, salvo en algún pequeño detalle que cada marca en particular permita darle, pero su objetivo mayor es que la venta sea segura por sobre todas las cosas. Consiste en la elaboración de diferentes tipos de productos en grandes cantidades empleando diseños estandarizados para que de esta manera sean todos exactamente iguales.

Poco a poco, como consecuencia de la producción en serie, la producción artesanal ha ido disminuyendo. Es por esto que hoy en día, hombres y mujeres artesanos escasean, tratándose de gente que tiene un gran conocimiento y dominio sobre varias actividades relacionadas a la producción artesanal.

Pero todas estas cuestiones no son de ahora, sino que su origen se remonta a la Revolución Industrial textil. Donde el sistema de la moda se organiza en relación a la confección en serie con el objetivo de que las clases sociales no estuviesen tan marcadas

o pudieran así nivelarse. No ostentar y hacer menos alarde de los lujos eran necesidades que comenzaron a unirse al significado de las producciones seriadas.

En el momento en que se da inicio a la sociedad industrial, la rapidez en las producciones animaban al consumo masivo. Esto, a través de los medios audiovisuales, agudizaba aun más las necesidades y deseos del consumidor. Los deseos y necesidades que antes no existían, ahora cobraron mayor protagonismo y un lugar que nunca tuvieron.

Los productores de la sociedad industrial tenían un proceso inicial de diseño muy distinto al de cualquier diseñador independiente actual. La diferencia que marca estos dos métodos, y la principal por la que se rige un diseño de autor, es que en el caso de los productores de aquella época no podían diseñar pensando o tomando como concepto de colección algo que a ellos les llamara la atención, ni nada que les inquietase, fuera de los parámetros y reglas que debían cumplirse en la sociedad industrial, ya que los principales referentes y modelos a seguir eran toda esa serie de imágenes que provenían de la publicidad, y que se veían diariamente por toda la sociedad. Modelos a seguir, impuestos por los medios, y por un camino que llevaba al consumo masivo y directo. A través de los elementos anteriormente nombrados, es que se generaban deseos y necesidades sobre la sociedad, siempre con el fin de promover el consumo de forma obsesiva.

A diferencia de los productos seriados, los artesanales se expresan en prendas o accesorios exclusivos y únicos, que distinguen y resaltan la real esencia del autor. Muestra su personalidad, reflejada en el diseño, en los detalles y en la metodología de trabajo. Todos esos aspectos, se muestran libremente sin ninguna restricción y reflejan lo que su autor realmente es.

También se lo puede considerar como diseño autónomo ya que, se abastece de sus

propias reglas o modos de trabajo. No requiere de tendencias, ni se apoya en ellas de forma indispensable. El diseño artesanal o de autor puede tomar ciertos aspectos o conceptos de una tendencia, pero ésta no será su eje central a la hora de desarrollar una colección o un producto.

El talento hacia el manejo de las grandes producciones industriales en la indumentaria, se contrapone totalmente al surgimiento de diferentes tipo de actividades abocadas a lo artesanal. Este tipo de emprendimientos valora constantemente el trabajo que se realiza manualmente. Una actividad que se lleva a cabo en su mayor parte, o en su totalidad únicamente por la ayuda de las manos.

Las piezas de tipo artesanal, sean de indumentaria o accesorios, fueron despojadas en la era industrial, y desvalorizadas, dejando que se perdieran el gusto por lo único y o diferente.

Si bien en la antigüedad los diseños y las producciones eran personalizadas y únicas, con la llegada de la revolución industrial todo cambió y el tipo de producción textil dio un giro que marcó su historia. Producciones seriadas y en masa eran para ese momento las principales fuentes de dinero de los grandes industriales. Se dejaron de lado las producciones pequeñas, y el artesanado debió, obligadamente salir a buscar trabajo en las grandes fábricas.

Sin embargo, en la actualidad estos dos tipos de producciones conviven y se dan la mano; producciones en serie y productos únicos se complementan en el comercio textil y de accesorios, y se cruzan constantemente en el mercado, constituyéndose en un gran negocio para los emprendedores. Esto quiere decir que es de una gran ayuda que estas dos metodologías de trabajo puedan fusionarse y trabajar en conjunto actualmente.

Como se puede observar en el análisis de las entrevistas realizadas en el capítulo N° 3, el 100% de los entrevistados asume que se deben combinar elementos industriales con

artesanales para que la parte comercial y administrativa funcione y de sus frutos. Esto ocurre a causa de los costos que implica un producto totalmente creado a mano, donde la mano de obra vale más que un producto industrial, ya que este tipo de trabajo tiene un plus especial que se destaca por sobre cualquier trabajo industrial textil.

## **Capítulo 2. La importancia del diseño de autor en la actualidad**

### **2.1 Diseño de autor**

“Diseñadores-artistas hermandados en la búsqueda y respeto por el cuerpo, la textura y la necesidad de expresión que nada tiene que ver con la moda”. (1999, p. 149).

El diseño de autor es la antítesis de las producciones en serie. Es un diseño con una carga conceptual mayor, que refleja las vivencias de cada uno de los diseñadores que lo

desarrollan. Los diseñadores de autor no siguen una tendencia, sino que se rigen por sus propios partidos conceptuales. Realizando sus propias bajadas de diseño, guiándose a través de sus sentimientos y por las reglas que ellos mismos aplican para desarrollarlo. Ponderan y aprecian todo lo que tenga que ver con el desarrollo de una prenda o accesorio confeccionado de forma artesanal.

Para desarrollar cada propuesta, realizan una búsqueda interior, mostrando su estilo y marca propia identificados por determinadas características. La identidad de cada estilo se plasma en sus diseños, ofrecen productos para aquellos que se sienten cansados de todos esos objetos de consumo que no dejan de ser más de lo mismo y que se caracterizan por ser masivos. El diseño de autor es diferente y único. Permite darle el valor que se merece, resaltando su originalidad y la creatividad que lo caracteriza.

## **2.2 Revalorización del diseño artesanal**

En el año 1983, y con la Argentina en plena democracia, la creatividad salió a la superficie en todos los ámbitos artísticos. Artes plásticas, cine, música, diseño gráfico, industrial, textil y de indumentaria. Todos estos ámbitos de la cultura se desarrollaron de la mano de muchos jóvenes que sentían la necesidad de expresarse y de mostrarse al mundo en total libertad. Luego de las transformaciones sociopolíticas que se generaron en el país, se dio un gran estímulo para que se creara la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil en la Universidad de Buenos Aires. En Julio del año 1988, los arquitectos Juan. M Borthagaray, decano de la facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo y Carmen Córdova, su secretaria académica se lanzaron a constituir una comisión para poder crear la nueva carrera. Pasaron largos meses, de arduo trabajo pero que finalizaron exitosamente. Ya que en diciembre del mismo año, la carrera había sido admitida. La nueva carrera abrió sus puertas a los estudiantes en el año 1989, y el



arquitecto Ricardo Blanco se transformó en director de dicha carrera.

Una de las razones del triunfo de la carrera en la Universidad de Buenos Aires fue la intensa relación con varios movimientos artísticos. Y a través de varias personas relacionadas al arte y la moda que se vinculaban con alumnos, sus trabajos, diseños y demás comenzaron a llegar al oído de mucha gente. El diseño comenzó a tener mayor repercusión, y los alumnos de la UBA comenzaban a ser reconocidos por sus creaciones. De alumnos, pasaron a ser diseñadores reconocidos en el país y respetados por su estilo vanguardista y trasgresor.

Otro aspecto que ayudó a elevar y destacar el trabajo de los nuevos diseñadores que comenzaban a surgir, fueron los distintos eventos que se fueron desarrollando. Estos transmitían y comunicaban lo que estaba sucediendo en el terreno de la moda. Dichos eventos no estaban organizados por diseñadores de indumentaria, sino por gente ligada a distintas ramas del arte, que a su vez estaban conectados a la moda.

Pero para dar inicio al diseño de autor, hubo que esperar algunos años más. Situándonos en el siglo XXI y más precisamente a fines del año 2001, donde la Argentina sufrió una fuerte crisis política, económica y social. Y fue a partir de esa fecha que el diseño de autor comenzó a pisar fuerte y a tomar su propio lugar. El nacimiento del diseño de autor en consecuencia a la crisis, no quiere decir que el desarrollo en masa de productos haya desaparecido, pero sí se vio obligado a compartir su lugar con los diseñadores de autor.

### **2.3 Articulando el diseño de autor con la moda en Buenos Aires.**

Nace el evento más importante de moda de Bs. As. a partir de la unión de dos grupos muy importantes: Pampa y Alto Palermo. Este evento fue pensado desde un principio para dar lugar a la creatividad de diseñadores argentinos y para posicionar a Bs. As.

como capital de la moda, junto a las demás capitales del mundo ya consagradas.

El primer encuentro se llevó a cabo en el año 2001 en la Rural. El objetivo principal del gran evento era poder mostrar la indumentaria desde un lugar muy particular, como lo es la identidad del diseño de cada autor. Y demostrar al resto del mundo que la Argentina también se conforma por grandes talentos y maestros del arte textil.

Esta serie de eventos que se realizan todos los años, para el lanzamiento de las nuevas temporadas, ha ayudado fuertemente al crecimiento y desarrollo del diseño de autor. Los diseñadores se sintieron con mayor seguridad y respaldo que antes, por lo que la gran mayoría comenzó a exportar. Esto demuestra el valor que se le da al diseño de autor argentino por parte de otros países del mundo entero.

En el año 1986 se creó el Centro Argentino de Estudios de Modas, de la mano de Alberto Vidal. Este instituto fue integrado por profesores de excelente trayectoria, y a su vez también tuvo el apoyo de instituciones muy importantes del país. Algunos que comenzaron como alumnos, luego se transformaron en profesores dentro del centro, tal es el caso de Maria Prior entre otros tantos.

Por otro lado, se realizó la unión sectorial de la Cámara de Industrias de Fibras Manufacturadas, la Federación de Industrias Textiles Argentinas y la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, para llevar a cabo la primera exposición de la industria textil en la Argentina. La finalidad principal de este evento era el de resguardar los intereses comunes e impulsar el desarrollo de la industria en el país.

En el año 1988, por primera vez en la Argentina, se organizó una Bienal de Arte Joven, que tomaba a la moda como tema principal de enfoque. Se montó una pasarela en el Centro Cultural Recoleta, donde los jóvenes diseñadores de todo el país pudieron mostrar sus diseños y creaciones. El público respondió exitosamente a las presentaciones.

En la década de los 90's, la prensa: revistas y diarios procuraban cubrir todo lo que estuviese ocurriendo para ese entonces en el mundo de la moda. Era tal la convulsión que se estaba gestando desde instituciones oficiales y privadas, que se inició la idea de que Buenos Aires se convirtiera en la capital latinoamericana de la moda. Las actividades que se comenzaron a desarrollar en torno a la moda eran cada vez más; era un momento de auge en esta actividad para los jóvenes y nuevos diseñadores argentinos que comenzaban a aparecer en la industria textil.

Cuando Fernando de la Rúa asume como jefe de Gobierno de la ciudad en el año 1996, se elevaron las posibilidades de seguir creciendo respecto a la industria de la moda y a los nuevos diseñadores que seguirían apareciendo. Se dio mayor impulso al incremento de nuevos profesionales artísticos.

El apoyo a la sección de diseño era progresivo, y esto llevó a la idea de crear el Centro Metropolitano de Diseño. Incluso en un momento hasta se llegó a generar la idea de desarrollarlo y ubicarlo en el ex mercado de pescado de Barracas.

Al año siguiente, en el mes de abril del 97' a raíz de una cantidad de acontecimientos que ocurrieron en la ciudad de Bs. As. llegaron al Centro Cultural Recoleta nueve jóvenes diseñadores provenientes de Francia. Entre estos se destacaron Isabel Marant y Olivier Guillemin.

