

## PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Cuerpo B

### Sued Leather Concept

*Otra mirada del cuero como textil*

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Daiana Sued
- ▶ Cuerpo B del PG
- ▶ Fecha de presentación | 21/12/18
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño textil y de indumentaria
- ▶ Categoría | Proyecto Profesional
- ▶ Línea Temática | Empresas y marcas

## Índice

<b>Introducción</b> .....	3
<b>Capítulo 1: Cuero, comunicación e identidad cultural</b> .....	10
1.1. El lenguaje del diseño en cuero .....	10
1.2. El cuero como factor de identidad cultural argentina .....	15
1.3. La industria del cuero y el diseño de autor .....	18
<b>Capítulo 2. El mercado internacional de la moda del cuero</b> .....	24
2.1. Situación actual de la industria del cuero .....	24
2.2. Procesos de obtención y tipos de cuero.....	28
2.3. Nuevas experimentaciones en cuero .....	33
2.3.1. Diseñadores y detalles constructivos referentes.....	34
<b>Capítulo 3. El mercado argentino de la moda del cuero</b> .....	36
3.1. Panorama general actual de la industria del cuero.....	36
3.1.1. El cuero como material de diseño .....	37
3.2. Tipos de cuero, usos y propiedades.....	41
3.3. Situación del cuero en el diseño .....	43
3.3.1. Análisis de la competencia. Marcas y diseñadores argentinos .....	46
<b>Capítulo 4. Proceso de experimentación textil</b> .....	50
4.1. Selección de materiales .....	50
4.1.1. Análisis comparativo .....	55
4.2. Técnicas de intervención textil .....	57
4.3. Detalles constructivos inspirados en otros géneros textiles.....	60
4.4. Consideraciones de costura y ensamblaje.....	62
<b>Capítulo 5: Colección Colors in Leather por Sued Leather Concept</b> .....	65
5.1. Identidad de marca .....	66
5.2. Partido conceptual .....	68
5.3. Usuario potencial y ocasión de uso.....	70
5.4. Experimentación textil y proceso creativo .....	73
5.5. Propuesta de diseño .....	77
<b>Conclusiones</b> .....	82
<b>Lista de referencias bibliográficas</b> .....	88
<b>Bibliografía</b> .....	90

## **Introducción**

El presente Proyecto de Graduación (PG) titulado *Sued Leather Concept: Otra mirada del cuero como textil*, se enmarca dentro la categoría Proyecto Profesional y en la línea temática Empresas y Marcas porque se desarrolla una propuesta de diseño con un fin comercial con el objetivo de innovar la oferta existente en el mercado de la moda utilizando al cuero como principal material de las prendas. El mismo aborda la temática de la inserción del cuero en la industria textil argentina como una alternativa a la implementación de otros textiles. Mediante el desarrollo de este PG se reflexionará sobre el valor simbólico del cuero en Argentina y como el mismo forma parte de la identidad cultural del país. Este material al tener propiedades relacionadas a la maleabilidad y la resistencia al desgaste permite la elaboración de artesanías y artefactos autóctonos que transmiten significados identitarios que diferencian a la Argentina de otros países en cuanto a lenguaje de diseño.

Por medio de este PG se podrá reflexionar de qué manera las propiedades del cuero pueden ser aprovechadas de manera más eficaz con el objetivo de innovar el diseño de autor y la estética sin dejar de lado la funcionalidad. De esta manera se estaría resignificando la oferta de cuero actualmente existente en el mercado, pero sin dejar de lado el valor cultural argentino. La propuesta final de grado permitiría otorgarle un mayor prestigio a este material y además generaría un factor diferenciador importante.

La problemática de este Proyecto de Graduación surge debido a que actualmente, en Argentina, existen accesorios y camperas hechas con este material, pero el mismo no trasciende a propuestas de diseño más elaboradas. En efecto, el material parecería ser poco maleable debido a su textura y origen, sin embargo, cabe recalcar que, en el mercado internacional, existen diseñadores de indumentaria que manipulan al cuero en su máximo grado al punto de generar detalles constructivos que enriquecen a las prendas como frunces, volados y recortes. Por eso mediante este trabajo se demuestra que es posible realizar una colección que utiliza el cuero como principal material de la misma tomando como referentes a diseñadores y marcas que han logrado diversificar

el mercado del cuero y lo han aplicado al diseño de indumentaria de una forma original. Se podrá establecer que es posible conjugar el confort y el diseño al utilizar el cuero como materia prima de una colección textil. Además, mediante esta propuesta las propiedades del cuero serán estudiadas en profundidad con el fin de evidenciar que se pueden crear detalles constructivos como frunces, volados y recortes realizados actualmente con otros tipos de materiales.

De esta manera, surge la siguiente pregunta problema: ¿Cómo generar valor diferencial a partir del uso del cuero como base de las producciones de una marca? En este caso específico la marca a desarrollarse será titulada *Sued Leather Concept*.

Cabe investigar a la industria de la moda nacional como internacional y a los posibles competidores para poder plantear una propuesta de diseño de autor que pueda destacarse por ser innovadora y auténtica. Además, es relevante investigar de qué manera se puede intervenir y generar nuevas texturas a partir de este material mediante el estudio de sus propiedades.

El PG se vincula con la asignatura Diseño de Indumentaria 4, dictada en la Universidad de Palermo, ya que es una propuesta que crea una identidad de marca que refleja el estilo del diseñador al igual que el objetivo principal de la cátedra. Por medio del cuero se ofrece la posibilidad de darle un valor agregado a las tipologías de una colección con el fin de crear una diferenciación en relación a la competencia.

En función a lo antedicho, el objetivo general que persigue la del PG se refiere a crear una marca que se diferencie de la oferta actualmente existente el mercado argentino incorporando al cuero como material principal de sus productos de manera que puedan crearse prendas a la vez estéticas y funcionales.

Consecuentemente, los objetivos específicos son en primer lugar analizar a la moda y sobre todo a la industria del cuero como una herramienta de comunicación, es decir, como un lenguaje que transmite una identidad cultural. Además, es necesario indagar sobre los procesos de obtención del cuero, sus procesos productivos, técnicas de confección actualmente utilizados y el target al cual se dirigen las propuestas. También

es relevante investigar al mercado del cuero en el ámbito internacional, evaluar el panorama en cuanto a tendencias, texturas y experimentación textil desarrolladas por marcas de afuera. Por otra parte, analizar la moda en el mercado nacional, cuáles son las marcas que integran al cuero en sus propuestas actualmente y cuáles son las técnicas utilizadas. Finalmente es importante plantear la identidad de la marca *Sued Leather Concept* y concretar la propuesta final.

Para el desarrollo de este Trabajo de Grado, se tomaron como antecedentes diez Proyectos de Graduación los cuales permiten establecer la estructura del PG en cuestión.

En primer lugar, es relevante, el proyecto de Rossetto (2015) titulado *Rock n Roll: lanzamiento de una marca de camperas de cuero*. El autor desarrolla un marco académico vinculado con el mercado del cuero en la Argentina y su impacto sociocultural. Se analizan conceptos como el *branding* emocional, el marketing experimental y los aspectos que generan conciencia en cuanto al uso de ciertas fibras en la industria de la moda. Se plantean estrategias creativas en cuanto al uso de diferentes medios textiles como una alternativa que puede ser incorporada en las propuestas de diseño.

Por otra parte, se destaca el PG de Taboada (2011) titulado *La invención del diseño de autor en el mercado argentino*, hace referencia a la innovación en cuanto a materiales que denotan el contexto nacional. Se plantea como objetivo analizar el diseño de autor en Argentina y como resultado generar un manual de inserción para el diseñador argentino. Se desarrollan distintos temas tales como cuándo y por qué surge el diseño de autor en Argentina y cuáles son las diferencias entre moda y diseño de autor. También se mencionan los elementos que componen al diseño y la distinta utilización de estos genera distintas propuestas en el diseño. El propósito es que jóvenes diseñadores recién egresados de la universidad puedan tener una guía de los pasos a seguir para insertarse en el competitivo mercado de la indumentaria.

Además, el Trabajo Final de Grado de Saavedra (2008) titulado *El cuero como material constructor de la identidad en Argentina* es relevante. El autor se enfoca en rescatar aquellos valores referidos a la exclusividad y originalidad del producto, fortaleciendo la disciplina del diseño en la industria del cuero. Además, plantea que haciendo uso de la creatividad en el desarrollo de nuevas propuestas de diseño, permite a los profesionales innovar en el área, lo que les significa posicionarse y diferenciarse en el mercado nacional e internacional, como también trabajar de forma independiente.

A su vez, el Proyecto de Graduación de Elyeche (2015) titulado *La interacción presente entre el diseño de autor y las tendencias de moda* fue tomado como antecedente. La autora describe como el diseño de autor se ajusta a las tendencias internacionales exigida por el mercado de la moda, manteniéndose fiel al estilo propio, sin caer en la copia explícita que se puede observar en repetidas oportunidades dentro del mismo mercado. El concepto se centra en cómo innovar a partir de lo ya existente, generando nuevas propuestas tomando conciencia de que la inspiración muchas veces radica en la observación y el aprendizaje a partir del mismo, para luego, revalorizar junto a las herramientas con las que el creativo cuenta, una nueva propuesta de diseño que se adapte a las necesidades de mercado, y logrando a partir del ingenio como diseñador, productos diferenciales y genuinos en el mercado de la Indumentaria y el Textil.

También cabe destacar el PG de Arango (2015) titulado *Creación de valor para Gef*, que se centra en el valor agregado y diferencial que brinda la eficaz implementación de una estrategia de producto para una empresa ligada al mercado de la moda. Además, pone en práctica varias teorías y herramientas del Marketing Mix, como la matriz BCG, ANSOFF y FODA de manera que se obtenga un producto rediseñado, diferencial de la competencia y sea funcional.

Por otra parte, Allami (2011) plantea el Trabajo Final de Grado titulado *Acerca de la inspiración y el proceso creativo* el cual está destinado a comprender los fenómenos de creatividad e inspiración, la importancia y las etapas de su desarrollo en el campo del diseño. este proyecto plantea una problemática acerca de la falta de conocimientos

teóricos con relación a la creatividad, sus etapas y ejercicios para fomentar la inspiración. La autora plantea un concepto de inspiración para la elaboración de una colección de indumentaria que posibilita aplicar gran cantidad de técnicas manuales, tanto en forma individual como integradas, siendo además una forma de definición personal.

Siguiendo la misma línea, Pérez (2014), propone el PG titulado *Aspectos de personalización y emocionalidad en el diseño de productos en Argentina*. Esta investigación intenta detectar los aspectos que permiten definir las características primordiales de los productos diseñados en el siglo 21, que permitieron el crecimiento y desarrollo del diseño industrial en Argentina. Analiza el desarrollo que ha tenido el diseño desde el año 2002. El diseñador argentino comenzó a adquirir mayor significación dentro del panorama industrial ya que la sociedad requería de nuevos productos de origen nacional que satisficiera sus necesidades y deseos, en el que cada diseño aportaba mejoramiento y crecimiento para el país. Se explorará el avance y desarrollo de los productos lanzados al mercado por los diseñadores en diversos ámbitos.

También se destaca el Proyecto de Graduación de Harsch (2017) titulado *Moda reformulada, El diseño de ropa usada*. El autor ofrece, de un modo creativo, una propuesta y una forma de rediseñar prendas, con un diseño original y a un costo accesible. Se busca tomar ante esta nueva propuesta, elementos creativos y novedosos con el objetivo de mostrar una colección de diseño de autor, con una mirada personal en la construcción del estilo. Se desarrollaron los siguientes temas centrales: diseño sustentable, el reciclaje de ropa como consumo responsable y surgimiento del diseño de autor en Argentina los cuales se vinculan con el PG en cuestión.

Además, Araya (2012) propone el PG titulado *Re significación de no tejidos: nuevos materiales*. Mediante la resignificación, la intervención y el uso de nuevos materiales no tejidos se logra generar texturas que resulten innovadores desde lo visual y lo táctil, capaces de atraer a clientes que capten el interés por lo innovador y lo diferente, ya sea producto de los materiales utilizados o bien producto del resultado final que los mismos

adquieran. La importancia que tiene el presente trabajo es el hecho de poder brindar un producto con un valor agregado debido a su desarrollo artesanal y su presencia de materiales innovadores, bajo una propuesta creativa.

Finalmente, se tomó como antecedente el PG de Lorda (2012) *Visión de la estampación y el teñido en diversas formas: desarrollo en la ornamentación de tejidos adaptables a una colección de indumentaria actual*. El autor aborda la temática de innovación de los tejidos por medio de técnicas artesanales de manera que puedan desarrollarse estampados que se distingan en el mercado y además le den identidad a las prendas. Gracias a este antecedente se utilizar las técnicas desarrolladas por María Sofía Lorda como fuente de inspiración o modelo rector con el fin de enriquecer los tejidos de una colección de moda y crear prendas originales e innovadoras. Cabe recalcar que el objetivo del PG que se concretará en la cátedra es la creación de una colección de diseño de autor que inserte en sus prendas las técnicas de estampado digital combinado a lo artesanal por lo cual este PG es de gran aporte.

En lo referido al estado del arte, el ensayo de Baudot (2008) titulado *La moda del siglo XX* es relevante, ya que analiza el contexto de la moda en la industria textil, los cambios que surgieron y su evolución. También se centra en indagar acerca de las necesidades de los usuarios que se han ido modificando a nivel social a lo largo del siglo. Se hace una reseña histórica general y luego se abordan las propuestas de los principales diseñadores del momento las técnicas que utilizan para innovar sus propuestas y cómo van marcando las tendencias de cada temporada.

El presente Proyecto de Graduación se estructura en cinco capítulos los cuales desarrollan el contenido de la propuesta. El primer capítulo, estudia a la moda como una herramienta comunicacional. Se establece como la indumentaria se convierte en un lenguaje que transmite símbolos y signos que revelan la identidad de una persona o cultura. Además, aborda la temática de la industria textil frente al diseño de autor. Contrapone los valores asociados a este tipo de diseño en particular y como se ha ido repercutiendo esta tendencia en el siglo 21. El segundo capítulo, indaga sobre el



mercado de la moda del cuero en el ámbito internacional. Estudia las propuestas vigentes en la oferta extranjera de diseño textil y como los diseñadores experimentan sobre el cuero creando texturas y técnicas innovadoras como una forma de darle un uso innovador sin perder el confort. Se podrán tomar como fuente de inspiración el trabajo realizado por diseñadores internacionales con una visión más amplia de las tendencias. El tercer capítulo, investiga a cerca de la oferta del cuero en el mercado nacional. Analiza cómo se posiciona este material actualmente, cuáles son las marcas líderes en la utilización de este textil y cuáles son las tipologías existentes. También estudia el proceso de estampación en cuero. El cuarto capítulo, analiza los procesos del cuero referidos a su obtención, sus propiedades, los procesos y técnicas empleadas actualmente por los diseñadores de moda con el objetivo de establecer en qué contexto se sitúa el cuero como textil. Con este estudio se pretende establecer que existe una falta de innovación en cuanto a texturas y técnicas de producción. Finalmente, el capítulo estudia el target al cual apunta el cuero, su calidad y promoción publicitaria. Por último, el quinto capítulo concreta la propuesta de diseño bajo el concepto de la marca *Sued Leather Concept*. Se plantea la misión, visión y target al cual apunta la marca y se desarrollan una serie de conjuntos que demuestran que el cuero puede ser utilizado como una alternativa al uso de otros tipos de textiles. Este material también es capaz de enriquecer las propuestas de diseño mediante detalles constructivos y al cual se puede incorporar técnicas de estampado.

## **Capítulo 1: Cuero, comunicación e identidad cultural**

La moda en el contexto actual representa un lenguaje en sí mismo que denota una serie de elementos que la distinguen y caracterizan. Además, tiene un rol social ya que transmite la identidad de una persona en un contexto que determina su distinción y diferenciación, es decir, su identidad.

El siguiente capítulo, analiza el proceso de lenguaje de la moda como un medio por el cual una persona puede comunicar los rasgos y símbolos que definen quien es y cómo es vista por la sociedad desde el enfoque del cuero como material principal. A su vez se amplifica el estudio en investigar de qué manera el cuero puede ser considerado como un factor que pertenece a la identidad argentina desde sus orígenes hasta la actualidad. Estos apartados serán relevantes más adelante ya que establecerán las pautas que permitan clasificar a la propuesta final de diseño como un método por el cual se pueda generar valor agregado gracias a un material propio y autóctono de la cultura argentina como lo es el cuero. Concretamente las prendas finales a desarrollarse representarán a la identidad nacional. Además, el capítulo estudia el diseño de autor como una modalidad de trabajo que permite crear propuestas basadas en el estilo del diseñador y crear propuestas con valor agregado manteniéndose al margen de la masividad y de las tendencias consumistas. Este último concepto se vincula con la propuesta final porque la marca *Sued Leather Concept* lo que propone es justamente una colección exclusiva, con prendas únicas y un nuevo concepto que consiste en adaptar el cuero a la propiedad de maleabilidad para lograr detalles constructivos como frunces, recortes y volados que no puedan ser replicados masivamente.

### **1.1. El lenguaje del diseño en cuero**

La moda como herramienta de comunicación denota un lenguaje que se establece como propio. Por medio de la vestimenta es posible transmitir una serie de signos que integran a una persona dentro de un grupo social. De esta manera, Fernández y Gordon (1992) establecen que “al comunicarse se pretende establecer algo en común con alguien o se

trata de compartir alguna información, idea o actitud". (Fernández y Gordon, 1992, p. 3).

Para poder entender mejor este proceso resulta necesario entender cómo se desarrolla la acción de comunicarse de manera general y posteriormente aplicarla al diseño de autor.

La comunicación como tal es el proceso mediante el cual un emisor y un receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinado para transmitir cierta información o mensaje. Concretamente, es el medio por el cual el ser humano se relaciona y se expresa con otro ser humano. Como lo explica Vidal (2005):

la comunicación es una herramienta que puede ser utilizada de manera verbal y no verbal. La primera de ellas incluye a las palabras que pueden ser transmitidas de forma oral o escrita, siendo el tipo de comunicación en el que se utilizan los signos dentro del mensaje. La comunicación no verbal es aquella que envía un mensaje sin palabras, que se da a partir de dos lenguajes principales, el icónico a través de códigos particulares y el lenguaje corporal que incluye gestos, movimientos, el tono de voz, la ropa e incluso el olor corporal forman parte de los mensajes que se transmiten. (Vidal, 2005, p.45).

De acuerdo a esta cita se puede establecer que existe una forma de comunicación no verbal que es justamente la modalidad utilizada por los diseñadores de indumentaria para transmitir en sus creaciones los conceptos en los cuales se basan sus colecciones. Siguiendo la misma línea cabe destacar que existen varios elementos por medio de los cuales un individuo puede expresarse y mostrar una identidad, uno de éstos es la vestimenta. En este caso, el canal de comunicación es no verbal y es hacia donde se enfoca el siguiente capítulo. En lo referido a la moda, el sistema de la comunicación de moda se basa en transmitir simbólicamente, una representación mental o mensaje entre dos sujetos: el que transmite que es el emisor y el que recibe que es el receptor. Como lo exponen Saviolo y Testa (2013), el éxito de esta transmisión radica en el contexto determinado, es decir en el marco de referencia de un conjunto de códigos compartidos. Concretamente, se entiende que, si el mensaje se envía mediante los códigos adecuados, el mismo tendrá el mismo significado tanto para el emisor como para el receptor y la comunicación será exitosa. Para ahondar sobre esta noción cabe recalcar que en la moda el principal objetivo de cualquier empresa o diseñador es dar a conocer

sus productos, promocionarlos y venderlos. Para lograr esto se debe generar una buena comunicación y como en todo proceso comunicacional es necesario identificar a los actores principales de este proceso. En primer lugar, se debe identificar al emisor, en indumentaria, se hace referencia a las empresas de moda o a los diseñadores, y a los receptores, que serían los consumidores y usuarios de la marca. El mensaje correspondería a la identidad de la marca y los conceptos que busca transmitir. Para ellos es necesario definir el medio por el cual se comunica. Según Saviolo y Testa (2013), la moda siempre ha utilizado elementos principalmente visuales para comunicar tales como fotografías, modelos, videos, desfiles, publicidades, entre otros.

Al definir el termino comunicación, también se puede citar al esquema de Jakobson (1960) que dice que el emisor transmite un mensaje al destinatario a través de un canal y mediante la existencia de un código común, el receptor puede decodificar el contenido del mensaje. De esta manera el diseñador es el emisor, transmite un mensaje mediante sus colecciones y sus usuarios son los receptores. El diseñador se convierte en el comunicador, en donde habría una relación entre él y su discurso, lo que posteriormente llevaría a la producción de la indumentaria que sería el canal, para transmitir el mensaje al consumidor que sería el receptor. De esta manera, es posible inferir que el objeto de diseño, particularmente hablando de la indumentaria, se convierte en portador de significados, los mismos que serán interpretados o percibidos de distintas formas de acuerdo al contexto, la cultura, u otros aspectos relevantes.

Más allá de lo expuesto cabe citar a Paricio quién menciona que: “No hay moda sin comunicación” (1999, p.1). De esta manera se entiende que comunicación y moda están vinculadas de manera que el mensaje pueda comunicarse de manera no verbal por medio de la vestimenta. Además, como lo reafirma Saltzman (2004), una persona comienza a comunicarse con otra mucho antes de establecer una conversación, mediante lo que lleva puesto, es decir, a través de una comunicación no verbal que puede informar o desinformar, acerca del sexo, edad, clase social, profesión, procedencia, personalidad, gustos y opiniones, entre innumerables cosas. Para la mujer

el vestido es una manifestación continua de sus pensamientos más íntimos, un lenguaje, un símbolo. Este vocabulario de la indumentaria, no solo incluye prendas de vestir, sino que también está compuesto por la indumentaria, peinados, complementos, joyas, maquillajes y adornos corporales. El conjunto de estos elementos es conocido como la identidad de una persona. (Saltzman, 2004).

Saulquin (2006) amplía aún más el concepto de comunicación no verbal al exponer que la moda siempre comunica, aunque una persona esté desnuda o bien esté en estado de pasividad siempre comunica algo. En esta comunicación intervienen elementos como la postura, los movimientos, gestos, que acompañan a la indumentaria. Cada uno de los elementos que componen la comunicación no verbal, asumen una función de signo y poseen un significado. A su vez, los mismos poseen un significante, es decir, el sonido o imagen del signo y un significado entendido como el concepto asociado al mismo. El conjunto de estos signos es transmitido por el creador de moda mediante el vestido. Como lo exponen Fernández y Gordon (1992), la primera conexión o vínculo que se genera gracias al contacto del usuario con la prenda, es la percepción del material. A partir de esta primera impresión, se obtiene un conocimiento fundamental de las características de la tela. Instantáneamente, se genera una comunicación entre el material y el cuerpo del individuo, ocasionándole diversas sensaciones, recuerdos y momentos que podrá relacionar a experiencias pasadas gracias a este momento de intimidad con la prenda.

