

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Desde la fotografía, hacia el diseño de indumentaria

Metodología de la fotografía aplicada al proceso de diseño de indumentaria

María Margarita Gutiérrez Reyes

Cuerpo B del PG

10 Diciembre 2013

Diseño de Indumentaria y textil

Ensayo

Nuevos Profesionales

Índice

Introducción

Capítulo 1. Comunicación y diseño, una mirada a la teoría.

- 1.1 Teoría de la comunicación
- 1.2 Dos hijos del diseño: la fotografía y el diseño de indumentaria
 - 1.2.1 Moda versus diseño de indumentaria
 - 1.2.2 La fotografía y la imagen fotográfica

Capítulo 2. El método general

- 2.1 El método de la fotografía
- 2.2 El método del diseño

Capítulo 3. Hacia una propuesta metodológica desde la fotografía al diseño de indumentaria.

- 3.1 Construcción de un lenguaje para el diseño de indumentaria
 - 3.1.1 Los tres tiempos ontológicos aplicados al proceso de diseño de indumentaria
 - 3.1.1.2 Segundo tiempo ontológico. La indumentaria como diferenciador social.
 - 3.1.1.3 Tercer tiempo ontológico. La indumentaria como índice.
 - 3.1.2 El símbolo en la indumentaria
 - 3.1.3 El sistema de lectura abierto y cerrado

Capítulo 4. Documentación y toma de partido.

- 4.1 Análisis previo
 - 4.1.1 Análisis morfológico
 - 4.1.2 Análisis de contenido documental.
- 4.2 El rol del autor.

4.3 Diseño rector.

4.4 Diseño de prenda, línea y colección.

4.5 Diseño de vestuario.

Capítulo 5. Propuesta metodológica básica.

5.1 Plan de trabajo

5.1.1 Divergencia

5.1.2 Disposición

5.1.3 Convergencia

5.1.4 Retrospectiva

5.2 Talleres prácticos

Conclusión

Referencias bibliográficas

Bibliografía

Introducción

La finalidad del presente proyecto de grado es estudiar las herramientas metodológicas, lingüísticas y semióticas de la fotografía aplicadas al planteo y construcción del diseño de indumentaria de autor. De esta manera, se propondrán nuevas herramientas dentro del área metodológica del diseño y se contemplará una manera novedosa de encarar el problema que sugiere la construcción de un proyecto de indumentaria.

Este proyecto será desarrollado en cinco capítulos, cada uno con una temática diferente. El primer capítulo hablará sobre la teoría de la comunicación y del diseño, y sobre la teoría de la fotografía y del diseño de indumentaria. También se expondrá la diferencia entre moda y diseño de indumentaria y, finalmente, abarcará los conceptos de fotografía e imagen fotográfica.

Este capítulo hará uso de bibliografía basada en Umberto Eco, Roland Barthes, Nicola Squicciarino, Michael Langford, y notas de la autora.

El segundo capítulo tratará los elementos metodológicos de la fotografía, el diseño en general y la importancia de un planteo metodológico para la creación de un proyecto de indumentaria. Las propuestas y teorías de los autores Uwe Westphal, Felix del Valle Gastaminza, Michael Langford, Gavin Ambrose – Paul Harris y Bruno Munari serán analizadas y expuestas en este aparte.

La teoría de una propuesta metodológica basada en los elementos y métodos con los que se construye la fotografía, y cómo estos pueden ser aplicados al diseño de indumentaria será desarrollada en el tercer capítulo. El cuarto capítulo contemplará los tipos de análisis a realizar con el objetivo de que el diseñador tenga plena visualización de las variables con las cuales puede construir una propuesta de diseño. El quinto capítulo expondrá los lineamientos del plan de trabajo y una idea general de la metodología que propone el presente PG, en donde se pondrían en práctica los argumentos expuestos en los capítulos tres y cuatro. Por último se

presentarán las conclusiones pertinentes derivadas de los argumentos presentados en el presente proyecto de grado.

Es necesario analizar y definir las herramientas metodológicas de trabajo, la semiótica y el lenguaje dentro del campo de la fotografía para llevar a cabo la propuesta y, así, poder trasladar estos elementos al proceso de planteo y construcción del diseño de indumentaria, abarcando prenda, serie y colección.

Para ello, se hará una investigación histórica acerca de la función de la fotografía como discurso y recurso, aplicada a la comunicación o al arte desde su descubrimiento. De la misma manera, será necesario un análisis de la teoría acerca de la semiótica visual y de la fotografía, y de cómo estos conceptos son utilizados al momento de crear una fotografía o serie fotográfica. Las distintas teorías del lenguaje visual y fotográfico, además, retórica de la imagen fotográfica, también serán incluidas en el análisis. Finalmente, se investigará y describirá en qué consiste el rol del autor dentro de la creación fotográfica, y cómo es posible distinguir la impronta del mismo en su trabajo.

De acuerdo con las categorías de Proyecto de Grado estipuladas por la Universidad de Palermo, este proyecto se encuentra dentro de la categoría de Ensayo, junto con la línea temática de nuevos profesionales.

La investigación será llevada a cabo por medio de la recopilación de bibliografía relacionada con la semiótica, lingüística e historia de la fotografía, la cual puede ser encontrada en bibliotecas, hemerotecas y páginas web que cuenten con un aval de criterio. De igual forma, se realizarán entrevistas a profesionales con una carrera de no menos de seis años en las áreas de fotografía y diseño de indumentaria, que puedan aportar conocimiento basado no sólo en conceptos teóricos, sino también en su experiencia.

Una vez recopilada toda la información necesaria, ésta será organizada dependiendo de su importancia, calidad, cantidad de contenido, facilidad de acceso y datos complementarios. Lo

anterior con el objetivo de darle mejor provecho al contenido, para luego exponer y resolver la hipótesis de trabajo cuyos resultados son el objetivo del presente proyecto de grado.

Las diferentes ramas en el campo del diseño comparten saberes teóricos que se utilizan como pilares de todas las disciplinas en esta materia; por ejemplo, el estudio de la morfología, teoría del color y las relaciones de tamaño, forma y distancia entre los objetos que hacen parte de un diseño. A partir de estos conceptos en común, se generan diferentes teorías y múltiples maneras de aplicar estos recursos con el objetivo de transmitir un mensaje por medio del lenguaje particular de cada disciplina. Dicho lenguaje se ha formado y estandarizado de tal manera que ha podido ser transmitido y entendido con acierto.

El desarrollo independiente de cada área del diseño, así como de sus lenguajes, ha repercutido, de alguna manera, en el intercambio de los saberes o métodos más allá de los conceptos teóricos que las agrupan a todas dentro del mismo campo. Una de las ramas que más usos, transformaciones y avances tecnológicos ha tenido, y que aún continúa en permanente búsqueda de medios de expresión para transmitir ideas o servir como herramienta y soporte es la fotografía.

Durante casi 200 años, la fotografía se ha desempeñado en los más variados roles sirviendo como fiel referencia de la realidad, documentando personajes, paisajes, hechos históricos, investigaciones científicas y registros policiales, hasta llegar a ser considerado arte y medio de expresión que, junto a elementos plásticos de copiado y reproducción, permite una amplia variedad de posibilidades.

La fotografía ha evolucionado, y sigue haciéndolo, debido a su versatilidad para adaptarse a casi cualquier situación. Evoluciona no sólo en la tecnología de las cámaras y métodos de copiado y reproducción, sino también en la manera en que la humanidad se aproxima a ella. Es precisamente ese constante perfeccionamiento lo que permite que sea un medio tan apetecido a la hora de transmitir un mensaje o una idea, justamente porque es amplio y flexible.

El presente proyecto de grado busca explorar las herramientas metodológicas, lingüísticas y semióticas de la fotografía haciendo un rápido recorrido por su papel histórico, con el fin de incorporar esta teoría dentro de los saberes útiles para el planteo y construcción del diseño de indumentaria. En este proyecto se parte de la base de que el uso de los conceptos lingüísticos y semióticos de la fotografía dentro del diseño de indumentaria, un área del diseño intrínsecamente relacionada con la comunicación de un mensaje cultural, pueden ayudar a construir propuestas más ricas, tanto en el campo funcional como conceptual, y así lograr un desarrollo altamente exploratorio que aproveche la mezcla de medios visuales y táctiles, dando como resultado propuestas innovadoras con fuertes raíces conceptuales.