Durante ese mismo año, en el mes de julio se creó un evento llamado *Buenos Aires no duerme* organizado por el Gobierno de la ciudad de Bs. As. Este evento le abrió las puertas a muchos jóvenes diseñadores, que tuvieron la oportunidad de mostrarse, darse a conocer y a su vez difundir sus propuestas de diseño. Los directores creativos que se ocuparon de la imagen visual eran Ramiro Agulla y Carlos Baccetti. La idea era elevar a la ciudad de Buenos Aires como el centro de arte más importante. Y que así se transformara en un lugar importante en cuanto a la moda y el diseño. Todos estos

aspectos se vieron aun más fortificados y con mayor vigorosidad a partir de un proyecto de apoyo, llamado *Moda & Diseño hecho en la Argentina*. Este programa de apoyo tuvo un gran objetivo que fue el de lograr unir a los jóvenes diseñadores argentinos con otros diseñadores de mayor reconocimiento y consagración. Para poder ligarlos a la industria textil y con las universidades dedicadas al diseño de indumentaria. El proyecto tuvo el apoyo de grandes instituciones, entre las cuales estaban, la Secretaria de Industria, Comercio y Trabajo de la Nación, Secretaría de Turismo, Fundación Exportar, y la Cancillería Argentina. Por otro lado trabajaron colectivamente para hacer realidad el proyecto, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires por medio del Centro Metropolitano de Diseño, la Universidad de Buenos Aires, la Universidad de Palermo, la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria y el Centro de Investigaciones Textiles del INTI.

Un año después, en 1998, se realizó un intercambio entre Argentina y Francia. Jóvenes diseñadores argentinos tuvieron la oportunidad de mostrar sus diseños en el Carrousel del Louvre de París. Los diseñadores seleccionados fueron: Benito Fernández, Walter Moszel, Jazmín Chebar, Laura Valenzuela, Marcelo Senra y Sylvie Geronimi. Al siguiente año, se presentaron los mismos diseñadores que habían emprendido el viaje a París para presentar en Argentina, más precisamente en el Teatro de la Ribiera de la Boca, los mismos diseños presentados en Francia.

En el año 1999, el Gobierno de la Ciudad le dio la oportunidad a tres diseñadores conocidos argentinos, enviándolos a Italia. Mariano Toledo se encontraba entre los tres diseñadores seleccionados, quien presentó en la ciudad de Roma una colección que hacia alusión a la cultura de Argentina, y tomó algunos de los referentes populares mas conocidos e importantes de la república. Entre los cuales se encontraban imágenes de Eva Perón, Diego Maradona y la estampa de la Virgen de Luján.

Durante el mismo año surgió *Moda en Palermo*, en la Universidad de Palermo, un evento que contemplaba desfiles y diferentes tipos de muestras artísticas, llevadas a cabo por los mismos alumnos de la universidad. Dos veces al año, al finalizar cada cuatrimestre se realizan desfiles donde los alumnos tienen la oportunidad de mostrar, dependiendo en cada cátedra, uno o mas diseños. Muchas veces asisten a estos eventos, importantes personalidades de la moda, productores, diseñadores, prensa, etc. Esto genera una oportunidad notable para los alumnos. Es una instancia donde los alumnos de la carrera de diseño de indumentaria pueden explotar al máximo sus conocimientos. Y así comenzar de a poco a mostrarse, y exponer sus creaciones y su propio arte.

El diseño de autor se destaca cada vez mas en la Argentina de la mano de un gran abanico de diseñadores que pelean por tener su lugar en un ámbito con mucha competencia.

En muchas oportunidades se realizaron y se siguen llevando a cabo, eventos, desfiles, muestras donde jóvenes emprendedores, y diseñadores recién recibidos de las universidades puedan mostrarse al mundo y en nuestro país.

Un diseño que no se rige ni por modas ni tendencias, un diseño que muestra y refleja a cada uno de sus creadores en cuanto a sus personalidades y creencias.

## **2.4 Los pioneros del diseño de autor en Buenos Aires.**

### **Principales referentes**

#### **Limbo**

Creado en la década del 70' por Claudio Martínez y Charlie Thornton, dos diseñadores que dieron mucho que hablar en ese entonces. Absolutamente transgresores e innovadores. No era una época fácil para mostrar el tipo de diseño que ellos lanzaron en la industria de la moda argentina. En plena dictadura militar Claudio y Charlie se animaron a mostrar una absoluta transformación en las prendas masculinas sin miedo a

equivocarse.

Limbo no sólo fue un giro de 180° para la indumentaria masculina, sino que también lo acompañaba el espacio donde se encontraban las prendas. La *boutique* con un estilo teatral, con vidrieras sumamente sobrias y sin elementos recargados.

No es común que los diseñadores de indumentaria masculina desarrollen grandes modificaciones sobre las tipologías, ya que el hombre del siglo XX siempre fue muy clásico. Pero en este caso, Claudio y Charlie, decididos a transgredir las reglas, impusieron un estilo muy particular. Pantalones de vestir con pliegues que generaban una forma recta en la prenda, y que por debajo solo dejaban ver la punta del zapato.

Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Figura 1: Limbo. Pantalones de sastrería confeccionados a mano. Fuente: [www.limbostyle.com](http://www.limbostyle.com) (1987) Argentina

Las camisas eran largas y anchas, se sumaron los estampados en gran tamaño, así como también los galones y bordados.

Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Figura 2: Chalecos intervenidos Limbo. Fuente: [www.limbostyle.com](http://www.limbostyle.com) (1989),

Argentina.

Se observa en la figura N° 2 Bordados con diferentes tipos de botones en tonos monocromáticos, con una variación en el tamaño de los módulos. Trabajo de bordado manual.

Los accesorios no quedarían atrás, estos tomaron una gran importancia también, entre estos los más destacados eran los pañuelos, tiradores y chalinas.

Los zapatos fueron los que terminaban de cerrar el estilo que marcó Limbo, destacados por estas piezas, elaboradas artesanalmente y con materiales de primera calidad. Podían ser de cuero y gamuza, algunas veces combinados con raso.

Para ver esta película, debe  
disponer de QuickTime<sup>a</sup> y de  
un descompresor .

Figura 3: Zapatos Limbo. Fuente: [www.limbostyle.com](http://www.limbostyle.com) (2009), Argentina.

Brogue bicolor barracán combinado con cuero negro de alto brillo.

Dentro de su estilo marcado, Limbo eliminó la corbata siendo esta un elemento sumamente importante en el conjunto básico y formal del hombre. La corbata fue reemplazada por las chalinas de telar con piel como se observa en la figura N° 4.

Para ver esta película, debe  
disponer de QuickTime<sup>a</sup> y de  
un descompresor .

Figura 4: Chalitas Limbo. Fuente: [www.limbostyle.com](http://www.limbostyle.com) (1978), Argentina.

Este tipo de accesorios eran producidos en pocas cantidades por su elevado costo, confeccionadas en telar combinadas con lana y piel. Su trabajo manual era muy fino y delicado.

### **Laura Valenzuela**

Dentro de las primeras alumnas egresadas de la Universidad de Buenos Aires, se encontraba Laura Valenzuela. Con un estilo muy personal, y que la destacaría y caracterizaría por siempre. Sumamente romántico, sus conceptos siempre se apoyaron al trabajo de reciclaje en sus vestidos y accesorios.

Para ver esta película, debe  
disponer de QuickTime<sup>a</sup> y de  
un descompresor .

Figura 5: Laura Valenzuela, New York Fashion Week. Fuente: [www.zimbio.com](http://www.zimbio.com)



(2010), Estados Unidos.

El trabajo artesanal se aplica en todas las prendas de Valenzuela como se puede ver en la figura N° 5. El proceso manual por el que pasa cada uno de sus diseños se ve en cada detalle y en líneas generales sobre sus propuestas.

Valenzuela se distinguió por la unión de diferentes tipos de materiales entre sí, texturas e hilados de todo tipo cubrían sus vestidos.

Para ver esta página, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor.

Figura 6: Laura Valenzuela, New York Fashion Week. Fuente: [www.zimbio.com](http://www.zimbio.com)  
(2010), Estados Unidos.

Otra de sus características primordiales es la de tomar telas, avíos, puntillas entre otros materiales y readaptarlos en diseños actuales que puedan funcionar en mujeres del siglo XXI, como se puede observar en la figura N° 6.

Su metodología de diseño se basa en crear piezas únicas, como pequeñas obras de arte donde plasma sus ideas y su concepto a trabajar con su estilo personal. No trabaja realizando producciones en serie, sino que cada una de sus creaciones son únicas y exclusivas. Cada una de sus prendas tiene un riguroso y arduo trabajo artesanal, que se

puede ver en cada detalle que presentan sus vestidos. Valenzuela también se destacó por hacer hincapié en la utilización de materiales de calidad, no solo en las telas donde generalmente utiliza gasas de seda natural, puntillas de algodón, tul de seda natural, satén de seda natural, fieltro de lana merino, cuero de oveja, organza de seda natural, lino etc. sino también en los materiales que emplea para bordados o tocados. Cristales y perlas de swarovsky, y piedras preciosas son algunos de los complementos decorativos que ornamentan los diseños de Valenzuela.

Ella también tiene una línea de vestidos de novia donde los diseños son absolutamente confeccionados a la medida de la clienta.

Los cortes en los vestidos tienen un único objetivo que es el de resaltar la figura y la feminidad de la mujer.

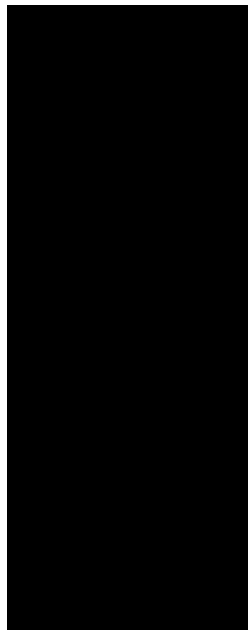


Figura 7: Laura Valenzuela, Línea de vestidos de novia. Fuente: [www.laura-valenzuela.com](http://www.laura-valenzuela.com) (2010), Argentina.

Se puede observar en la figura N° 7, el minucioso trabajo de bordado sobre la tela base, con una elegancia y simpleza a la vez. Bordado sobre una tela mórbida, y a través de

una silueta y un corte de vestido que no tiene un gran desarrollo de transformación en la moltería, pero con una gran labor en el trabajo manual que se destaca a lo largo de toda la prenda. Esto le da un gran valor y un plus extra a vestidos con una base simple en cuanto a su tipología. De esta manera levanta la prenda y hace que el trabajo de bordado manual sea el protagonista principal del vestido.

En su colección verano 05/06, presentada en el Bs. As Fashion Week, Laura Valenzuela se unió junto al diseñador de joyas Simón Sorondo, quien se destaca por realizar piezas únicas de tipo escultóricas. En dicha colección Valenzuela y el diseñador de joyas se fusionaron para crear una colección sumamente elaborada, y con una gran intervención artesanal, que se puede ver tanto en las prendas como en los accesorios. Desde coronas a monogramas, entre otros accesorios que también se sumaron.

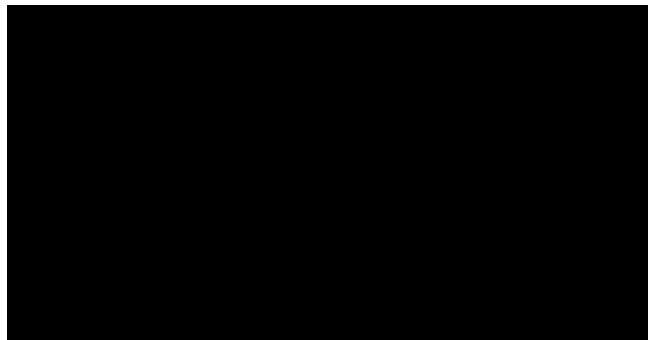


Figura 8: Laura Valenzuela, Bs. As Fashion Week. Fuente: [www.simonsorondo.blogspot.com](http://www.simonsorondo.blogspot.com) (2010), Argentina.

Los accesorios están todos elaborados en aluminio, material que se utilizó para la colección entera de accesorios, como se puede ver en la figura N° 8. Este tipo de piezas se materializan de forma totalmente artesanal, de modo tal que se trata de objetos únicos y de diseño exclusivo.

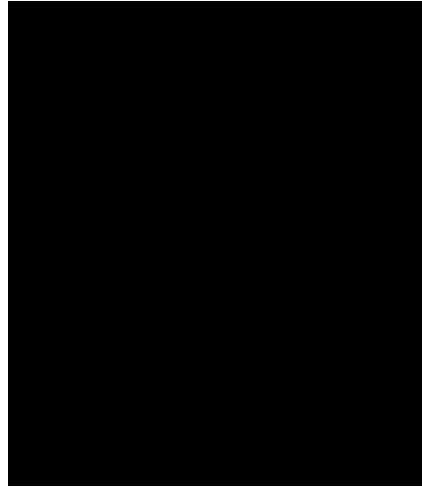


Figura 9: Laura Valenzuela, Bs. As. Fashion Week. Fuente: [www.simonsorondo.blogspot.com](http://www.simonsorondo.blogspot.com) (2010), Argentina.

En este caso, en la figura N° 9, el accesorio es una corona, también construida en aluminio. Donde se puede ver también la intervención artesanal.