El vestido hace y refleja las condiciones de la vida cotidiana, imprime un sello en el modo de actuar en las diferentes circunstancias que tocan al individuo y actúa sobre su ser, hacer y parecer en el contexto de la sociedad. La indumentaria y la persona se influyen mutuamente. (Fernández & Gordon, 1992, p. 3)

De acuerdo a lo mencionado se puede decir que el vestido configura hábitos y costumbres que se consolidan en normas vestimentarias típicas de una terminada cultura o grupo social. Al elegir un *look*, el usuario transmite a la sociedad cómo quiere vivir, y además demuestra cómo se siente frente a los demás. Así pues, el individuo se

viste no solo por necesidad, sino también para agradar. Ya que es un ser social, luce determinadas prendas para poder pertenecer a un grupo social establecido, también para compartir gustos, pensamientos y de esta manera evitar la exclusión.

En lo referente al cuero, cabe destacar que, en Argentina, es utilizado actualmente como materia prima por lo tanto es de mucha importancia para la economía de la región. De acuerdo al INTI (2011) Argentina ocupa el octavo lugar en el ranking de los países exportadores de cuero. Sin embargo, como lo explica Arona (2015) desde sus inicios artesanales y productivos emplear el cuero como material de recubrimiento era símbolo de mucho prestigio y estatus social.

En un principio se lo utilizó como una necesidad para cubrirse de las condiciones climáticas, mientras que con el pasar de los años su prestigio se relacionó a algo más jerárquico, a una idea de escala social, riqueza y estatus. Este material era más bien de uso exclusivo y de ornamentación, pieza creativa y casi artística. (Arona, 2017, p. 41).

A partir de esta cita se puede determinar que el cuero surge como un material de recubrimiento, pero fue obteniendo valor en las poblaciones por su exclusividad. Se debe tener en cuenta que anteriormente los procesos de obtención del cuero, es decir la curtiembre, se realizaba artesanalmente y por lo tanto en baja cantidad por lo cual el uso de este material se destinaba a los más pudientes, a cuyos habitantes tenían mayor estatus social y podían adquirir este material.

Posteriormente, Arona (2017) explica que el cuero se extraía de un fragmento del animal muerto, para la elaboración del textil. El trabajo de la piel, las técnicas de conservación, teñido artesanal, en sus inicios hicieron que el cuero ganara características de ser un objeto de lujo, caro, ostentoso y de decoración. Poco a poco los procesos se fueron industrializando y su uso se fue masificando. Por lo tanto, en relación a los conceptos teóricos planteados al inicio del apartado, se puede establecer que el cuero porta una serie de significados que son propios y particulares de este material. En primer lugar, el cuero como material expresa códigos referentes a un estatus social alto. Es decir que el cuero es sinónimo de prestigio y ostentación. Gracias a la evolución de los procesos de obtención y a la manufactura del mismo este material logra ser más accesible para

otras clases sociales, pero sin perder su carácter de lujo. Por otra parte, cabe señalar que el cuero comunica la identidad de la cultura argentina por su origen en las poblaciones autóctonas del país. Este ítem será profundizado en el siguiente subcapítulo.

Continuando con el mismo análisis, cabe recalcar que el cuero como material es sinónimo de dureza y de industrialización. La rebeldía y la rudeza han sido las características más fuertes que tienen relación con el material, en la actualidad sigue utilizándose este recurso en diferentes contextos. Por ejemplo, en la ficción de las películas y en la vida cotidiana representa diferentes estilos de vida; la rudeza en los roqueros, el misticismo en los góticos, el fetichismo en los sadomasoquistas, entre otros casos. Así mismo, el cuero adquiere un significado según su color. “En el caso del negro expresa bastante misticismo y elegancia, así como el rojo la fuerza, pasión y erotismo”. (Saavedra, 2015, p. 67).

Hoy en día el material es usado para representar actitudes, y personajes con características muy similares a las de décadas pasadas. En el siglo 21 se reflejan rasgos cibernéticos mediante el uso del cuero a modo de comunicar modernidad, vanguardia. Algunos ejemplos en esta índole son las películas de ciencia ficción como *Blade* y *Matriz*, en los cuales el cuero fue protagonista en la indumentaria transmitiendo misterio, ferocidad, heroísmo, fuerza y temeridad.

## **1.2. El cuero como factor de identidad cultural argentina**

Para el desarrollo de este subcapítulo es necesario indagar sobre el concepto de estilo que está ligado a la identidad. En la actualidad, el estilo se define al gusto y la distinción de una persona, refleja la imagen personal y todas las decisiones internas y externas que se han tomado para poder recrear una imagen determinada. Tener estilo es sentirse cómodo y seguro de sí mismo, es llevar un sello personal que lo distinga de cualquier otra persona.

Hay personas que nacen con estilo. Los genes, la cultura o bien la casualidad hacen de ellos seres únicos, capaces de plantarse con elegancia ante cualquier situación. Mujeres y hombres que se ven magníficos bajo la lluvia, recién levantados de la cama, con una simple camiseta blanca. El consuelo de la mayoría, y que al resto nos toca aprender para alcanzar la meca, tener un sello propio, que en definitiva nos hace vivir la vida con más creatividad. (Torrejón, 2007, p.10)

Por lo tanto, se entiende que, de acuerdo a la cita anterior, el estilo de una persona imprime las cualidades, los gustos y las decisiones que toma esa persona ante el mundo. Es un medio que lo distingue de la multitud.

Siguiendo esta línea el estilo surge como consecuencia de la identidad. Saulquin (2006) define que para tener estilo hay que conocerse a sí mismo, es decir ser capaces de saber quién es una persona y su razón de ser en la sociedad. Todo esto se relaciona con el presente Proyecto de Grado ya que como se mencionó precedentemente el cuero conforma una parte muy importante de la identidad argentina y por lo tanto resulta relevante analizar su historia y su evolución.

Como lo explica Arona (2017), en Argentina la importancia de pieles y cueros comienza con la llegada del ganado desde Andalucía en los años 1536-1542. La funcionalidad relacionada a este material se origina en las poblaciones tradicionales conocidas como *gauchas*. Los habitantes de esta zona trabajaban el cuero incorporándolo en su vestimenta que consistía en el chiripá, es decir, una especie de paño suelto que se pasaba entre y por debajo de las piernas, de manera tal, que los protegía a la hora de cabalgar. Por otro lado, utilizaban polainas largas con flecos, que más tarde fueron reemplazadas por bombachas, tipo pantalones plisados con botones en los tobillos, que se metían dentro de las botas, las que ellos mismos producían gracias al cuero. En su cintura utilizaban una faja de tejido de punto y una rastra, un cinturón de cuero que estaba adornado con monedas.

Más allá de lo referido a la indumentaria cabe destacar que las poblaciones gauchas se involucraron en la producción del cuero. Como lo señala Arona (2017) los factores climáticos del territorio argentino permitieron facilitar la multiplicación del ganado, como,



por ejemplo, equinos, porcinos, ovinos, vacunos, entre otros que pertenecen a la ganadería de la industria nacional. Como consecuencia se incrementó la producción de pieles. Los habitantes se especializaron en la tarea de curtido y terminado de la piel gracias a las técnicas de conservación y teñido artesanal, logrando que desde un comienzo el cuero adquiriese características y cualidades que lo transformasen en un objeto de lujo, alta calidad y costoso. Asimismo, era apreciado por el gran ingreso monetario que proporcionaba su exportación, cumpliendo una función netamente económica desde el punto de vista de su valor comercial. De hecho, Assunção sostiene que: "Como en una fórmula matemática, todos tenían un radical en común, todos producían y se daban a un producto único, el cuero." (1999, p. 187). Con el pasar de los años y gracias a los avances tecnológicos se incrementó la producción del material, además se ampliaron los parámetros de creatividad, pudiendo desarrollar el diseño de cueros y pieles. La producción de cuero fue masificándose transformándose de un material de uso poco común, a uno de uso cotidiano. (Arona, 2017).

De esta forma puede observarse que, a lo largo de la historia, el cuero se expresaba como un valor simbólico dentro del país, la generación de este emblema comenzaba con una simple necesidad, navegando por la economía y comercios argentinos. Si bien su producción comenzó por una necesidad básica, cobijo y vestimenta, con el transcurso del tiempo este material fue adquiriendo mayor valor:

La función principal del cuero fue el abrigo ya que funcionaba muy bien como aislante, sin embargo, las costumbres asociadas a este material forjaron la identidad de cada individuo o grupo de individuos en un determinado lugar. El uso del mismo está necesariamente ligado a la costumbre y a todo lo que ésta encierra. En un comienzo siempre fue relacionado con la riqueza en culturas muy antiguas, la alta sociedad y de refinadas costumbres, también con la artesanía, el folklore. (Arona, 2017, p.21).

De acuerdo a lo expuesto en esta cita cabe destacar que conforme se fue desarrollando la producción de cuero en Argentina su identidad también se fue forjando. Este material no solo fue adquiriendo características funcionales en las poblaciones tradicionales, sino que permitió desarrollar la identidad nacional gracias a los valores simbólicos que este

transmite. De esta manera se puede establecer que la indumentaria y por lo tanto la identidad de los pueblos tradicionales está asociada a la historia del cuero. La relevancia de este estudio y los avances que se fueron generando permitieron que, en la actualidad, el sector del cuero prevalezca como una de las industrias de mayor relevancia para la producción nacional y se mantengan las técnicas y manufacturas provenientes de la misma. Hoy en día la industria se divide en: marroquinería en donde se encuentran carteras, portafolios, baúles, bolsos, artículos de viaje, billeteras; indumentaria y accesorios; talabartería e implementos automotrices. El panorama actual será estudiado a profundidad en el tercer capítulo de este Proyecto de Graduación.

### **1.3. La industria del cuero y el diseño de autor**

El enfoque del presente trabajo de grado se centra en el diseño de autor ya que como se analizará a continuación tiene estrecha relación con la identidad propia, la unicidad y la autenticidad. Para comenzar el siguiente apartado es relevante indagar en primer lugar las diferencias entre el diseño de autor y el las producciones comerciales.

Para profundizar este concepto cabe citar a la socióloga de moda Saulquin quién expone:

Mientras que las prendas diseñadas con criterios masivos para impulsar el consumo generalizado siguen con obediencia ciega las tendencias de moda, el diseño de autor, en cambio, es casi autónomo con respecto a estas tendencias, ya que se nutre de sus propias vivencias y por eso comparte criterios con el arte. (Saulquin, 2006, p.16).

La autora explica que un diseño es considerado de autor cuando el creador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, basándose en experiencias o percepciones propias sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. Por el contrario, “el diseño de ropa industrial siempre surge de las últimas colecciones de famosos modistos, per se adaptan a las posibilidades económicas de sus compradores” (Lando, 2009, p. 53).

Se entiende entonces que el diseño de autor propiamente dicho no sigue a la moda dentro de los gustos colectivos de un grupo de personas, sino que el diseñador interpreta la moda a su manera, según sus gustos y preferencias e impone su estilo.

Por otra parte, cabe recalcar que el concepto de diseño de autor se contrapone a la moda rápida referida a un fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que las tendencias van sufriendo modificaciones.

En la actualidad, la moda rápida cubre las necesidades de un amplio rango de clientes, produciendo ropa en grandes cantidades y tamaños, confeccionada con materiales de bajo costo que los vuelven más accesibles. Los diseñadores de mercado de masa generalmente adaptan las modas establecidas por los nombres famosos en el área de la moda. Esperan generalmente una temporada para asegurarse de que un determinado estilo tendrá éxito antes de producir sus propias versiones de éste. Para ahorrar tiempo y dinero, usan textiles más baratos y técnicas de producción más simples que pueden ser fácilmente ejecutadas por una máquina. El producto final puede ser vendido a un precio mucho más bajo que un producto realizado a medida o en pocas cantidades. En este modelo de consumo se adquieren colecciones de ropa que imitan las tendencias actuales a bajo costo, por lo que las marcas que ofrecen este tipo de beneficios no solo cambian sus artículos con frecuencia, sino que se ven obligadas a fabricar sus productos en países en vías de desarrollo pagando a los trabajadores salarios muy bajos e incluso sacrificando las condiciones de seguridad en las que realizan sus actividades. Al mismo tiempo se trata de un modelo de consumo en el que el tiempo de vida de cada prenda es realmente corto. Se puede entender entonces que otra de las diferencias entre el diseño de autor y la moda rápida radica en la producción a baja escala haciendo que los productos sean más exclusivos. El diseño de autor sienta sus bases en generar una clara diferenciación con los productos masivos provistos por el diseño de moda. (Saulquin, 2006).

Una tercera diferencia se fundamenta en la intervención de textiles de manera más artesanal. Al producir pocos productos, los diseñadores encuentran la necesidad de

diferenciarse de la competencia por medio de la intervención de los textiles de manera artesanal. Lo que se busca principalmente es darles un valor agregado a los productos terminados, volviéndolos de esta manera, exclusivos. Según Saulquin (2006) los diseñadores tienen “una fuerte vocación por la diferenciación, que impulsa personalizaciones y a juegos de creatividad que unen con la libertad, lo artesanal con lo industrial, lo tradicional con lo alternativo” (2006, p.32). El valor agregado, en términos de *marketing*, es una característica que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor. Generalmente se trata de una característica o servicio extra poco común o poco usado por los competidores, y que le da a la empresa o negocio cierta diferenciación. Este es el elemento clave en el diseño de autor ya que por medio de la intervención de los textiles estos se convierten en diseños únicos volviendo a cada prenda un elemento único e irrepetible.

Siguiendo la misma línea cabe exponer los orígenes del diseño de autor en Argentina y como se llevaron a la práctica las pautas planteadas previamente. Saulquin (2014) estipula que se originó en el año 2001 a causa de la crisis económica que afrontaba el país. Emprendedores del diseño cerraron sus negocios, pero también hubo quienes tenían la necesidad de afrontar la situación y seguir produciendo. La crisis afectó a todas las industrias manufactureras incluidas la industria del cuero. Los escasos recursos financieros de los diseñadores, dieron lugar exclusivamente a producciones de baja escala las cuales garantizaban al diseñador la venta de los productos ofrecidos y a su vez generaban un aire de exclusividad de sus productos. Mientras que la producción masiva buscaba disminuir los costos productivos y aumentar la rentabilidad del producto terminado el diseño a baja escala generaba exclusividad y detalles constructivos que requerían un mayor trabajo artesanal. Como lo explica (Strano, 2015), el diseño de autor reflexiona constantemente en cada uno de sus decisiones y por consecuencia, invita al resto a hacerlo también, tiene un proceso más pausado ligado con su intención de buscar y encontrar un sentido para todo aquello que lo involucra, desde como presentar el producto hasta los detalles de costura. Por lo tanto, no se producen en cantidad este

tipo de prendas. Éstas logran tomar un valor destacado ya que se tiene en cuenta el trabajo artesanal y el tiempo que lleva confeccionar una prenda de este tipo. Así mismo, se puede observar que los diseñadores actuales optan por utilizar textiles de alta calidad. Por ejemplo de acuerdo a lo pautado previamente, en el caso particular del cuero, su valor y calidad radica en el acabado, su historia, su identidad y su valor simbólico.

Desde entonces el diseño de autor también llamado diseño independiente se posiciona como una metodología de trabajo que consiste en un grupo de diseñadores que son a la vez administradores y creadores de sus proyectos que difieren del modelo tradicional de trabajo en una empresa.

Álvarez (2010), ahonda el análisis al exponer que en el año 2001 nace un impulso creativo fundamentado en la necesidad de plasmar su identidad como un elemento diferenciador de sus productos hacia un nuevo mundo globalizado. Es así como surgen los nuevos emprendedores de moda, en su mayoría expulsados por la industria en decadencia. Para lograr el éxito los creadores empelan en sus diseños objetos diferenciadores los cuales les permitieron destacarse de la competencia. De esta manera se logra que las piezas realizadas se destaquen por su exclusividad y su originalidad.

De acuerdo al INTI (2018), actualmente existen 287 empresas que producen diseño de autor en todo el país. El 92% son empresas que tienen más de cuatro años en el mercado y un 57% tiene más de siete años. La filosofía del diseño hoy en día se fundamenta en comprender la naturaleza del emprendedor como impulsor de innovación, fuente de creatividad, conocimiento y crecimiento económico. Las empresas pertenecientes a este segmento generan empleo, refuerzan las identidades de las regiones y, en simultáneo, contribuyen de manera significativa a generar valor y competitividad. (INTI, 2018).

A lo largo del siglo actual y a partir de la crisis del año 2001, el concepto de *slow fashion* se ha posicionado fuertemente en Argentina contraponiéndose a la moda rápida y rescatando los valores autóctonos de cada región.

Concretamente, se entiende entonces que el diseño de autor propiamente dicho no sigue a la moda dentro de los gustos colectivos de un grupo de personas, sino que el diseñador interpreta la moda a su manera, según sus gustos y preferencias e impone su estilo. De esta manera se puede afirmar que el diseño de autor, es un tipo de diseño beneficioso, debido a que se encuentra centrado en las necesidades de las personas, contempla sus gustos, sus estilos de vida y ayuda a la identificación de las personas en lugar de obligarlos a usar algo que no corresponde con lo que realmente necesitan o quieren solo porque la tendencia lo dicta de esa manera. Además, Saulquin (2006) señala que en el diseño de autor se pueden encontrar nuevos materiales, telas de calidad, de alto valor económico ya que las colecciones propuestas se diseñan con la finalidad de perdurar a través de las temporadas. Lo cual se opone a la moda rápida que incorpora textiles de alta demanda por parte de las marcas lo cual tiene un valor mucho más elevado.

Los conceptos estudiados en este apartado se vinculan con la propuesta de diseño *Sued Leather Concept* a realizarse en este PG ya que la marca portará un valor agregado fundamentándose en la industria del cuero. La misma estará vinculada al diseño de autor ya que responde a los conceptos analizados previamente los cuales establecen una oposición a la masividad y al diseño en serie. La frecuencia de uso del producto será baja por esa razón se opone al diseño comercial e industrial que es desechado al finalizar la temporada.

A su vez la colección propondrá prendas con un concepto innovador que rescate los valores tradicionales ligados al cuero, pero generará prendas con detalles constructivos que requieren un alto nivel de maleabilidad como por ejemplo frunces y volados. De esta manera el cuero será no solo un material funcional sino también portará una riqueza estética y una simbología autóctona.

Como conclusión se puede establecer que dentro de este primer capítulo se demostraron los elementos fundamentales vinculados al cuero como material de diseño. Su lenguaje, valores simbólicos e identitarios y su aporte al diseño de autor han

permitido desarrollar a nivel internacional propuestas de indumentaria que vale la pena analizar en el capítulo siguiente.

## **Capítulo 2. El mercado internacional de la moda del cuero**

Desde épocas prehistóricas el cuero ha sido un material de recubrimiento y abrigo. En la actualidad, dentro del mercado internacional, el cuero se posiciona como uno de los materiales principales que abastece a la industria textil en países como Italia, Alemania, Brasil, China entre otros. Sus procesos de obtención y técnicas de acabado lo han ubicado como materia prima dentro del diseño textil, industrial, talabartero y marroquinería. Gracias a sus propiedades, las cuales serán analizadas en este apartado, el cuero ha podido ser comercializado exitosamente por sus ventajas funcionales y productivas, así como por el valor simbólico que porta el cual se ha mencionado el capítulo previo a este.

Dentro del presente capítulo se ahondarán las cuestiones relacionadas a la situación actual de la industria del cuero a nivel internacional. También es relevante indagar a cerca de los efectos y consecuencias causados por los procesos de obtención del cuero y por la falta de exploración de la misma creando problemas ambientales, salubres y sociales. Por otra parte, es necesario analizar algunas de las intervenciones y técnicas tradicionales y modernas empleadas como acabado en la superficie del cuero con el objetivo de comprender la carencia de innovación y aprovechamiento del material. Al final del capítulo se citarán algunos ejemplos de diseñadores que han sabido otorgarles un valor agregado a sus propuestas de diseño mediante la incorporación del cuero a lo largo del siglo veinte y veintiuno. Estos ejemplos servirán como referencias de cómo se puede lograr darle un factor diferenciador a una colección dándole un uso alternativo y no convencional al cuero.

### **2.1. Situación actual de la industria del cuero**

En la actualidad, a nivel mundial la producción de cueros se encuentra sectorizada de acuerdo con las características y proceso del mismo. La producción se clasifica en cueros curtidos, pieles sin curtir, *wetblue*, cuero semiterminado, cuero bruto y productos



final como calzado, talabartería, recubrimiento automovilístico, indumentaria, entre otros rubros. Como lo menciona Sterlacci (2010):

El cuero y los artículos derivados se encuentran entre los productos más comercializados del mundo, provienen de una fuente renovable y fácilmente accesible. Actualmente la industria de la piel genera 50000 millones de dólares de los 200000 de la industria global. (Sterlacci, 2010, p.12).

De acuerdo a la cita anterior cabe destacar que la industria del cuero representa el 25% de la producción textil mundial. El principal productor de cuero es Italia que es donde son confeccionadas las mejores piezas de cuero, seguido por China y Corea que es donde se producen las cantidades más significativas y a continuación India, Brasil, México, Estados Unidos y Argentina.

En la actualidad, la industria mundial del cuero se encuentra evolucionando. Como lo menciona Traverso (2008), los países desarrollados que cuentan con la transformación de productos ganaderos muestran una tendencia creciente a exportar cuero sin elaboración y a importar productos terminados de cuero con un mayor valor agregado o cuero terminado. Esto quiere decir que los países mencionados se centran en exportar materia prima en estado *wet blue* y crudo e importan productos finales ya sea indumentaria, calzado, marroquinería o bien cuero curtido al ciento por ciento con la finalidad de ser incorporado dentro de las producciones finales. El objetivo de esta tendencia es la de obtener un mayor valor agregado que solo es posible adquirir en países que permiten darle un mejor acabado o terminación al material al tener la maquinaria adecuada que no poseen los países exportadores o bien si la disponen, buscan una mano de obra más barata. (Traverso 2008). El caso del presente Proyecto de Graduación la materia prima serán las piezas enteras de cuero terminadas al 100% por lo tanto, la relevancia de exportar e importar el cuero radica en que la colección final tenga una mejor calidad en cuanto a la materialidad.