La hipótesis construida en este trabajo aboga por la inclusión de un análisis con bases teóricas, minucioso y consiente, con el objetivo de aportarle al diseñador en proceso de formación herramientas sólidas para la toma de decisiones a la hora de plantear un diseño, además de facilitar la asociación lógica de ideas y el proceso de creación desde el momento de la toma de partido, pasando por la identificación de instrumentos de comunicación necesarias, y la selección de elementos de diseño acordes al discurso que se quiere plantear. Con lo anterior se pretende poder generar una propuesta con criterio, contundente, pero lo suficientemente flexible durante su proceso de construcción como para poder contemplar los cambios de tipo teórico o práctico que sean necesarios. Ningún proceso creativo es una línea recta con una metodología fija, en ocasiones es necesario recortar nuevamente el espectro de la toma de partido o inclusive replantear todo el trabajo nuevamente desde el inicio con el objetivo de conseguir el resultado deseado que comunique el mensaje que motivo todo el trabajo.

En cuanto a antecedentes la autora Mafalda Evans Lopes Guimaraes (2013) y su proyecto de grado *El uniforme, Una nueva propuesta para los tripulantes de cabina de pasajeros* hace referencia a la historia del uniforme, su objetivo y función, así como las transformaciones que ha

sufrido en los últimos 80 años y de que manera el uniforme representa una ventaja o desventaja para quien lo utiliza dentro del ámbito laboral. Este proyecto de graduación posibilitó a la autora del presente PG acercarse al concepto del uso de uniformes dentro de un contexto social y cultural determinado, el cual se desarrolla en el capítulo tres del presente ensayo, abriendo paso a la investigación acerca de otro tipo de uniformes dentro de otras profesiones.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1723.pdf

La autora Ana Carolina Orrico (2011) y su proyecto de *grado La moda cuando aparece Internet, el rol del diseñador de indumentaria*, hace referencia al concepto de identidad a través de la indumentaria determinado por la relación que existe entre esta, quien la viste, y el contexto en el que se encuentra. Esta aproximación facilita la aproximación al concepto de indumentaria como elemento de cohesión de un grupo dentro de la sociedad, tema que se desarrolla dentro del capítulo tres y cuatro del presente PG.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/415.pdf

Con el proyecto de grado *La formación académica del diseñador de indumentaria; Aporte al plan de estudios*, la autora María Laura Ingüe (2013) desarrolla el proceso creativo por el que atraviesa un diseñador o estudiante de diseño, el cual inicia en la toma de partido, atraviesa una etapa de investigación y deriva en una serie de resultados que son evaluados por terceros con el objetivo de retroalimentarse de estas críticas. Este PG funciona como tema introductorio a los temas desarrollados en el capítulo cuatro del presente ensayo dado que describe tanto las metodologías como el proceso creativo por el cual atraviesa un diseñador mientras realiza una propuesta diseño de manera exitosa.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1796.pdf

Por otra parte, Victoria Karapetian (2013) y su PG *Reflexiones sobre el discurso de vestir*, hacen referencia a los elementos comunicacionales presentes dentro de la indumentaria y el rol que cumplen tanto estos como el diseñador dentro de la sociedad a través el lenguaje visual, basados en la noción de signo y símbolo relacionados a la indumentaria. El presente PG utiliza estos conceptos semióticos de la indumentaria y aplica dentro de la metodología expuesta la funcionalidad de estos.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1797.pdf

Gracias al proyecto de Iciar Bravo Tomboly (2012) en *El origami como estructura de la prenda; La fusión de técnicas de plegado oriental a la moldería occidental*, el cual desarrolla el rol de la indumentaria como objeto práctico con una función específica, cuyos componentes puede ser reorganizados de formas poco convencionales para dar como resultado prendas innovadoras que mixturán, en este caso, la cultura de oriente y occidente, el presente ensayo encuentra una referencia del uso de las formas tridimensionales por medio del análisis previo de estas. Esta aproximación resulta útil al presente PG en cuanto a que abre paso al concepto de la indumentaria como producto que se puede reinventar por fuera de las convenciones de temporada y tendencia, manipulando estratégicamente elementos tales como forma, color y materialidad.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1576.pdf

La autora Agostina Daniela Curcio (2012) y su proyecto de grado *La influencia del cine en la moda; Proyección y anclaje de los modelos de ficción en lo social*, explora la influencia recíproca entre industria cinematográfica y el mundo de la moda, al igual que las formas en que la sociedad incorpora las manifestaciones de moda expuestas en el cine. La investigación de

Curcio funciona como punto de apoyo para la explicación del diseño en las artes escénicas y el cine que se desarrolla en el capítulo cuatro del presente PG.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1120.pdf

En cuanto a uno de los rubros objetivos del presente PG, el diseño de autor, María Eleana Sanagua (2012) y su proyecto de grado *El diseño de autor como generador de innovación; una tendencia de moda que no sigue tendencias*, desarrolla la labor del autor dentro del diseño de indumentaria exaltando el hecho de que las propuestas realizadas fuera de la estandarización y producción masiva tienen un contenido creativo igualmente amplio y complejo. Este PG ayuda a integrar la idea de que el diseño de indumentaria no se limita exclusivamente a la venta masiva a través de una marca y que una colección de prendas no debe estar necesariamente atada a una temporada determinada.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1237.pdf

Por otra parte, Josefina Schargorodsky (2011) en su PG *Sistema cuántico; La física cuántica interpretada por el diseño de indumentaria*, hace referencia a la interpretación de una metodología, en este caso la de la física cuántica, hacia el método del diseño de indumentaria por medio de la reinterpretación del concepto de lenguaje visual y la generación de un sistema de construcción de prenda. Esta investigación funciona como referencia metodológica para el desarrollo del presente PG, debido a que hace un paralelismo entre el método llevado a cabo por una disciplina ajena a la indumentaria y el método existente en esta, dando como resultado una metodología totalmente nueva.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/372.pdf

En cuanto a los elementos de los que se compone el lenguaje del diseño, particularmente de la indumentaria, La autora Claudia Lorena Alfonso (2011) en su PG *Historia de términos de indumentaria*, explora la etimología de los términos utilizados en el campo del diseño de indumentaria por medio de una investigación histórica y haciendo uso de lo anterior dentro de la práctica actual dentro del rubro. Este PG funciona como complemento lingüístico del presente trabajo, dado a que explora elementos que serán luego aplicados dentro de la comunicación visual de la indumentaria que se expone en el presente PG.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/421.pdf

Finalmente, en el PG *La falda masculina; La adaptación masculina de una tipología considerada exclusivamente femenina*, de Anahí Laura Lazzari (2009), se plantea el tema de la ambigüedad de género que puede darse en la indumentaria, generando como resultado el planteo de diseños no asociados de manera convencional al género masculino. Gracias a este PG, se desarrolla en el capítulo cuatro del presente trabajo el tema de la asociación de indumentaria por género como una forma de generar identidad por tipo de sexo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1923.pdf

Capítulo 1. Comunicación y diseño, una mirada a la teoría.

En el presente capítulo se desarrolla inicialmente el concepto de *comunicación*, para qué sirve y en que consiste. Con este objetivo en mente, se lleva a cabo una explicación de los conceptos de signo y código según Humberto Eco, y se incorpora la explicación de signo según Oscar Colorado. Se exponen además los conceptos de tipos de mensaje según Roland Barthes, en donde se desarrolla el significado de mensaje denotado y connotado, incluyendo también la idea de paradigma y sintagma según Daniel Chandler.

De igual forma, se hace una corta introducción al concepto de comunicación visual, y a la manera en que tanto la fotografía como el diseño se encuentran enmarcados dentro de este campo. Finalmente, se realiza una introducción al concepto de moda junto con el diseño de indumentaria, así como al de fotografía e imagen fotográfica, para concluir con el rol que cumple, desde sus inicios, esta disciplina dentro del campo del arte, al igual que los cambios que ha introducido en la sociedad.

1.1 Teoría de la comunicación

Todo ser humano desarrolla la capacidad innata de comunicarse, de transmitir una idea, un punto de vista o una necesidad de manera consciente o inconsciente, a través de los medios que le sean posibles, con el objetivo de sobrevivir. Teniendo esto en cuenta, es necesario entender cuáles son los elementos necesarios para establecer una comunicación. Según Umberto Eco, el proceso comunicativo “es el paso de una señal -lo que no significa necesariamente un signo- desde una fuente, a través de un transmisor, a lo largo de un canal hasta un destinatario -o punto de destino-“. (Eco, 1997, p.24). Esta teoría básica de la comunicación, que tiene sus raíces en la lingüística, es aplicable en cualquier ámbito del diseño: necesitamos comunicar un mensaje que a través de un algo por medio de un donde para llegar

a un alguien, independientemente de que nuestra comunicación se encuentre dentro del contexto deseado, transmita correctamente el mensaje, o éste mismo sea interpretado de la manera en que debería serlo.