### **Vero Ivaldi**

Diseñadora de indumentaria que también formó parte de las primeras camadas de egresados en la UBA. Si bien comenzó estudiando ingeniería química, la banda de rock de unos amigos, *Los Brujos* sería una buena excusa para incursionar en el vestuario. Y así fue como se convirtió en la encargada de vestuario de la banda. Esto ayudó a que Vero Ivaldi tomara la decisión de abandonar la carrera de ingeniería para seguir la de Diseño de Indumentaria.

El estilo de Vero se destaca por el manejo en la moldería, y el estudio sobre esta. Las asimetrías e irregularidades también caracterizan su marcado estilo, como se puede observar en la figura N° 10.



Figura 10: Vero Ivaldi, Buenos Aires Fashion Week. Fuente: [www.blocdemoda.com](http://www.blocdemoda.com) (2010), Argentina.

Su eje central del cual parte para desarrollar sus diseños es el cuerpo humano, el cual toma como base para realizar sus construcciones de moldería. Toma los ejes del cuerpo, y realiza cambios en las pinzas, los cuales generan a su vez diferentes patrones y nuevas tipologías. La experimentación constante y el estudio de diferentes conceptos acompañan a Vero Ivaldi desde sus inicios, pero lo que realmente destaca a Vero es su manejo de la moldería.

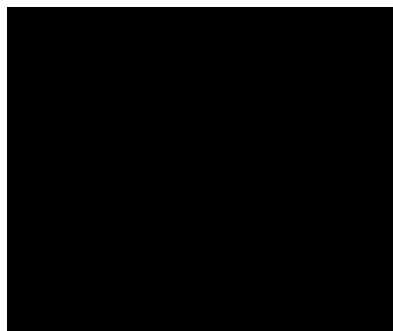


Figura 11: Vero Ivaldi, Bs. As. Fashion Week. Fuente: [www.blocdemoda.com](http://www.blocdemoda.com) (2010), Argentina.

Los cortes y los recortes también son un modo de trabajo constante en sus diseños, en formas curvilíneas y rectas. La paleta de color que suele trabajar en sus colecciones no es muy amplia, pero sí se destaca en utilizar los colores puros, en forma plena sobre las

prendas, como puede verse en la figura N° 11 .

Algunos de los materiales que utiliza para llevar a cabo sus colecciones son paños de lana, gabardinas de algodón, gamuzas, entre otros. Si bien la mayor parte de sus prendas tienen una confección de tipo industrial, a su vez muchas tienen una intervención artesanal, que abarca terminaciones de costuras, deflecados y hasta terminaciones con calor.

Por otro lado también trabaja con prendas que son confeccionadas a medida especialmente para clientes que así lo requieran y que deseen algo especial y único para ellos. Este tipo de trabajos esta totalmente opuesto a los trabajos que están confeccionados de modo industrial, donde en este caso se trabaja de a muy pocas unidades si algunas clientas coincidieran en los pedidos, o simplemente en un único producto. En estos casos lo precios no son los mismos que los que puedan encontrarse en las prendas colgadas de las *boutiques* de *Vero Ivaldi*, sino que son mas elevados, ya que los costos de una prenda única y de un diseño realizado especialmente para una sola persona es mayor. Esto a raíz de que quienes se encarguen de la confección de dichas prendas, lo harán específicamente para el cliente que lo requiera, y el tiempo será utilizado únicamente para eso.

Además también dentro de su marca trabaja con una línea que es exclusiva para vestidos de novia a medida. Dentro de este tipo de trabajo también la exclusividad y la elección del diseño son primordiales para el cliente y es el quien lo elabora en conjunto a los asistente de Vero o en algunos casos con ella misma. Pero a diferencia de las prendas confeccionadas a medida mencionadas anteriormente, en este caso la gran diferencia es el tipo de materialidades, que varían no solo en cuanto a costos sino también en cuanto al tipo de fibras que se utilizan. Y la forma en que son confeccionados, donde en este caso son 100% realizados a mano.

En cuanto a los accesorios, se centra en los tocados, que funcionan como complemento de los diseños en los desfiles. En su colección primavera/ verano 2011, presentada en el Baf Week de Bs. As. Se diseñaron especialmente para ese desfile unas capelinas, a modo de tocado.

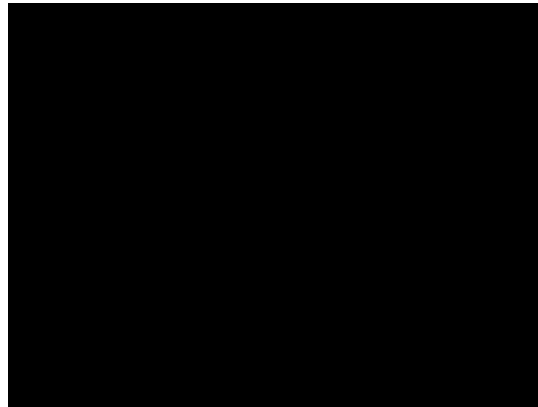


Figura 12: Vero Ivaldi, Bs. As. Fashion Week. Fuente: <http://mirabaires.com/2010/08/19/bafweek-tendencias-primavera-verano-2011/> (2010), Argentina.

Las capelinas son a tono de los vestidos, y están confeccionadas con la misma tela y con el estilo de las tipologías, donde se puede observar en la figura N° 12, que hasta se respetan el estilo de recortes y superposiciones que se pueden ver en los vestidos. Están construídas totalmente a mano y se adhieren a la forma de la cabeza.

### **Mariana Dappiano**

Perteneció a las primeras camadas en egresarse de la UBA, y fue pionera en el diseño de autor. Pero antes de lanzar su propia marca pasó por otras experiencias laborales que la llevaron a ser lo que es hoy día.

Luego de egresarse en la UBA, se abocó a la docencia en la misma universidad, en el área de diseño de indumentaria y textil durante cuatro años.

Trabajó también como diseñadora en varias empresas textiles nacionales e internacionales. Lo cual le fue dando cada vez mayor experiencia en lo laboral, y de a poco la fue encaminando para poder luego formar su propia marca, Mariana Dappiano como principal protagonista.

En un momento dado de su vida le tocó trabajar para una empresa nacional que se distinguía por la aplicación de tejidos de punto. Trabajar en esa empresa la nutrió de sabiduría y conocimiento, lo cual llevó a que Dappiano dominara todo lo relacionado a texturas, hilados y tejidos. La diseñadora se relacionaba para ese entonces con personalidades muy importantes conectadas en el arte, algunos como Marta Minujín y Nicolás García Urriburu, entre otros. Comenzó a trabajar con estos artistas plásticos y esto la llevó a tomarlos como musas, para realizar distintas prendas en las que se inspiró en sus obras. En consecuencia de estos hechos, la diseñadora se vio impulsada a lanzar su primera colección, que llevaría su sello propio en el verano del año 2001.

El estilo que marcó Mariana Dappiano, abarcó figuras puras y sencillas. Tejidos que envolvían la figura femenina, se transformaron en prendas envolventes. Marcando la feminidad y buscando siempre resaltar la sensualidad de la mujer. Continuamente genera productos y cosas nuevas, planteándose desafíos en cada una de sus presentaciones. No solo desde la morfología de las prendas, sino también desde lo estético y las texturas. Es una marca que se distingue por el trabajo que lleva a cabo sobre los textiles, y los diseños en los mismos. Sus diseños marcan la combinación entre el diseño artesanal y el industrial. La unión del cuero con el tejido de punto y texturas y relieves son elementos claves y constantes en sus diseños.

El color es un elemento que no pasa desapercibido en sus colecciones, sino que es también uno de los protagonistas principales en estas. Marcando el acento en las prendas los colores dominan sobre estas.



Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Figura 13: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week. Fuente: [www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

Las prendas están constituidas por varias estructuras que complementan por completo los diseños. Volúmenes en hombros, mangas y cuellos son también constantes para Dappiano.

Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Figura 14: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week. Fuente: [www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

Como se observa en la figura N° 14, la combinación entre estampas o motivos geométricos se combinan con colores puros que luego se transforman en piezas volumétricas.

Los colores y las telas se diseñan especialmente para sus colecciones. Característica que

la eleva aun mas como diseñadora de autor y la distingue de los demás. Es así como Dappiano se asegura de que los textiles que utilizará sólo se verán en su boutique y ningún otro podría obtenerlo. Esto a su vez también implica otros costos, pero le genera otro valor como diseñadora, dejando en claro que no desea ser una más, sino ser única y exclusiva en el mercado con sus propios textiles.

Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Figura 15: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week. Fuente:

[www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

No ornamenta las telas, ni las prendas sino que procura transmitir mensajes por medio de las texturas, como puede observarse a través de la figura N° 15. Algunos de los materiales que utiliza en sus prendas son: lana, seda, mohair tejido artesanalmente, telas tecnológicas, metálicas, Jaquares, algodón, viscosa, lino, voile de algodón, etc.

Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Para ver esta película, debe disponer de QuickTime® y de un descompresor .

Figura 16: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week, línea vestidos de novia. Fuente:

[www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

La diseñadora también se dedica por otro lado a realizar vestidos de novia a pedido. Pero no se trata de los clásicos vestidos de novia, sino que Dappiano propone vestidos conceptuales, con mayor personalidad y versatilidad.

Para ver esta página, debe  
disponer de QuickTime y de  
un descompresor .

Figura 17: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week, línea vestidos de novia. Fuente: [www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

Los vestidos tienen un trabajo sumamente artesanal, confeccionados a mano. Con texturas, volúmenes y recortes que no dejan de reflejar su estilo, como se puede observar en la figura N° 17.

Son todas piezas exclusivas y confeccionadas a pedido y a medida por las clientas.

En cuanto a los accesorios, se dedica a diseñar pequeñas piezas que varían en cada una de sus presentaciones, en el caso de su colección otoño/ invierno 2010, presentó como complemento de cada conjunto vinchas con un ancho de 10 cm. aprox. que combinaban con cada uno de sus diseños.

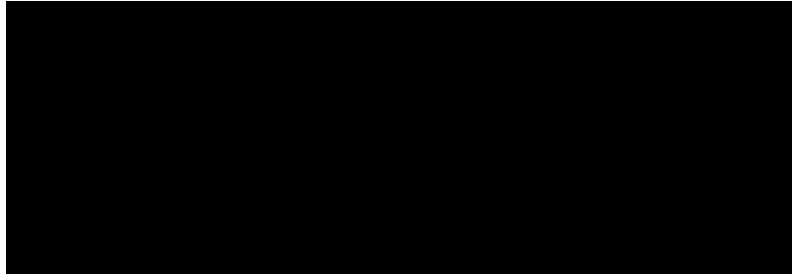


Figura 18: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week. Fuente: [www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

Estas binchas están confeccionadas manualmente y se utilizan las mismas telas que las que se implementaron para los diseños, como se puede ver en la figura N° 18, sólo que en este caso van variando los colores en relación a los diseños con los que se presentaron cada una, para generar un contraste de color y textura.

También para las temporadas de invierno realiza todo tipo de bufandas tejidas a mano que se fusionan con la intervención de tejidos en sus prendas.



Figura 19: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week. Fuente: [www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com) (2010), Argentina.

La bufanda que se observa en la figura N° 19, esta tejida completamente a mano, a dos agujas y esta compuesta por lana y algodón. Los tejidos en lana y los de punto son materialidades que se complementan siempre en las colecciones de *Mariana Dappiano*

y es un estilo que se ve muy marcado en su marca.

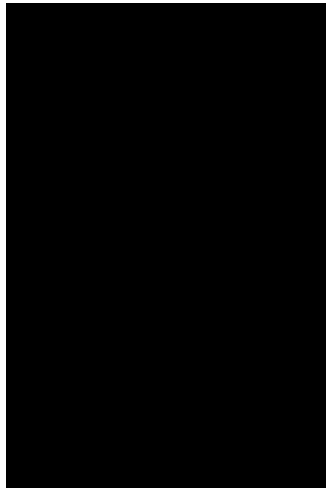


Figura 20: Mariana Dappiano, Bs. As. Fashion Week. Fuente: <http://www.gettyimages.com/detail/85148989/LatinContent-Editorial> (2009) Argentina.

En este caso, en la figura N° 20, se trata de cuatro bufandas en una. Son 4 tiras de bufandas cosidas y unidas como un mismo elemento y en cuanto a la confección están tejidas a dos agujas manualmente.