Más allá de ello, la producción de cuero genera consecuencias y efectos que valen la pena ser analizados en este apartado.

En primer lugar, cabe destacar que debido a la expansión de las curtiembres se implementaron métodos modernos que sustituyeron los taninos vegetales con los cuales se curte el cuero por productos químicos entre los cuales destacan el zinc, el arsénico el cadmio y el cromo. Esta última sustancia nombrada además de generar piezas más finas, reduce el tiempo de tratamiento a dos días, mientras los taninos vegetales pueden necesitar hasta dos años. Sin embargo, el procedimiento a base de cromo contamina los riachuelos, los ríos, los lagos, los depósitos y los pozos en las regiones donde se trabaja el cuero. Como lo establece Eurosur (2012) “para curtir un kilogramo de cuero se necesita por lo menos dos litros de agua que se contaminan en su totalidad” (2012, s.p.).

Si bien algunas grandes curtiembres han instalado depuradoras de aguas, los desperdicios de sal, piel y químicos se vierten sin tratamiento en los ríos contaminando la flora y fauna de las diversas regiones. Un ejemplo de ello es el río Palar en el sur de la India. El mismo está contaminado sobre más de 100 km. En esta región, las aguas residuales de las curtiembres afectan a unas 35.000 hectáreas de tierra de labrantío. Como consecuencia el rendimiento de esta tierra fértil se ha reducido en la mitad. Puesto que no reciben compensación por sus pérdidas, muchos campesinos han vendido su parcela a las curtiembres. A su vez, la población padece con mayor frecuencia enfermedades provocadas por el consumo de agua contaminada: enfermedades gastrointestinales, asma, crecimiento anormal en los niños y problemas digestivos infantiles. También ha aumentado la susceptibilidad a la tuberculosis, mientras que su alto contenido de sal convierte los estanques de aguas residuales en criaderos de las bacterias del cólera. Los trabajadores de las curtiembres padecen enfermedades de la piel, fiebre, inflamación de los ojos, cáncer del pulmón y, ahora también, esterilidad. (Eurosur, 2012).

Sin embargo, la contaminación de las aguas residuales de las curtiembres es un problema global. A nivel mundial, el 80% de ellas usan el procedimiento a base de cromo, y el 20% restante recurre a taninos vegetales. Como consecuencia de ello en

Alemania y la India, muchas grandes curtiembres compran ya el producto semiacabado para evitar las etapas contaminantes y no conflictuarse con las organizaciones que defienden la ecología y el medioambiente. (Eurosur, 2012).

Por otro lado, cabe destacar otro de los efectos producidos alrededor de la industria del cuero relacionado a la falta de innovación. A pesar del auge mundial que el cuero está teniendo a nivel comercial y que se ha convertido en un material cada vez más empleado por las casas de moda y diseñadores el mismo se encuentra poco explorado y aprovechado. “Existe no solo una falta de información y formación relacionado con el cuero en el diseño, sino una falta de visión estratégica al respecto.” (INTI, 2015, s.p).

Sin embargo, se podrían obtener aún mayores beneficios desde el diseño y la estética completándolo a su funcionalidad. Es un material que no ha sido lo suficientemente explotado y aprovechado por los diseñadores de las diversas áreas quienes se limitan a crear productos finales sin un valor agregado y sin destacar una impronta propia basándose en las propiedades de recubrimiento y abrigo. El INTI (2015) menciona que las oportunidades para innovar con el cuero en el campo del diseño son tan amplias como desconocidas. En efecto, la continua oferta de nuevas tendencias en marroquinería e indumentaria, se limita básicamente a nuevos acabados, combinaciones y métodos de confección. Lo que se puede considerar como nuevos diseños son, desde esta perspectiva, nuevas versiones de viejas propuestas. En este sentido es la notable ausencia de actividad e investigación en los ámbitos académicos del diseño textil relacionado al material y su potencial.

El análisis del panorama actual es importante para el desarrollo del presente PG ya que, en primer lugar, si bien la colección final no está enfocada en el diseño sustentable, como valor agregado se podría pensar en utilizar piezas de cuero que no sean curtidas al cromo ya que como se estableció es un material con varios efectos nocivos para el ser humano y para el medioambiente. Por otra parte, resultaría de gran relevancia trabajar el aspecto estético en conjunto con la funcionalidad para de esta manera

promover a un mejor aprovechamiento de una materia prima con una carga simbólica notable que hace que represente a la identidad y a la cultura argentina.

## **2.2. Procesos de obtención y tipos de cuero**

Para obtenerlo como materia prima final, el cuero atraviesa una serie de etapas que serán analizadas a continuación las cuales constituyen lo que se conoce como curtido. “El curtido es el proceso químico mediante el cual se convierte la piel animal en cuero” (Baretto, s.f., p. 2). Las principales fuentes de cuero son el ganado vacuno, los cerdos, los corderos y las ovejas. Estados Unidos e Italia son los principales productores de cueros y pieles de origen bovino. Otros importantes productores son Alemania, Argentina, Australia, China, Francia, e India. Australia, China, la Federación Rusa, India, Nueva Zelanda, el Reino Unido, la República Islámica de Irán y Turquía son importantes fabricantes de pieles de ovinos. Las pieles de cabra se producen en su mayor parte en China, India y Pakistán mientras que los principales productores de pieles de cerdo son China, Europa Oriental y la antigua URSS.

El análisis de los procesos de obtención del cuero es de gran relevancia para el desarrollo de este PG ya que se debe tener en cuenta el primer lugar el tipo de curtido, las sustancias utilizadas y el tipo de acabado del material ya que de estos factores dependerán las propiedades necesarias para la posterior realización y confección de la colección final que engloba este Trabajo Final de Grado.

Como lo estipula Mc Ann (s.f.), el cuero consta de tres capas: epidermis, dermis y capa subcutánea. La dermis comprende aproximadamente un 30 a un 35 % de proteína, que en su mayor parte es colágeno, siendo el resto agua y grasa. La dermis se utiliza para fabricar la piel después de eliminar las demás capas con medios químicos y mecánicos. El curtido se practica desde tiempos prehistóricos. El sistema más antiguo se basa en la acción química de material vegetal que contiene tanino. Se obtienen extractos de las partes de plantas que son ricas en tanino y se procesan convirtiéndose en líquidos curtientes. Los cueros se remojan en fosos o tinajas de líquidos cada vez más

concentrados hasta que se curten, lo cual puede tardar semanas o meses. Este proceso se utiliza en los países de escasos recursos tecnológicos. Se emplea también en países desarrollados para producir cueros más firmes y gruesos para suelas de zapatos, bolsos, artículos de viaje y correas, aunque se han introducido cambios para reducir el tiempo necesario. El curtido químico, que utiliza sales minerales como el sulfato de cromo, se introdujo en el siglo XIX y se ha convertido en el proceso principal para la producción de pieles.

Actualmente, según Del Moral (2013) existen diferentes tipos de curtidos. Estos se han ido modificando a través del tiempo y simplificando. En primer lugar, el curtido a la grasa se obtiene a través de la incorporación de grasas blandas a la piel. Al entrar en contacto con los materiales se produce la fijación de materias grasas al sufrir modificaciones químicas. También existe el curtido a la sílice, es decir con compuestos silíceos, las pieles y cueros curtidos por este método, presentan un color blanco característico y la plenitud del curtido, poseen como característica la escasa resistencia a la tracción y al desgarre. Luego se encuentra el curtido al aceite, el cual se realiza a través del uso de aceites de pescado, animales marinos o bien sintéticos sobre pieles previamente tratadas. Mientras que en el curtido al aldehído se trata con aldehídos, descarnes de pieles ovinas u ovinas desfloradas. Por otra parte, el curtido al alumbre se obtiene al utilizar una mezcla con una sal de aluminio, ingrediente activo, lo que da un color blanco. Continuando con los diferentes tipos de curtido, Cardoso (2013) afirma que el curtido al azufre se obtiene incorporando azufre y sus compuestos a la piel por tratamiento ácido y sulfato de sodio. También se pueden encontrar otro tipo de curtidos, como el combinado, el cual resulta de curtir con dos o más agentes. Otro caso es el curtido mineral que se realiza con sales minerales tales como, aluminio, hierro, cromo y circonio. Más allá de todos los tipos de curtidos ya nombrados, en la actualidad los más utilizados son el curtido vegetal y el curtido al cromo. Michael (2013) explica que el curtido al cromo es un método por el cual las pieles y los cueros pasan por tambores con soluciones de sales de cromo y otros productos químicos específicos hasta que se logra el curtido. Del

Moral (2013), sostiene que es un procedimiento que se utiliza desde el año 1858, cuando Knapp descubre el cromo como material para curtir y lo patenta. El cromo permitió lograr cueros firmemente curtidos y con resistencia a la ebullición, al desgarre, buena elasticidad y permeabilidad al vapor de agua. La piel curtida al cromo, se convierte en cuero, luego se escurre, se rebaja, se divide mecánicamente para obtener el *wet blue*, producto de color azul verdoso del sulfato de cromo. Aquellas pieles que se curten sin cromo, debido a su color blanco son denominadas *wet white*. El cromo no absorbido se recicla y reutiliza. Luego continúa el proceso de pintado a soplete o rodillo y el paso por los túneles de secado. Posteriormente comienza el proceso de ablandamiento y terminación final a través de la aplicación de diversos productos, sumado a ciertos procesos mecánicos. El curtido con productos vegetales radica en una solución conocida como licor curtiende, en la cual se sumergen las pieles y los cueros. Esta sustancia se prepara junto con una infusión de cortezas de árbol, ramas, hojas y agua. (Michael, 2013). Los curtiendes vegetales pueden ser naturales, sin ninguna clase de tratamientos, o se pueden colorear y tratar químicamente. Las pieles producidas con curtidos vegetales se estiran menos y son más ternas y duraderas, además poseen un aroma terroso que es el resultado de la utilización de extractos de taninos naturales procedentes de cortezas de árboles como la mimosa, el quebracho y la tara.

Sterlacci (2010) hace una reflexión acerca de los diversos tipos de curtido, en una de sus observaciones afirma que “el curtido al cromo implica que el cuero producido mediante la aplicación de productos químicos cueste la mitad que el cuero curtido con sustancias vegetales, por lo tanto, la piel elaborada con esta última técnica aumenta su exclusividad” (2010, p. 13). Por otra parte, afirma que el proceso de curtido al cromo se está volviendo más respetuoso con el medio ambiente pues se han producido avances en la aceptabilidad medioambiental de los tintes químicos y en la eliminación de los productos de deshecho de curtido.

Como lo explica Barretto (s.f.), la realización del curtido de la piel puede dividirse en tres fases. En primer lugar, la preparación del cuero para el curtido, que incorpora

transformaciones como la eliminación del pelo y la carne adherida; el proceso de curtido y el proceso de acabado. Asimismo, describe como antes de la etapa del curtido, existe previamente un trayecto de acciones, denominado la fase de precurtido, que refuerza y facilita el ciclo del curtido. Esta etapa precedente, abarca la técnica de apelmbrado, que engloba la parte del rasurado del pelo y de la epidermis superior, para luego darle acceso al descarnado, es decir, el procedimiento que aísla la capa de carne colocada por debajo del corión o dermis. En otras palabras, la pieza que verdaderamente importa y es la que hace al cuero un producto moldeable y dócil, es la parte del medio, o sea, la dermis o corión. La piel, separada del animal puede ser tratada de dos formas. Una opción es la etapa conocida como salada, que consiste en empolvar la piel con sal con el fin de evitar la putrefacción de la misma. También se puede refrigerar y sumergir con agentes bactericidas y posteriormente ser enviada a una cadena de frío. Salada o refrigerada, la piel es enviada a la curtiembre donde se la lava prolongadamente con agua y agentes tensioactivos, en recipientes llamados fulones, a fin de eliminar la saladura e hidratar la piel salada. El tiempo de duración del proceso es de entre 20 y 24 horas para las pieles saladas y para la refrigeradas de dos a tres horas. Enseguida las pieles pasan a un proceso llamado Pelambre o Depilado que consiste en un tratamiento químico que se realiza en fulones con aspas a través del cual se disuelve el pelo mediante un proceso de fermentación utilizando cal y sulfuro de sodio. El apelmbrado dura un día entero. Inmediatamente se procede a la etapa de Descarnación o Legrado, consiste en separar la carnaza adherida a la piel que no sirve para la producción de cuero y eliminar los bordes de cada pieza. Como resultado de esta separación se pueden diferenciar y clasificar las pieles que servirán para distintos usos como la tapicería o marroquinería según su peso y su grosor. A continuación, se pasa a dividir a la piel en la parte carne, que es la parte inferior de la piel y contiene células adiposas y en la parte flor que es la parte superior de la piel donde se encuentra el pelo del animal. La siguiente etapa llamada Desengrase o Desencalado se compone por el proceso de eliminación de las partículas de grasa y excesos de cal que pudieron

haberse quedado y que puedan dificultar la penetración de los agentes curtientes. Este proceso se desarrolla mediante baños ácidos. Enseguida se limpian los poros de la piel mediante el uso de enzimas lo cual le da más elasticidad a la piel y la piqueta con el fin de ensanchar sus poros para permitir una mejor penetración de los productos curtientes y preparar un medio adecuado de pH. Barreto (2006) explica que la etapa de Curtido se realiza incorporando sales de cromo que actúan como curtientes que se desdoblán por hidrólisis dando como resultado productos coloidales que penetran en la piel y se combinan con ella. El producto final obtenido es clasificado por su calibre, grosor y calidad. Posteriormente las pieles pasan a una fase de Engrase por batanado. Consiste en engrasar cada pieza con aceite de pescado para ablandar la piel y darle el olor peculiar del cuero animal. Los batanes son dispositivos mecánicos que golpean con insistencia la piel, a fin de impregnarla debidamente de aceite. En estas condiciones, el aceite sufre un proceso de descomposición y oxidación y se combina con la piel, impregnando las fibras que constituyen la segunda capa de la dermis, confiriéndole suavidad. Esta etapa puede acompañarse de un proceso de teñido mediante químicos como las anilinas. La siguiente etapa es conocida como la de *Set Out*. En esta fase se quita la humedad del cuero haciendo que cada pieza pase por unos rollos parecidos a las máquinas exprimidoras. Las fibras de cuero se comprimen y el contenido de humedad se reduce hasta un 70%. En esta instancia el cuero está listo para secarse. La fase de Secado mecánico consiste en colgar las pieles para que crucen un túnel de secado de 20 metros de longitud. El secado puede efectuarse también al vacío en el cual se coloca el cuero en una lámina de acero inoxidable y se lo cubre con una pantalla de fieltro o paño. El vacío exprime el vapor del cuero durante pocos minutos. La siguiente fase es la Estacada. Una vez seco, el cuero se hace rígido y requiere reblandecimiento mecánico para aumentar la flexibilidad. Se realiza mediante una máquina cilíndrica ablandadora que tiene una gran cantidad de alfileres, que oscilan y aporrean el cuero. Esta máquina extiende y flexiona las fibras del cuero en todas las direcciones, preparando una pieza más flexible y relajada. Finalmente se procede a la



etapa de Terminación o Acabado. Se dividen según la técnica, pueden ser abrillantables y con planchas, a soplete, a cortina, según los productos, pueden ser caseínicos, plásticos o con polímeros, nitrocelulósicos, charol, poliuretánicos y según su efecto n ser efectuados con anilina, semi-anilina, pigmentación, fantasía, dobles tonos o patinados. Los acabados más relevantes son el acharolado que es la aplicación de poliuretanos que proporcionan el típico brillo al cuero, el teñido que es la pigmentación de la piel para ocultar algún defecto en el lado flor, y el tipo *nobuck* que es la obtención de una felpa uniforme del lado carne de la piel por una técnica de esmerilado. incluye tareas mecánicas para dar forma y alisar la piel, y métodos químicos para colorear, lubricar, suavizar y aplicar un acabado superficial a la piel.

De acuerdo al tipo de curtido el acabado puede variar, por lo tanto, como el enfoque de presente Proyecto de Graduación es el de crear una colección final utilizando como materia prima el cuero, se debe prestar atención al tipo de curtido al cual se sometan las piezas que se consideren más adecuadas para las prendas a diseñarse ya que de eso dependerá la calidad de la propuesta final.

### **2.3. Nuevas experimentaciones en cuero**

El cuero, es un material que tiene grandes propiedades de resistencia, flexibilidad, transpirabilidad, resistencia a la abrasión, entre otras, lo que permite su posterior manipulación para la realización de distintos productos dentro del rubro de la indumentaria. Sin embargo, cabe recordar la problemática del presente PG, en donde se analiza la falta de diseño en prendas de cuero y la posibilidad de aprovechar al máximo todas las propiedades del cuero al experimentar técnicas innovadoras. En los últimos tiempos, se han creado técnicas, experimentaciones e intervenciones en el material. Aunque la mayoría no han sido explotadas en el rubro de la indumentaria del cuero en Argentina se puede hablar de una idea emergente que va ligada a una demanda latente en busca de diseños únicos con cierto valor distintivo. Algunas de las técnicas mencionadas serán analizadas a continuación ya que han sido empleadas por

diseñadores reconocidos alrededor del mundo y son relevantes como antecedentes para la creación de la marca *Sued Leather Concept*. El objetivo es el de indagar sobre los recursos actualmente existentes en el mercado internacional con la finalidad de determinar como se podría innovar el diseño de modas en cuero de una manera diferente o no existente en Argentina.

### **2.3.1. Diseñadores y detalles constructivos referentes**

En la industria de la moda destacan algunos diseñadores y casas de moda que logran innovar sus colecciones mediante la incorporación del cuero interviniéndolo de una manera llamativa y creativa. Los ejemplos que se mencionarán a continuación han sabido aprovechar al máximo las propiedades del cuero y han sabido desarrollar propuestas diferentes e innovadoras con un valor agregado excepcional y único.

Se destaca Vivienne Westwood en el año 1988 exploró cualidades esculturales trabajando el cuero de manera inusual. Desarrolló una falda fruncida y una chaqueta con mangas de la época victoriana otorgándole al cuerpo volumen mediante un material tan rígido como el cuero (Sterlacci, 2010). (ver figura 1, cuerpo C, p. 3).

Además, cabe destacar a quien en el año 2000 creó un vestido asimétrico de cuero drapeado con un detalle de fruncido a la altura de la cintura. El mismo año Alexander Mc Queen empleó el calado a laser en un vestido con una falda en A con terminación al corte. (Sterlacci, 2010). (ver figura 2, cuerpo C, p. 3)

En 2004 *Dolce & Gabbana* inventó una tipología que consistía en una chaqueta de piel de anguila tratada como si fuera cuero. El detalle está en el nudo de la cintura el cual le otorga un aspecto maleable al material como si se tratase de un tejido más flexible. (ver figura 3, cuerpo C, p. 4)

Así mismo cabe destacar al diseñador Christopher Kane quien en el año 2007 creó un estilo *bondage* que consistía en plisar el cuero en lugares estratégicos como en las mangas y cuello de la prenda. (ver figura 4, cuerpo C, p. 4).

Posteriormente, en el año 2009 Rick Owens replicó este detalle en unos pantalones bombachos combinados con un chaleco y botas de cuero fruncido y drapeado. (ver figura 5, cuerpo C, p.5).

También es relevante la firma española *Mietistudio* quien se enfoca en el rubro *ready to wear* desde el año 2016. Los diseñadores se enfocan en trabajar la moldería, los cortes y la paleta de colores de una forma no tradicional. Añaden además detalles constructivos como frunces, elásticos, flecos, entrelazados. (ver figura 6, cuerpo C, p. 5).

El recorrido realizado tanto de las marcas como de los diseñadores de autor y comerciales es relevante para el desarrollo de este PG puesto que sirven como base de inspiración para la creación de la colección final que compone este Trabajo Final de Grado. De acuerdo a todos los ejemplos aquí citados se puede destacar que cada tipología o firma tiene el mismo objetivo que se fundamenta en innovar a un material erróneamente relacionado con la rigidez. Cada uno de los casos estudiados demuestra que es posible trabajar el cuero de una manera alternativa y original que le otorgue un valor agregado auténtico a la prenda generando texturas y detalles constructivos hasta entonces incorporados en otro tipo de tejidos.

Como conclusión de este segundo capítulo se pueden plantear soluciones que responden a la problemática de este PG referida a la falta de exploración y de aprovechamiento del cuero como materia prima. En primer lugar, es posible innovar desde el tipo de curtido y el tipo de acabado que se elija ya que de eso dependerán las propiedades del material. Por otra parte, es posible otorgarle originalidad al cuero mediante la incorporación de intervenciones y texturas que tuvieron origen en otros rubros fuera de la indumentaria como por ejemplo el modelado, el calado, el estampado, el bruñido y el grabado en la superficie. Además, se tomaron como referencia algunas tipologías específicas pertenecientes a colecciones de reconocidas marcas a nivel internacionales. La finalidad fue la de demostrar que es posible generar otro tipo de detalles constructivos en cuero tales como frunces, nudos, plisados y entrelazados.

### **Capítulo 3. El mercado argentino de la moda del cuero**

Como se pudo establecer en el capítulo uno, a partir del año 2001 el diseño de autor comienza a surgir en la industria de la indumentaria en Argentina a causa de la crisis económica general que afectó a las grandes empresas manufactureras que se vieron en la necesidad de seguir produciendo a baja escala. En lo referido al caso particular del cuero, en el presente capítulo se analizará como esta situación afectó a los proveedores por un lado y a los manufactureros por otro. Es pertinente el estudio del mercado nacional del cuero e indagar las falencias y oportunidades que afectan al diseño textil. También es importante investigar de qué manera el cuero podría ser aprovechado de forma más efectiva por los diseñadores del rubro al estudiar sus propiedades como un material no tejido. Finalmente, al igual que el estudio efectuado en el capítulo precedente sobre las marcas internacionales, es importante plantear cuales son las firmas argentinas que incorporan el cuero en sus productos y generan texturas o detalles constructivos que requieren un mayor trabajo manual como frunces, plisados y drapeados.

#### **3.1. Panorama general actual de la industria del cuero**

Como se estableció en el primer capítulo del presente PG, el cuero es un material que forma parte de la identidad argentina siendo el país uno de los principales productores y exportadores del cuero desde sus inicios. Como lo menciona Traverso (2008), Argentina es el cuarto productor y exportador de cuero a nivel mundial.