Dentro de esta estructura es muy importante conocer y tener claros dos términos que también se encuentran dentro de la teoría de la comunicación, como son el signo y el código. Según Eco, utilizamos un signo cada vez que usamos un algo como medio de un que o, textualmente, “siempre que un grupo humano decide usar una cosa como vehículo de otra” (Eco,1977,p.25).

El autor cita el ejemplo de la convención realizada por un médico entre la aparición de manchas rojas en el rostro de un paciente junto con una sintomatología especial, dando como resultado el signo conocido como sarampión. Otra acepción de signo es la que ofrece la Real Academia de la Lengua, la cual afirma que un signo es un “objeto, fenómeno o acción material que, por naturaleza o convención, representa o sustituye a otro” (2013, definición 1).

El código es, a diferencia, una serie de convenciones que pueden llegar a establecer reglas por medio de las cuales se asigna una determinada interpretación a todo el conjunto de elementos que actúan dentro de la comunicación. Un ejemplo claro de código sería cualquier idioma, tal como el inglés o el español, y el hecho de que a través de convenciones el idioma permite darle sentido a una comunicación oral o escrita.

Finalmente, y en referencia a la parte del mensaje dentro de la comunicación, es necesario resaltar dos términos mencionados por Roland Barthes con relación a la imagen fotográfica en *Lo obvio y lo obtuso* (1977). Gracias a ellos se puede distinguir a qué tipo de mensaje nos estamos refiriendo, estos son el mensaje denotado y el mensaje connotado. El mensaje denotado es aquel en donde prevalece la analogía más perfecta de la realidad, y es así como el mensaje no busca transmitir nada más que eso, no hay un segundo significado o algo oculto. Por lo contrario, el mensaje connotado habla de un sentido en el mensaje, ya no busca comunicar lo obvio porque hay una segunda intención que debe ser interpretada por el receptor

del mensaje y que puede estar construida, según Barthes (1986), “bien por un sistema de símbolos universal, bien por una retórica de una época, en definitiva, por una reserva de estereotipos –esquemas, colores, grafismos, gestos, expresiones, agrupaciones de elementos-.” (Barthes, 1986, p.14).

Una vez teniendo en cuenta el significado de lo que se entiende como signo, es útil entender además dos términos que describen una forma particular de interacción entre signos; el paradigma y el sintagma. De acuerdo con Chandler (2001), “un paradigma es un conjunto de signos asociados, y todos estos signos son miembros de alguna categoría que define, pero en el que cada signo es significativamente diferente...en un contexto dado un miembro del grupo paradigmático es estructuralmente reemplazable por otro. El uso de un paradigma (p.e. una palabra o imagen particulares) forma la preferencia por el significado de un texto.” (Chandler, 2001, p. 52) Es decir, cada signo por sí solo no significa nada en particular si no se encuentra asociado a un paradigma. Así mismo, Chandler nos brinda la definición de sintagma: “es una combinación ordenada de signos interactivos que forman una totalidad significativa (a veces denominada cadena) en el lenguaje, una oración es un sintagma de palabras. También los párrafos y los capítulos son sintagmas...los sintagmas son creados por la elección de paradigmas de los que son convencionalmente considerados como apropiados o pueden ser requeridos por algún sistema de reglas (p.e. la gramática)” (p.53). La autora del presente PG considera que esta definición de paradigma y sintagma puede ser utilizada también en la construcción teórica de cualquier tipo de comunicación visual.

1.2 Dos hijos del diseño: la fotografía y el diseño de indumentaria

Lejos de incorporar elementos semióticos demasiado complejos en el presente proyecto de grado, se tratarán las metodologías comunicacionales de dos grandes ramas dentro del mundo del diseño, que si bien actualmente son, sin lugar a dudas parte activa del accionar de la disciplina, en sus orígenes tenían una intención más práctica que expresiva, estas son la indumentaria y la fotografía.

En su uso más cotidiano, estas dos expresiones tienden a ser relacionadas normalmente como una siendo el resultado de la otra, si tenemos en cuenta que la relación más obvia entre ellas es que la fotografía se encarga de documentar indumentaria y, que, a su vez, ésta pueda encontrar una fuente de inspiración en una fotografía. Bajo este enfoque sólo se tiene en cuenta un aspecto de cada una de estas disciplinas. Por una parte, la fotografía estaría únicamente capturando una imagen fiel de un referente, por ejemplo, una prenda y, por otra, la indumentaria busca una imagen de la cual obtener referentes morfológicos o de contenido.

Es común pasar por alto que ambas disciplinas tienen lenguajes y teorías comunicacionales independientes aunque, a la vez, sorprendentemente similares. Se puede empezar por el hecho de que ambas prácticas comunican de manera visual, no verbal si bien existe la posibilidad de contextualización a través del uso de leyendas explicativas, en el caso de la fotografía; o de estampados con texto, en el de la indumentaria. La forma principal de comunicar para la fotografía y el diseño es visual, y es por esta razón que para la ejecución de ambas disciplinas es necesario entender conceptos de construcción y comunicación visual, en donde se pretende entregar un significado teniendo en cuenta la percepción o interpretación que el receptor haga de una forma, color, textura o tamaño en particular. Tanto el diseñador como el fotógrafo deben aprender a hablar en un lenguaje sin palabras.

Otra de las similitudes es que ambas no sólo operan como objeto funcional, sino como elemento de identificación dentro de la sociedad. Este elemento sobresale en especial en el

caso de la indumentaria pues, históricamente, el traje, o la ausencia de este, ha servido como recurso para establecer diferencias en la sociedad, actuando como una forma no verbal de exteriorizar individualidad o pertenencia a un grupo. Así mismo, una de las propiedades más básicas de la fotografía es la de realizar un registro verosímil de la realidad. Por lo tanto, al tener la imagen de una persona en un documento de identidad o inclusive en una fotografía casual dentro de un grupo de personas, se está justamente afirmando la particularidad de dicha persona, diferente a los demás.

Tanto la fotografía como el diseño funcionan a través de un sistema de signos, dado que en ambos se articula un lenguaje comunicacional. El hecho de que ambas disciplinas funcionen como un lenguaje trasciende cualquier propósito de una simple copia de la realidad, en el caso de la fotografía; o de estricta funcionalidad, en el caso de la indumentaria. La comprensión de estos signos está ligada al contexto en el que se manifiesten y a las competencias que tenga el receptor para analizarlos y entenderlos.

A partir de estas similitudes, se entiende que tanto la fotografía como el diseño son medios compuestos de sentidos y significados, lo cual les brinda el carácter de ser polisémicos, es decir, de contener múltiples significados. En este sentido, la polisemia también puede ser contraproducente para estas dos disciplinas, en cuanto a que son formas de comunicación con un enorme potencial plástico para transmitir un mensaje, pero que también puede ser interpretado de manera errónea. Si bien esta cualidad le da múltiples posibilidades al autor para comunicar una idea, por otra parte resulta complejo encontrar la manera más acertada y de más fácil lectura para comunicar un mensaje, y que este sea entendido del modo en que fue concebido. Una fotografía y un diseño pueden ser visualmente impactantes pero no contener ningún mensaje de fondo, así como pueden estar por fuera de lo que se considerara estéticamente bello pero tener un mensaje importante y poderoso.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se puede concluir que la fotografía y el diseño cuentan con dos tipos de sistemas de lectura: cerrado y abierto. En el sistema cerrado se considera que el mensaje a transmitir está denotado, es decir, que la imagen u objeto no pretenden comunicar más que su forma evidente tal como sería el caso antes mencionado de la fotografía en el documento de identidad o, en el caso de la indumentaria, el diseño y materialización de un sencillo guardapolvo escolar cuyo propósito se encuentra directamente asociado a un uso exclusivo.

En cuanto al sistema abierto, se considera que el mensaje se encuentra connotado y, por ende, su contenido puede ser cuestionado dado que puede tener múltiples interpretaciones que no necesariamente sean lo que el autor quiso comunicar. Un ejemplo de esto sería el caso de una fotografía post modernista o de una prenda de alta costura, en donde la inspiración y el mensaje a transmitir fueron dispuestos de tal manera que pueden llegar a ser difíciles de decodificar o no, dependiendo del conocimiento que tenga el receptor tanto de la obra como de su creador y de su propio bagaje cultural relacionado con el tema.