## Capítulo 3. Diseño artesanal y de autor en la ciudad de Buenos Aires

### Trabajo de campo

#### 3.1 Diseño de autor por diseñadores

Luego de preguntarle a diferentes diseñadores si creían que lo que hacían era diseño de autor, y por qué lo creían, se llegó a las siguientes conclusiones. En gran similitud el 90% de los entrevistados afirmó que creía ser diseñador de autor e independiente. Al no regirse por modas ni tendencias como fuente principal a la hora de desarrollar sus colecciones, los diseñadores aseguraron tomar elementos de inspiración de la naturaleza, música, y muchas veces viajes donde pueden ver ciertas cosas de las cuales se sirven de inspiración. Además, hablaron sobre los diseños como piezas únicas, o en otros casos en la confección de los mismos en cantidades limitadas, y de poca cantidad por modelo a realizar. Si bien no siguen las tendencias, aseguran que es necesario hacer una bajada de línea, para que los productos sean rentables, y además también mecharlos con básicos, en telas nobles y colores plenos que tengan una salida mas comerciable.

Por otro lado se pudo observar que una sola diseñadora, en este caso *Flor Monis* para la marca *Paris by Flor Monis*, negó ser una diseñadora de autor. Pero a su vez habló de que tampoco, al igual que los diseñadores nombrados anteriormente, se guiaba por una tendencia, sino que diseña siguiendo sus propios deseos. Por otro lado, habló de que sus colecciones no son masivas en cuanto al tipo de diseño que se destaca por su exclusividad y buen manejo de la confección. Con una gran calidad en la indumentaria, la diseñadora de *Paris* asintió que sus producciones eran en serie, pero eso no opacaba la calidad de sus prendas, sino todo lo contrario.

En cuanto a los estilos de los diseños, todos los entrevistados se aproximaron en una

misma característica y apuntaron a un mismo objetivo. Si bien cada uno se inclina por expresar su personalidad y gusto personal, todos apuntaron a un tipo de telas, tipologías y accesorios más bien despojados y sin tanta formalidad. Fusionando diferentes tipos de estilos que le dieran mayor personalidad y protagonismo a los diferentes diseños, y que se pudiesen combinar con elementos básicos y simples. Simples e informales pero siempre con detalles que *levanten* a la persona. Diferentes elementos, a modo de accesorios que destaquen las prendas, como es en el caso de *Milana Sweaters* que realiza líneas de diferentes tipos de broches para cerrar sacos, que los *aggiornan* y ayudan a resaltar el conjunto.

### **3.2 Productos a la venta**

Al cabo de realizar una investigación acerca de las tipologías utilizadas en las distintas marcas, en líneas generales todas, se manejan con los mismos tipos de prenda. Si bien por un lado la marca *Shynka* trabaja los textiles para el uso de blanquería, la diseñadora es quien realiza el diseño de las telas, estampas y bordados. Su mayor fuerte son los almohadones, siguiéndole los acolchados.

En *Love Miuka* se encontró una pequeña diferencia en cuanto al uso de tipologías, donde la marca además suma shorts, monos, túnicas y camperas.

Otra característica que une a al 90% de los entrevistados es la falta de empleo de denim. Si bien el 20% realiza pantalones, ninguno es confeccionado en denim. Esto no llama demasiado la atención ya que este tipo de prendas confeccionadas en dicho material son en su gran mayoría pertenecientes a una producción absolutamente seriada y masiva. Elementos que se alejan del modo de trabajo y bajada de diseño del 90% de las marcas.

Fuera de lo que son las tipologías de las prendas, están también los accesorios,

elementos que se suman a las prendas y que muchas veces comienzan a jugar sobre estas, complementando estilos, ambientes y cerrando la idea de la colección como dijo la diseñadora de *Paris by Flor Monis*. En este caso el 90% comercializa accesorios en su marca.

Por un lado, se encuentra la diseñadora textil Romina Dabul dueña de *Shynka*, que nombró como accesorios complementarios de sus diseños a los caminos de mesa, manteles, pie de cama, entre otros. Donde sus propios diseños de estampados y bordados se verán sobre estos ambientes a los que ella quiere que sus clientes lleguen adquiriendo sus productos.

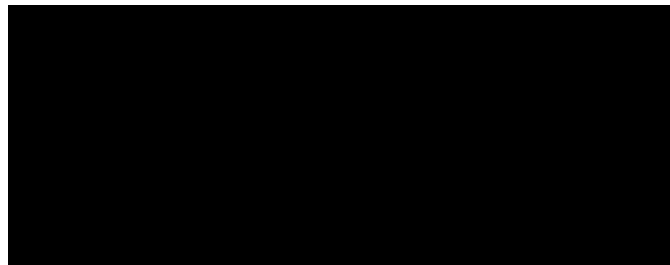


Figura 21: Camino de mesa, Shynka. Fuente: [www.shynka.net](http://www.shynka.net) (2010), Argentina.

Los caminos de mesa de *Shynka*, como se pueden observar en la figura N° 21, tienen diversas formas, y una variedad de intervenciones artesanales sobre estos. En este caso el camino de mesa tiene a lo largo de todo su recorrido una terminación circular en sus extremos, donde se compone por cinco círculos unidos entre sí. Está totalmente bordado a mano con hilos de lana y algodón, y algunas de las hojas de colores que se observan alrededor de las flores están pintadas a mano.



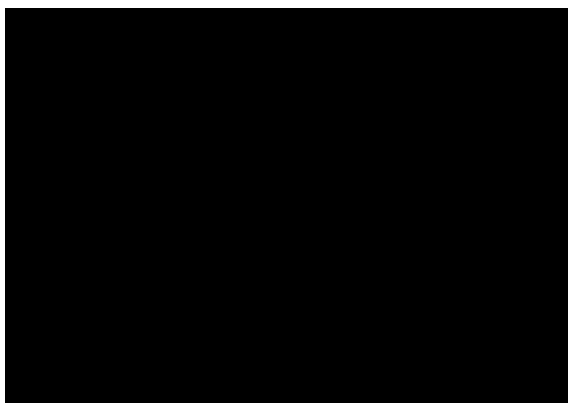


Figura 22: Camino de mesa, Shynka. Fuente: [www.shynka.net](http://www.shynka.net) (2010), Argentina.

En el caso de la figura N° 22, la forma de los extremos cambia, siendo que se trabaja con el concepto de la naturaleza y de las mariposas, donde éstas comienzan a cobrar un papel muy importante en la morfología del camino. Saliéndose de los límites de lo que en un principio parecería ser un rectángulo de tela, toma la forma de una mariposa, y esta forma a su vez parte de las líneas del camino de mesa. Este accesorio para las mesas también está confeccionado manualmente, con un bordado más complejo en la mariposa mayor, y un bordado más simple en las otras mariposas donde sólo se marcan sus siluetas, por encima de un lino de algodón.

Con sus propios textiles, que toman forma en diferentes objetos, ella se destaca con su amplia paleta de color y sus estampados llenos de energía.

Por otro lado, dos de las marcas, en este caso *Maria de la Ka* y *Milana Sweaters* se asemejan más respecto a la elección de accesorios, donde estos elementos artesanales se adhieren a prendas de todo tipo, color y materialidad. Para *levantar* y dar un detalle en las prendas, y muchas veces también para ser protagonistas como pequeñas piezas únicas.



Figura 23: Prendedores, Maria de la Ka. Fuente: fotografía tomada en la boutique de Maria de la Ka: Arenales 1180 (2010), Argentina.

Como se puede observar en la figura N° 23, los prendedores son totalmente diferentes unos de otros, confeccionados a mano con diversas materialidades. Se usan lanas mezcladas con algodón, sedas, rasos y batistas con apliques de diferentes tipos de botones en el centro. Los broches están fabricados de retazos que la diseñadora de *Maria de la Ka* fue recolectando y reciclando de los sobrantes de sus producciones.

Estos accesorios pueden funcionar en prendas, bufandas, carteras, chalinas, entre otras, son un elemento que ella suma a sus diseños y que pueden acoplarse a cualquiera de estos como detalle ornamental.

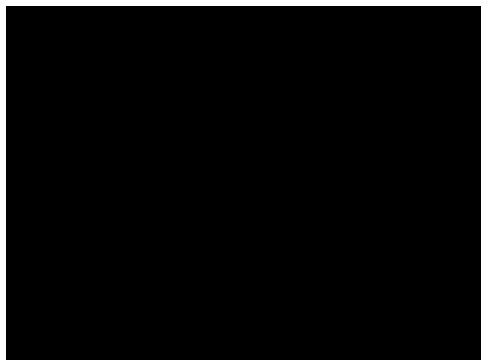


Figura 24: Prendedor, Maria de la Ka. Fuente: fotografía tomada en la boutique de Maria de la Ka: Arenales 1180 (2010), Argentina.

En la figura N° 24, se puede ver en mayor detalle uno de los prendedores, donde se puede observar el trabajo de textura realizado en la pieza. Donde se crea una flor con dos colores de lana diferentes y los que simulan ser pétalos se van superponiendo unos con otros generando el volumen en el prendedor.

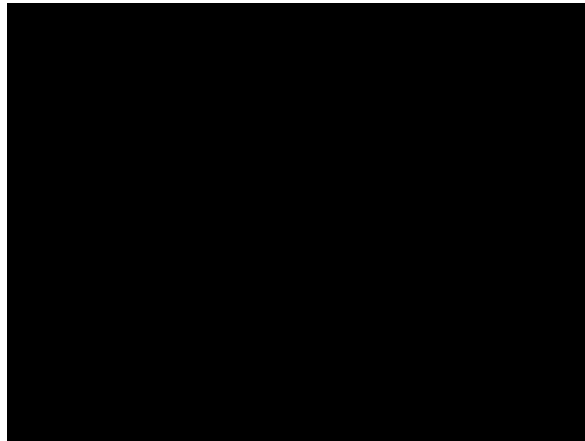


Figura 25: Prendedores de fieltro, Milana Sweaters. Fuente: [www.milanasweaters.com.ar](http://www.milanasweaters.com.ar) (2010), Argentina.

Los prendedores que se observan en la figura N° 25, están fabricados totalmente a mano con la técnica de fieltro, que según Constanza la diseñadora: “Es una técnica que está hace relativamente poco tiempo establecida en la moda argentina y con la cual se puede realizar una enorme cantidad de accesorios e indumentaria” (2010, entrevista) .

En este caso los prendedores que se ven en la imagen están teñidos artesanalmente.

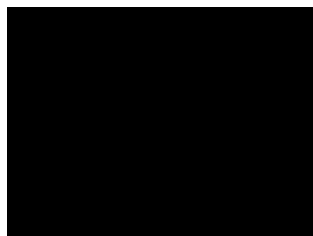


Figura 26: Trenzas de fieltro, Milana Sweaters. Fuente: [www.milanasweaters.com.ar](http://www.milanasweaters.com.ar) (2010), Argentina.

Lo que se observa en la figura N° 26, son trenzas realizadas también con la técnica de fieltro, como se pudo ver anteriormente en los prendedores. Estas trenzas, son utilizadas como accesorios para las prendas y se usan como lazos y otras veces también como bufandas, las funciones son múltiples, y la idea de este tipo de objetos es que se pueda intercambiar su uso y así poder hacerlo mas dinámico.

A su vez, otro par de diseñadores: *Flor Monis* y *Bruno Morán*, se emparentan también por el uso de accesorios. Donde los dos buscan destacarse marcando la silueta femenina, dándole mayor acento a la cintura a través de los cinturones y fajas.

Se pudo observar que una sola marca no comercializa accesorios de ningún tipo, siendo este el caso de *Love Miuka*.

### **3.3 Materiales usados**

Luego de observar los materiales que utilizan los diseñadores para desarrollar sus colecciones, se identifican varios tipos y con diferentes objetivos de uso en cada caso.

En su mayoría todos eligieron propiedades naturales, en algunos casos con mezcla de sintético pero con un predominio de elementos naturales. Se observó que las marcas en un 90% prefieren textiles más bien sueltos y livianos. Frescos y lo más naturales posible son algunos de los requisitos, que ellos mismos aplican en su cartilla de materiales. Los apliques de pasamanería se introducen dentro de este 90% a modo de decoración, recorren cada marca con su propia impronta y su estilo. Los apliques de pasamanería aggiornan las prendas, y le dan un cierre estético a los diseños.

En contraposición a lo anteriormente descrito, se encontró un solo diseñador opuesto a todas las ideas recién mencionadas. Bruno Morán, diseñador de *La Embajada* aseguró que “los textiles naturales pueden ser muy lindos a simple vista y al tacto pero que en

cuanto a practicidad respecta no son conceptos que vayan unidos de la mano”, (2010, entrevista). Incliniéndose más por el uso, que por las características estéticas de las fibras, decidió responder a un sector de mujeres trabajadoras que deben lavar sus prendas de uso diario todos los días. Por ello propone prendas fáciles de lavar, planchar y secar. Aseguró que las mujeres buscan ese tipo de textiles para el trabajo y para sus jornadas cotidianas.