Una de las principales características de la cadena del cuero y sus manufacturas es la heterogeneidad de los eslabones productivos que la componen, desde los frigoríficos hasta los productos finales, tanto en lo relativo a la composición y características de los respectivos mercados, como al desempeño de las firmas, su nivel tecnológico y la orientación estratégica de las mismas. (Traverso, 2008, p.23)

Actualmente, el sector de curtiembres está dominado por un grupo de grandes firmas que concentran la mayor parte de la producción y de las exportaciones de cueros curtidos terminados y semiterminados. El sector curtidor exporta el 80% del cuero, a sus principales destinos: Estados Unidos, China y Brasil mientras que el 20% restante es lo

que queda para el consumo nacional. Las curtiembres se enfocan en exportar cuero semiterminado a otros países en donde se pueda terminar el proceso mientras que el mercado interno se abastece de los sobrantes de cuero. Sin embargo, el INTI (2011), señala que los cueros que se obtienen a nivel nacional no resultan ser los mismos que se destinan al mercado externo, sino que son de menor calidad. Solo se obtienen cueros de cuarta y quinta categoría; mientras los de primera, segunda y tercera son exportados. Los cueros pertenecientes a las categorías nombradas, presentan defectos muy evidentes en su superficie como marcas de fuego, cicatrices por rasgaduras con alambres de púas e inclusive impregnaciones de bacterias y hongos por el ataque de insectos y moscas.

En general, son las curtiembres medianas y chicas las que abastecen al mercado interno. Los sectores de manufacturas de cuero como el calzado, prendas de vestir, marroquinería, talabartería comparten ciertos rasgos comunes: son sectores muy atomizados, donde la mayoría de los establecimientos son PyMEs familiares de capital nacional, orientadas al mercado interno y aun las que exportan lo hacen marginalmente. (Traverso, 2008).

Todos estos datos son relevantes en el desarrollo de este PG puesto que permiten dar pautas sobre los aspectos a los cuales los diseñadores de moda deben enfrentar en el proceso productivo. Se vincula con el desarrollo de la colección final puesto que son factores que deben ser tomados en cuenta al momento de la selección de material para la colección final a desarrollarse. No será lo mismo un proveedor que ofrezca cuero terminado en el exterior que uno que suministre piezas terminadas en territorio nacional, pero con una calidad más baja.

### **3.1.1. El cuero como material de diseño**

El cuero es un material que ha sido elegido por diseñadores internacionales y nacionales por su aspecto y valor simbólico además de destacarse sus propiedades en cuanto a durabilidad, abrigo, resiliencia, resistencia al desgaste, entre otras propiedades. En

Argentina, el uso de este material dentro del sector indumentaria puede dividirse porcentualmente entre los diferentes objetos que se producen con el actualmente. En el rubro de la moda las manufacturas en cuero representan el 41% de la totalidad de la industria textil y se divide de la siguiente manera: 17% en cinturones, 11% en productos de talabartería, 7% en carteras, 5% en ropa de cuero y 1% en bolsos, mochilas y billeteras 1%. (La Nación, 2018). Año a año se presentan diseños que hacen del cuero su materia esencial. La razón radica en el hecho de que al ser un material tan noble puede amoldarse fácilmente a cualquier tipo de silueta. En función de la tendencia a la diferenciación en un mundo de consumo tan masivo y globalizado, son cada vez más las personas que buscan conseguir una prenda con un diseño único, siendo las de cuero, muy afines a este deseo. Sin embargo, como lo indica Reissig (2010), actualmente la mayor parte de la producción está destinada a multi marcas que no aplican detalles es decir que no existe un valor diferencial de diseño. El costo suele ser mucho menor a las prendas de producción individual ya que fabricar de forma masiva reduce los costos notablemente.

El presente Proyecto de Graduación se enfoca en incorporar el cuero como un material el cual se oponga a la masividad y permita innovar el diseño de autor, por lo tanto, el desarrollo de esta propuesta resultaría innovadora. Como se estableció anteriormente, las propuestas de diseño no logran tener un valor agregado, por lo tanto, el objetivo de la colección final aportaría diversificación al diseño argentino actual además de destacar su valor tradicional.

Para una mejor comprensión de lo que se quiere llegar a diseñar, es importante entonces detenerse a comprender qué significa exactamente el concepto de innovar. Se recurre a lo que expresa De Pierro y Harma:

El concepto de "innovación" puede referirse a una "nueva forma de hacer algo, o bien, a elementos nuevos que se transforman en útiles". Este atributo se aplica de forma gradual o a partir de cambios radicales y revolucionarios en varios aspectos como las ideas, los productos, los procesos, y las organizaciones. (De Pietro y Harma, 2010, p.149).

Innovar dista claramente de inventar o crear de cero. Se basa ante todo en la transformación de algo existente aportándole valor agregado a partir de una decisión de diseño. Por ejemplo, en el caso del cuero, día a día los diseñadores innovan su forma de trabajar y consiguen acabados, texturas y colores que anteriormente no se conocían, haciendo de las prendas de cuero una nueva forma de portar identidad, diseño y comodidad. La innovación busca la forma de no solo destacarse y realizar un diseño completamente diferente a los demás, sino que en la mayoría de los casos también muestra nuevos conocimientos y logra distanciarse de lo rutinario y seriado. Se trata de un proceso creativo enfocado a definir nuevos conceptos y a resolver problemas y limitaciones, por lo que está ligado al proceso de innovación. Se utiliza para crear algo nuevo o para mejorar lo existente, contribuyendo así en los procesos de innovación radical o incremental. (De Prieto y Hamra, 2010, p.44).

Sin embargo, más allá de toda voluntad creativa o de homenaje a una de las materias primas nacionales más nobles, ningún emprendimiento innovador basado en cuero tendría sentido si este no cumpliera con ciertos condicionantes funcionales básicos que requiere la indumentaria. Por lo tanto, es relevante detenerse a comprender el concepto de funcionalidad. Como lo menciona Saltzman (2014), la función principal de una prenda ha sido desde la época más remota, la de recubrimiento y protección contra los factores ambientales. Sin embargo, el concepto de funcionalidad abarca muchos más aspectos. Se debe entender que el diseño de indumentaria está determinado por la ocasión de uso. El diseñador necesita saber qué requisitos debe cumplir el producto que creará y como llevarlos a la práctica. Para ello, primeramente, se tiene que analizar las acciones y el entorno en los cuales se llevará a cabo una determinada actividad. Es decir, se debe desarrollar un producto teniendo en cuenta las situaciones o lugares donde el usuario podrá utilizar dicho producto. Por otra parte, se debe tener en cuenta que para crear una vestimenta que sea consecuente con la actividad a realizar se debe entender que la prenda es la herramienta que permite la realización de dichas actividades de manera

correcta. Por lo tanto, para la realización de un diseño exitoso se debe analizar el cuerpo humano como sistema en movimiento, con sus partes articuladas, sus puntos de tensión, su flexibilidad, sus puntos de equilibrio y como compensar el peso para poder seleccionar los materiales correctos y poder realizar las transformaciones adecuadas de la moldería en la fase de diseño.

El proceso de diseñar se ha ampliado para ver a las prendas como un medio de relación entre sujeto y entorno. El producto diseñado puede verse como el primer contacto del humano con su entorno y es por esto que su conformación morfológica, así como también su composición textil condiciona o permite las prácticas de la vida cotidiana (Saltzman, 2014, p.21).

En esta cita la autora reafirma lo expuesto anteriormente pues indica que el producto diseñado es el factor que condiciona al cuerpo durante la interacción con el medio en el que vive. La experiencia que una prenda o accesorio pueda darle al cuerpo determina la gestualidad, la postura, el movimiento, la elasticidad, la relajación, la motricidad. De esta manera se determina que la función de la vestimenta es cubrir al cuerpo, y permitir que éste se adapte adecuadamente a las diferentes circunstancias y condiciones del medio ambiente que habita. Además, agrega que, al momento de diseñar, se debe lograr que las propiedades técnicas como la moldería, los materiales, avíos, texturas, y colores puedan coexistir con la función.

Por lo tanto, se debe resaltar que para que un objeto cumpla con la propiedad de ser funcional debe cumplir con tres criterios: el uso, la percepción y la protección. Es decir, la colección a desarrollarse más allá de tener valores estéticos e innovadores y tener una impronta propia tiene que poder ser usado por las personas para un propósito, debe transmitir una experiencia que genere armonía entre el usuario y su entorno y aislarlo de cualquier factor ambiental de riesgo con el fin de preservar la integridad de los usuarios.

Para poder demostrar las propiedades que permiten que el cuerpo sea considerado como funcional cabe citar un análisis realizado por Mariño (2017) el cual se basa en una serie de ensayos prácticos basados en la teoría de Silvia Barreto, experta en técnicas de



producción. En primer lugar, el estudio reveló que el cuero de origen natural es resiliente, permite la transpiración, es agradable al tacto, es hidrofóbico, posee alta resistencia a la tracción, al frote y a la abrasión por lo que puede ser considerado como funcional.

### **3.2. Tipos de cuero, usos y propiedades**

El cuero puede clasificarse según su origen natural o sintético. Dentro de los del primer grupo se puede encontrar pieles de cerdo, cordero o vaca es procesados por el método de curtido establecido en el capítulo anterior. Barreto (2006) explica que los cueros se clasifican por tamaño, peso, origen y calidad y sus propiedades son las mismas que para cualquier otro material, es decir se toma en cuenta la elasticidad, la permeabilidad, la resiliencia, la tracción, la densidad, la higroscopicidad, la conducción del calor, la textura. En el caso de los cueros de origen natural, su tamaño puede llegar a ser de hasta tres metros cuadrados según la morfología del animal y su peso oscila alrededor de un kilogramo. Su calidad se divide en dos, la calidad estética la cual se determina que un cuero es de primera categoría si es que no posee marcas en la flor, como por ejemplo señales de fuego o raspaduras por alambres de púas. Y, la calidad superficial es la diferenciación del cuero por partes según su firmeza y flojedad, la piel del lomo es la de mejor calidad.

Según el origen del material poseen propiedades distintas. Barreto (2006) plantea que el cuero de origen bovino se caracteriza por tener varios tipos de elasticidad ya que cada parte tiene una firmeza y una flojedad distinta que determinan la disposición de cada pieza a cortar. Además, señala que es permeable, ya que puede acumular hasta un treinta por ciento de agua. Por otra parte, es resiliente ya que al estirarse por el calor o la humedad puede volver a su estado original en pocas horas, tiene tracción alta ya que resiste los desgarros y el roce. El cuero vacuno también tiene baja densidad y alta higroscopicidad ya que absorbe la humedad del cuerpo y la elimina fácilmente de manera natural. Y finalmente, es buen conductor del calor. Su textura puede ser blanda, lisa o peluda según el acabado que se le haya dado.

Por otra parte, como lo señala Lladó i Riba (2006) el cuero sintético es una imitación del cuero natural. Se compone por una mezcla de material natural y sintético y el resultado es un material físicamente muy similar al cuero de origen natural. Por su parte, las propiedades características del cuero sintético son que tiene una excelente resistencia a la tracción, a la perforación, y al desgaste. Además, tiene una durabilidad de entre uno y cinco años, es impermeable y tiene alta conducción del calor. Sin embargo, tiene baja higroscopicidad ya que no absorbe la humedad ni emite la circulación del aire ya que su superficie no es porosa. El peso y el tacto son muy similares a los del cuero natural, pero el cuero sintético no tiene irregularidades en su superficie ni en su grosor. Se comercializa por metros lo cual permite aprovechar mejor el material al momento del corte y la confección. El cuero sintético posee alta flexibilidad por lo que es más fácil de trabajarlo. Y finalmente tiene la propiedad de ser termoplástica. Este conjunto de propiedades puede ser aprovechado de acuerdo a la finalidad que se le quiera dar el producto final. Como lo explica (La Nación, 2018), la tendencia mundial apunta a la sustitución de esta noble materia prima por una imitación, artificial, pero de mucho menor costo. Grandes empresas multinacionales han comenzado a trabajar con lo que es conocido como: *símil cuero*, un textil que lo imita, lógicamente la calidad no es la misma, pero con el paso del tiempo han ido mejorando los procesos en busca de una mejor copia, y para muchos consumidores, la relación calidad precio inclina la balanza a favor de la imitación.

La selección más adecuada de materiales depende del uso que se quiera darles a las piezas de cuero. Dentro de esta propuesta final de Grado lo que la autora busca es la maleabilidad, la flexibilidad, la resiliencia y la resistencia al desgarre que permitirán crear detalles constructivos como frunces, plisados y volados. Por lo tanto, el material elegido deberá responder a estas propiedades. Para determinar cual es la materia prima mas adecuada Barretto (2006) plantea una serie de ensayos prácticos que permiten determinar las características específicas de cada textil o material con el fin de comparar varias muestras y determinar la que mejor se adapte a las necesidades de la colección.

### **3.3. Situación del cuero en el diseño**

Actualmente Argentina es reconocida a nivel nacional y mundial, por sus productos confeccionados en cuero. La calidad y terminación de sus productos le otorgan un mayor prestigio a este material más allá de todos los valores relacionados con la identidad argentina. Gelmetti (2004) afirma que:

El cuero argentino es un producto muy reconocido a nivel mundial por su calidad. Es a su vez uno de los productos emblema de Argentina. Estos se han tomado una excelente fama porque al pensar en un producto de cuero argentino se piensa en calidad de materiales, excelentes diseños y terminaciones, además quien adquiere uno de estos productos lleva consigo un elemento que denota tradición. (Gelmetti, 2004, p, 2).

De acuerdo a lo mencionado en esta cita se entiende que el cuero es uno de los emblemas nacionales con mayor prestigio a nivel mundial, en primer lugar, los usuarios extranjeros consumidores de cuero argentino logran captar la esencia de las tradiciones nacionales. Además, al adquirir un producto de cuero argentino, los conceptos alrededor del mismo denotan ostentación y riqueza en el sentido de que es un material con una historia que logra mantenerse a través de las generaciones sin perder su valor y su significado.

Sin embargo, como se planteó en el apartado anterior, para alcanzar un nivel alto de calidad, la producción de cuero en su mayoría es terminada en otros países lo cual representa una desventaja a nivel productivo ya que el costo de las piezas de cuero se eleva. Actualmente, el valor final de una pieza de cuero es de alrededor de 850 pesos. (INTI, 210). Esta cifra expresa que los precios en la comercialización de productos manufacturados en este material serán elevados. Por lo tanto, se establece que la colección final a desarrollarse no será accesible para todas las clases sociales sino que podrá ser dirigida a los usuarios con un poder adquisitivo alto.

En la actualidad, el sector del cuero está estructurado principalmente sobre tres sectores: los cueros curtidos y terminación del cuero, la fabricación de calzado de cuero y sus partes, las manufacturas del cuero y la marroquinería. Según el Ministerio de Relaciones Exteriores (2010) la producción de manufacturas de cuero está compuesto

por empresas PYME, es decir pequeñas y medianas empresas. Esto puede explicarse ya que cuando la crisis económica explotó en 2001, las exportaciones se redujeron considerablemente y el consumo interno se disminuyó, sin embargo, los diseñadores independientes encontraron en el mercado informal una oportunidad de comercializar sus productos a precios cómodos, con el fin de que no sólo los extranjeros, sino también los mismos argentinos puedan adquirir un producto en cuero de calidad y con diseños novedosos. Como lo expone Reissig (2010), la elaboración de productos en cuero se inició en pequeña escala de manera artesanal o semi industrial, con la fabricación de un único tipo de artículo y posteriormente fue ampliándose a otros en función del avance que los proyectos fueron creciendo. Los emprendimientos se han ido instalando por todo el territorio nacional, especialmente en las ciudades donde la cercanía a las fuentes de aprovisionamiento y los mercados de comercialización tienen relativa importancia por cuanto se reducen costos de recepción de materia prima y distribución de los productos, lo cual impacta en el precio final con el cual se va a comercializar. “La actividad está integrada por alrededor de 500 empresas y el 80% de las empresas se localiza en la Ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires, distribuyéndose el resto entre Santa Fe y Córdoba.” (Reissig, 2010, p, 9). Con esto deja entrever que no hay una concentración de empresas de cuero en un solo sector del país, por el contrario, tiene diferentes focos donde los productos del cuero se realizan y se comercializan. Sin embargo, existen varios factores que deben tomarse en cuenta y que son pertinentes para el desarrollo del presente Proyecto de Graduación. En efecto, para las pequeñas y medianas empresas, la ventaja está en la mano de obra, las terminaciones realizadas artesanalmente y los volúmenes de producción menos masivos, sin embargo, existe una desventaja a nivel de diseño:

El principal inconveniente es que gran cantidad de pymes tercerizan el desarrollo del producto porque no cuentan con un diseñador. Muchas veces el que desarrolla el producto no conoce todos los equipamientos y esto termina impactando en la producción porque el producto fue pensado de una manera, pero el equipamiento no es el adecuado, o la mano de obra no está calificada. (Montes, 2017, s.p.).

De acuerdo a lo estipulado en la cita anterior, se entiende que la mayor falencia de la

situación del cuero existente en la actualidad en Argentina, es la falta del personal especializado en desarrollar un proceso creativo adecuado, que pueda dirigir una producción y que tenga conocimiento de todas las fases que abarca el ensamblaje de un producto realizado con cuero. Por lo tanto, mediante la incorporación de un diseñador de modas que tenga los conocimientos teóricos y técnicos se puede efectivizar las cadenas de manufactura y logran resultados aún mayores. De esta manera se estará otorgándole a las colecciones o productos finales un prestigio aún más importante que el que existe en la actualidad. Esto se vincula con el desarrollo de la colección final del presente PG puesto que es un factor a tomar en cuenta al momento de diseñar. Siguiendo la misma línea, cabe destacar otra desventaja de la producción actual del cuero en Argentina: la competencia. Dentro de los líderes mundiales en el sector curtidor, la Argentina es el país que menos aprovecha la ventaja de poseer cueros. Su proceso industrial se truncó en perjuicio de las etapas productivas con mayor valor agregado: la terminación de cueros y su manufactura local. (Reisseg,2010). Esto quiere decir que Argentina es un país que no tiene la capacidad de aprovechar el hecho de que cuenta con cueros de calidad. Como se mencionó anteriormente, su objetivo principal es el de abastecer al mercado mundial con cueros semiterminados. Los países competidores son los que mayormente se benefician de los cueros terminados de mejor calidad a bajo costo mientras que en Argentina el valor final por manufactura es más elevado. Por tanto, es relevante reflexionar que para que la industria curtidora de un país pueda realmente crecer deben existir inversiones en base a tecnología y maquinaria para alcanzar una producción en cuanto a cantidad para dar inicio a la actividad con la misma calidad final que las piezas producidas fuera del país.

Por otra parte, es pertinente mencionar otra de las falencias que afecta mayormente la economía de la industria del cuero y está relacionada a la escasez de materia prima proveniente de la faena de ganado. Según la Cámara de la Industria y Comercio de Carnes y Derivados de la República Argentina (CICCRA, 2017), en el año 2016 la producción de cueros disminuyó un 31% desde el año 2009 ocupando uno de los

rankings más bajos de la historia. Como consecuencia de este hecho cabe resaltar otro problema a nivel productivo y es el reemplazo de materia prima de origen natural por materiales sintéticos como una solución para amortizar los precios de venta. Según lo estipula Fernández (2016) en Argentina la mayor parte de la producción de cuero está centrada en piezas de origen sintético. Con la disminución de la faena bovina, los productores y artesanos de la industria de la moda se ven en la necesidad de buscar sustitutos de la materia prima de origen natural y optan por materiales sintéticas. Por lo general buscan crear imitaciones de los elementos naturales al cambiar su composición química, pero manteniendo su aspecto físico.

En lo relacionado con la industria textil y fase a este panorama, Aldrich (2007) asegura que las estructuras de los materiales naturales pueden ser manipuladas para imitarlas, y que el resultado es que actualmente los materiales sintéticos han sido sustituidos notablemente a las fibras de origen animal. De esta manera en la actualidad, los materiales naturales han pasado a estar en un segundo plano generando como consecuencia problemas relacionados con el medioambiente gracias al uso excesivo de químicos en sus procesos de obtención y porque no poseen la capacidad de degradarse. Sin embargo, el uso de estos tipos de materiales, además, de generar perjuicios a nivel de la salubridad ya que, aunque su aspecto es el mismo físicamente, sus propiedades no responden a las necesidades fisiológicas de transpirar o moverse adecuadamente, desvalorizan el valor simbólico del cuero en relación a la identidad argentina puesto que se sustituye una fibra proveniente de un animal por una artificial. Este factor es relevante para la colección ya que la propuesta final de diseño deberá tomar en cuenta todos estos factores que tienen repercusiones en otros ámbitos como la salud y el medioambiente.

### **3.3.1. Análisis de la competencia. Marcas y diseñadores argentinos**

Aunque se mencionó anteriormente que el cuero es un recurso poco explotado ya que las propuestas de diseño que incorporan el cuero dentro de sus colecciones no logran

otorgarle un carácter innovador y estético será posible analizar cuatro casos de marcas que si han sabido aprovechar al cuero como un material que genera un valor agregado diferencial. El estudio de estas firmas compone una investigación de la competencia de la marca a desarrollarse *Sued Leather Concept*. Es relevante explorar de que manera trabajan o trabajaron el cuero estas cuatro marcas para poder determinar cual seria el valor agregado que logre distinguir a la marca de su competencia.

En primer lugar, sobresale Mariano Toledo, diseñador argentino que se agrupa dentro de la corriente de diseño de autor, explica que ha sabido aprovechar las técnicas y las tecnologías para crear prendas cotidianas como vestidos, camisas, polleras. Todo esto se logró a través de procesos que logran ablandarlo y aligerarlo para poderlo moldear con una facilidad como si fuese una tela. “Tengo mucha afinidad con este material, lo uso en las dos temporadas con técnicas de costura que hacen que se vea casi como género: pliegues, recortes, pespuntos, frunces” (La Nación, 2010). Ha trabajado también para marcas como *Muaa* de Pablo Ramírez y *Perramus*. Lo que es posible analizar de las propuestas de este diseñador es que sus prendas logran transmitir ligereza y flexibilidad algunas de las tipologías codifican para el rubro *street wear* y *casual wear* expresando una sensación de comodidad y despojo. El diseñador logra resignificar el carácter poco maleable y duro asociado comúnmente al cuero. La autora de este Proyecto de Graduación ha hecho un relevamiento de los trabajos más relevantes de Toledo. (ver figura 7, cuerpo C, p. 6) .

Así mismo se destaca la diseñadora de modas Laura Valenzuela quien para la temporada primavera verano 2010 presento en el *Mercedes Benz Fashion Week* una colección con prendas de cuero estampadas caladas y bordadas que simulaban ser encaje y tela de *broderie*. La diseñadora logro otorgarle transparencia sofisticación y ligereza a un material tan rígido como el cuero. La colección tiene un estilo barroco romántico y colores neutrales. Esta dirigida a mujeres adultas de entre 35 y 50 años. Lo se puede criticar de esta colección es que el cuero no se presenta en su estado completo es decir que la mayoría de este material ha sido sustraído por la técnica de

calado. Este efecto resignifica al cuero como un elemento blando y sutil. (ver figura 8, cuerpo C, p.6).