1.2.1 Moda versus diseño de indumentaria

Dado que el presente proyecto de grado tiene como objetivo hablar del diseño de indumentaria más no de la moda, y teniendo en cuenta que también existe específicamente la fotografía de moda como un rubro independiente, vale la pena establecer la diferencia que existe entre moda y diseño de indumentaria apoyándonos en la definición dada por Gianfranco Morra en la introducción al libro *El vestido habla* de Nicola Squicciarino: “La moda es un conjunto de comportamientos significativos que expresan los valores característicos de una época y entran en decadencia junto a ella; en el sentido más estricto, constituye la forma de vestirse, es decir, de mostrar y ocultar el propio cuerpo” (Squicciarino , 1986, p.17)

Según esto, se entiende la moda como un fenómeno social que utiliza la indumentaria como medio de expresión sin considerar el cómo y la razón de ser de una determinada prenda, sola o en conjunto, ya que el significado social trasciende a la prenda; mientras que el diseño de la indumentaria en su base, responde a una metodología compuesta de diferentes pasos que dan como resultado un producto funcional el cual tiene una intención, aunque ésta no esté directamente ligada a una moda en particular y que responde a la necesidad de un individuo o grupo.

De acuerdo con estudios como el realizado por Alison Lurie en su libro *El lenguaje de la moda* (2002), o por Roland Barthes en *El sistema de la moda* (2003), la indumentaria es un poderoso medio y canal de comunicación que se articula de una manera sistemática, pero lo suficientemente flexible como para que cada persona esté incluida dentro del juego de roles que suponen los diferentes tipos de ocasiones, contribuyendo también a la construcción de la sociedad.

De igual forma, este tipo de estudios examinan el rol de la industria de la moda y su función de organizador social por medio de dictámenes que, bajo el escrutinio del investigador, son comportamientos sociales. Y aunque estos dictámenes no son totalmente predecibles, tienen un patrón lógico en su manera de funcionar.

En resumen, se ha analizado la moda como la expresión de un comportamiento social, a la indumentaria como un producto funcional que responde a una necesidad, y al diseño de indumentaria como un proceso metodológico, el cual tiene como fin construir un producto que puede tener una intención comunicativa, social o simplemente funcional.

1.2.2 La fotografía y la imagen fotográfica

La fotografía consiste en una mezcla de aplicación práctica de ciencia, imaginación y diseño; de habilidad artística y manual, y de capacidad organizativa. Según Langford “Por un lado tenemos las máquinas y los procesos. Por el otro, tenemos una gran variedad de criterios visuales – sobre algo que es objetivo, tangible y preciso- que se expresan por sí mismo y que están abiertos a la libre interpretación” (Langford, 1991, p.1).

En 1839, tanto Fox Talbot en Inglaterra como Louis Daguerre en Francia, anunciaron el descubrimiento de la fotografía y, aunque existen diferentes investigaciones acerca del fenómeno de la reflexión de luz a través de un agujero para producir una imagen más o menos enfocada, el presente PG se concentrará en lo que se conoce como la fotografía basada en Talbot y Daguerre.

La palabra fotografía proviene de las raíces foto, que significa luz, y grafía o escritura, es decir, escribir con luz. La fotografía consiste en capturar, en un material fotosensible, una imagen por medio de la impresión que genera la luz a través de un lente, dando como resultado lo que se conoce como imagen fotográfica. Esta disciplina desde entonces ha evolucionado de manera sorprendente por más de 150 años, al punto de no necesitar una película fotosensible o de revelar los negativos para poder obtener un papel con una imagen.

Desde su descubrimiento, la fotografía ha tenido las más variadas funciones, aunque antes de mencionarlas es crucial dejar en claro que, independientemente del objetivo con el que sea usada, ésta es “esencialmente un documento, un registro de un momento en un determinado lugar bajo unas condiciones particulares” (Suarez, 2001, comunicación personal), aunque ésta no es su única virtud.

La fotografía inicialmente desplazó a la pintura como la manera más cercana a la representación de lo real. Es importante establecer que el concepto de lo real no debe ser confundido con el de la realidad, el cual responde a una percepción particular de cada persona.

De igual forma, la fotografía hizo aportes significativos al arte, concediéndole al artista una mirada más aguda sobre cómo en verdad funcionaba la naturaleza o de que manera podía sacar partido de un determinado campo visual, punto de fuga, plano o encuadres, logrando así una mejor calidad realista y compositiva, además de una mejor percepción del detalle, sin olvidar que ayudó también a incorporar la capacidad de plasmar la sensación de movimiento, algo que antes de la fotografía era casi imposible de conseguir.

Es necesario destacar que fue gracias a esta disciplina que se llegó a comprender el movimiento orgánico de aves y mamíferos, cambiando radicalmente el paradigma del movimiento, convirtiéndose así en uno de los puntos de partida del cine y la animación. Posteriormente, la fotografía tomó relevancia durante los años treinta y cuarenta como poderoso medio publicitario de diversas áreas, transformándose en uno de los grandes aliados de la industria cinematográfica al forjar el concepto de imagen de las celebridades, además de ser el medio ideal para un retrato individual o familiar, compuesto de elaboradas escenografías o, inclusive, como herramienta para la medicina y la ciencia.

La fotografía también ha funcionado como herramienta de documentación histórica y periodística, registrando los cambios y la evolución de la humanidad, suministrando desde entonces registros que han permitido reconstruir un pasado más legítimo y tangible.

De manera paralela, la tecnología fotográfica se perfeccionaba cada vez más dando lugar a la experimentación visual por parte del fotógrafo en dos instancias: primero, durante el momento de la captura, y luego, en su post producción. De esta manera se conseguían fotografías que reforzaban por una parte las cualidades de imagen denotada, por medio de resultados cada vez más nítidos y precisos, dado que contaban con mejores máquinas, así como las cualidades de imagen connotada por medio de la realización de fotomontajes y experimentaciones con material fotosensible, como las realizadas por Moholy-Nagy en la Bauhaus al rededor de 1926.

La manipulación fotográfica revela el hecho de que la fotografía no es exclusivamente una reproducción totalmente fiel de lo real, y que puede ser manipulada para que el espectador vea lo que el fotógrafo quiere que sea visto, ya sea reforzando aspectos específicos dentro de la imagen al momento de capturar la toma, durante el proceso de copiado o haciendo una edición posterior a esta. La imagen fotográfica hace uso de su cualidad de fiel reproductora de la realidad para hacerle creer al espectador que lo que está viendo es real, a menos de que examine detalladamente la imagen y se descubra los elementos editados, la imagen puede ser perfectamente verosímil.

Históricamente, en la medida en que se simplificó el proceso de revelado y se facilitó el acceso a equipos fotográficos, fue más notoria la presencia de los fotógrafos amateurs en la disciplina, generando un cierto desapego de la escuela clásica para dar paso, por una parte, a la experimentación de multimedios y, por otra, a la captura de escenas cada vez más comunes del día a día, cargadas de intención a pesar de ser temas aparentemente banales. Uno de estos casos es el de David Carson, diseñador gráfico americano que toma fotografías de escenas muy cotidianas con tan sólo una cámara de 35mm, sin que esto ponga en riesgo la calidad de sus imágenes, las cuales sobresalen por sus elementos compositivos, propios del diseño gráfico, tales como el juego de contrastes, tamaños, horizontalidad y ubicación de objetos en el espacio, para generar focos de atención o generar un orden de lectura. Carson es un ejemplo apropiado de cómo es posible la integración de dos disciplinas para conseguir un resultado que responda a una necesidad comunicacional.

Al final de este capítulo, se llega a la conclusión de que tanto el diseño como la fotografía comunican de manera visual y articulan un lenguaje sin palabras. Para poder construir de manera correcta dicho mensaje, es necesario entender la estructura básica de la teoría de la comunicación, al igual que elementos tales como el signo, el código, el paradigma y el sintagma, de modo que sea claro reconocer los tipos de mensajes que se pueden elaborar.

Este capítulo expuso además las similitudes más importantes entre la fotografía y la indumentaria, entre las cuales se entiende que ambas funcionan como herramienta generadora de identidad, tanto de un individuo como de un grupo de personas dentro de la sociedad. En cuanto sus características teóricas, se indica también que ambas funcionan a través de un sistema de signos, lo cual permite elevarlas a la categoría de lenguaje, son polisémicas y cuentan con dos sistemas de lectura: abierto, es decir, de mensaje connotado, y cerrado, que funciona con un mensaje denotado.

Capítulo 2. El método general

Este segundo capítulo tiene como primer objetivo presentar una de las grandes escuelas dentro del mundo del diseño: *La Bauhaus*; así como su influencia, no sólo en esta disciplina, sino también en el arte y en la fotografía. Se explorarán también los conceptos teóricos sobre forma, color, posición y movimiento por Johannes Itten, László Moholy-Nagy y Josef Albers.