Optó por materiales sintéticos como el nylon, poliéster, entre otros, que le generan mayor salida pudiendo abarcar no solo el sector de mujeres trabajadoras, sino uno mas amplio donde con su dominio en las estampas atrae a otro público también.

### **3.4 Intervención artesanal**

Luego de investigar si los diseñadores entrevistados aplican e intervienen sus diseños con métodos artesanales, se pudo observar que un 90% de ellos sí lo hace. Cada uno aplica distintos materiales, que suman y le dan un plus extra a sus diseños.

Se destacaron los bordados a mano, en detalle, prendas enteramente confeccionadas a mano, ya sea a partir de la técnica del crochet o de dos agujas. En todos los casos intercalan piezas fabricadas de modo industrial a la cual se le aplican a modo decorativo, elementos intervenidos artesanalmente. En el caso de *Shinka* se observó que su intervención artesanal específicamente abarcaba los bordados sobre objetos ya terminados, y sobre estampados generando contrastes de color.

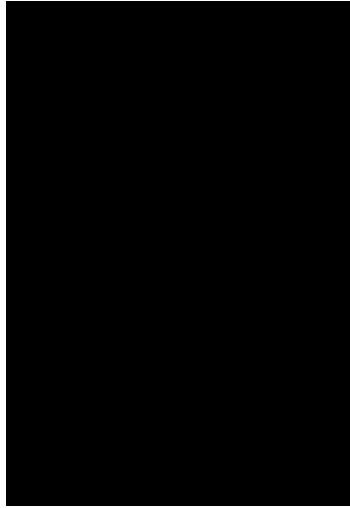


Figura 27: Almohadón bordado, Shynka. Fuente: [www.shynka.net](http://www.shynka.net) (2010), Argentina.

En la figura N° 27, se puede observar un almohadón de la colección primavera/verano 2011 de *Shynka* donde la base está estampada, y todo el trabajo superficial que se puede ver a través de toda la pieza está trabajada manualmente. Desde el bordado del loro, con hilos de algodón y seda, el aplique de diversas piedras de colores alrededor de todo el almohadón y por último la pasamanería que recuadra la pieza, a tono con la base.

En líneas generales, el lema que tienen todos a la hora de aplicar este tipo de elementos en sus diseños, es que estos se destaquen, y que sean pequeñas piezas únicas que se distingan del resto.

El restante 10%, no aplica elementos artesanales en sus diseños, como es el caso de *Paris by Flor Monis*.

En cuanto al valor que le suma este tipo de intervenciones a sus prendas, accesorios, o textiles, el 90% de los entrevistados afirmó que lo artesanal generaba un valor sobre sus diseños y lo destacaba por sobre los demás.

Se habló sobre el valor que poseen este tipo de trabajos manuales, y el trabajo que llevan en su elaboración, ya sea para una prenda íntegra o para un pequeño broche que se utilice como cerramiento de un *sweater*.

La exclusividad que estos elementos le aportan a las marcas es algo que se vio reflejado en cada entrevista, cuando se hablaba de lo artesanal. El hecho de que se hagan dos o tres de cada modelo diseñado, nunca se verán ni saldrán exactamente iguales, sino que cada uno será una pieza única e irrepetible.

En el caso de *Love Miuka*, los elementos artesanales se aplican en general más como detalles que contrastan sobre prendas básicas. Musculosas con un diseño básico que en la espalda tengan un trabajo en macramé levantan la prenda y le dan un estilo diferente.

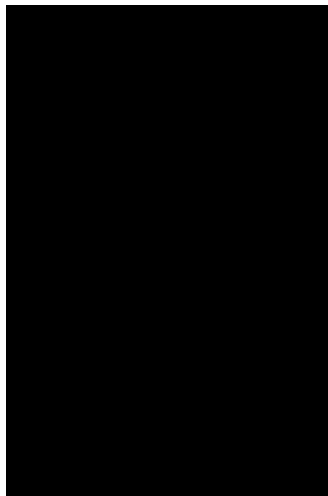


Figura 28: Vestido con macramé, Love Miuka. Fuente: [www.lovemiuka.com](http://www.lovemiuka.com) (2010), Argentina.

En la figura N° 28, se puede observar lo señalado anteriormente, donde con un trabajo de macramé realizado artesanalmente sobre la espalda de un vestido básico, se realiza la prenda sin necesitar de ningún otro elemento. Según Udale: “El macramé se construye a través de un anudado ornamental del hilo cuyo resultado es un tejido con una apariencia muy artesanal”. (2008, p. 85).

En estos momentos la marca está siendo fuertemente complementada por elementos artesanales traídos de la India; se pudieron observar musculosas básicas, con diferentes largos modulares con el detalle de bolsillos delanteros trabajados con telas bordadas

indúes. Y otros donde el estilo indú acapara toda la prenda en su totalidad.

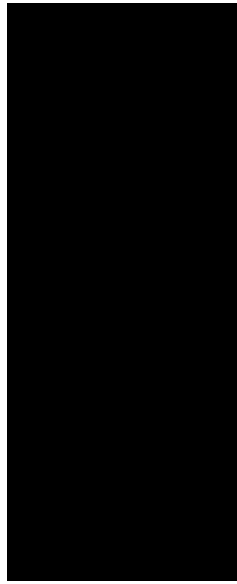


Figura 29: Vestido indú, Love Miuka. Fuente: [www.lovemiuka.com](http://www.lovemiuka.com) (2010), Argentina.

El vestido que se puede observar en la figura N° 29, es de la colección primavera/verano 2011 de *Love Miuka*, y como se señaló anteriormente la fuerte influencia de la India se puede ver reflejada en esta imagen. Donde el vestido está íntegramente confeccionado con una tela bordada a mano proveniente de la India, donde el trabajo manual se aplica en un 100%. Desde el bordado de las piedras, canutillos, mostacillas y los pequeños espejos, al bordado en hilos de seda y algodón a modo de ornamento.

### **3.5 Proceso de diseño**

El proceso productivo de los diseñadores se divide en dos partes según lo investigado. Si bien todos comienzan por el mismo camino, tomando un concepto de colección y desarrollando los dibujos, croquis o geométrales de los diseños que van a formar parte de cada temporada, el segundo paso del proceso comienza a diferenciarse entre ellos.

Por un lado se pudo observar que un 50% de los entrevistados produce sus productos, derivándolos a talleres o artesanos, y cuando obtienen el producto terminado le



modifican ciertos aspectos, o le cambian otros, es decir que terminan de darle sus propios retoques finales para que ya esté listo y se pueda vender. Como se pudo observar en el caso de *Maria de la Ka*, ella transmitió que cuando llegaban los productos terminados si algo no le gustaba se lo sacaba y le sumaba un elemento que ella creaba, esto por supuesto en cuanto a detalles. Por lo observado, los diseñadores intervienen dando los toques finales, cuando los productos están terminados, o prácticamente terminados para ellos, y por eso sienten que o falta algo, o algo está de más, y es ahí cuando se adentran en sus propios diseños y los modifican, para que estos tengan su propio sello personal.

Por otro lado, el 50% restante de los entrevistados deriva todo a los talleres o artesanos, como es el caso de *Milana Sweaters*, donde la diseñadora Constanza Saquer, luego de seleccionar sus diseños manda a hacer la muestra, sobre ésta realiza las correcciones pertinentes, para finalmente realizar las fichas de orden de pedido, se encargan los hilados, y define la paleta de color. Teniendo todos esos elementos, solamente queda enviar los materiales con sus fichas correspondientes a los diferentes talleres sean industriales o de confección manual, donde por un lado todo lo que sea con técnica al crochet o dos agujas tiene una demora de 10 a 15 días, y por otro los industriales de 30 días.

Cuando los productos llegan, ya se encuentran embolsados y etiquetados, listos para la venta, y ya no se vuelven a intervenir ni a modificar.

### **3.6 Precios**

Luego de realizar las entrevistas donde el tema precio no sería menos importante, se

observó que el rango de los valores que se manejan no son los mismos en todos los casos. Sino que se van modificando dependiendo de cada diseñador y su objetivo de venta, sin dejar de lado, el tipo de público que desea abarcar. Además, influyen el tipo de materiales que se utiliza, la mano de obra, y el contexto donde se encuentren este tipo de piezas artesanales, en este caso la zona, y el barrio que influyen por sobremanera.

En el 90% de los entrevistados, quienes intervienen artesanalmente sus diseños coincidieron en que los que están mayormente ornamentados o confeccionados de forma manual tienen un valor mayor a los que están producidos de forma industrial.

El valor de la mano de obra, el tiempo y dedicación que este tipo de elementos lleva, encarecen al producto, pero a su vez elevan su nivel, a tal punto de destacarlo como una prenda única y exclusiva.

En el caso de *Shynka*, marca que se destaca por sus almohadones como principal fuerte, tiene como precio \$340 el más caro, y a su vez confeccionado totalmente a mano.

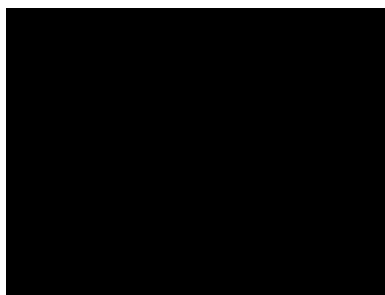


Figura 30: Almohadón tejido, Shynka. Fuente: [www.shynka.net](http://www.shynka.net) (2010), Argentina.

En la figura N° 30, se puede observar un modelo de los almohadones de Shynka, tratándose de uno de los más pedidos y requeridos por sus clientes. Este almohadón está completamente tejido a mano, con algodón y lana y es uno de sus artículos estrella que viene desarrollando desde que nació su marca.

Por otra parte, en *Milana Sweaters* se pueden encontrar los sacos de verano para esta temporada verano 2011 confeccionados a mano, al crochet y dos agujas, al precio de

\$420 y \$450 los más costosos.

### **3.7 Puntos de venta**

Según lo observado, un 50% se encuentra en el barrio de Palermo y el otro 50% en Recoleta.

En cuanto a la mitad de los entrevistados que se encuentran en Palermo, se observó que los diseñadores decidieron establecerse en ese barrio buscando encontrar un público que quisiera recibir nuevos diseños, diferentes e innovadores. Todos concuerdan en que Palermo se ha transformado en el espacio que le dio lugar a nuevos artistas y diseñadores que se instalaron allí para poder mostrar sus creaciones, como nuevos emprendedores, que están naciendo al igual que ellos en el mercado textil.

Además, “la gente que va a Palermo no es la misma que va a la Av. Santa Fé”, explicó Cecilia Martinelli empleada de *Love Miuka*, (2010, entrevista). Sino que quienes deciden comprar en Palermo buscan algo diferente que no se vea en los shoppings. Además, también dijo que el local se fusionaba perfectamente con el estilo del barrio, y aun más con la calle Armenia donde se encuentra establecido. Una calle con un estilo romántico combinado con lo moderno, características que también se asemejan a la marca, situándola en un lugar perfecto.

Por otro lado dentro de este 50% de los diseñadores entrevistados se encuentra también *Milana Sweaters*, quien si bien no decidió estar en Palermo por cuenta propia, sino que está ahí porque es la fábrica de su familia *Milana* la que la impulsó a crear en un rincón del local su propio espacio, su *showroom* y oficina, donde comenzó a crear sus propias colecciones hace ya seis años. La diseñadora contó que se siente muy a gusto en ese lugar, donde puede estar más cerca del cliente, y atiende de forma personalizada, tanto a los compradores al por mayor como al por menor.

El otro 50% de los diseñadores entrevistados optó por tener su local en el barrio de Recoleta. Apuntando a otro target, y a otro tipo de gente que busque sus productos. Es un barrio donde se encuentran no solo aficionados de la moda y buscadores de nuevos diseños e innovación sino psicoanalistas, médicos, abogados, los que viven y trabajan por el barrio y los turistas.

En el caso de *La Embajada*, su diseñador Bruno Morán explicó que los turistas son una de las mayores fuentes de ventas que tiene. Si bien tiene su clientela habitual, gente que vive o trabaja por el barrio, aclaró que la gente de paso también se suma a sus compradores y que esto hace que no se quede siempre con un mismo público, sino que esté en recambio constante por ese lado.