Siguiendo la misma línea, cabe mencionar al diseñador de modas Santiago Artemis quien para la temporada Otoño Invierno 2012 presento una colección llamada *Dark Victor* con reminiscencias góticas y *punks*. La silueta de las prendas se caracteriza por la excentricidad, el volumen y lo desestructurado. Artemis creo vestidos chaquetas, pantalones y faldas incorporando el recurso de la extensión del yo, es decir genero volumen en lugares estratégicos del cuerpo como hombros y caderas. Además logro manipular el cuero de una manera poco convencional creando frunces y tablas como una forma de innovar. Por otra parte para la temporada Otoño Invierno 2017 presento la colección nombrada *Le Grand Menssonge* en la cual presento prendas sofisticadas y extravagantes inspirándose en la cultura escandinava con gestos de glamour y ostentación de la década de los ochenta. De acuerdo al estudio de sus conjuntos fue posible determinar que las prendas tienen un carácter excéntrico pomposo e inclusive austero. La ocasión de uso para estas prendas codifica para una gala o alfombra roja y para un usuario el cual este expuesto al mundo de espectáculo y los medios. La autora selecciono conjuntos de ambas colecciones los cuales tienen mayor relevancia para el estudio de la competencia vinculado a la marca a desarrollarse *Sued Leather Concept*. (ver figura 9, cuerpo C, p. 7).

Por otra parte, es preciso analizar a la marca *Complot*. Si bien se enfoca en un tipo de moda masiva e industrial, en sus propuestas de cada temporada no puede faltar la utilización del cuero en prendas como chaquetas, chalecos, pantalones y vestidos, ya sea como material principal de cada tipología o bien combinados con otros géneros textiles. Un ejemplo de ello es su colección Primavera Verano 2018 la cual incluye tipologías con volados, recortes y frunces. *Complot* esta dirigida a un publico joven de entre 15 y 25 años y se caracteriza por transmitir rebeldía y modernidad. Lo que se puede destacar al analizar como trabaja las prendas es que las mismas siguen las tendencias de la temporada sin agregar valor agregado o un elemento propio de la



marca. (ver figura 10, cuerpo C, p. 7). Se ha realizado un cuadro comparativo de todas estas marcas en donde se observan todos los datos recolectados en este apartado. (ver Tabla 1, cuerpo C, p. 8).

Como conclusión de este tercer capítulo cabe destacar que el mercado argentino de la moda del cuero presenta falencias en cuanto a innovación, diseño y efectividad de los procesos manufactureros. Además, cabe destacar que la materia prima de mejor calidad se destina a otros países o bien se importa, pero encarece los costos de la producción final. Sin embargo, el valor identitario y tradicional vinculado al cuero lo posicionan como uno de los países mayormente reconocidos a nivel mundial. Por lo tanto, existe una oportunidad en cuanto a generar una propuesta innovadora de diseño que posicione al cuero no solo como un material rico en valores autóctonos, sino que también pueda ser mejor aprovechado por sus propiedades específicas. Aunque es un recurso poco explotado en cuanto a innovación y estética existen cuatro casos de diseñadores que han sido estudiados en este capítulo porque han sabido resignificar el uso tradicional asociado al cuero y han logrado generar propuestas originales mediante la utilización de recursos de diseño y detalles constructivos poco convencionales en cuero.

## **Capítulo 4. Proceso de experimentación textil**

El siguiente capítulo establece el estudio del cuero y como optimizar sus propiedades de manera que sea intervenido con detalles constructivos innovadores. Concretamente se analizará cual es el tipo de cuero más útil para realizar la colección final que compone el presente Proyecto de Graduación teniendo en cuenta su origen y características asociadas a la maleabilidad. Así mismo se determinarán cuales son las intervenciones que se aplicara al material con el objetivo de darle un mayor valor agregado. Se estudiará de qué forma se comportan los distintos tipos de cuero estudiados en el capitulo dos al ser fruncidos, plisados o drapeados. Además, se establecerán las normas de corte y confección que debe seguir el desarrollo de la propuesta final la cual será creada a lo largo del capítulo cinco.

### **4.1. Selección de materiales**

La realización de una colección comprende un proceso de selección de los materiales más apropiados para las prendas a confeccionarse y que logren adaptarse a las necesidades de un usuario y a sus actividades. Saltzman (2005) expresa:

Conocido como unos de los elementos compositivos del diseño de indumentaria, el textil, es uno de los elementos más importantes a la hora de conformar la silueta sobre el cuerpo. Éste cumple varias funciones con respecto al organismo, lo cubre, lo rodea, y del mismo modo genera sensaciones del interior de la piel hacia el exterior (Saltzman, 2005, p. 45).

Cabe recalcar que, aunque la definición precedente es acertada en cuanto a la función que debe portar un textil, dentro del presente Proyecto de Grado se aborda el cuero como un material y no como un textil es decir que no se compone de fibras. De esta manera Sierra (2013) expone que el mundo se rodea plenamente de objetos realizados por un material específico, que transmiten sensaciones, ya sea al tocarlos, al olerlos o al degustarlos. Los diseñadores, y en sí, la especie humana, son capaces de crear un objeto según lo que ven o encuentran y sentirlo como algo

más que su forma exterior. Cada producto que se crea genera para el consumidor genera asociaciones con sus experiencias, tanto por su color o por su forma. De acuerdo a lo establecido por estos dos autores se entiende que un material debe producir sensaciones en el usuario, debe portar un valor estético, y debe cumplir con la propiedad de ser funcional. En el caso específico de este PG la funcionalidad estará relacionada con la maleabilidad asociada al cuero ya que de ella dependerá el desarrollo y confección de la colección final con prendas que porten detalles constructivos que requieren un alto nivel de manipulación. Cabe recordar que para la confección de la colección de la marca *Sued Leather Concept*, la autora decidió trabajar con cuero de origen natural en su totalidad por tres razones, en primer lugar esta decisión ha sido tomada ya que como se pudo establecer en capítulos anteriores la industria textil es una de las industrias más contaminantes por el uso de materiales de origen sintético que son los más perjudiciales para el medioambiente. Por otra parte, se ha optado por este material por su carácter identitario y su valor simbólico asociado a la cultura y tradición argentina lo cual genera valor agregado en las prendas. Sin embargo, más allá de estas razones el siguiente apartado busca demostrar que el cuero puede también ser funcional para el usuario y sus propiedades permiten generar detalles constructivos generados con textiles planos o de punto como por ejemplo frunces, drapeados y volados. Es por esto que, en el momento de desarrollar una propuesta en la cual el material principal es el cuero es primordial que logre ser lo suficientemente maleable, elástico, y otorgue libertad de movimiento aunque el mismo este relacionado a las propiedades de resistencia y dureza estudiadas en el capítulo anterior. Sin embargo, de acuerdo a lo estudiado en el capítulo tres, existen varios tipos de cuero según su acabado, su destino final es decir si se lo utilizará para confeccionar accesorios, indumentaria, tapicería o talabartería, su grosor y los aditivos utilizados durante el proceso de curtido. Aunque la decisión de trabajar con cuero natural es un hecho se debe decidir cual es el tipo de cuero que mejor pueda moldearse al cuerpo y que pueda responder a las

propiedades vinculadas a la flexibilidad, maleabilidad, resistencia al desgarre, resiliencia entre otras.

Lo que supone revelar este capítulo es que existe un material específico que se destaca de los demás el cual será utilizado para la confección de la colección final. Para ello, Silvia Barreto en la cátedra Tecnología Textil, plantea una metodología llamada Ensayos Empíricos que consiste en efectuar una serie de pruebas prácticas que logran determinar las propiedades específicas asociadas a una fibra o material. Como punto adicional relevante para el desarrollo de este PG se justificara con la ayuda de este mismo proceso la elección del cuero de origen natural sobre el cuero de origen sintético.

Barreto (2014), clasifica a las propiedades textiles en tres categorías: de acuerdo al aspecto estético y la duración de su apariencia, a la durabilidad y al confort. En el primer caso se toman en cuenta factores como el color, el olor, la translucencia, la textura, la solidez al lavado y al frote y la resiliencia. En el caso de la durabilidad, se considera la resistencia que tiene el textil al ser sometido a fuerzas mecánicas como el desgarre y la tracción, además se mide la elasticidad y flexibilidad. Por último, la variable confort constituye las propiedades relacionadas a la transpirabilidad, la capacidad de absorción o repelencia al agua y a la conductividad eléctrica. Para evidenciar cada una de estas propiedades la autora plantea una serie de experimentos.

En primer lugar, el aspecto estético, que se relaciona en cuanto a lo que produce el textil con los sentidos del ser humano que, a su vez, se divide en la apariencia y en la duración de esta, tacto, sonido y olor. Para definir la apariencia, se debe iluminar el tejido con una fuerte luz, el observador debe percibir que ocurre cuando el textil interactúa con esta. Distintos relieves generan luz según como sean iluminados. El color que se percibe depende de distintos factores, como procesos de acabados o teñidos. “Es lo que vemos como resultado de una interpretación de nuestro cerebro de la percepción de nuestras células fotosensibles a la modificación de la luz sobre el colorante”. (Barreto, 2014, p. 5). Cuando el textil es transparente, la luz atraviesa el tejido. “Cuando la dispersión de

la luz es tan intensa que no pasa a través del textil, el mismo es opaco, bloquea absolutamente el objeto que esté detrás de él". (Barretto, 2014, p. 5). Si el textil es translúcido, parte de la luz atravesará a este. Si es lustroso, refleja la luz, en cambio una superficie rugosa la absorbe. Cuando no refleja la luz, el textil es mate. El ensayo consiste en colocar una fuente de luz por delante y luego por detrás, para observar el comportamiento del textil. Por otro lado, en cuanto a la duración de la apariencia, consiste en las diferencias que se obtienen luego del uso. Comienza con la solidez al lavado, la cual es la capacidad que posee el textil de, luego del lavado, retener el color. De no tener buena solidez, irá perdiendo el color a través de los lavados, esto se denomina sangrado. El ensayo consiste en sumergir una muestra textil en agua tibia por diez minutos, agitando suavemente. La autora sugiere observar si se produce el sangrado, y el color antes y después de lavar. Además, se agrega la solidez al frote, capacidad de retener el aspecto original luego del frote. El proceso se logra uniendo la muestra textil con un tejido de algodón blanco mediante una costura, frotar en agua tibia con jabón y observar si color es transferido al tejido blanco. Luego, la resistencia a la abrasión que se define como la propiedad de mantener el aspecto original frente al frote con una superficie abrasiva. El deterioro es más intenso cuanto más áspero es el objeto con el cual se produce este proceso, la frecuencia y la presión aplicada. La prueba se logra mediante el frote de la muestra con una piedra pómez sobre ésta, o también flexionada por cinco minutos, se deben observar los cambios de la superficie. (Barretto, 2014).

Siguiendo con las consideraciones teóricas sobre la duración de la apariencia, se procederá a explicar las capacidades en cuanto a forma. Primero se encuentra la resiliencia que es la propiedad de recuperar el aspecto original luego de ser sometida a tensión. El ensayo consiste en aplicar torsión a la muestra, sujetar con ganchos o hilos y retirar luego de varios minutos. Se puede observar si el tejido se recupera o permanece arrugado, de esta forma también se puede determinar la resistencia a las arrugas. Luego se encuentra el tacto, que es aquello que sienten las personas sobre el tejido cutáneo.

Los ensayos en esta etapa consisten en sentir que efecto produce el textil sobre la piel y las manos, para determinar propiedades como liviandad o pesadez, firmeza o flojedad, elasticidad o rigidez, suave o áspero, liso o rugoso y la caída de éste. Por último, se encuentra el olor, el método en esta etapa se consigue al oler el textil y describir que olor posee. Se determina si posee la capacidad de absorber olores luego de un tiempo determinado de exposición.

La segunda categoría correspondiente a las propiedades de durabilidad, determina la capacidad del textil de mantener su aspecto al ser sometido a situaciones de estrés mecánico en un periodo determinado. Comienza con la resistencia al desgarre, donde el textil debe “resistir posteriores rupturas cuando se le aplica una fuerza lateral (en el sentido de la trama) sobre un corte o agujero en la tela. El desgarre se refiere a una ruptura lineal de la tela”. (Barretto, 2014, p. 10). El textil debe ser sometido a la siguiente prueba, se debe hacer un corte de un centímetro con un elemento cortante en sentido paralelo a la trama, tirar de ambos lados y examinar la facilidad con la que se produce el desgarre, describir si se produce de forma lineal o dispareja. Por último, se encuentra la flexibilidad que es la capacidad donde el textil mantiene su integridad luego de ser doblado varias veces seguidas. Si la muestra no soporta esta prueba, se fatiga y se rompe.

Finalmente, en la tercera subdivisión se encuentran las propiedades de confort, que se determina como el estado de ausencia de molestias. A su vez, se divide en el confort térmico y de movimiento. Siguiendo con estas consideraciones teóricas, se encuentra la conducción, donde la temperatura se transfiere por contacto con otra superficie, la convección que se define como el traspaso de calor por un objeto caliente, la radiación que se determina como la difusión de ondas electromagnéticas desde el cuerpo humano, la evaporación donde la transpiración pasa a estado gaseoso y la capacidad aislante el cual es la resistencia a la transferencia de calor. El proceso para comprobar estas características se produce a través de mantener una muestra sobre una región del cuerpo, y ser usada durante un tiempo determinado. Se debe observar la sensación

del tejido cutáneo libre y luego del uso del textil, y examinar si éste o la piel se encuentran húmedos. Por otro lado, la capacidad de absorción se determina a la propiedad de ingresar agua hasta el interior del tejido, esto determina el grado de hidrofiliidad. La repelencia al agua, se da cuando el tejido es resistente al agua, se mide en grados de repelencia, los textiles pueden ser hidrófilos o hidrófobos cuando repelen el agua. Por último, la capacidad de secado que determina el tiempo en cuanto el tejido se seca. El procedimiento para comprobar estas características se realiza colocando gotas de agua sobre el tejido y observar los resultados. Se debe cronometrar cuanto tiempo la gota demora en ser secarse o ser absorbida.

El planteo de este análisis teórico es relevante para el desarrollo del presente PG puesto que plantea las bases sobre las cuales se pueden comparar y seleccionar los tipos de cuero más óptimos para la colección final así como también vuelve posible la justificación de la elección del cuero de origen natural sobre el sintético. El siguiente apartado revelará la aplicación de la teoría hasta aquí expuesta.

#### **4.1.1. Análisis comparativo**

Para poder establecer cuales son los mejores tipos de cuero para ser incorporados dentro de la colección según su acabado y sus propiedades se ha seleccionado como objeto de estudio el cuero metalizado, el transfer, la napa fina, la napa gruesa, el craquelado y el cuero de oveja los cuales han sido numerados del uno al seis. Estas muestras serán analizadas según el estudio práctico planteado anteriormente por Barreto (2014) en donde se indagará específicamente la resiliencia, la resistencia al desgarre, la solidez al frote, la resistencia a la abrasión y la flexibilidad.

De esta forma y siguiendo la teoría de los ensayos empíricos planteada en el subcapítulo anterior, se estudió en primer lugar la propiedad asociada a la resiliencia. Se procedió a doblar una muestra de cada uno de los tipos de cuero mencionados y se colocó un peso durante diez minutos ya que es el tiempo necesario para que el material logre arrugarse y poder observar un cambio de estado. El cuero metalizado, el terminado por transfer,

la napa fina y la napa gruesa volvieron a su estado natural después de efectuada la prueba, sin embargo, el cuero de oveja y el cuero craquelado se mantuvieron arrugados aun pasados los treinta segundos. Por lo tanto, fue posible revelar que todos los tipos de cuero son resilientes a excepción del cuero de oveja y del cuero craquelado. (Ver tabla 2, cuerpo C, p.9).

En lo relacionado a la durabilidad de la fibra, el primer estudio que se realizó fue el de la resistencia al desgarre. Se realizó un corte en la mitad de las muestras de cuero y se tiró fuertemente de cada lado hasta observar desgarre. La napa gruesa y el cuero craquelado no se desgarraron mientras que las otras muestras si presentan desgarre. Por lo tanto, la napa fina y el cuero craquelado son los tipos de cuero más resistentes al desgarre, mientras que la napa fina, la napa gruesa, el cuero metalizado y el cuero por terminación por transfer no son resistentes. (Ver tabla 3, cuerpo C, p.10).

Enseguida se realizó el estudio de la flexibilidad en el cual se dobló las fibras durante un lapso de cinco minutos ya que es el tiempo necesario para observar un cambio de estado relevante en la superficie del material. Se evidencia que el cuero metalizado, el terminado por transfer, el cuero craquelado y el cuero de oveja son las muestras en las cuales se marcó más la línea del dobléz. Mientras que en la napa fina y la napa gruesa la misma no se distingue tan fuertemente. Por lo tanto, la napa fina y la napa gruesa son los tipos de cuero más flexibles. (Ver tabla 4, cuerpo C, p.11).

Finalmente, se comparó la resistencia a la abrasión. Con la ayuda de una lija de 360 gramos se frotó ambas muestras textiles durante cinco minutos. Se eligió ese gramaje ya que es el más óptimo para frotar una superficie tan rígida como el cuero y el tiempo precisado se eligió porque es un lapso en el cual se puede empezar a notar un desgaste evidente en la superficie de los materiales. Los tipos de cuero mayormente desgastados son el cuero terminado por transfer, la napa gruesa y el cuero de oveja. El cuero metalizado, la napa fina y el cuero craquelado presentan menos desgaste. Se demuestra entonces que el cuero terminado por transfer, la napa gruesa y cuero de oveja son los más resistentes a la abrasión mientras que los otros tipos de cuero son



los menos resistentes. (Ver tabla 5, cuerpo C, p.12).

De acuerdo a este estudio se llega a la conclusión de que el cuero más apropiado para la confección de prendas es la napa fina ya que es la más flexible, resiliente y no se desgasta, ni se desgarran tanto como las otras muestras.

#### **4.2. Técnicas de intervención textil**

En primer lugar, vale definir el concepto asociado a la intervención o experimentación textil la cual supone para este Proyecto de Grado la base asociada a la innovación dentro del diseño de autor. El estudio profundo de este concepto es relevante para este PG puesto que establecerá las pautas de como se puede intervenir el cuero.

En lo referido a esta temática Wong plantea que “la textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista” (1995, p.11). Por ende, la utilización de la superficie textil como lienzo sería capaz de portar carga compositiva tanto visual como táctil. Para ello, la selección ahondaría en dos vertientes distintas entre sí, aunque perfectamente combinables. Dentro de cada una, la existencia de variables podría ser infinita desde la materialidad, la forma de aplicación y la interacción con la superficie. Así mismo Udale (2008) menciona que se puede definir como textura a todo aquel material que pueda ser intervenido o resignificado a partir de cualquier mecanismo ya sea este de carácter manual o bien industrial. Puede producir una sensación táctil transmitida primordialmente por medio de una estructura rígida, blanda, dura, esponjosa, áspera, suave, homogénea, heterogénea, pegajosa, lisa, rugosa, entre otros. Por otra parte una sensación visual puede estar dada a su vez por dichas sensaciones, pero serán percibidas mayoritariamente por el contacto táctil. El empleo del color en su diversidad de aplicaciones, es uno de aquellos factores que será transmitido por la vía visual. Del mismo modo, todos aquellos elementos que impliquen la composición de formas,

líneas, curvas, movimiento entre otros serán factores influyentes de dicha vía.

El cuero es un material que puede ser intervenido de varias formas y con múltiples técnicas. A continuación, se mencionan algunas de ellas las cuales serán relevantes para la realización de la colección final.

En primer lugar, se destaca el estampado. De Feo describiría al método como “un sistema de acabado de un tejido o hilado, por medio del cual se tiñe de manera localizada en una o varias zonas del mismo” (2010). Cualquier dibujo con relieve o con una superficie rugosa pueden ser entintados y luego impresos sobre cualquier otra superficie, con el fin de crear una textura visual. Existen diversos métodos y el *shablon* es uno de ellos. Consiste en un marco de madera o metal que tiene una malla de tul muy tensa que deja filtrar la tinta en los lugares que se debe formar el dibujo. En este caso se tiene que hacer un *shablon* por color y el dibujo se va formando por partes. Además de estas técnicas de estampación sobre el cuero se realizan otras que logran texturas táctiles, como el gofrado. Este proceso está formado por un cilindro, el cual es impreso mediante el calor y aplicado con rodillo, dejando en la superficie el dibujo marcado y logrando así distintas texturas. Un claro ejemplo de esto son los cueros con apariencia de reptil o escamado. Así mismo la estampación por transfer data de 1960. Udale (2008) explica que la estampación por termo transferencia consiste en imprimir sobre papel el diseño requerido para después que este seco se pase el papel boca abajo para planchar sobre la tela a una temperatura específica dependiendo del tipo de tejido en el que se quiere el motivo y haciendo presión durante un determinado tiempo. Por su parte el vinilo es un material flexible que se fija por calor. La impresión se realiza con plotter de impresión. El grafismo se imprime sobre un soporte plástico de doble capa y al mismo tiempo se va cortando la capa impresa mediante control digital. Cuando la capa impresa está cortada a la medida requerida se transfiere sobre el producto mediante presión y calor. Sterlacci (2010) menciona otras intervenciones como las láminas metalizadas de estampación con las cuales por medio de la aplicación de

aditivos se obtiene un efecto metalizado en la superficie de la flor. También se puede obtener un efecto acharolado.

Por otra parte, está el teñido o manchado donde una superficie absorbente puede ser teñida o manchada para obtener un tipo de textura visual. De igual modo se hace presente el quemado o ahumado, en la cual una superficie puede ser ahumada sobre una llama para obtener una textura. El raspado o rascado es la técnica en la cual una superficie pintada puede ser raspada con algún utensilio duro o filoso.

Por su parte Hollen (1997) detalla que existen acabados mecánicos y químicos, que se realizan tanto antes de la construcción del tejido o material como sobre la superficie final del mismo. Los procesos de acabado también le añaden propiedades extras para conseguir un efecto visual o táctil. Por ejemplo, se puede lavar, tensar o blanquear el material antes de intervenirlo. Particularmente el lavado se puede utilizar para dar a los tejidos un efecto arrugado. Es por esto que el plisado es uno de los acabados más utilizados por la industria para generar arrugas, al azar por ejemplo, si se lavan o se dejan secar sin planchar. Arrugar y fijar el tejido antes del lavado puede producir arrugas en lugares específicos. Las arrugas permanentes y los pliegues se consiguen aplicando calor y dando forma a las fibras que así experimentan un cambio permanente. El formar los pliegues manualmente supone colocar el material entre cartones ya plegados; luego se enrollan los cartones y se colocan en autoclave. El resultante adquiere la textura del cartón plisado.