El capítulo también expone brevemente un método fotográfico, y la diferencia entre la operación física de la cámara y el uso de las herramientas que ésta proporciona, además de la importancia del vocabulario visual en la labor del fotógrafo. Se explica también, con base en Gastaminza, en qué consiste el análisis morfológico y de contenido documental orientado a la construcción de un diseño, al igual que algunos elementos aportados por Langford, sumado a la explicación de los tres tiempos ontológicos utilizados para el análisis del texto fotográfico, en donde se describe el uso de ícono, índice y símbolo. En cuanto al método del diseño, se encuentra la descripción de mensaje según Munari, y los filtros por los que éste debe pasar para conseguir la transmisión exitosa de este.

Al estar la fotografía y el diseño de indumentaria directamente relacionados, ambos comparten saberes básicos sobre diseño provenientes, principalmente, de la academia de arte de mayor influencia en el siglo XX, la *Bauhaus*. Si bien fueron varios los grandes maestros de la Bauhaus, tales como Joseph Albers, Hinnerk Scheper, Walter Gropius y Paul Klee, todos tenían una filosofía en común: la experimentación con diferentes tipos de materiales siguiendo conceptos básicos teóricos, los cuales brindaban una base sobre la cual el estudiante podía incursionar libremente en cualquier tipo de medio durante su paso por el curso preliminar de la academia.

Uno de los catedráticos más importantes de estos cursos fue Johannes Itten, cuyo método era “proveer un entrenamiento comprensivo en la forma artística, manualidades y pericia técnica”. (Westphal, 1991, p.40). El método de Itten estaba intrínsecamente relacionado con las

humanidades y la necesidad de crear obras completamente propias del autor, sin copiar a ningún otro artista, para así brindarle algo útil a la sociedad.

Uno de los aportes más importantes de Itten fue el establecimiento de los diferentes tipos de contraste utilizados en el arte tales como el contraste inherente entre los colores, contraste oscuro claro, contraste cálido frío, contraste complementario, simultaneo, de calidad y cantidad. Esta teoría acerca del uso del color hace parte, aún hoy en día, del saber básico de todo diseñador.

Luego de la partida de Itten en 1926, Moholy-Nagy tomó la dirección de los cursos preliminares con un enfoque más sistemático que consistía en un análisis matemático de las formas, colores y espacios. Estos estudios resultaron en un acercamiento al arte y al diseño desde lo funcional y formal pero, en especial, industrial, en donde los elementos estaban contruidos por medio de las siguientes relaciones: primero, entre las formas existentes, tales como las formas biotécnicas matemáticas y geométricas; luego, entre nuevas formas producidas y formas complejas. Se estableció también que la creación de nuevas formas puede estar basada en: radios, medidas, posición, movimiento, velocidad, dirección, desplazamientos, penetración y cruce, seguido de valores materiales como la estructura, la textura, la fabricación, continuando con la luz y, como parte de esta, el color, la ilusión y la óptica.

Moholy – Nagy estableció también que la relación de formas puede ser efectiva en contraste, desviación y variaciones como el cambio, fricción, rotación y reflexión. Este enfoque constructivista se enfoca en la importancia de la funcionalidad y de las propiedades de cada material. (1991) Al igual que Moholy-Nagy, Josef Albers, su sucesor, compartió este enfoque funcional aunque de manera menos rígida y por medio de *collages* hechos de elementos que contrastaran en color, textura y forma, resaltando cada elemento por sus propias cualidades.

Aunque el método pedagógico de la Bauhaus no es del todo aplicable en la actualidad ya que la tecnología de hoy en día permite la práctica y experimentación en otro tipo de soportes, sus

conceptos teóricos sobre las propiedades de lo bidimensional, abarcando la imagen gráfica y la fotografía, los objetos tridimensionales y la relación de estos en el espacio, sentaron los conceptos básicos del diseño y lo sistematizaron en elementos independientes y analizables.

2.1 El método de la fotografía

Existen diferentes tipos de manuales técnicos que proveen nociones generales de cómo operar mecánicamente una cámara fotográfica, así como del manejo de la cámara en diferentes condiciones de luz de acuerdo con el resultado esperado, pero dado que fotografiar consiste en observar, es vital no sólo conocer la parte técnica de estas herramientas, sino saber la manera en que mejor pueden ser explotadas por el fotógrafo, aplicando diferentes criterios, lo cual implica necesariamente tener conocimientos acerca de morfología, composición e iluminación.

Es preciso distinguir aquí la diferencia entre saber operar funcionalmente una cámara y saber utilizar las herramientas que esta nos proporciona. El fotógrafo debe contar con un amplio vocabulario visual para poder realizar la captura ideal sin permitir que la cámara filtre o distorsione la intención original, además de hacer una posterior selección de las fotografías definitivas aplicando un criterio creativo. Esto se logra a través de la práctica y de un análisis de los elementos que componen la acción de fotografiar y de su resultado, la imagen fotográfica.

Según Gastaminza (2001), la fotografía puede tener dos tipos de análisis, los cuales aplican específicamente para la fotografía documental, pero que resultan útiles para el fin de este proyecto de grado: el análisis morfológico y el análisis de contenido documental.

El análisis morfológico contempla las características técnicas formales tales como el soporte, formato, óptica, tiempo de exposición, luz, calidad técnica, enfoque del tema y estructura formal. Dentro de este enfoque se tratarán de manera particular siete elementos. El formato, como primer elemento, puede ser horizontal o vertical. Una fotografía está siempre limitada a encontrarse encuadrada dentro de un formato, lo cual implica que debe contener toda la

información relevante por dentro de un recuadro y dejar de lado todo lo demás con ayuda del sentido del mismo. El segundo elemento es la óptica, que se refiere al punto de vista desde donde está tomada una fotografía, en donde se encuentran la toma alta, toma baja y toma de cerca. El tercero es la luz, su calidad y cantidad ayudan a dar forma a los objetos y a generar contrastes. Entre los tipos de luz se encuentra el alto contraste y bajo contraste, especialmente utilizado en las fotografías en blanco y negro, si como también la contraluz, luz dura y luz suave.

Se incluirán también algunos aspectos útiles mencionados en el libro *La elaboración de la imagen* de Langford (1990) que nos habla de la textura como cuarto elemento, la cual se define como la característica de una superficie que puede realzar el valor del objeto o conferirle un valor particular dentro de la composición. El quinto elemento es la línea, la cual establece la estructura visual de la imagen y, por repetición, se convierte en el sexto elemento: el ritmo, el cual es la repetición de líneas y formas dentro de la imagen. El séptimo y último elemento es la agrupación de tres facultades conocidas como encuadre, forma y línea, las cuales dirigen la atención del espectador hacia un punto en particular por medio de recursos que se encuentren dentro de la escena.

En el análisis de contenido documental “se propone un método de análisis orientado a representar el contenido de la fotografía en un lenguaje documental (mínimamente controlado) y mediante un resumen textual” (Gastaminza, 2011, punto 6.2). Dentro del análisis de contenido se toman en cuenta entonces las acciones o situaciones dentro de la fotografía, las personas que se encuentran en ella, y el contexto histórico, político, social y cultural en el que se encuentran.

Para poder entender con más detalle de qué está compuesta una fotografía, así como la acción misma de fotografiar, es importante entender lo que Farías (2012) describe como los tres tiempos ontológicos del texto fotográfico. El primer tiempo es la fotografía como imagen de la

realidad o mimesis. Este tiempo se desarrolló a principios del siglo XIX en donde el papel de la fotografía fue únicamente el de reflejar la realidad, ser verosímil, documental y objetiva.

En el segundo tiempo, desarrollado en el siglo XX, se reconoció que la fotografía transforma lo real al ser codificada de manera cultural, sociológica, tecnológica y estética, además de extraer el momento por fuera del *continuum* temporal, y pasar su forma tridimensional a un formato bidimensional. En este segundo tiempo se reconoce entonces que la verdad a través de la fotografía no existe como tal, ya que ha sido intervenida por el factor humano, quien toma cierto tipo de decisiones dando como resultado un punto de vista particular.

El tercer tiempo se basa en la clasificación de signos de Peirce, compuesta de ícono índice o índice y símbolo. El ícono sugiere que una fotografía es parecida a su referente y, por lo tanto, establece una relación icónica con este (2001). Por ejemplo, la foto de un perro es parecida a su referente pero no es su referente, ya que la foto no es el perro.

El índice o índice, de acuerdo con Wright, se basa en

“la conexión casual entre la fotografía y el sujeto, la luz reflejada sobre el sujeto se imprime sobre la superficie de la película...o porque el sujeto ha dejado un rastro y el que lo reconozcamos depende más de nuestra capacidad de deducción que de una percepción inmediata” (Wright, 2001, p.79).