A través de las entrevistas se pudieron conocer distintos tipos de diseñadores de autor e independientes. Conociendo su proceso de diseño y productivo desde su inicio, primero en cuanto a por qué se consideraban o no diseñadores de autor, y cómo creaban sus colecciones, desde cómo las pensaban hasta el producto estaba terminado y listo para salir a la venta. Cómo se va desarrollando desde la primer etapa hasta la última. Las diferencias que se marcan entre cada uno y las similitudes que por momentos los unifican a todos con una misma característica: no se basan en tendencias ni modas, hacen lo que quieren, lo que les gusta, utilizan sus propios métodos de diseño e implementan diferentes conceptos que los atraen.

## **Capítulo 4. Consumidores de diseño artesanal**

### **Trabajo de campo**

#### **4.1 Perfil del comprador de objetos de diseño artesanal**

Según lo investigado se pudo observar que el 90% de las marcas apuntan a un target lo más diverso posible, tratando de abarcar un rango de edades que sea amplio. Desde mujeres jóvenes a señoras mayores de hasta 75 años. Es por esto que hacen las prendas y las piensan para que éstas se puedan adaptar a diferentes cuerpos, edades y ocasiones de uso. Mujeres que buscan innovar con el detalle, o con una prenda sobre un conjunto básico que resalte su *look*.

El concepto de los nuevos diseñadores independientes es que todo se adapte y se use para todo, complementándolo con diferentes accesorios, prendas y textiles con diferentes usos para mujeres de todo tipo. Diseños que no estén condicionados a una única ocasión de uso, sino que estos puedan ser adaptables a cualquier momento del día. En algunos casos, ciertas marcas se preocupan específicamente por distintos aspectos de la vida cotidiana de la mujer, por lo cual se adaptan a eso y tratan de crear diseños que ayuden a que sus vidas no sean tan complicadas.

En el caso de *Maria de la Ka*, ella pensó sobre todas las cosas en aquellas mujeres que están atravesando los cuarenta y cincuenta años, donde están más propensas a la menopausia. Por ello, decidió no hacer nunca prendas demasiado pesadas, utilizando dentro de los tejidos aunque sean los más invernosos como la lana, los de hilados más suaves y frescos.

En contraposición a lo antes dicho, la marca *Paris by Flor Monis*, decidió apuntar a una mujer más joven, donde el tipo de prendas limita más al público que lo consume. Son tipologías mucho más adherentes a la silueta femenina y el estilo de éstas apunta más a las jóvenes adolescentes que deciden transgredir y aportar una imagen sensual y provocativa en su estilo.

Según las entrevistas realizadas a las propias consumidoras de estos productos se detectan diferentes opiniones. Por un lado cuando se les pregunta, por qué consumen

indumentaria o accesorios intervenidos artesanalmente, cada consumidora con sus palabras, expresó lo mismo conjuntamente; se unificaron en lo que buscaban a través de lo artesanal, diferenciarse y ser exclusivas. Palabras que no dejan de repetirse entre las respuestas de cada una, el hecho de verse diferentes a los demás y poder tener algo que el otro no tenga, la pieza única, exclusiva e irrepetible que las destaca por sobre los demás. Una de las entrevistadas, destacó el trabajo y el valor agregado que tienen estas piezas, y como esto la caracteriza y le da mayor identidad.

#### **4.2 ¿Qué tipos de productos compran y por qué?**

Luego de estudiar el tipo de productos que se vendía en cada caso, se observó que el 100% tiene un producto estrella, que los acompaña en todas las colecciones. Un producto que si bien no es siempre exactamente el mismo, y al cual se le hacen algunos cambios, estuvo como número uno en las ventas de cada diseñador.

Este tipo de diseños son los que más destacan a la marca y como dijeron todos, al verlo se lo asocia automáticamente con esta; es el representante vivo de cada diseñador, en el cual se puede ver reflejado su estilo y su impronta como creador.

Ejemplificando uno de estos, en el caso de *Maria de la Ka*, se pudo observar que la capa es su prenda fetiche, que no dejó de salir en ninguna temporada.

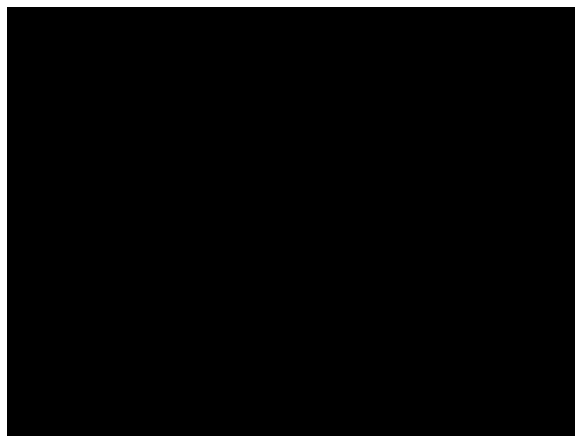


Figura 31: Capa multifuncional, Maria de la Ka. Fuente: fotografía tomada en la

boutique de Maria de la Ka: Arenales 1180 (2010), Argentina.

Según Gisela Fadalti su creadora: “Esta capa es adaptable a cualquier cuerpo, se la puede dar vuelta, y usar de dos lados diferentes, quedando más corta de un lado y más larga de otro”. (2010, entrevista). Esto hace que una sola prenda pueda utilizarse de muchas maneras, dándole mayor uso y haciéndola mas dinámica.

En cuanto a las entrevistas realizadas a los consumidores, el 90% prefiere únicamente accesorios intervenidos artesanalmente y el restante también consume indumentaria. Lo que se observa del 90% que elige accesorios artesanales, es que los eligen para complementar sus *looks* y para sentirse diferentes a los demás con una pieza única y original. Buscan en este tipo de accesorios el detalle, dándole a estos objetos un valor a través del cual puedan diferenciarse. Como en el caso de una de las entrevistadas, Victoria comenta que es más fácil combinar estos accesorios con ropa básica e ir intercambiándolos sobre prendas que no tengan tanto diseño a que la indumentaria sea siempre la principal en el *outfit*. Además, también por un tema de costos, la mayoría prefiere comprar accesorios que estén intervenidos artesanalmente que en muchos casos son menos costosos que una prenda que esté totalmente confeccionada a mano. De esta manera pueden llegar a una pieza que sea única, con un diseño original y no masivo, a un precio más accesible para la mayoría.

Al preguntarle a las consumidoras qué pensaban a cerca de la oferta en el mercado de los accesorios de moda, se dividieron las opiniones en dos partes.

Por un lado aquellas que sostienen que hay una gran oferta de este tipo de accesorios, donde dentro de este mismo grupo se divide una de las entrevistadas, Susana quien profundiza más su opinión y habla a cerca de las categorías dentro de la oferta en el mercado. Se refiere a la oferta que se puede encontrar en ferias o en puestos callejeros,

haciendo hincapié en la calidad que puede encontrarse en estos sectores donde muchas veces los accesorios o las prendas no están del todo logrados, ya sea porque los artesanos no son expertos fabricantes de estas piezas, o directamente no cuentan con los recursos para que estos accesorios tengan una calidad y diseño más elevado.

Por otra parte, el otro 50% de las entrevistadas sostienen que no hay una gran oferta en el mercado de artesanías de moda, ya sea porque encuentran muy pocas cosas de este género o la estética que buscan es escasa. Dentro de este grupo, Florencia comentó que en su caso en particular le costaba mucho poder encontrar este tipo de piezas, y además que en la mayoría de los casos estas eran muy similares entre sí, en cuanto al diseño.

Por otro lado una de ellas, Victoria habla sobre el nuevo concepto de moda al que se refiere con el término: *Moda desechable*. Victoria explica que este nuevo concepto llega para establecer costos más bajos, por ende la calidad también baja, y el mecanismo funciona usando pocas veces las prendas o accesorios para luego tirarse y renovarse con otra nueva.

Por último, dentro de la entrevista se plantea, dentro del rubro de accesorios cuál era el más solicitado por sus consumidoras. El 50% se sitúa en el rubro de los collares, pulseras y detalles para el cabello, mientras que el otro 50% prefiere carteras artesanales.

Luego de realizar un análisis acerca de las entrevistas, se llega a la conclusión de que la mayoría de las consumidoras eligen productos más económicos dentro de los accesorios, ya sean carteras, pulseras o collares, el simple motivo del precio y además porque evidentemente la oferta es mayor dentro de esta línea, donde es mucho más fácil encontrar este tipo de accesorios en boutiques de indumentaria como en otros de accesorios. Pero no es el precio el ítem más importante que se llega a conocer a través



de las entrevistas realizadas a las consumidoras de diseño artesanal y de autor. Sino el porqué de su consumo y lo que realmente buscan comunicar a través de estos. El hecho de querer verse diferentes, y por sobre todas las cosas diferenciarse de los demás, aunque sea con un simple y pequeño prendedor tejido sobre una remera básica blanca. Ese pequeño detalle hace a la diferencia y las hace sentirse exclusivas y originales. Ya que el 100% de las entrevistadas, tiene muy en claro que todos los diseños que están confeccionados de forma artesanal, son piezas únicas y que no puede haber dos exactamente iguales, porque su modo de confección es manual.

En la segunda parte de las entrevistas se pudieron conocer también, las características principales del perfil que tienen los clientes de cada una de las marcas entrevistadas y estudiadas. Entendiendo qué es lo que salen a buscar cuando se dirigen a determinados barrios, y cuáles son sus principales objetivos a la hora de adquirir diseño de autor. Se logra entender que la búsqueda es constante, y que todos aquellos que consumen diseño de autor exploran asiduamente dentro de este ámbito.

Se puede detectar también, que buscan este tipo de diseños, porque ven que la mayoría de los accesorios e indumentaria que se encuentran actualmente en el mercado de la moda, son piezas de producciones masivas. Diseños que se repiten constantemente, y que pueden encontrarse en infinidad de lugares. Es por esto que a través del diseño de autor, pueden sentirse más identificadas con estas piezas. A través de los conceptos que se trabajan en los diseños, en muchos casos ellas mismas pueden verse identificadas, ya que en el diseño de autor se vuelca el tema de una colección de forma más *pasional*. Es decir, a diferencia de las producciones industriales, en el caso del diseño independiente el autor de estas piezas, tiene la libertad de expresarse y mostrar a través de sus diseños, sus sentimientos; su estado de ánimo que también muchas veces es notorio en algunos casos. Además también, la manera en que son confeccionados, y la calidad de los

materiales es más rico.

## **Capítulo 5. Proceso de diseño de colección de accesorios de moda artesanales.**

### **5.1 Concepto**

Luego de lo investigado en los capítulos anteriores, y de adquirir diferentes conocimientos, no solo en lo teórico y técnico, sino también en lo práctico y actual, es que se realiza una colección de carteras que están intervenidas artesanalmente. Esta colección es el desenlace, y fin de todo el proyecto de grado. Todo lo adquirido a través del proyecto es lo que motiva e incentiva a la realización de dicha colección. Las entrevistas fueron un ítem sumamente importante para poder determinar el desenlace

final del proyecto. Como resumen de las entrevistas a las consumidoras, y lo más importante que se logra rescatar es aquello que ellas buscan a través de los diseños artesanales. No buscan recargarse, sino todo lo contrario. Adquirir piezas a modo de detalle, que luzcan sobre un *look* clásico, pero que precisamente den un broche final sin demasiada ornamentación.

La elección del rubro de carteras, es por ser el accesorio fetiche de toda mujer, que se identifica por medio de su cartera, además a través de las carteras, cada mujer representa y marca su propio estilo. Como complemento del *styling* de una mujer la cartera es la que da el broche final y la que cierra el *look*.

El armado de la colección, comienza con el proceso de diseño, que es la fase principal para cualquier desarrollo de una colección, y es el que permite que esta se realice correctamente. Si bien no se trata de pasos que obligatoriamente tengan que seguirse estrictamente, es importante tenerlos en cuenta a la hora de llevar a cabo una colección; y que estos sirvan de guía o sustento para poder desarrollarla.

Comenzando con el concepto como punto de partida para desarrollar la colección. El partido conceptual es el tema que se trabaja en cualquier colección, de dónde surge la problemática y cuáles son los referentes a tomar en cuenta. Es la búsqueda de un tema a trabajar, donde luego de recopilar ciertas imágenes, objetos o lo que sirva de inspiración se realiza un *board* conceptual donde se ubican todos estos elementos.

El concepto puede partir desde fotografías inspiradoras, un viaje, una película, un libro, música, una canción, vivencias y también a partir de una problemática como lo es en este caso.