En el caso de las texturas táctiles se puede destacar el calado es un recurso que puede servir tanto para dar terminaciones prolijas en prendas o tejidos como también, para aplicar detalles en prendas u objetos de autoría. Algunas veces también se lo utiliza para incorporar figuras o sectores calados en los que se busca alguna distinción o detalle constructivo. El primer paso de este proceso es la realización de un diseño en curvas a escala real para pasar luego al material o textil a calar. Dicho patrón es dibujado en algún programa de diseño como *Corel*, *Illustrator*, *Autocad*, o algún otro apto para dibujos vectoriales. Una vez hecho esto se pasa el dibujo a la computadora

conectada a la plancha de corte láser. A continuación, se ubica la tela o material a calar en la superficie de calado, y se realiza el diseño. La mayoría de los textiles se pueden calar y cortar con esta máquina e incluso los tejidos delicados pueden ser cortados con esta tecnología ya que no sufren desgaste alguno además los bordes son sellados para evitar deshilarse en los bordes. De acuerdo a LLadó (2013), habrá algunos que serán más aptos que otros para la aplicación de este tipo de recurso, dependiendo de sus características compositivas. El material cuero, se puede calar con mucha precisión ya que es estable y presenta rigidez. Este soporte es apto también para desflecar y grabar con la tecnología láser.

Como puede observarse son múltiples las técnicas que pueden utilizarse tanto para crear texturas visuales o táctiles. La finalidad de estas intervenciones es la de otorgarle un valor agregado a la colección final y destacar las piezas que la componen de la competencia y darle una impronta propia a los diseños finales.

#### **4.3. Detalles constructivos inspirados en otros géneros textiles**

Con el objetivo de enriquecer las propuestas finales de diseño existen elementos que otorgan un discurso visual más complejo llamados detalles constructivos. De acuerdo al sitio web Ficherotecnia (2017) un detalle constructivo es una representación de una zona específica de construcción en donde confluyen distintos materiales o tipologías con una finalidad estética o funcional. Los detalles constructivos pueden ser desde bolsillos, cierres o pinzas hasta elementos estéticos como tablas, alforzas o frunces.

La colección final a presentarse en el siguiente capítulo será versátil e innovadora por la incorporación de detalles constructivos presentes en la ejecución de prendas con otros tejidos planos o de punto que no son de cuero. Se podrán encontrar fruncidos volados y drapeados. Vale estudiar en profundidad cada uno de ellos.

De acuerdo a la revista Marie Claire (2014) el fruncido puede hacerse a mano o a máquina usando hilo o elástico. En el primer caso se coloca un hilo doble en una aguja

de mano se asegura un extremo se realiza puntadas del mismo tamaño Al final se debe dejar una cantidad de hilo lo suficientemente largo para poder halarlo y de esa forma fruncir la tela. El fruncido a maquina se efectúa colocando la puntada larga asegurando el hilo al comenzar a coser, pero sin atracar al final de manera de dejar un hilo largo y sin tensión para poder halarlo. Esta técnica se utiliza para dar volumen y decoración a las prendas. Para fruncir con elástico se debe colocar el elástico al ras de la tela en la zona donde se quiere lograr el efecto y estirar el elástico mientras se va cosiendo de manera que la tela vaya frunciéndose conforme avanza la costura entre as se estire el elástico mayor será el efecto.

Por su parte el drapeado es una forma de trabajar la tela, dejándola caer armoniosamente, mediante un conjunto de pliegues de diversos tamaños y profundidades, los cuales, integrados al cuerpo, otorgan a la indumentaria su estructura definitiva. El drapeado se extiende hacia la totalidad de la prenda cuando esta se limita a un tejido cortado acorde a una figura geométrica: cuadrado, rectángulo, triángulo, círculo. O bien es incluido como adorno para otorgar volumen a una zona específica. Las primeras ropas completamente drapeadas emergen alrededor del siglo XII a.C. en Grecia y son empleadas indistintamente por ambos sexos. Se trata de rectángulos de lana o lino, de tamaño variable, que cuelgan o se enrollan en el cuerpo de maneras muy diversas. La más conocida es una túnica llamada chitón, cuyo largo alcanza las rodillas, en el caso de los hombres, y los tobillos, en el caso de las mujeres. Se sostiene en los hombros por medio de alfileres y se ciñe a la cintura recurriendo a cordones. La complejidad del chitón depende de las dimensiones y flexibilidad del tejido de origen. Si el ancho sobrepasa la distancia comprendida entre las puntas de ambos brazos abiertos, la tela plegada puede cubrir dichas extremidades simulando mangas. Cuando el largo supera la altura de quien lo lleva, la túnica se ablusa por encima de uno o varios cinturones dando la impresión de varias prendas superpuestas. (Villalobos, 2013).

Otro detalle constructivo relevante para la colección final son los volados. Consiste en la realización de piezas de moldería a las cuales se las recorta en lugares específicos y

se abre el molde insertando una cantidad de centímetros específicos de forma que el resultado final sea una tela con ondulaciones. Pueden ser aplicados en casi cualquier parte del cuerpo por ejemplo en la sisa, en algún recorte del frente o espalda, en las mangas, en los ruedos, dependiendo de la creatividad del diseñador.

#### **4.4. Consideraciones de costura y ensamblaje**

Para la confección de la colección final se han tomado en cuenta ciertas consideraciones para poder llevar a cabo el proceso productivo de la misma. El objetivo es el de definir todos los aspectos técnicos relevantes para la confección de todas las prendas. Como lo establece Casiari (2006) :

aqueles profesionales que decidan emprender actividades de producción con cuero, sea en vestimenta o accesorios, deberán tener presente las particularidades que este material presenta como material único e irreplicable. Un diseño innovador no alcanza cuando la calidad del cuero no es óptima. En la producción de objetos en cuero el binomio cuero-diseño es imprescindible si se desea lograr objetos atractivos y durables. (2006, p. 2).

De acuerdo a esta cita se entiende que diseñar indumentos a base de cuero supone no solo conocer las propiedades específicas de dicho material, sino que también es importante conocer todos aquellos elementos y factores que puedan influir al momento de producir una colección y eso incluye estudiar todos aquellos aspectos que puedan afectar a la calidad final de las prendas.

En primer lugar, cabe establecer que para la confección de una colección basada únicamente en cuero se deben tener en cuenta algunas consideraciones al momento de cortar las piezas y de ensamblarlas. Como lo menciona Sterlacci (2010), a diferencia de los fabricantes de prendas de tela que normalmente pliegan varias capas de tela una sobre otras y realizan una encimada antes de pasar a la etapa de corte, los encargados de confeccionar prendas en cuero siempre cortan las piezas una por una. Esto se debe a que las pieles varían mucho según el tamaño la calidad y la forma. El cuero proviene de un ser vivo, y por lo tanto existen numerosos factores que inciden en la calidad final, en su resistencia y durabilidad. El cuero exige cuidados especiales en lo que se conoce como el estado en pie, es decir, cuando el

animal se encuentra pastando en el campo. Los golpes en la piel, los rasguños realizados por la vegetación silvestre, la cantidad de pariciones que el animal haya tenido, el tipo de alimentación, los insectos y las enfermedades repercuten en la calidad del cuero. Según la composición y uniformidad de la estructura de las fibras naturales del cuero, se pueden establecer zonas de diferentes calidades. El grupón o lomo y la culata, constituyen la zona de mayor calidad de donde se extraen las piezas con mayor resistencia, que serán sometidas a estiramientos prolongados. El cogote y la falda poseen una calidad intermedia, y si la vaca a parido varias veces, será más flexible. Como puede observarse cada pieza de cuero es diferente de acuerdo a los factores a los cuales se expone el animal y a sus características físicas. Por lo tanto, no es posible realizar una encimada al igual que las telas que son de un tamaño y forma regular.

De igual forma al momento de confeccionar una prenda de cuero el necesario comprender cuales son los tipos de maquina aptos para su ejecución. Casiari (2006) expone que “las maquinarias industriales que intervienen en la manufactura del cuero para vestimenta, marroquinería y accesorios son variadas y cumplen funciones específicas, así como también el tipo de hilo utilizado y la calidad de las agujas es fundamental si se desea tener una terminación prolija.” (Casiari, 2006, p. 2). Es imprescindible que las máquinas posean un arrastre inferior para lograr los distintos tipos de costura asociados a su elaboración. Tal como lo indica Velasco (2017) los equipos y la infraestructura para un proyecto el cual se trabaje con cuero consiste en máquinas de arrastre pesado como son *overlock*, recta, recubridora tanto para cuero como para denim, en el área de terminados se contará con una remachadora y ojaladora, todas estas herramientas son indispensables para poder desarrollar el producto como tal.

Gracias a este tipo de maquinas se pueden crear varios tipos de costuras. En primer lugar las costuras abiertas y encoladas que se efectúan pespunteando la costura y se recorta los excesos a continuación se aplica cola en el margen se las abre y se las alisa a presión con la ayuda de un rodillo. También existen las costuras falsas

sobrecosidas y planas en las cuales se doblan los argenes de la misma hacia un lado y se fija la costura con un segundo pespunte paralelo se logra un efecto de escalonado o de superposición de piezas. Así mismo la costura simple solapada y pespunteada cosida al canto consiste en aplicar una cinta al bias al borde de la piezas y realizar un pespunte decorativo por encima con la finalidad de solapar una pieza sobre otra. (Sterlacci, 2010).

Por otra parte, cabe mencionar que existen telas de refuerzo que permiten un mejor ensamblaje de las piezas y una mayor prolijidad una de ellas son los forros. En efecto algunas prendas como las chaquetas sugieren ser forradas para no tener contacto directo con la piel y facilitar el acto de vestir. Por ejemplo la gamuza de cordero presenta un aspecto antiestético por lo que los diseñadores añaden un forro para cubrir las imperfecciones. Además, existen entretelas que deben ser aplicadas a todas las costuras que se cosen juntas y se giran como las tapas de bolsillo los cuellos las solapas las pretinas los puños se utilizan para reforzar los puntos de estrés de una prenda como por es el caso de las sisas, los escotes, los cierres, las aberturas de bolsillos, los ojales, botones, dobladillos y presillas. (Sterlacci, 2010).

Como conclusión de este capítulo puede decirse que la incorporación de detalles constructivos tales como frunces, volados, drapeados, así como las texturas táctiles o visuales otorgan un valor agregado a la colección final. Sin embargo, como se pudo demostrar no todos los tipos de cuero se comportan de la misma manera. Se eligió incorporar la napa fina para la confección de las prendas de la propuesta final de diseño porque responde de forma óptima a la resiliencia, flexibilidad, resiste a la abrasión y no destiñe por lo tanto son los tipos de cuero que mejor responderán a la incorporación de los detalles constructivos y texturas estudiadas a lo largo de este capítulo.



## **Capítulo 5: Colección Colours in Leather por Sued Leather Concept**

En el siguiente capítulo se explicará todo el proceso creativo y constructivo que implica la realización de la colección final que compone el presente Proyecto de Graduación en relación al contenido de los capítulos anteriores. Se concreta la propuesta de diseño mediante la presentación del usuario, del concepto y de la ocasión de uso. Además, se plantea la identidad de la marca *Sued Leather Concept* su misión y su visión con la finalidad de pautar el valor agregado de la propuesta el cual le permite diferenciarse de sus competidores. Se podrán llevar a la práctica los factores establecidos en el capítulo anterior vinculados al desarrollo de moldería, corte, confección y detalles constructivos en cuero. Para ello se materializarán seis conjuntos que componen la colección de la temporada otoño invierno 2018. Finalmente, la totalidad de las prendas se presentarán al finalizar el capítulo por medio de geometrías y figurines.

El objetivo del desarrollo de esta propuesta está relacionado a la resignificación del uso del cuero en Argentina. En primer lugar, lo que se demostrará es que el mismo puede ser manipulado como un material que sería utilizado de la misma manera que un textil de origen plano o de punto. La autora del presente PG mostrará con el desarrollo de la marca *Sued Leather Concept* que el cuero puede ser igual de maleable que otros géneros textiles y que se puede adaptar a la creación de prendas que posean detalles constructivos que implican un alto nivel de manipulación por parte del creador tales como volados, frunces o plisados. Por otra parte, la identidad de la marca estará asociada a la revalorización de la cultura argentina por el valor simbólico asociado a este material. Como se pudo establecer precedentemente el cuero forma parte de la tradición argentina desde que se empezó a producir de forma artesanal en el siglo XVI en territorio nacional y a ser utilizado por las poblaciones autóctonas del país. Así mismo fue adquiriendo valor al convertirse en un elemento importante a nivel económico por el prestigio y el lujo asociado a este material el cual es valorado internacionalmente posicionándolo como un emblema que caracteriza a la nación argentina. Actualmente, gracias a los avances tecnológicos, su producción se ha masificado e industrializado

pudiendo encontrar productos de cuero en rubros como en el diseño de accesorios, calzado e indumentaria, talabartería, tapicería y artesanías. Pese a ello se pudo determinar en el capítulo tres que no existen a nivel nacional propuestas de diseño que utilicen el cuero como materia prima de sus colecciones, sino que se encuentra combinado con otros materiales. De esta manera *Sued Leather Concept* tendrá un valor agregado que la diferencie de la competencia.

### **5.1. Identidad de marca**

En primer lugar, cabe definir los valores asociados a la identidad de la marca *Sued Leather Concept*. Como lo expone Ghodeswar (2008)

La identidad de marca engloba aquellos valores que nos permiten conocer cómo es una marca en su núcleo central, cuál es la naturaleza de esa marca y a quién se intenta dirigir. Es todo aquello que un consumidor puede ver y puede hacer que prefiera esa marca sobre otra por permitir una identificación entre marca y persona, entre los valores que defiende una marca y los valores de esa persona. (Ghodeswar, 2008, p. 8).

Se entiende entonces que la creación de la identidad está relacionada con lo que la organización quiere que sea la marca y va a estar afectada por numerosos factores tanto internos de la empresa como externos del entorno que rodea a la misma. Por ello, la identidad de marca necesita centrarse en aquellos puntos de diferenciación que van a ofrecer a la empresa una ventaja competitiva. Esto significa que la marca debe centrarse en las necesidades de los consumidores y en lo que sus competidores ofrecen para poder satisfacer de la mejor manera, y mucho mejor que la competencia, esas necesidades.

Keller (2013) por su parte expone que para crear identidad hay que generar asociaciones fuertes con la marca. Para ello se necesita tener una idea clara de qué es nuestra marca, a quién nos dirigimos y cuál es nuestro objetivo, lo que viene siendo una definición clara de la misión, la visión y los valores de nuestra empresa. Si estos tres aspectos no están claros, entonces será imposible transmitir una identidad fija y duradera a nuestra marca y acabaremos con una marca sin valor y sin una posición

clara en el mercado a la que nuestros consumidores no sabrán qué asociar. De acuerdo con Keller, el conocimiento de una marca por el consumidor se puede definir en el significado personal que cada uno atribuye a la marca en cuestión y que es almacenada en la memoria de éste (Keller, 2013). Por tanto, si no tenemos una identidad precisa que transmitir al consumidor, éste tendrá dificultades a la hora de dar un significado personal y almacenar la información en su memoria, puesto que no sabrá cómo identificar esa marca.

En este caso se debe tener en cuenta que de acuerdo a lo analizado en el capítulo tres, los competidores de *Sued Leather Concept* Santiago Artemis, Mariano Toledo, Laura Valenzuela y *Complot* ofrecen propuestas con conceptos distintos a los que la autora del presente PG busca transmitir. El primer caso estudiado crea prendas que si bien tiene detalles constructivos innovadores y que requieren un alto grado de manipulación difiere en cuanto a la ocasión de uso y al target al cual apunta además que las tipologías transmiten extravagancia y opulencia lo cual no se asemeja a *Sued Leather Concept*. Por otra parte, de Toledo vale destacar que el diseñador trabaja para otras marcas en conjunto con su estética por lo cual su impronta se combina con otros conceptos alejados del diseño de autor como tal. Por otra parte, no logra crear una colección completa utilizando el cuero como materia prima, sino que dentro de ellas incluye algunos conjuntos utilizando cuero. Sin embargo, el diseñador logra moldear el cuero de una forma única e innovadora generando detalles constructivos como frunces volados pliegues alforzas y tablas. En cuanto a Valenzuela es destacable la resignificación que le da al cuero haciendo que parezca otro género textil más blando pero la diseñadora ha exagerado en cuanto a las texturas visuales calando un gran porcentaje del cuero lo cual genera una pérdida del valor simbólico asociado al material en cuanto a su resistencia. Por último la marca *Complot* integra el cuero en sus colecciones, pero siguiendo las últimas tendencias de moda. Aunque existe el concepto de rescate de la identidad argentina por el uso del cuero el mismo se ve truncado por la

falta de diseño de sus colecciones que se integran dentro de un tipo de moda más industrializada.

De acuerdo al estudio de la competencia es posible plantear la identidad de marca de *Sued Leather Concept*. En primer lugar, la colección a desarrollarse estará constituida en su totalidad por el cuero utilizando como materia prima de sus colecciones. Por otra parte, es posible plantear que la identidad nacional se ve rescatada por el uso de cuero natural, pero resiniéndolo mediante la creación de detalles constructivos como frunces plisados y volados los cuales enriquecen el discurso visual y a la vez replantean el uso del cuero en una colección al presentarlo como un material maleable y no tan rígido. La diferencia con la competencia radica en el género del cuero elegido. Como se estableció en el capítulo cuatro será la napa fina. Otro valor que caracteriza a *Sued Leather Concept* es la comodidad asociada a prendas con siluetas poco convencionales. Aunque el cuero sea conocido por la rigidez de su superficie el tipo de acabado elegido permite lograr detalles constructivos de alto nivel de manipulación ubicando al cuero con la sensación de que fuera otro género textil más liviano. Todos estos aspectos constituyen el factor diferencial en relación a la competencia.

## **5.2. Partido conceptual**

Saltzman (2004) establece que “el proceso de diseño se inicia en la proposición de un objeto imaginario y culmina en la realización de un objeto material”. (p.13). Desde el punto de vista teórico, se puede definir al proceso de diseño como las etapas que deben atravesar los diseñadores de indumentaria antes de crear una colección o una prenda con un fin específico.

El eje de toda creación es constituido por lo que se denomina inspiración. Es decir, aquel concepto, elemento, sensación, textura, que provoca en el diseñador una fuente de recursos visuales y táctiles. Estas ideas se exponen en un panel de inspiración en el cual, por medio de imágenes, textiles y cualquier recurso que se desee exprese el concepto que se quiere transmitir. Como lo explica Choklat (2012), esta inspiración,

generalmente se acompaña de una macro tendencia. el proceso de investigación continúa con la búsqueda de una temática que servirá para definir los conceptos que se busca transmitir por medio del diseño. De esta manera, el diseñador debe elegir un tema que sea de su agrado y le inspire. La temática debe ser investigada de manera profunda ya que será la base para obtener ideas para diseñar la colección. De ahí saldrán los recursos, texturas, colores y siluetas que componen una colección. Estas ideas se exponen en un panel de inspiración en el cual, por medio de imágenes, textiles y cualquier recurso que se desee exprese el concepto que se quiere transmitir.

Por otra parte, vale recordar que, como se expuso en el capítulo uno, la marca a desarrollarse enfoca en el diseño de autor en el proceso de investigación de una colección de diseño de autor difiere del proceso tradicional en el cual se sigue una tendencia. Cabe citar a Saulquin (2006) quién define que un diseño es considerado de autor cuando el creador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. Se entiende entonces que el diseño de autor propiamente dicho no sigue a la moda dentro de los gustos colectivos de un grupo de personas, sino que el diseñador interpreta las tendencias a su manera, según sus gustos y preferencias e impone su estilo.

Para el desarrollo de la colección, y de acuerdo a lo establecido por Choklat (2012) y Saulquin (2006), el concepto de la marca *Sued Leather Concept* se basa en primer lugar en la reinterpretación de varias tendencias por parte de la autora. Estas tendencias son lo monocromático, los volados, los plisados, las cuales pueden ser observados de forma recurrente en marcas como Celine, Stella McCartney, Balenciaga y Gucci que han sido seleccionadas como inspiración para el desarrollo de la colección final. (ver figuras 11 a 15, cuerpo c, p. 13-17).

Por otra parte, se fundamenta en el rescate de la identidad nacional al utilizar el cuero producido en Argentina y transmitiendo todos los valores asociados a la cultura tradicional. La finalidad es la de revalorizar el cuero como un material que puede ser utilizado de una manera alternativa al uso de textiles de punto y plano y puede ser

manipulado de la misma manera que ellos y a la vez recuerda el valor emblemático vinculado a las poblaciones autóctonas del país. Finalmente, la colección está relacionada a la temática de la preservación del medioambiente ya que se incorporarán técnicas de corte y moldería que no sean contaminantes al optimizar los recursos para no generar desechos. Este punto será desarrollado con más profundidad en el subcapítulo 5.4.

### **5.3. Usuario potencial y ocasión de uso**

Paralelamente a la investigación del partido conceptual se debe realizar el estudio del usuario ya que de eso va a depender la ocasión de uso de la colección y por lo tanto las tipologías a realizarse. Gwilt (2014) sugiere que es importante conocer al usuario de la colección para así poder tomar decisiones de diseño. Para ello es necesario hacer una descripción de los aspectos geográficos, demográficos, psicológicos y de sus necesidades y hábitos de consumo. Además, es necesario poder visualizar al usuario por medio de un panel en el cual por medio de imágenes se pueden observar las características propias del mismo. De esta manera, se establece que el usuario potencial. De esta manera, se establece que el usuario potencial está ubicado en Buenos Aires, en Capital Federal y en zonas periféricas del Gran Buenos Aires como Martínez, San Isidro, Vicente López y Pilar ya que son las áreas de mayor poder adquisitivo. Además, al plantear a la colección final dentro del diseño de autor, el usuario debe pertenecer a una clase social media alta y alta. Desde el punto de vista demográfico, el usuario es de sexo femenino, su rango de edad es de entre 25 y 35 años. Es muy arraigada a los valores culturales y a la tradición argentina. Por otra parte, el perfil debe corresponder al de una persona que tenga una actividad profesional o estudie en el sector del diseño o artes liberales y tenga preferencias por el arte, o actividades afines. En su tiempo libre opta por realizar actividades culturales y sociales en las cuales busca destacarse mediante un estilo propio, elegante y excéntrico. En cuanto a su personalidad, es una persona extrovertida, le gusta llamar la atención, es

divertida y espontánea, esta dispuesta a experimentar nuevas sensaciones y emociones, se adapta fácilmente al cambio. Es una cliente fiel, pero busca la exclusividad y la innovación al momento de vestir prefiere prendas que sean atemporales y únicas.