El símbolo es un elemento que nace y se lee dentro de un acuerdo realizado entre el emisor y el receptor del mensaje y está relacionado con su referente. Por ejemplo, llevar consigo la fotografía de un ser querido dentro de la cartera representa un símbolo de conexión emocional con el referente fotografiado.

Gracias a este tercer tiempo, se establece que la fotografía es una huella de la realidad, es evidencia de algo que sucedió.

2.2 El método del diseño

“No puedes sostener un diseño en tu mano. No es una cosa. Es un proceso. Un sistema. Un modo de pensar.” (Gill, 2003, p.7)

El diseño es un proceso creativo que nace de una necesidad propia del diseñador o de terceros y que tiene como fin plantear la solución a un problema de diseño por medio de propuestas prácticas y útiles para los fines que manifieste esta necesidad, además de comunicar un mensaje. El mensaje, según Munari, tiene que pasar por diferentes tipos de filtros tales como los sensoriales, operativos o constitucionales, y culturales del receptor, los cuales que pueden llegar a distorsionar el mismo. Por esta razón, el mensaje debe ser lo suficientemente claro y estudiado para alcanzar a la audiencia deseada, aún después de haber sido filtrado. Este proceso se compone de pasos sucesivos que garantizan que todo el trabajo creativo planteado dentro del diseño se enfoque correctamente a la resolución del problema y cumpla en todo momento con lo que fue requerido (2000). La teoría del diseño en general es aplicable a cualquier disciplina desprendida del mismo, pues contempla aspectos generales que surgen en el problema de diseño, aunque en el caso de este proyecto de grado el enfoque se concentrará en moldear un método que se ajuste particularmente al diseño de indumentaria.

Existen diferentes puntos de vista para describir el proceso desde el nacimiento del problema hasta la construcción de un prototipo, pero se tendrán en cuenta los planteos metodológicos realizados por Munari (2000) y Gavin – Harris (2010) en donde el proceso consta de seis pasos, empezando por la enunciación del problema o fases del planteamiento.

En este primer paso, se realiza el planteo del problema o necesidad, el cual tiene que estar, en lo posible, lo suficientemente detallado como para tener un correcto enfoque de trabajo durante todo el proceso y evitar alteraciones de enfoque en etapas avanzadas del proceso. Durante esta etapa de planteamiento también se genera una visión panorámica de cuáles serán las fases del proceso de diseño y la metodología de trabajo. El segundo paso es la identificación de

los aspectos y funciones. En esta etapa se inicia el trabajo de investigación sobre el problema a resolver, el cual puede ser enfocado desde dos puntos de vista, el físico y psicológico. En el físico, se evalúa que tipo de aspecto físico ha de tener la solución que se plantea, y se investiga si el problema ha sido resuelto anteriormente y como fue resuelto, además de cuáles son sus características a nivel económico y técnico. Dentro del aspecto físico también se hace una descomposición del mensaje que se intenta transmitir, dando como resultado elementos tales como la textura, forma, estructura, módulo y color. Cada uno de estos aspectos tiene sus propias reglas y formas de interacción de unos con otros dependiendo del tipo de mensaje que se desee transmitir. Estas características serán expuestas e incorporadas dentro de la Metodología del Diseño expuesta en el tercer capítulo.

En el segundo punto de vista es, el psicológico, se evalúa la relación existente entre el objeto y el usuario, además del contexto cultural, histórico y geográfico, aportando información acerca de cómo se debe abordar la solución al problema dependiendo de la capacidad de recepción parte del público.

De acuerdo con Gavin – Harris (2010), también es necesario que se recopile información de tipo cualitativa, es decir, información sobre las preferencias de consumo y estilo de vida del público objetivo, así como cuantitativa, en la cual se encuentran datos estadísticos sobre el tamaño y composición del mismo. También es necesario realizar una investigación primaria que incorpore información de retroalimentación en la cual se incluya aquello que funcionó, y lo que no, en el pasado con el público objetivo. Esta información debe provenir de proyectos anteriores, así como debe hacerse una investigación secundaria que contenga información acerca del comportamiento histórico de un determinado segmento del mercado y que incorpore información acerca de la estructura del mismo.

Los autores sugieren además realizar una lista de control para revisar que se posea y trabaje sobre la información correcta. La lista puede contener elementos como: disponibilidad de una

retroalimentación de proyectos previos; comprensión y entendimiento del mercado objetivo; nivel de educación y estilo de vida característico del público objetivo, así como disponibilidad de una composición estadística del mismo.

El tercer paso a seguir es la evaluación de límites, en donde se tienen en cuenta que limitaciones tiene la solución en cuanto a utilidad y duración, tipo de colores permitidos, preconceptos y usos culturalmente aceptados; relación entre materiales y precio, así como cualquier tipo de obstrucción legal. En el cuarto paso se considera la disponibilidad de tecnologías en donde se evalúa el tipo de tecnología de fabricación más práctico y efectivo. Si llegaran a existir limitaciones de dinero, sería necesario evaluar que tipo de tecnología resulta más económica. La creatividad o generación de ideas se dan en el quinto paso, en donde se contemplan las variables del problema, partiendo de la base de que se tiene en claro el mensaje a transmitir, así como el público objetivo, dando paso al desarrollo creativo de la solución al problema.

La creatividad, en este caso, debe estar siempre enfocada a la resolución del problema, sin que esto desvirtúe dar rienda suelta a cualquier tipo de ideas. Lo importante es que éstas puedan ser adaptadas al requerimiento y transmitan de manera correcta el mensaje.

En una primera instancia, las ideas se dan puras, sin analizar si está siendo utilizado correctamente un vocabulario de diseño, ya que más adelante se descartan aquellas que no aportan de manera práctica a la resolución. Gavin – Harris (2010) sugieren un par de metodologías para la generación de ideas, como lo es la búsqueda de inspiración y referencias, en donde se formaliza el proceso de inspiración por medio del uso de un libro de ideas con recortes de revistas, anotaciones, bocetos y objetos que pueden servir como fuente de inspiración. También mencionan la utilidad de crear un personaje ficticio, construido a partir de los gustos de un *target* en particular, en donde se ejemplifican un estilo de vida, hábitos de consumo, aspiraciones y características en general. Otra fuente de inspiración puede llegar a

ser la misma información cultural que se encuentra en revistas, en la televisión, en tiendas, así como en disciplinas como la pintura, la arquitectura, el cine y la fotografía. Al respecto, Gavin – Harris señalan que:

“la búsqueda de la originalidad en diseño significa que siempre habrá una oscilación entre la divergencia de estilos contemporáneos y la convergencia hacia conceptos del pasado, a medida que las ideas se repiten, se adaptan, se fortalecen, se rechazan, se degradan, se renuevan y se retocan”. (Gavin – Harris, 2010, p.62)

La otra metodología sugerida por Gavin – Harris (2010) es la de *brainstorming*, en donde un grupo de creativos sugiere ideas que puedan solucionar el problema sin entrar en detalles operativos que puedan llegar a desacreditarlas de manera instantánea. La idea es que exista la mayor libertad posible para plantear soluciones. Las reglas para una exitosa lluvia de ideas incluyen: no criticar, evitar la presencia de jefes, evitar las resoluciones, trabajar con un objetivo, controlar el tiempo, dejarse ir, ser inclusivo y animar a todos los miembros del equipo a contribuir.

La práctica del *brainstorming* ha sido objeto de diferentes críticas recientemente, como se evidencia en el blog *Psicología de la información* (2013): “A pesar de su popularidad, el *brainstorming* tiene importantes limitaciones: diversos estudios han comprobado que, en comparación a un grupo de individuos aislados (llamados “grupo nominal”), el *brainstorming* colectivo puede reducir el número de ideas aportadas por los individuos” (Martinez, 2013, párrafo 1). No obstante, la autora del presente proyecto de grado considera que vale la pena realizar una rápida lista de posibles soluciones al problema, aun si se trabaja de manera individual, con el ánimo de no descartar ninguna opción.

En el sexto paso se avanza hacia la creación de prototipos. Después de contar con una imagen clara del problema, con el mensaje a transmitir, con la generación de una idea que funcione como solución, y con una serie de bocetos y pruebas, se procede a la creación del prototipo, que no es más que un modelo real de las propuestas que mejor se ajustan al requerimiento y

que transmiten de manera fiel la idea. Parte del objetivo de crear un prototipo es evaluar las características de los materiales, del proceso de construcción y del resultado final, para luego realizar los ajustes necesarios que darán como resultado un producto terminado con los elementos físicos y comunicacionales deseados.