Como se pudo observar a través de lo leído en los capítulos anteriores, el trabajo artesanal sufrió grandes cambios en la historia, y mas precisamente en la Revolución Industrial. Y por consecuencia, su valoración también fue modificada y opacada por las

producciones industriales. Si bien a través de los años fue evolucionando, nunca volvió a ser lo que era hace siglos atrás. Estos conceptos serán el disparador principal del cual se partirá para desarrollar la colección.

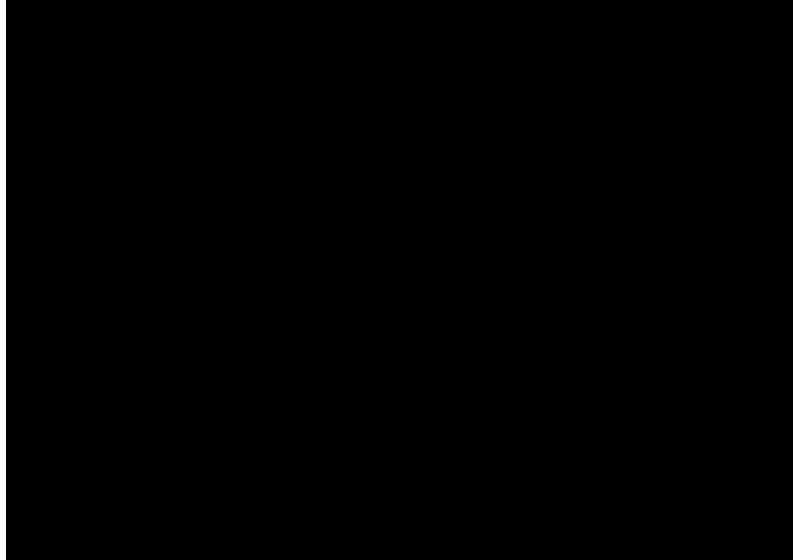


Figura 32: Panel conceptual, Carolina Calzoni. Fuente: Creación propia, panel realizado en Photoshop (2010), Argentina.

Como se observa en la figura N° 32, donde se expone el panel conceptual de la colección, Comenzando con las consecuencias de la revolución industrial sobre el mercado textil y como se impone un nuevo modelo, mucho mas estructurado y encuadrado en una misma línea de repetición. Por medio de este concepto, recientemente nombrado, se observan bloques que marcan y se trazan a través de la imagen denotando dicho concepto de estructura. A través de ese concepto lo que se bajará en la colección es el tipo de morfología, en este caso, las carteras tendrán una base clásica, es decir las formas no se modificarán demasiado, sino que a través de su superficie comienzan a jugar otros elementos. Tratándose de formas cuadradas, rectangulares y redondas.

Todo lo que tiene que ver con ornamentos, y lo que comienza a verse en la superficie de

estas carteras son formas, imágenes y elementos que se superponen a raíz de lo que significa revalorizar lo artesanal y darle una nueva vuelta y un nuevo camino a este tipo de trabajo. Lo que surge a partir de estos sentimientos de renovación y cambio, y el desestructurar las formas y los elementos. Es por esto que en la imagen N° 32, se aplica una superposición variada en cuanto a la paleta de color y formas, que se entrelazan unas con otras de forma totalmente desestructurada e informal. Y en cuanto a lo ornamental citado anteriormente, se traduce en esta serie de imágenes que pueden observarse en el panel conceptual, que luego más adelante en el capítulo N° 6, se analiza el significado de estos elementos aplicados a los diseños.

Los diseños son únicos y hay solamente una cartera por diseño, la exclusividad y pieza única siguen vigentes según los dictámenes de lo artesanal. Pequeñas obras de arte reflejadas en cada una de estas piezas es lo que se quiere transmitir a través de la colección. Romper con lo estructurado y seriado, liberando el arte de lo artesanal, lo puro del diseño de autor que no se rige por tendencias ni modas, y que cobra un valor único en sus diseños.

## **5.2 Bocetos**

Según Udale: “En casi todas las disciplinas del diseño es fundamental ser capaz de comunicar las ideas a través del dibujo”. (2008, p. 25).

Luego de definir el concepto de colección, y los elementos que se tomarán para llevarla a cabo, el siguiente paso a realizar son los bocetos. En este caso a mano alzada, pequeños bocetos de lo que luego será la materialización de cada cartera. Este tipo de dibujos no tienen detalles ni terminaciones sino que son la idea del diseño a realizar pero de manera *informal*. Representa la idea y el concepto, sin darle demasiada atención a la estética del dibujo en sí, sino que se pueda ver claramente el objetivo.

Es la etapa previa a la colección y sirve como estudio del concepto establecido para llevar a cabo la colección.

### **5.3 Color**

Según Udale: “Es importante pensar para qué se va a utilizar el color y en qué proporción”. (2008, p. 31).

El siguiente paso en el proceso de diseño es la elección de la paleta de colores. El color es un elemento fundamental, y es el que define a la colección en gran parte. Es lo primero que atrae al consumidor y lo que le llama la atención, sea en colores plenos o en combinaciones, es fundamental definirlos desde un principio. A la hora de definir los colores que se utilizan en la colección se los debe relacionar a su vez con el perfil del consumidor, con el tipo de tejido, la temporada y por supuesto con el concepto. En muchos casos la paleta de color es seleccionada en cada temporada dependiendo de la bajada de tendencia, pero en este caso al tratarse de diseño de autor, e independiente eso es indiferente, y los colores acompañarán el concepto, guiándose de este, y no de los dictámenes de la moda actual.

Se seleccionan varios colores para comenzar la selección de la paleta final, combinando diferentes tipos, y sobre distintas texturas, tiras de papel de diferentes colores, dibujos, e imágenes que puedan servir también como apoyo visual y de soporte.

En la colección la combinación de colores y texturas es diversa. Por una parte se pueden ver un grupo donde la base es de un color puro sin combinación de tonos, donde los elementos que se suman en la superficie hacen el contraste de color, con una fusión de colores puros, y otros combinados en el hilado de varias tonalidades.

La paleta de color seleccionada es muy variada, y no está cerrada en una paleta de colores pequeña ni limitada. Si bien algunos colores son mas constantes que otros, la

idea fue abarcar una gran gama para que se puedan adaptar a un público amplio y no selectivo para un pequeño grupo. Algunas tienen colores más *arriesgados* que otros, donde la combinación y el implemento de varios colores es mayor, y otras donde se utiliza un solo color, o con una pequeña gama que hace contraste con la base. El juego de colores saturados y desaturados es constante en todos los modelos, desde una gama de terracotas, grises, azules, rosas, verdes, amarillos, y algunos en color pleno como el rojo, negro, y amarillo.

La propuesta de colores, como se dijo anteriormente es variada y amplia para un público que no se cierra en un pequeño grupo. Esta paleta se introduce en la colección para que las mujeres que lleven estas carteras se animen a descontracturarse y relajarse un poco más a la hora de elegir este tipo de accesorios, donde aquellas que trabajan diariamente, o las adolescentes que estudian en las universidades puedan usarlas, sobre prendas básicas, o en el caso de las que trabajan que lo hacen de forma más formal, puedan sumarle a ese *look* una nueva propuesta de imagen.

#### **5.4 Materiales**

El paso siguiente a definir, y no menos importante es la selección de materiales. Antes de llevar a cabo cualquier colección es necesario saber que materiales se utilizarán. El criterio para elegirlos varia en muchos aspectos. Dependiendo del target, temporada, género, contexto, costos, entre otros.

En el caso de la colección que se presenta, como se dijo anteriormente el target es sumamente amplio y abarca mujeres de entre 18 a 50 años. El objetivo principal es que estas piezas no tengan una fecha de vencimiento, y es por esto que están pensadas para ser utilizadas durante todo el año, en las cuatro temporadas. Es decir que las carteras son

atemporales en cuanto a su materialidad.

Los materiales utilizados son hilados, en este caso se seleccionan hilos de 100% algodón, lana 100% y mezclas de algodón y lana, e hilos de seda natural. Todo lo que tiene que ver con la ornamentación en las carteras que se observan en la superficie, también están contruídos con estos materiales, es decir que para crear toda la colección únicamente se utilizaron los hilados nombrados anteriormente. Por una cuestión conceptual, de investigación, y también de intuición acerca del producto artesanal y creado manualmente es que se determina implementar los hilados. Luego de todo lo investigado a lo largo del proyecto, se determina aplicar materiales que sean nacionales, es decir, todos provenientes de Argentina, siendo esto también una manera de ayudar e incentivar a la producción nacional, e impulsar a que el país siga creciendo. Es una manera también de valorizar los productos fabricados en el país, e implementados en estas piezas para seguir difundiendo el diseño argentino y de autor. Desde los hilados, cueros, telas para forrería, herrajes y avios, son todos de origen nacional.

El hilado es un material fundamental y que se asocia a lo artesanal automáticamente, especialmente al estar combinado con cuero, donde los materiales al complementarse unidos, enriquecen a la pieza de diseño.

En este caso los hilados se trabajan en la construcción de forma manual, con la técnica del crochet y a dos agujas.

Los herrajes de níquel, con una apariencia que se asimila al formato base de cada cartera, se ubican de forma armoñosa sobre cada una de las piezas. Todos los modelos tienen cierres a tono de las bases de las carteras, para no crear un contraste donde no es necesario hacerlo, siendo que el foco de atención en cuanto al color, irá hacia otro sitio, como se explicará mas adelante en el siguiente capítulo. Por último, todas las carteras estarán forradas con una tela de 100% algodón, resistente al peso y a cualquier tipo de



artículo que se coloque en su interior.

Por otra parte las manijas de las carteras están realizadas en cuero animal, dentro del cual se encuentran la cabritilla y el vacuno.

El cuero se hace a partir de la piel de ciertos animales. El proceso que se emplea para tratar las pieles se denomina *curtido*. Primero las pieles se curan, proceso que requiere un salado y un secado, y luego se sumergen en agua. Todo ello dura desde unas horas a unos días. El agua elimina la sal utilizada para curar la piel junto con la porquería, las adherencias y los restos de grasa del animal. Una vez se ha eliminado el pelo, las adherencias y la grasa, las pieles se sumergen en una solución de ácido para eliminar los restos de cal. A continuación, se tratan con enzimas para ablandar la flor y así hacerlas suaves y flexibles. Ahora las pieles ya están preparadas para el curtido, proceso que se realiza de dos formas: curtido vegetal o curtido mineral, según el tipo de piel y el producto que se quiera obtener. (Udale, 2008, p. 47).

La combinación en las piezas, de cuero e hilados generan una visión de estos accesorios más natural y artesanal a la hora de complementarse en una misma unidad. Hacen el balance para que no pierda así mismo el uso diario de varias ocasiones, ya que si sólo estuvieran confeccionadas en hilados íntegramente inclusive sus manijas el estilo cambiaría totalmente, sin embargo con la combinación del cuero se le atribuye un plus superior al estilo y a la confección. Se combina por un lado el cuero, siendo el típico y más usual material para la confección de carteras de uso cotidiano, sumado al tejido manualmente confeccionado generando una nueva oferta en carteras.

A través de este capítulo se pudo hacer un seguimiento de los pasos que implican y se aplican en un proceso de diseño de una colección de artesanías de moda. Pudiendo entender los puntos principales a tener en cuenta para poder llevarla a cabo, y de los cuales es indispensables. Desde pequeños detalles que pueden parecer no muy importantes a otros aspectos más complejos, el desarrollo de una colección parte de una base de la cual pueden tomarse ciertos elementos y dejar a un lado otros.

Al tratarse de una colección de accesorios artesanales, muchos de los pasos utilizados en producciones industriales son omitidos, sea la moldería, tizada, encimada, ficha técnica,

entre otros.

## **Capítulo 6. Desarrollo de la colección a partir del análisis realizado en el P.G.**

### **6.1 Análisis de la colección de carteras artesanales**

A través del último capítulo se observa la colección de carteras artesanales que se propone como desenlace final del proyecto de grado. A continuación se explicará en detalle la construcción de los principales diseños desarrollados en la colección. Los materiales utilizados, el simbolismo de la ornamentación aplicada en cada caso, modo de construcción y paleta de color.

-----

Figura 33: Cartera jazmín, Carolina Calzoni. Fuente: Producción fotográfica (2010), Argentina.

Como se puede observar en la imagen la base de la cartera tiene una forma circular, confeccionada con la técnica del crochet de forma manual y aplicando el *punto bajo*.