En lo referido a la ocasión de uso cabe citar a Barretto (2006) quien define este término como el código de vestimenta que se debe respetar para realizar una actividad determinada. Estos códigos son utilizados por los consumidores según su estilo de vida y su perfil y condicionan el rubro al cual se dirige una colección. De acuerdo a lo establecido la colección se fundamenta en el rubro *ready to wear* o *pret a porter*. Este rubro nació en 1947 junto con el *New Look* de Christian Dior en oposición a la complejidad de la Alta Costura. Este tipo de concepto de producción seriada se define a prendas diseñadas para uso diario llamado. El filósofo y sociólogo francés Gilles, L., establece:

la verdadera evolución que ha destruido a la arquitectura de la moda centenaria es la que ha sacudido la lógica de la producción industrial: corresponde a la irrupción y al desarrollo de lo que llamamos *pret-à-porter*. A diferencia de la confección tradicional, el *pret-à-porter* ha entrado en la nueva vía de producir industrialmente vestidos accesibles para todos, pero sin dejar de ser inspirados por las últimas tendencias del momento (1996, p. 122).

Por definición este término traducido al español sería Listo para llevar fue un revuelo de aquel entonces ya que no sólo era obtener una prenda para utilizar todos los días con materiales de fácil de lavar y planchar, si no que, a la vez, eran vestidos que los grandes diseñadores como Givenchy, Pierre Cardín, entre otros, bautizan éste termino de *Pret-à-Porter* con su impronta y discurso de diseñador en prendas comerciales. Nii, (2010), menciona que el objetivo del *Pret-à-Porter* era satisfacer las necesidades de un amplio mercado con artículos de calidad. La ropa de confección ya existía desde finales del siglo diecinueve, pero se consideraba de poco valor y no estaba muy bien hecha. “En el siglo veinte, con el avance de las culturas de las masas y las fibras artificiales, el *Pret-à-Porter* se ganó un respeto y contribuyó a popularizar la moda. “ (2010, p. 502). Sin embargo los diseñadores estaban consciente de que el *Pret-à-Porter* que diseñaban

tenían que proyectar su impronta como diseñador sobre las prendas que las mujeres vestirían, sobre todo por los diseños siendo menos complejos que una Alta Costura, tenían menos elementos artesanales para trabajar, esto quiere decir que los diseñadores tenían que pensar en colecciones en donde el color, silueta, tipologías y texturas funcionen entre sí, para que los diseños sean distintos pero manteniendo una línea conductora.

En lo referido a la marca *Sued Leather Concept* puede establecerse que se integra dentro de este rubro por la morfología y las tipologías utilizadas en la colección tales como pantalones, camperas, chaquetas, tapados y vestidos pero lo que no comparten en la característica de poder ser producidos a gran escala ya que como se dijo anteriormente se integran dentro del diseño de autor. Por otra parte, cabe destacar que la ocasión de uso de estas prendas puede ser de uso diario por lo tanto también se integran dentro del rubro *casual wear*. Según Barbera (2014) el *casual wear* integra prendas que pueden utilizarse en las actividades del día a día por lo que deben ser versátiles para usarse en cualquier momento. Se utilizan en el ámbito laboral, en actividades de ocio, en fines de semana y se pueden realizar de cualquier material. Por lo tanto, aunque la materialidad para realizar las prendas de la colección es poco convencional, cabe recalcar que pueden ser utilizadas tanto en un evento social o laboral o en una actividad del ámbito profesional. La frecuencia de uso de estas prendas no puede ser de uso diario por la selección del material. Según Sterlacci (2010) para ser conservado el cuero no debe ser lavado en agua sino de vez en cuando debe ser humectado mediante aceites o con agua. Además, es aconsejable guardarlo en una bolsa que permita que se conserve en estado intacto. El usuario debe evitar exponerse a situaciones climáticas que dañen el material como por ejemplo a la lluvia ya que afectarían la superficie. Se entiende entonces que la frecuencia de uso de las prendas de *Sued Leather Concept* debe ser media o baja porque además al tener detalles constructivos de alto nivel de manipulación las tipologías requieren aun más cuidados.



#### **5.4. Experimentación textil y proceso creativo**

Es en esta instancia se definirá cómo comunicar los objetivos del creador y su inspiración en el diseño final. (Choklat, 2012). La autora explica que, para transmitir estos conceptos, se utilizan diferentes elementos de diseño. Estos recursos hacen referencia a la tela, a la silueta, a la textura, a los colores, al desarrollo de moldería, a la manera en que las piezas fueron ensambladas, al espacio que ocupa cada una y la intervención de las mismas. Se entiende que cada componente tiene una razón de ser, es una decisión tomada intencionalmente por el diseñador de manera que el diseño final exprese los conceptos planteados en el proceso de investigación.

Por lo tanto es primer lugar vale mencionar que como se pauto en los capítulos anteriores, para la confección de la colección de la marca *Sued Leather Concept* la autora decidió trabajar con cuero de origen natural en su totalidad por tres razones. En primer lugar, esta decisión ha sido tomada ya que como se pudo establecer en el capítulo dos, la industria textil es una de las industrias más contaminantes por el uso de materiales de origen sintético que son los más perjudiciales para el medioambiente. Por otra parte se ha optado por este material por su carácter identitario y su valor simbólico asociado a la cultura y tradición argentina lo cual genera valor agregado en las prendas de diseño de autor. Y finalmente se opto por utilizar al cuero como materia prima de la colección final ya que se busca innovar con detalles constructivos utilizados con otros tipos de textiles con el objetivo de demostrar que el cuero también puede ser maleable y puede ser intervenido desde un punto de vista alternativo. De acuerdo al análisis de los ensayos empíricos efectuados en el capítulo cuatro se selecciono la napa fina porque respondía de la forma más adecuada a las propiedades vinculadas a la flexibilidad, resistencia a la abrasión, resistencia al desgarre, la resiliencia y la solidez al frote. En lo referido a la selección de avíos, la autora ha optado por el uso de elásticos que ayuden a fruncir la tela y a dar ajuste en las zonas que lo requieran las prendas, además eligió cierres invisibles y cordones para darle el volumen respectivo a las prendas y también generar frunces.

En cuanto a la paleta de colores la autora del presente PG optó por incorporar colores neutros como el blanco, el marrón y el negro, colores vibrantes como el rojo, el verde y el amarillo y colores pasteles como el celeste.

Siguiendo la misma línea las siluetas de las prendas son variadas por la diversidad de formas que se generan visualmente. Las tipologías que combina las siluetas trapecio rectangular y ovalada. El resultado son piezas únicas también desde el punto de vista de la silueta.

Por otra parte es preciso definir los detalles constructivos y recursos de diseño que se incorporarán dentro de la colección. En lo referido a esta temática Wong es preciso recordar a lo estipulado por Wong (1995) que ha sido retomado del capítulo anterior: “la textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista” (1995, p.11). Por ende, la utilización de la superficie textil como lienzo sería capaz de portar carga compositiva tanto visual como táctil. Para ello, la selección ahondaría en dos vertientes distintas entre sí, aunque perfectamente combinables. Dentro de cada una, la existencia de variables podría ser infinita desde la materialidad, la forma de aplicación y la interacción con la superficie. Así mismo Udale (2008) menciona que se puede definir como textura a todo aquel material que pueda ser intervenido o resignificado a partir de cualquier mecanismo ya sea este de carácter manual o bien industrial. Puede producir una sensación táctil transmitida primordialmente por medio de una estructura rígida, blanda, dura, esponjosa, áspera, suave, homogénea, heterogénea, pegajosa, lisa, rugosa, entre otros. Por otra parte, una sensación visual puede estar dada a su vez por dichas sensaciones, pero serán percibidas mayoritariamente por el contacto táctil. Así mismo cabe citar al sitio web Ficherotecnia (2017) quien define a un detalle constructivo como una representación de una zona específica de construcción en donde confluyen distintos materiales o tipologías con una finalidad estética o funcional. Los detalles constructivos

pueden ser desde bolsillos, cierres o pinzas hasta elementos estéticos como tablas, alforzas o frunces.

Cabe destacar que la colección final a presentarse se centrara en la incorporación de detalles morfológicos basados en la manipulación del cuero para generar frunces, volados y plisados por lo tanto el aspecto visual relacionado por ejemplo a las técnicas de estampación o calado no formaran parte del discurso visual de las tipologías. El valor agregado de la propuesta se centra en generar detalles constructivos presentes en la ejecución de prendas con otros tejidos planos o de punto que no son de cuero con la finalidad de resignificar el cuero y hacer que pueda ser considerado como un material maleable.

Por otra parte, cabe mencionar otra de las constantes de la colección vinculado a la asimetría. Es decir que es posible encontrar un desequilibrio en cuanto a diseño como por ejemplo chaquetas que varían en cuanto a proporciones en el largo o detalles constructivos que se ubican de forma diagonal o bien solo a un lado del cuerpo. La finalidad es la de crear un discurso visual que estéticamente llame la atención por la disposición irregular de sus formas.

Siguiendo la misma línea el proceso creativo continua con el desarrollo de moldería. Sorger y Udale (2009) explican que la moldería se emplea como una técnica base para la construcción de un diseño de indumentaria. Por eso, para transformar algo bidimensional o plano, como lo es un papel o una tela, en algo tridimensional, como lo es una prenda, se necesita de un proceso de corte y transformación de patrones o moldes. Al respecto, Saltzman (2004) plantea que en el diseño de indumentaria existe una serie de pasos constructivos que derivan en el diseño final. Para eso, el diseño debe ser trasladado al plano a través de la moldería. Una vez generadas las piezas, es decir, los moldes, se trasladan a la lámina textil para luego tizar, cortar y ensamblar las partes que forman la prenda. Para la explicación de lo que se realizará en cuanto a la moldería se debe tomar en cuenta lo planteado en el subcapítulo 4. 4. con respecto a las consideraciones a cerca del corte de las piezas de cuero. De esta manera Sterlacci

(2010) estipula que, a diferencia de los fabricantes de prendas de tela que normalmente pliegan varias capas de tela una sobre otras y realizan una encimada antes de pasar a la etapa de corte, los encargados de confeccionar prendas en cuero siempre cortan las piezas una por una. Esto se debe a que las pieles varían mucho según el tamaño la calidad y la forma. El cuero proviene de un ser vivo, y por lo tanto existen numerosos factores que inciden en la calidad final, en su resistencia y durabilidad. El cuero exige cuidados especiales en lo que se conoce como el estado en pie, es decir, cuando el animal se encuentra pastando en el campo. Los golpes en la piel, los rasguños realizados por la vegetación silvestre, la cantidad de pariciones que el animal haya tenido, el tipo de alimentación, los insectos y las enfermedades repercuten en la calidad del cuero. Según la composición y uniformidad de la estructura de las fibras naturales del cuero, se pueden establecer zonas de diferentes calidades. El grupón o lomo y la culata, constituyen la zona de mayor calidad de donde se extraen las piezas con mayor resistencia, que serán sometidas a estiramientos prolongados. El cogote y la falda poseen una calidad intermedia, y si la vaca a parido varias veces, será más flexible. Como puede observarse cada pieza de cuero es diferente de acuerdo a los factores a los cuales se expone el animal y a sus características físicas. Por lo tanto, no es posible realizar una encimada al igual que las telas que son de un tamaño y forma regular. Para efectuar el corte de los moldes de la colección se selecciono las piezas de napa de mejor calidad es decir de primera selección. Se trabajo con el método de molderia convencional es decir creando patrones en cartón y cortando las piezas sobre el cuero una por una. Para la creación de frunces drapeados y plisados fue necesario agregar los respectivos centímetros de amplitud para lograr generar el volumen pensado por la autora de la marca. Como terminación la autora de la colección opto por dejar al corte algunas áreas como por ejemplo los ruedos y volados y en otras utilizó la maquina recta para las zonas donde se requiera cerramientos o se tenga que insertar un avío. Como punto adicional la autora dejo los defectos de fabrica del cuero usándolos como parte de la prenda con la finalidad de no

generar residuos y de optimizar los recursos. Así mismo algunas de las prendas fueron dejadas caer en el estado natural de la forma de las piezas de cuero es por esta razón que se observan moldes asimétricos y largos irregulares.

El concepto de la colección es que cada pieza sea única y que cada tipología tenga un factor diferenciador al generar una amplia gama de recursos constructivos que varían de acuerdo a su tamaño, disposición, largo, ancho, ubicación en la prenda, pero sin dejar de lado la funcionalidad.

### **5.5. Propuesta de diseño**

La colección final llamada *Colours in Leather* correspondiente a la temporada Otoño Invierno 2019, se compone de veinte conjuntos los cuales se presentan bajo la modalidad de figurines los cuales han sido realizados a mano por la autora. A continuación, se procederá a describir cada uno de los conjuntos.

El primer conjunto se compone de un pantalón y una blusa de napa en color rojo. El pantalón es de corte recto y tiene la cintura elastizada. La parte superior posee un cuello de tortuga con frunces en la unión del escote y el cuello. La cintura también tiene frunces al igual que las mangas lo cual genera un efecto abombado en la parte superior.

El segundo conjunto es un vestido largo de napa en color marrón. El mismo se divide por tres bloques uno superior, uno medio y uno inferior los cuales se dividen por medio del efecto de fruncido. Las terminaciones se dejaron al corte. La silueta es ovalada.

El tercer conjunto presenta un efecto similar al anterior con respecto a la división por bloques en la parte *bottom* compuesta por una falda larga fruncida a nivel de las rodillas y de la cintura. La parte *top* se compone de una blusa con mangas anchas y escote redondo. Tiene detalles de tablas en la manga lo cual le otorgan amplitud. Se confecciona con napa de color blanco en su totalidad.

El cuarto conjunto se compone de una blusa con puños en los cuales la autora ha generado volumen mediante el efecto globo. El escote presenta frunces y se encuentra abierto hasta la mitad del hombro. La parte *bottom* se compone de una falda asimétrica

con la cintura elastizada y larga hasta por debajo de las rodillas. Se ha generado un frunce que sale desde el lado derecho de la cintura y se direcciona diagonalmente hacia la rodilla izquierda generando frunces y volumen. El ruedo se ha dejado al corte y con la forma natural de la pieza de cuero ya que es una de las características de la impronta de *Sued Leather Concept*. Todo el conjunto es monocromático en tono celeste pastel.

El quinto conjunto también es celeste pero la diferencia es que presenta un efecto de transparencia en la parte superior. Se compone de un pantalón, una chaqueta y una blusa. La blusa es transparente en la parte superior e inferior y el busto ha quedado cubierto con una franja celeste. A la altura de la cintura presenta dos volados superpuestos uno sobre otro. La chaqueta tiene rasgos sastreros por la manga tipo sastre y las solapas, pero luce informal por la elección del color y porque se entalla al nivel de la cintura que es hasta donde llega el largo de la misma en donde se ha incorporado un sócalo. El pantalón es de corte recto y tiene un cinto que cae al corte en dirección al piso.

El sexto conjunto también es monocromático, pero de color negro se compone de una chaqueta asimétrica ya que del lado izquierdo es larga hasta los tobillos mientras que del otro lado llega hasta la altura de la cintura. Presenta frunces en la unión de la cintura dejando caer la pieza al corte. El pantalón es chupin elastizado en la cintura y fruncido en la mitad de las piernas en toda su longitud.

El séptimo conjunto está confeccionado con napa de color amarillo y se compone de dos piezas. La prenda superior es una blusa a la cual se le ha agregado volumen en el hombro derecho y tirillas que ajustan las mangas a nivel del brazo. A la altura de la cintura tiene un elástico que sujeta internamente la prenda creando un efecto globo. La falda es de corte A con pretina, larga hasta los tobillos y expuesta al corte.

El siguiente conjunto es monocromático en color blanco. La parte top tiene un elástico interno que frunce la prenda desde el hombro izquierdo hasta el lateral derecho. Las mangas también están fruncidas generando un efecto globo a nivel de las muñecas. El

ruedo se ha dejado al corte. El pantalón es acampanado y tiene un cierre invisible en el costado izquierdo. Las bastas se han dejado al corte también.

Así mismo el noveno conjunto es de color verde y se compone de un buzo cerrado y un pantalón. La parte *top* tiene un elástico fruncido que va en dirección recta de arriba hacia abajo en el lado derecho. Las mangas presentan un recorte a la altura del codo en donde se genera una amplitud gracias a un recorte de treinta centímetros que termina al corte. El lado derecho del buzo es mas largo que el izquierdo dejando caer la tela también al corte. El pantalón es achupinado con frunces en la mitad de las piernas desde la cintura hacia las bastas.

Continuando con la descripción de conjuntos el decimo *outfit* es de napa de color rojo. La parte superior se compone de una campera con un cierre expuesto en la mitad de la parte delantera, una apertura en los laterales y las mangas son acampanadas. La parte *bottom* presenta una falda la cual adquiere volumen a la altura de la cadera hasta por arriba de las rodillas gracias al recurso del frunce con elástico oculto en el interior de la prenda. El ruedo se dejó al corte.

El siguiente conjunto es un vestido de color naranja en su totalidad con que cae hasta por debajo de las rodillas creando un efecto *bombé* en este ultimo punto gracias a que se ha fruncido el ruedo dejando que la napa caiga naturalmente según su peso. Las mangas de este vestido son largas y también se han fruncido a la altura del codo.

A continuación, se desarrolló un *outfit* en color violeta en su totalidad. La parte *top* es un buzo asimétrico fruncido en el escote, mas largo del lado derecho que del izquierdo. La parte inferior se compone de un pantalón de tipo chupin con recortes que estructuran la prenda en una forma geométrica.

El decimotercer conjunto es de color ocre en su totalidad y se compone de una falda, de un buzo y de una campera. La complejidad de este conjunto se centra en la parte inferior que posee un volado asimétrico en el ruedo y otro que sale desde la cintura al cual se le ha creado tablas para que se genere un efecto ondulado.

Siguiendo la misma línea el siguiente *outfit* presenta una blusa con escote ancho hasta la mitad de los hombros. Las mangas son holgadas y terminan al corte sin doblarse. En el lado derecho tiene una pieza plisada que termina al corte, pero de manera diagonal. La falda está compuesta de varias capas de tela plisadas y con diversos largos. La capa que está más abajo es de corte semi plato es por esta razón que cae de manera natural generando ondulaciones.

Así mismo el siguiente conjunto de color azul se compone de un vestido largo y una chaqueta. La falda del vestido es de corte A pero tiene un volado que genera amplitud desde debajo de la rodilla. La misma se une a la parte superior mediante dos uniones laterales y una central dejando expuesta parte de la piel. El escote es pronunciado y tiene un efecto de transparencia. También se han generado frunces desde la cintura en dirección a los hombros. El cuello es de tipo tortuga. La chaqueta tiene frunces en los puños y plisados en el ruedo.

El *outfit* que precede es de color rosa palo en su totalidad. La parte *top* se compone de una blusa con el hombro descubierto, la cintura fruncida y con los puños abombados. El pantalón presenta recortes por encima de las rodillas y cae de forma recta hasta la altura de las pantorrillas.

El siguiente *outfit* es de color ocre en su totalidad. La parte *top* presenta un buzo con capucha y silueta holgada. Se ha generado volumen a nivel de los puños mediante el uso de frunces. El pantalón también está fruncido en el lateral derecho desde arriba hacia abajo.

A continuación, el siguiente conjunto es monocromático de color verde. Se compone de un top, una chaqueta tipo sastrera con frunces en los laterales de la manga y un pantalón recto fruncido en el lado derecho de la cintura.

El penúltimo conjunto es de color rojo y se compone de una remera, una chaqueta y una falda. La chaqueta presenta aperturas en los costados de los puños y frunces a la altura de la muñeca. Es asimétrica ya que del lado derecho tiene una pieza que cae al corte. La misma sale desde la cintura en donde está fruncida y tapa una parte de la falda.



El último conjunto es de color amarillo y se compone de una blusa y una falda, se confeccionó con napa en su totalidad. La blusa está fruncida desde el escote hacia la cintura mediante dos recortes paralelos. La silueta es holgada y la sisa está desplazada hacia el codo en donde surgen volados. La falda es asimétrica ya que del lado derecho es larga hasta la rodilla y del lado izquierdo es larga hasta el piso.

La colección completa se presenta de forma gráfica en el cuerpo C mediante figurines (ver Figurines, p.18-37, cuerpo C,). Así mismo se han confeccionado los siete primeros conjuntos descritos en este apartado los cuales se presentan mediante geométrales y fichas técnicas (ver Fichas técnicas, p.38-47, cuerpo C). También se realizó una producción fotográfica de estos conjuntos. (ver Producción Fotográfica, p.48-54, cuerpo C).

## Conclusiones

El presente Proyecto de Graduación titulado *Sued Leather Concept Otra mirada del cuero como textil* busco responder a la siguiente pregunta problema: ¿Cómo generar valor diferencial a partir del uso del cuero como base de las producciones de una marca?

El objetivo fue el de crear una marca que logre diferenciarse de la oferta actualmente existente en el mercado argentino incorporando al cuero como principal material de sus productos. Para poder responder a la cuestión, en primer lugar, se analizaron los aspectos teóricos relacionados a la competencia, a la situación de la industria del cuero a nivel nacional e internacional para poder establecer las pautas que permitan otorgarle un factor diferenciador a *Sued Leather Concept*. En una segunda instancia se indagó acerca de los aspectos estéticos y prácticos otorgados por los recursos y elementos propios del rubro del diseño de indumentaria. Es decir, se analizó el cuero como material y sus propiedades, los posibles usos que se le puede dar para innovar y los aspectos técnicos que deben ser tomados en cuenta al momento de trabajar con este material.