Se concluye así, por medio del presente capítulo, que existe una manera viable de acondicionar un método de diseño, basado tanto en la metodología de la fotografía como en los modelos existentes dentro del diseño en general, con el propósito de enfocarlo particularmente en el diseño de indumentaria, para lo cual es posible usar los planteos metodológicos establecidos por Munari y Gavin - Harris en donde se sugiere establecer una serie de pasos y herramientas con el objetivo de formalizar un proceso que pueda mantener ordenada y controlada la información con la que se construye la propuesta de diseño.

Capítulo 3. Hacia una propuesta metodológica desde la fotografía al diseño de indumentaria.

En el presente capítulo se sientan las bases teóricas para la realización de una propuesta metodológica orientada al diseño de indumentaria, en donde se tienen en cuenta los elementos previamente analizados en el capítulo uno y dos y se busca establecer equivalencias de estos elementos desde el campo de la fotografía hacia el de la indumentaria. Debido a esto, el capítulo se encuentra dividido en tres secciones. En la primera sección se realiza el planteo para la construcción de un lenguaje enfocado al diseño de indumentaria, basándose en los tres tiempos ontológicos de la fotografía y realizando un paralelismo de estos dentro del campo de la indumentaria. El primer tiempo actúa como función primaria de la indumentaria, el segundo como diferenciador social y el tercero como signo índice. De este análisis se desprende el concepto de símbolo dentro de la indumentaria y su división en símbolo por función práctica y símbolo por asociación cultural.

En la segunda sección del capítulo se encuentra la descripción de los tipos de análisis a tener en cuenta con el objetivo de recopilar la documentación necesaria para resolver un problema de diseño. Se desarrolla entonces una adaptación del análisis morfológico y el análisis de contenido documental según Gastaminza, expuesto anteriormente en el capítulo dos.

Finalmente, en la tercera sección se desarrollan para el lenguaje la indumentaria lo que en el análisis de la fotografía se entiende como sistemas de lectura abiertos y cerrados

3.1 Construcción de un lenguaje para el diseño de indumentaria

En los capítulos anteriores se reconoce que tanto la fotografía como el diseño pertenecen al mundo de la comunicación visual, independientemente de trabajar en formatos diferentes. Se realizó un análisis acerca de cual es su historia, sus principios básicos, su razón de ser y

algunas de sus metodologías. Se adentró también en los elementos que hacen a su lenguaje y se identificaron algunos puntos en común que resultan relevantes para realizar una relación que hace a lugar entre ambas disciplinas. Teniendo esto en cuenta, el presente capítulo pretende establecer una relación entre ambas a nivel de lenguaje. En este punto, la autora del presente PG considera que si bien este escrito pretende realizar una propuesta para la construcción de una metodología orientada al desarrollo del diseño de indumentaria, esto no desmiente ni desmerita prácticas que hayan sido utilizadas con anterioridad en diferentes institutos o academias, sino más bien intenta trasladar el análisis semiótico y metodológico que ha sido realizado sobre la fotografía y la imagen fotográfica, la cual se considerada como un lenguaje visual rico en elementos y usos, hacia el diseño de indumentaria con miras a aportar al conocimiento teórico del campo. Esta rama del diseño es una disciplina que de acuerdo a la bibliografía relevada no tiene aplicado un análisis comunicacional dentro de la instancia académica, a diferencia del aprendizaje formal de la fotografía, en donde el estudiante debe asimilar y sobretodo entender las herramientas del lenguaje fotográfico enfocadas a la identificación de elementos con los que puede analizar críticamente una fotografía y construir su propio discurso. En la experiencia personal de la autora, la enseñanza del diseño de indumentaria carece de esta herramienta lo cual en ocasiones se reemplaza por el estudio de forma, color y textura únicamente junto con un panel general de ideas, dejando por fuera principios metodológicos de la comunicación visual en pos de darle más relevancia bien sea a la materialización de los proyectos planteados en el marco de la academia, o al diseño de productos de fácil masificación en donde usualmente se realiza un análisis de tendencia y se extraen los elementos mas relevantes para la realización de un nuevo planteo. La autora del presente trabajo considera que el proceso creativo que se lleva a cabo para la construcción de un diseño desde el momento en el que se identifica una necesidad comunicativa, debe ser capaz de articularse a través de un lenguaje en el cual sus elementos tengan una

intencionalidad coherente con el mensaje que se intenta transmitir. Conocer y entender cada parte de ese lenguaje es lo que le permite a un diseño no solamente ser funcional a su propósito, sino que además entable una relación con su contexto y se convierta en un verdadero canal de ideas. Al igual que la fotografía, la indumentaria permite conocer y documentar historias, lugares, momentos, circunstancias, así como también llevar un registro temporal tanto de un individuo como de un determinado grupo social cumpliendo así una función antropológica, además de representar ideologías. La indumentaria contiene elementos que a veces son ignorados no solamente por aquellos que la usan, sino principalmente por los mismos diseñadores, que no tienen en cuenta el poder comunicativo que representa, adhiriendo entonces únicamente a las tendencias anteriormente establecidas por la gran industria de la moda.

Si bien existen diferentes puntos en común entre la fotografía y la indumentaria, resulta relevante tener en cuenta dos momentos de divergencia entre ambos, primero, que a diferencia de la fotografía, la indumentaria busca pasar de un formato bidimensional a un formato tridimensional, mientras que en la fotografía se presenta el caso inverso ya que al momento de capturar una imagen esta se traslada de un referente tridimensional a un papel, es decir, un formato plano de dos dimensiones. Esto es posible de deducir teniendo en cuenta que el diseño de indumentaria se ocupa sobre la base morfológica del cuerpo humano, la cual es una forma preestablecida con un volumen tal que puede ser medido bajo estándares métricos pero que puede ser interpretado inicialmente en un formato bidimensional. Por ejemplo, el boceto conceptual plasmado en papel de un diseño que luego será materializado físicamente y que adquirirá volumen, o bien, la mordiería en papel que se realiza previa al tizado y corte de la prenda, la cual luego se convertirá en un objeto tridimensional una vez sus piezas sean unidas unas con otras. El segundo punto a tener en cuenta es que el diseño no precisa de una herramienta única como es el caso de la fotografía, en donde resulta obvio contar con un

dispositivo que capture la imagen sobre un material fotosensible por medio de la luz. Para el planteo y confección de una prenda no existe una herramienta única para su materialización. La confección del diseño es completamente independiente del planteo teórico del mismo y mayoritariamente llevado a cabo por profesionales dedicados exclusivamente a tal labor, si bien, parte del planteo del diseño debe tener en cuenta preferiblemente de qué manera se llevara a cabo su confección, con el objetivo de proponer soluciones de manera criteriosa. Si es necesario entonces establecer un elemento imprescindible para la ejecución de un planteo, este sería la materialidad utilizada, sea cual sea su composición. Las cualidades y posibilidades de uso del material utilizado son consideradas a la hora de realizar un análisis que se lleva a cabo durante el planteo inicial de la solución al problema de diseño.

3.1.1 Los tres tiempos ontológicos aplicados al proceso de diseño de indumentaria

Habiendo entonces señalado estas diferencias, es posible establecer una equivalencia entre el lenguaje de la fotografía y el lenguaje de la indumentaria dado que se han expuesto tanto los elementos en común como aquellos en divergencia entre ambos campos, lo cual permite identificar cuales de estos se pueden desarrollar en el planteo de la idea a desarrollar en el presente PG. Para realizar la mencionada equivalencia, la autora del presente trabajo propone tomar como punto de referencia el planteo realizado acerca de los tres tiempos ontológicos de la fotografía descritos por Farías (2012) los cuales se encuentran detallados en el capítulo dos del presente PG con el objetivo de entender cuales los elementos básicos del lenguaje y de que manera funcionan y se relacionan entre si.

3.1.1.1 Primer tiempo ontológico. Función primaria de la indumentaria.

De acuerdo con lo expuesto en el capítulo dos, la primera función ontológica de la fotografía es la de únicamente reflejar la realidad, ser verosímil, documental y objetiva. Si a partir de esto se

tiene en cuenta que el propósito inicial de la fotografía fue el de cumplir su función básica, es decir, el de ser una copia fiel de su referente, se puede deducir entonces que el primer tiempo ontológico responde al cumplimiento del propósito básico de la disciplina. En el caso de la indumentaria no existe un registro histórico único de las motivaciones o propósitos para la fabricación de indumentaria dado que cada grupo social en el mundo tenía sus propias motivaciones. De acuerdo con Schwarz (1979) en su artículo *The Fabrics of culture: The anthropology of clothing and adornment*:

El traje es un tema acerca del cual los antropólogos deberían tener más que decir pero acerca del cual permanecen todavía misteriosamente silenciosos... La descripción del traje es tan escasa en algunos textos de antropología social... que el lector casual podría concluir fácilmente que los nativos permanecían desnudos (párr. 1).