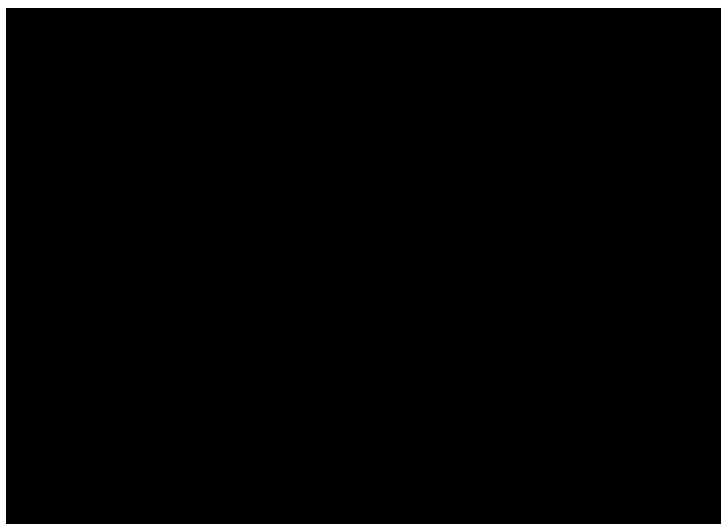


Figura 34: Jan Eaton, paso a paso punto bajo. Fuente: *300 trucos, técnicas y secretos de ganchillo* (2007), España.

En la figura N° 34, se puede observar la explicación, es decir el paso a paso para poder

realizar el punto bajo, que se lleva a cabo en el tejido de la base en la cartera de la figura N° 33.

El hilado base es de algodón mezcla con lana, en este caso se trata de un hilado especial que al tejerse forma el degradé dentro de la gama de los grises como puede observarse. En este caso al tejerse con la forma circular que llevará de base la cartera, se puede ver que se generan círculos de forma descendente. El trabajo de ornamentación en la superficie está compuesto por una serie de diferentes tipos de flores, pompones y borlas.

Las flores es una de las manifestaciones más vistosas de la madre naturaleza, ellas captan y embellecen los sentidos tanto racionales, como los irracionales, es una dulce tentación para un propósito de vida; es por ello que hermosas flores atraen a sus polinizadores valiéndose de los más sofisticados y a la vez simples recursos para ello como lo son la belleza, sus colores, aroma y néctar.  
(andesflor, 2002, [www.andesflor.com](http://www.andesflor.com))

Dentro de la paleta de colores utilizada en dichos elementos, se aplican la mayor cantidad de combinaciones posibles en cada uno de ellos, para poder generar así un gran contraste de color en relación al fondo donde la gama de grises es la que predomina.

Por otra parte en el centro de la pieza se puede observar la superposición de tres corazones, materializados en 3 hilados diferentes, con la misma técnica al crochet. El corazón es un elemento constante que se verá en la mayor parte de todos los diseños, como símbolo vital, y preferentemente como el motor de la vida. A través de este elemento se transmiten muchas cosas, y lo más importante es que éste refleja un lugar donde se encuentran todas las emociones humanas. Es decir que este elemento servirá no solo de ornamento superficial en las carteras, sino que por detrás de esto se encuentra un simbolismo con un fuerte concepto que se transmite a través de estas piezas artesanales.

El trabajo de colocar elementos que se encuentren en forma descendente en cuanto al tamaño vuelve a repetirse otra vez, y en este caso ocurre exactamente en el centro de la cartera, captando la atención directamente en ese foco.

Figura 35: Cartera sophie, Carolina Calzoni. Fuente: Producción fotográfica (2010), Argentina.

En este caso como se observa en la figura N° 35, la cartera tiene de base una forma rectangular en posición horizontal. La base está tejida al crochet con un hilado 100% algodón de tipo matizado, con un *punto bajo*. Esto quiere decir que el color de base está compuesto por una serie de tonos que se unen entre sí, en este caso amarillo, rosa, violeta y lila. En la parte inferior de la pieza, tanto en el delantero como en la espalda, están dispuestos pompones a una distancia de 5 cm entre cada uno. Se utiliza un tono rosado en contraste a la base, en este caso es dentro de la gama de los rosas más saturado que el que se encuentra en el hilado base para generar aun más dicho contraste de color.

En los laterales de la cartera, como se puede observar en la imagen se encuentran siete tiras de cada lado con diferentes elementos ornamentales que aggiornan la pieza. Se pueden observar, corazones, borlas y pompones. En este caso los colores utilizados son el lila, turquesa y amarillo, donde se puede ver que estos colores se combinan dentro de

un mismo elemento generando diferentes matices de colores, y nuevamente creando mayor contraste entre los colores de la base. Estas tiras recientemente analizadas, le aportan mayor movimiento y fluidez a la pieza, generando una sensación más desestructurada e informal.

En la parte central de la cartera, nuevamente se trabaja con el foco de atención a partir de un elemento dispuesto en ese sector. En este caso se trata de cuatro flores superpuestas una encima de la otra, que forman una sola al estar aplicadas de esa forma.

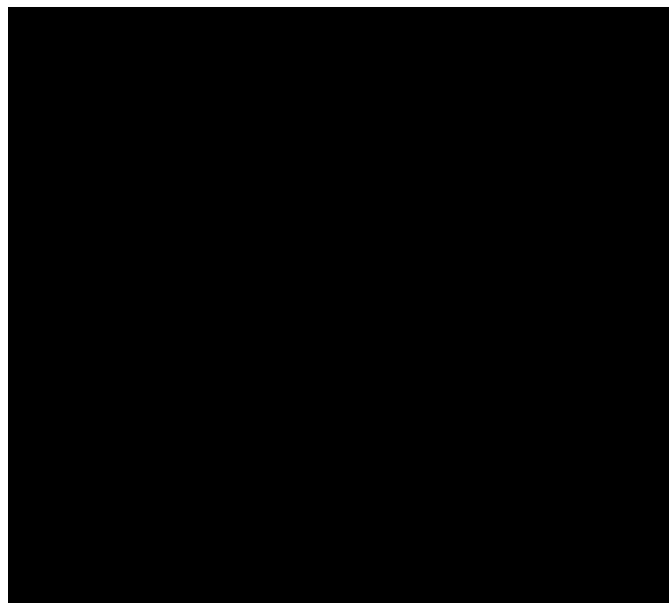


Figura 36: Jan Eaton, paso a paso flores tejidas. Fuente: *300 trucos, técnicas y secretos de ganchillo* (2007), España.

Como se observa en la figura N° 36, se expone la explicación detallada del modo de construcción de las flores tejidas que se encuentran dispuestas en el centro de la cartera de la figura N° 35.

En cuanto a las flores que se ubican en el centro de la cartera, se vuelve a utilizar el color rosa como en los pompones, pero en este caso es un tono más claro, y en la flor más pequeña situada en el centro el color utilizado es el amarillo. De esta manera se vuelve a repetir la paleta, dentro de la misma gama, ubicada en diferentes espacios.

Por último, a modo de detalle se aplican pequeñas flores en la parte central de las manijas donde se repite la paleta de color que se observa en las tiras laterales. Nuevamente la combinación del material tejido y el cuero le dan mayor identidad al diseño artesanal.

---

Figura 37: Morral río, Carolina Calzoni. Fuente: Producción fotográfica (2010), Argentina.

En este caso, en la figura N° 37, la forma base de la cartera es cilíndrica, con una forma alargada en forma vertical. El hilado utilizado en la base como en el caso anterior es de tipo matizado, la gama de colores abarca varios tonos de azules y verdes saturados, que se entrelazan entre sí. Es por esto que los elementos ubicados en la superficie de la cartera están compuestos por colores fluo para generar mayor contraste aún con la base. En el borde superior se pueden observar una serie de flecos combinados en rosa y amarillo con una distancia de 3 cm entre cada uno. En este caso estos elementos cortan la línea estructural de la superficie, generando un estilo más *descontracturado* en la pieza y no tan formal. Por otra parte se pueden observar una serie de estrellas aplicadas

sobre la base de la pieza ubicadas en diferentes posiciones, aggiornando la cartera. Además de sumarse como elemento ornamental, el simbolismo de la estrella también se adhiere para complementarse con la naturaleza.

En la parte inferior de la pieza se ubica una línea de borlas que rodean todo el cilindro, intercalándose dentro de dicha línea flecos de mayor tamaño, en contraste a los que se encuentran en la parte superior.



Figura 38: Cartera pink snow, Carolina Calzoni. Fuente: Producción fotográfica (2010), Argentina.

Como se puede observar en la figura N° 38, el hilado utilizado en toda la cartera es el mismo, tratándose de una mezcla de algodón con lana, con un mayor porcentaje de algodón, y el punto aplicado es el *bajo*. El color rosa en este caso es el predominante en el hilado con una combinación de hilos color negro, que le dan un tono mas oscuro a la base.

En el caso de esta pieza se trabajaron más los elementos ornamentales desde la base y



no sobre esta, es decir que a medida que se fue construyendo la base los elementos se crearon conjuntamente en una misma unidad de tejido. Se pueden observar tres rombos en la parte delantera, siendo el central mayor a los dos restantes, dentro de cada uno de estos se pueden ver borlas en su interior, y luego otra serie que se expande y se ubican dispersas dentro de la base.

A modo de detalle, y aggiornando la pieza se ven tres tiras, atadas desde un extremo de las manijas con tres pompones en la parte inferior, variando su tamaño de forma descendente, método que también se analizó en los casos anteriores en algunos elementos.

---

Figura 39: Cartera cake, Carolina Calzoni. Fuente: Producción fotográfica (2010), Argentina.

Como se puede observar en la figura N° 39, la forma base de la cartera es rectangular, alargada en forma vertical. El hilado utilizado está compuesto por 100% algodón, y la base en este caso tiene un mayor porcentaje de color gris claro combinado con hilos

color rosa pastel, es decir que nuevamente se trabaja sobre una base de hilado matizado donde estos dos colores se entrelazan formando una nueva gama.

Se puede observar que en los extremos laterales y sobre la parte inferior se aplican borlas color crudo, encontrándose prácticamente juntas unas con otras, situándose a modo de marco sobre la superficie.

Por otro lado puede observarse nuevamente el método de aplicación de elementos en forma descendente sobre la pieza, en este caso los corazones ubicados en los laterales en color fucsia, contrastan con la base que tiene una gama con mayor desaturación de color.

Por último en la parte central de la cartera se observa como nuevamente se utiliza un elemento para centrar el foco de atención sobre este. Se aplica un corazón, tejido con el mismo hilado de los corazones laterales, pero en este caso totalmente rodeado de borlas tejidas desde la misma base del corazón, formando parte de este en una misma unidad.

A través del último capítulo desarrollado, se concluye con el P.G. donde se da el cierre final a través de la propuesta de colección de carteras artesanales. Se analizan cada una de las piezas expuestas, y a través de este análisis se puede conocer más profundamente cada diseño en particular. Los detalles cobran mayor protagonismo, apoyándose en un concepto que le da aún mayor valor a través de todos los elementos expuestos.

La colección demuestra ser el reflejo de todo lo investigado y analizado en el proyecto, proyectando todos los conceptos trabajados y materializados en las carteras artesanales.

## **Conclusión general**

Luego de realizar la investigación, y de consultar diferentes fuentes bibliográficas donde se pudo estudiar como primer paso los diferentes conceptos acerca de la moda, el diseño, las consecuencias de la revolución industrial y cómo sus efectos siguen latentes en la sociedad. A su vez también por medio de diferentes entrevistas realizadas a diseñadores de autor en la Argentina y consumidores, es que se logró ver como lo artesanal cumple una función muy importante actualmente en la moda. Luego de analizar las entrevistas se pudo detectar que por un lado los diseñadores eligen este tipo de modo de trabajo en sus piezas para poder diferenciarse de las demás propuestas establecidas, y además a modo de proponer algo innovador y único a sus clientes. Se pudo observar que esto es captado por los consumidores, ya que luego de entrevistarlos se llegó a la conclusión de que ellos buscan exactamente lo mismo. El consumidor busca constantemente diferenciarse de los demás y persigue obtener algo que además de distinguirlo sea único y exclusivo, un accesorio o una prenda con un diseño que haga referencia a algo más que un simple objeto, que se pueda ver el concepto trabajado a través de este y se refleje la idea del diseñador en cada pieza. El diseño artesanal tiene un valor muy elevado, que se puede observar en muchas marcas propuestas, importantes establecidas en el país.

A los productos artesanales se los asocia al diseño y a la moda, y los tres van de la mano en un mismo camino. Abriendo la posibilidad a que este tipo de trabajo sea realmente valorado y que le de un plus, y un valor agregado a las prendas, accesorios o textiles y al ser humano. Lo artesanal es algo único, es una pieza exclusiva que le da mayor jerarquía al producto elevándolo en calidad y diseño.