Este PG surgió a partir de que, por un lado, que el valor simbólico asociado al cuero se ha visto en la actualidad desmerecido y ello se ve reflejado en la escasa oferta de propuestas de diseño elaboradas con este material en Argentina. Hoy en día los diseñadores no han sabido explotar debidamente a esta industria ya que no poseen una visión estratégica que les otorgue un valor diferencial que los haga destacarse de la competencia. Fue posible entender la falta de implicación en diseñar productos innovadores al exponer que Argentina es el país que menos ha sabido aprovechar el cuero como un material con una gran riqueza simbólica ya que su objetivo principal es el de abastecer al mercado mundial con cueros semiterminados de primera calidad mientras que las piezas de menor valor quedan para el consumo nacional. Por lo tanto, a nivel nacional existe una escasez de materia prima en cuero y lo poco que se ofrece representa un valor comercial elevado lo cual encarece el valor final de un producto. Por otra parte, fue posible observar una desventaja a nivel de diseño ya que las pequeñas y medianas empresas productoras de línea de cuero tercerizan el desarrollo del

producto porque no cuentan con un diseñador. Muchas veces la persona encargada de desarrollar y confeccionar el producto final no conoce todos los equipamientos y esto termina impactando en la producción porque el producto fue pensado de una manera, pero el equipamiento no es el adecuado, o la mano de obra no está calificada.

Siguiendo la misma línea cabe destacar lo expresado por la CICCRA (2017), refiriéndose a que en el año 2016 la producción de cueros disminuyó un 31% desde el año 2009 ocupando uno de los rankings más bajos de la historia. Como consecuencia de este hecho, surgió otro problema relacionado al reemplazo de materia prima de origen natural por materiales sintéticos como una solución para amortizar los precios de venta. Según lo estipulo Fernández (2016) en Argentina la mayor parte de la producción de cuero está centrada en piezas de origen sintético. De esta manera en la actualidad, los materiales naturales han pasado a estar en un segundo plano generando como consecuencia problemas relacionados con el medioambiente gracias al uso excesivo de químicos en sus procesos de obtención y porque no poseen la capacidad de degradarse. Pero sobre todo el uso de este tipo de material desvaloriza el valor simbólico del cuero en relación a la identidad argentina.

Frente a este panorama la autora del presente PG se centró en relevar todos aquellos datos y argumentos que permitan revalorizar el cuero con la finalidad de demostrar que es posible cambiar esta situación referida a la falta de innovación. Para poder lograrlo se hizo un estudio de la historia del surgimiento del cuero desde el siglo XVI con el objetivo de destacar la importancia de este material para las culturas tradicionales argentinas y como se ha convertido en un elemento que representa y forma parte de la identidad argentina. De acuerdo a lo expuesto en el capítulo uno fue posible expresar que el cuero forma parte de la tradición argentina desde que se empezó a producir de forma artesanal en el siglo XVI en territorio nacional y a ser utilizado por las poblaciones autóctonas del país. Así mismo fue adquiriendo valor al convertirse en un elemento importante a nivel económico por el prestigio y el lujo asociado a este material el cual es valorado internacionalmente posicionándolo como un emblema que caracteriza a la

nación argentina. Actualmente, gracias a los avances tecnológicos, su producción se ha masificado e industrializado pudiendo encontrar productos de cuero en rubros como en el diseño de accesorios, calzado e indumentaria, talabartería, tapicería y artesanías. Por lo tanto, al crear una propuesta de diseño que utilice al cuero como materia prima de sus colecciones se estará generando un proceso de revalorización de la identidad argentina y ese sería uno de los elementos que le otorgarían un valor diferencial a la colección final.

Por otro lado, como trabajo de campo, se realizó un estudio comparativo de las propiedades del cuero con la finalidad de demostrar que es un material que puede ser igual de maleable que otros géneros textiles. En primer lugar, se estudiaron casos de marcas y diseñadores internacionales que son referentes para el desarrollo de la colección final porque logran trabajar el cuero desde una perspectiva alternativa generando detalles constructivos y texturas con un nivel de manipulación artesanal alto lo cual los posiciono a lo largo del siglo XX como transgresores del diseño de modas. Algunos de los ejemplos más relevantes fueron Vivienne Westwood, Valentino, *Dolce & Gabbana*, Rick Owens, Christopher Kane, entre otros. De acuerdo a todos los ejemplos aquí citados se puede destacar que cada tipología o firma tiene el mismo objetivo que se fundamenta en innovar a un material erróneamente relacionado con la rigidez. Cada uno de los casos estudiados demuestra que es posible trabajar el cuero de una manera alternativa y original que le otorgue un valor agregado auténtico a la prenda generando texturas y detalles constructivos hasta entonces incorporados en otro tipo de tejidos. Este análisis permitió tener otra perspectiva acerca del uso que se le puede dar al cuero y cómo es posible innovar el campo del diseño de indumentaria.

Siguiendo esta misma línea también se demostró desde un punto de vista práctico que el cuero si puede ser maleable. Gracias a la realización de ensayos empíricos en el capítulo cuatro fue posible determinar qué tipo de cuero es más óptimo para ser manipulado al nivel de crear detalles constructivos como frunces, plisados y volados. Para ello se seleccionaron seis tipos de cuero de origen natural: el cuero metalizado, el

transfer, la napa fina, la napa gruesa, el craquelado y el cuero de oveja para los cuales se estudiaron cinco propiedades: la resiliencia, la resistencia al desgarre, la solidez al frote, la resistencia a la abrasión y la flexibilidad. De acuerdo a este análisis se pudo concluir que todas las muestras se comportan de manera similar pero el cuero más apropiado para la confección de prendas es la napa fina ya que es la muestra que presenta menores alteraciones al realizar los ensayos. Por lo tanto, la napa fina fue seleccionada para confeccionar la colección final perteneciente a la marca *Sued Leather Concept* utilizándose como materia prima de todas las prendas que componen la colección final.

Por otra parte, cabe mencionar que al tratarse de un Proyecto de Graduación que se integra en la categoría Proyecto Profesional fue necesario hacer un estudio de la competencia. De esta manera se pudo establecer más adelante la identidad de la marca. El objetivo de esta investigación fue demostrar que, aunque el cuero es un recurso poco explotado en cuanto a innovación y estética en Argentina existen cuatro casos de diseñadores que han sabido generar propuestas que resignificaron el uso tradicional asociado al cuero y han logrado generar propuestas originales mediante la utilización de recursos de diseño y detalles constructivos poco convencionales en cuero. Sin embargo, de cada uno de ellos se pudieron destacar elementos que genera valor agregado en sus diseños. En primer lugar, se analizó al diseñador Mariano Toledo. Lo que fue posible destacar de las propuestas de este diseñador es que sus prendas logran transmitir ligereza y flexibilidad logrando que algunas de las tipologías codifiquen para el rubro *street wear* y *casual wear* expresando una sensación de comodidad y despojo. El diseñador logra resignificar el carácter poco maleable y duro asociado comúnmente al cuero. Por otra parte, fue relevante estudiar a Laura Valenzuela quien reinterpreta al cuero y lo regenera dando la sensación de que fuera encaje. Lo que se puede criticar de esta colección es que el cuero no se presenta en su estado completo es decir que la mayoría de este material ha sido sustraído por la técnica de calado. Este efecto resignifica al cuero como un elemento blando y sutil. Así mismo otro de los competidores

de *Sued Leather Concept* es el diseñador Santiago Artemis quien en temporadas pasadas utilizó el cuero como una de las materias primas de sus colecciones para generar volumen en lugares estratégicos del cuerpo como hombros y caderas. Sin embargo, la pomposidad y extravagancia de sus prendas hace que su propuesta apunte a un público objetivo muy particular rodeado por lo glamoroso y lo mediático. Finalmente se analizó a la marca *Complot*. Lo que fue posible resaltar de esta marca es que, aunque utiliza el cuero como material en sus colecciones y logra expresar conceptos asociados a la rebeldía y la modernidad que son los valores sobre los cuales se basa la marca, no logra transgredir en sus propuestas porque el proceso creativo se fundamenta en seguir las últimas tendencias de la temporada sin agregar valor agregado o un elemento propio de la marca. Además, el mercado al cual apuntan es masivo y sus producciones se producen a nivel industrial. Es por esta razón que los diseños no logran tener un factor diferencial porque no se puede incorporar detalles complejos a esa escala. De acuerdo al análisis de la competencia fue posible determinar que la colección final debía diferenciarse por la utilización de recursos de diseño como frunces, plisados, volados pero pensados de una forma alternativa a como lo incorporan los diseñadores estudiados. Además, se determinó que se puede crear diferenciación al utilizar un material que no hayan incorporado los mencionados creadores y así mismo, la silueta de las prendas podría ser otro factor diferenciador frente a la competencia. Se podrían generar siluetas poco convencionales y volumen o texturas en zonas en donde no se hayan trabajado anteriormente. Por último la autora de este PG decidió combinar la simetría con la asimetría como otro punto diferencial en su propuesta. Como punto adicional también optó por dejar los defectos de fábrica del cuero usándolos como parte de la prenda con la finalidad de no generar residuos y de optimizar los recursos. El objetivo fue el de contribuir a no generar desechos y residuos que perjudiquen el medioambiente. Otro recurso utilizado que se presentó a lo largo de la colección fue que algunas de los moldes de las prendas fueron dejados caer en el estado natural de la forma de las piezas de cuero generando asimétricos y largos irregulares. Todos estos

aspectos comprenden el plan de la colección mediante el establecimiento de constantes y variables. Así mismo el factor de inspiración se fundamentó en la observación de algunas de las tendencias mas representativas de la temporada 2019 tales como la monocromía, el uso de volados y plisados y la paleta de colores y los reinterpretó con el objetivo de respetar la modalidad de trabajo que consistía en el diseño de autor.

El concepto de la colección final es que cada pieza sea única y que cada tipología tenga un factor diferenciador al generar una amplia gama de recursos constructivos que varían de acuerdo a su tamaño, disposición, largo, ancho, ubicación en la prenda, pero sin dejar de lado la funcionalidad. Así mismo rescata la identidad argentina y sus valores culturales al incorporar al cuero como un elemento emblemático de la nación.

Por lo tanto, de acuerdo a todo lo expuesto, se puede decir que se ha cumplido con el objetivo del presente PG. Se ha demostrado que es posible incorporar el cuero, precisamente la napa fina, como materia prima de la colección *Colors in Leather* y de esta manera se genera un valor diferencial en la marca *Sued Leather Concept*. Se pudieron generar detalles constructivos de alta complejidad como frunces, plisados, volados y tablas. Como punto adicional, se busco generar un proceso de concientización a cerca del uso de materiales de origen sintético priorizando los de origen natural. Además, se buscó que la colección pueda integrarse dentro del ámbito sustentable ya que durante el proceso de desarrollo de la colección se implementaron técnicas de residuo cero como por ejemplo al no cortar los bordes de la napa y dejarlos caer en estado natural generando formas asimétricas.

## Lista de referencias bibliográficas

- Aldrich, W. (2007). *Tejido, forma y patronaje plano*. Madrid: GG Moda
- Álvarez, E. (2010). *El cuero como material constructor de la identidad en Argentina*. Archivo recuperado el 12/08/2018. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=321&id\\_articulo=6972](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=321&id_articulo=6972)
- Arona, B. (2017). *La indumentaria como segunda piel*. Cueros tatuados. Archivo recuperado el 12/08/18. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyec\\_tograduacion/archivos/4313.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyec_tograduacion/archivos/4313.pdf)
- Assuncao, F. (1999). *Historia del Gaucho, El Gaucho: ser y que hacer*. Buenos Aires: Claridad S.A.
- Balzac, H. (2011). *Tratado de la vida elegante*. Madrid: Impedimenta.
- Barreto, S. (s.f.). *El curtido de pieles*. Buenos Aires: UBA.
- Barreto, S (2006). *Diseño de calzado urbano*. Buenos Aires: Nobuko
- Callejas, G. (2014). *Proceso de curtido de cuero*. Ambato: Editoriales Santillana
- De Pietro, S. y Hamra, P. (2010). *Diseñar hoy vision y gestión estratégica del diseño*. Buenos Aires: Nobuko.
- Del Moral Cardoso, P. (2013). *Breve Historia del cuero*. Recuperado el 20/04/16. Disponible en: <http://tallercueropedro.blogspot.com.ar/2013/05/breve-historia-del-cuero.html>
- Eurosur. (2012). *Cuero y artículos de cuero*. Archivo recuperado el 3/09/2018 disponible en <http://www.eurosur.org/EFTA/c11.htm>.
- Fernández G. & Gordon F. (1992). *La comunicación humana*. Mexico: McGraw Hill
- Gelmetti, C (2004). Plan de Promoción Sectorial. Análisis estratégico, Sector Marroquinería. Buenos Aires: Fundación Export Art.
- Hollen, N. (1997). *Introducción a los textiles*. Mexico: Limusa.
- Jakobson, R. (1984). *Lingüística y poética*. Ensayos de lingüística general. (347-395). Barcelona: Ariel.
- La Nacion. (2010). *Cuero de autor*. Archivo recuperado el 27/09/18. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1323549-cuero-de-autor>
- Lacerca, M. (1993). *Curtición de cueros y pieles*. Buenos Aires: Albatros
- Lando, L. (2009). *Diseño de modas: Conceptos básicos*. Canadá: CBH Books, 2009
- Llado i Riba, M. y Pascual i Miro, E. (2015). *El cuero, las técnicas para crear objetos de cuero explicadas con rigor y calidad*. España: Parramon.
- Mc Ann, M. (s.f.). *Cuero, pieles y calzado*. Archivo recuperado el 02/09/2018. Disponible en:



<http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/88.pdf>

- Michael, V. (1993). *Guía práctica e ilustrada de los trabajos en cuero*. Londres: Cassell Illustrated
- Mon, L. (2012). *Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina*. Archivo recuperado el 04/05/18. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232012000400002](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400002)
- Montes, C. (2015). *CeFoTeCa, la escuela del calzado*. Buenos Aires: INTI.
- Paricio, P. (1998). *Una aproximación a las dimensiones comunicativas de la moda: análisis de la comunicación de la moda en la prensa de información general española durante el s.XX*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2006). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Saviolo, S y Testa, S. (2013). *La gestión de las empresas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Sterlacci, F. (2010). *Diseño de moda en piel*. Barcelona: Blume
- Ripoll, F. (2016). *El cuero aun te puede sorprender*. Archivo recuperado el 27/09/18. Disponible en: <http://musa.lavoz.com.ar/galerias/el-cuero-aun-te-puede-sorprender-aros-y-collares-que-son-unicos>.
- Torrejón, A. (2007). *Guía Elle de Imagen Personal. Estilo se busca*. Buenos Aires: AGEA S.A
- Traverso A. (2008). *Cadena globales de valor: el sector del cuero y su inserción internacional*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Archivo recuperado el 02/09/2018 disponible en: [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0568\\_TraversoGA.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0568_TraversoGA.pdf)
- Udale, J. (2008). *Diseño textil: tejidos y técnicas*. Barcelona: Gili.
- Valdés, S. (2013). *Diseño participativo y sustentable*. Ediciones del CC, Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Buenos Aires. Argentina
- Vidal, M. (2005). *La Comunicación. Lengua, cognición y sociedad*. Madrid: Akal

## Bibliografía

- Aldrich, W. (2007). *Tejido, forma y patronaje plano*. Madrid: GG Moda
- Álvarez, E. (2010). *El cuero como material constructor de la identidad en Argentina*. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=321&id\\_articulo=6972](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=321&id_articulo=6972)
- Araya, S. (2013). *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 08/11/18. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=1562](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1562)
- Arona, B. (2017). *La indumentaria como segunda piel. Cueros tatuados*. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/4313.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4313.pdf)
- Assuncao, F. (1999). *Historia del Gaucho, El Gaucho: ser y que hacer*. Buenos Aires: Claridad S.A.
- Balzac, H. (2011). *Tratado de la vida elegante*. Madrid: Impedimenta.
- Baltanás, G., Cugnet, L., Fourcade, V. (2008). *Estructura de los tejidos de punto*. Buenos Aires: FADU
- Bandés, M. *El vestido y la moda*. Paris: Larousse Editorial. S.A
- Barreto, S. (s.f.). *El curtido de pieles*. Buenos Aires: UBA.
- Barreto, S (2006). *Diseño de calzado urbano*. Buenos Aires: Nobuko
- Baugh, G. (2011). *Manual de tejidos para diseño de moda. Guía de las propiedades y características de las telas y de su potencial para el diseño de moda*. Barcelona: Parramón.
- Bernard, M. (1996). *Fashion as communication*. New York: Routledge.
- Braddock, S. y O'Mahony, M. (1999). *Techno textiles: Revolutionary fabrics for fashion design*. Nueva York: Thames and Hudson
- Callejas, G. (2014). *Proceso de curtido de cuero*. Ambato: Editoriales Santillana
- Cancino, L. (2013). *Oportunidades de mercado para los productos de valor agregado*. Archivo recuperado el 14/11/18. Disponible en: [http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades\\_de\\_mercado\\_para\\_el\\_valor\\_agregado.pdf](http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado.pdf)
- Capurro, I. (2010). *El pasaje diseñado*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Archivo recuperado el 09/09/18. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=825](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=825)
- Carter, A. (2004). *Elementos visuales de la imagen*. Barcelona, Combel.
- Catacora, K. (2015). *La tecnología y las texturas en los textiles*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Archivo recuperado el 09/09/18. Disponible en:

- [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/3572.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3572.pdf)
- Clarke, S. (2011). *Diseño textil*. Buenos Aires: Editorial Blume
- Colchester, C. (2008). *Textiles: Tendencias actuales y tradicionales*. Barcelona: Blume
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture and identity*. London: The University of Chicago Press.
- De Pietro, S. y Hamra, P. (2010). *Diseñar hoy visión y gestión estratégica del diseño*. Buenos Aires: Nobuko.
- Del Olmo, J. (2005). *Marketing de la moda*. Madrid: ediciones Internacionales Universitarias.
- Dondis, D. (1992). *A primer of visual literacy*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Echeverria, L. (2018). *El nuevo mundo textil. El diseño de autor como método de individualización*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Archivo recuperado el 18/11/2018. Disponible en: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/4573.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4573.pdf)
- Fernández G. & Gordon F. (1992). *La comunicación humana*. Mexico: McGraw Hill
- Garcia, S. (2018). *Procedimientos artesanales, manufacturados y digitales en la excelencia del diseño*. Archivo recuperado el 5/11/18. Disponible en: <https://iedentity.es/publicaciones/iedentity/numero-03-innovation-craft/procedimientos-artesanales-manufacturados-y-digitales-en-la-excelencia-del-diseno/>
- Ginsburg, M. (1993). *La historia de los textiles*. Madrid: Libsa
- Guerrero, J. (2009). *Nuevas tecnologías aplicadas a la moda: diseño, producción, marketing y comunicación*. Barcelona: Parramón Ediciones S.A.
- Hallett, C. y Johnston, A. (2010). *Telas para moda*. Guía de fibras naturales. Barcelona: Blume
- Hollen, N. (1997). *Introducción a los textiles*. Mexico: Limusa.
- Jakobson, R. (1984). *Lingüística y poética*. Ensayos de lingüística general. (347-395). Barcelona: Ariel.
- Jones, J. (2013). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume.
- Johnston, A. (2016). *Materiales sustentables en la industria de la moda*. Disponible en: [...https://lamodaenserio.com/materiales-textiles-sustentables/](https://lamodaenserio.com/materiales-textiles-sustentables/)
- La Nacion. (2010). *Cuero de autor*. Archivo recuperado el 27/09/18. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1323549-cuero-de-autor>
- Lando, L. (2009). *Diseño de modas: Conceptos básicos*. Canadá: CBH Books, 2009
- Lladó I Riba, T. (2006). *El cuero*. Barcelona: Parramón ediciones.

- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lurie, A. (1992). *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas del vestir*. Buenos Aires: Paidós.
- Martínez, N. (2012). *Del low cost al fast fashion*. Disponible en: <https://smoda.elpais.com/moda/del-low-cost-al-fast-fashion-por-que-no-nos-cuestionamos-la-moda-a-bajo-precio/>
- Mc Ann, M. (s.f.). *Cuero, pieles y calzado*. Archivo recuperado el 02/09/2018. Disponible en: <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/88.pdf>
- Michael, V. (1993). *Guía práctica e ilustrada de los trabajos en cuero*. Londres: Cassell Illustrated
- Mon, L. (2012). *Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina*. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232012000400002](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400002)
- Montes, C. (2015). *CeFoTeCa, la escuela del calzado*. Buenos Aires: INTI.
- Reissig, P. (2009). *Innovación en cuero-Oportunidad para el diseño*. Recuperado el 02/09/2018. Disponible en: <https://www.inti.gob.ar/disenoiustrial/pdf/reissig.pdf>
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la Moda Argentina: del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emancé.
- Saulquin, S. (2014). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2006). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós
- Saviolo, S y Testa, S. (2013). *La gestión de las empresas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Seiverwright, S. (2013). *Diseño e investigación*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Servin, G. (2017). *Manual de técnicas experimentales para la creación de telas de corto metraje*. México: Universidad Iberoamericana Ciudad de México.
- Sorger, R. y Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Strano, L. (2015). *Diseño de autor: partir del textil*. Proyecto de graduación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/archivos/3650.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/3650.pdf)

- Ripoll, F. (2016). *El cuero aun te puede sorprender*. Archivo recuperado el 27/09/18. Disponible en: <http://musa.lavoz.com.ar/galerias/el-cuero-aun-te-puede-sorprender-aros-y-collares-que-son-unicos>.
- Torrejón, A. (2007). *Guía Elle de Imagen Personal. Estilo se busca*. Buenos Aires: AGEA S.A
- Traverso A. (2008). *Cadenas globales de valor: el sector del cuero y su inserción internacional*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Archivo recuperado el 02/09/2018 disponible en: [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0568\\_TraversoGA.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0568_TraversoGA.pdf)
- Turok, M ( 1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. Recuperado el 12/04/2018. Disponible en:<https://books.google.com.ar/books?id=b3VRJ3naLiIC&pg=PA15&dq=origen+de+artesanía&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwix1cqj5vXLAhXHkpAKHZ4zD5c4ChDoAQgvMAI#v=onepage&q=origen%20de%20artesanía&f=false> –
- Udale, J. (2008). *Diseño textil: tejidos y técnicas*. Barcelona: Gili. Valdés, S. (2013). *Diseño participativo y sustentable*. Ediciones del CC, Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Buenos Aires. Argentina
- Veneziani, M.C. (2007). *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.
- Vidal, M. (2005). *La Comunicación. Lengua, cognición y sociedad*. Madrid: Akal
- Volonté, P. (2009). *El creador de moda como creador de comunicación*. Revista empresa y humanismo. 2009, VOL. 12, Nº. 2, PÁG.193-226. Disponible en: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/29089>
- Wong, W. (2012). *Fundamentos de Diseño*. Barcelona. Gustavo Gili. Disponible en: [https://eacvvcae.files.wordpress.com/2014/02/l-fundamentos-deldisec3b1o\\_wiciuswong.pdf](https://eacvvcae.files.wordpress.com/2014/02/l-fundamentos-deldisec3b1o_wiciuswong.pdf)