De acuerdo con el planteo anterior, el hombre pudo haber tenido múltiples razones para vestir o adornar su cuerpo de una determinada manera aun cuando no existe una documentación exacta al respecto. No existe un motivo único por la cual el hombre haya decidido empezar a vestirse. Prueba de esto es también el análisis realizado por Deslandres (1985):

El traje, nos guste o no, forma parte incuestionable del confort humano. Los filósofos que se han interesado por el fenómeno, siempre han insistido en su significación social. Aceptar vestirse es formar parte de la sociedad civilizada. Condorce decía que el traje es la marca que separa al hombre del animal. Augusto Conte veía en él la huella de la civilización, la prueba del imperio de la razón sobre los sentidos... Junto a esta motivación fundamental, aunque informada por el hecho de estar ligada a los orígenes mismos del hombre, el deseo de protección es lo que más a menudo invocan aquellos a quienes se pregunta por que se visten. Es innegable la necesidad de llevar ropa apropiada en los climas extremados, utilizando los recursos naturales: Los lapones se cubren de pieles, y los pueblos de las islas del pacífico, antes de ser evangelizados no llevaban más que faldas de cortezas y adornos de flores. (p.9- 10)

Para efectos de desarrollar la idea que se plantea en el presente proyecto de grado, se tomara entonces el planteo establecido por Deslandres con respecto al uso inicial de la indumentaria, el cual consiste en proteger el cuerpo de factores ambientales, el deseo de mejorar la apariencia y el pudor (1985). De esta manera, se considera que la función básica de la indumentaria se divide en dos, siendo la primera plenamente práctica a efectos controlar una sensación física

del cuerpo humano como lo es el frío o la sensación física de dolor y la segunda siendo una forma de contención social y expresión decorativa con una determinada motivación.

3.1.1.2 Segundo tiempo ontológico. La indumentaria como diferenciador social.

Según Farías (2012), en el segundo tiempo ontológico “hay una transformación de lo real en la fotografía, porque es codificada desde el punto de vista técnico, cultural, estético, sociológico, etcétera.” (p.6). Es en este tiempo en el que la fotografía adquiere su carácter de mensaje con códigos contruidos a partir de signos, ya que extrae de la realidad una imagen y la plasma en un formato a partir del cual el receptor del mensaje puede interpretar una serie de significados en base a sus competencias para hacerlo.

Luego del anterior análisis y de acuerdo con la definición del segundo tiempo ontológico en la fotografía, es posible inferir que la transformación y codificación de la realidad se realiza en la indumentaria a través de la adaptación de signos que luego pueden ser re interpretados para el uso de un individuo o de su grupo social. Resulta viable concluir de esta manera que un individuo puede construir una identidad determinada por medio de la resignificación de signos que encuentra dentro del contexto o realidad en la que habite. El individuo puede resignificar estos signos, adaptándolos y transformándolos a su gusto o necesidad, dando como resultado una determinada identidad que puede funcionar bien sea como el reflejo de su propia idiosincrasia o personificación de una imagen que desee transmitir.

Para un individuo, la construcción de una identidad a partir de la indumentaria responde a una necesidad inherente de pertenecer a un determinado contexto, con la constante necesidad de ser merecedor de la aprobación de los demás, de acuerdo con Squicciarino (1986) quien afirma que el hombre “busca en el cuidado de la imagen un disfraz estéticamente agradable para poder crear y representar el personaje que ha elegido, en un intento de ocultar con arte todas las disonancias psíquicas que pudieran interferir en su ficción” (p.188). La utilización de

elementos tales como la forma, el tamaño del módulo y el material o textura pueden ser utilizados para generar una determinada apariencia que denote un cierto estatus económico, procedencia, formación social o una función social en particular. En síntesis, estos elementos ayudan a construir y establecer un determinado tipo de persona. Berger (1998) en su libro *Mirar* efectúa una comparación entre dos fotografías, una realizada en 1913 y otra en 1931, en donde dos grupos de hombres posan frente a la cámara vestidos con trajes compuestos de saco, pantalón, camisa y corbatín. En la primera fotografía los sujetos llevan puestas prendas que no han sido confeccionadas a la medida, lo cual les confiere un aspecto ciertamente deforme pero que según el autor “lejos de disfrazarla, subrayan y acentúan la clase social de quienes los llevan” (p.47). En la segunda fotografía, los sujetos tienen trajes hechos específicamente para ellos y resulta entonces más fácil deducir a que clase social pertenecen. Al respecto, el autor señala:

Está claro que aquí los trajes confirman y realzan la presencia física de quienes los llevan. Los trajes transmiten el mismo mensaje que sus caras y que la historia de los cuerpos que ocultan. Trajes, experiencia, formación social y función coinciden. (Berger, 1998, p.49)

Como fue anteriormente descrito, la forma, material y color de una prenda sola o en conjunto están intrínsecamente relacionadas bien sea con el mensaje que se intenta transmitir o con la interpretación que realice un receptor y es por este motivo que estos factores deben ser analizados durante el proceso de diseño. En la introducción del libro *Los lenguajes del Color* realizada por José Hierro se estipula que al hablar de color se habla además de política, religión, literatura, el tono de piel y cabello de una persona e inclusive su bandera, pero también su indumentaria, en cuyo caso se habla de la ropa interior y su relación con el erotismo y la edad de un individuo (Ferrer, 2007, p.2). El color representa igualmente convenciones sociales, tal es el caso del uso del negro para el luto, del blanco para el matrimonio o del rosa y celeste utilizado para la diferenciación clásica de la indumentaria de bebé. En cuanto a lo que se refiere a la forma, Squicciarino (1986) afirma que a través de esta se logra primordialmente una

extensión de los límites del individuo por medio del volumen y la altura, cuya pretensión es la de aumentar el espacio y la distancia lo cual despierta en los demás “sentimientos de temor reverencial y respeto”. (p.104-105). El autor menciona también el uso de las hombreras, utilizadas inicialmente en el traje masculino con el objetivo de realzar la zona pectoral y brindar una sensación de rigidez varonil pero que luego fueron incorporadas posteriormente al traje femenino, y hace hincapié en que esta percepción sensorial de la forma y el volumen solo se consigue satisfactoriamente si el cuerpo y la prenda realizan una fusión orgánica y armónica (1986). Sobre la textura es posible afirmar que es un elemento en el cual el receptor del mensaje hace uso de su percepción táctil o visual para decodificar el mensaje. Gómez Senent-Martínez, E., Gómez Senent-Martínez, D., Aragonés Beltrán, P., Sánchez Romero, M., López Gómez-Senent, D. (1997) describen que existen dos tipos de texturas: la visual y la táctil. La primera “afecta a la respuesta estética del objeto y contribuye, junto a la forma y al color, a definir su configuración” (p.220) y la táctil “depende de los sentidos cutáneos y afecta a la respuesta antropométrica del objeto (funcionalidad), contribuyendo a su adecuación de uso” (p.220).

La autora del presente trabajo, considera que el uso criterioso de los signos descritos en este segundo tiempo ontológico dan como resultado la creación de un nuevo tipo de realidad que puede ser construida, desarmada y re construida para generar nuevos significados o transmitir diferentes tipos de mensaje que se encuentren o no atados a su propósito inicial.

3.1.1.3 Tercer tiempo ontológico. La indumentaria como índice.

De acuerdo con la descripción realizada en el capítulo dos, el tercer tiempo se basa en la clasificación de signos de Peirce (Wright, 2001 p.79), compuesta por ícono, índice y símbolo.

Trasladado al proceso de diseño de indumentaria, la autora considera que en este tiempo se debe realizar un análisis de la indumentaria a nivel de signo icónico, indicial y simbólico

adaptados a sus equivalentes en el diseño de indumentaria y los cuales se encuentran expuestos a continuación.

En el nivel icónico, el diseñador debe cuestionarse si la solución al problema de diseño debe contar con elementos icónicos provenientes de la toma de partido con el objetivo de que el planteo de diseño sea fácilmente interpretado por el espectador o usuario del producto final. Al ser icónicos, dichos elementos deben proveer una fácil lectura y asociación de ideas al momento de decodificar el mensaje. Para realizar una selección acertada de los elementos icónicos que resulta conveniente incluir, es importante tener en cuenta el contexto en el que estos encuentran o considerar únicamente aquellos que presenten un carácter universal, es decir, cuyo significado es siempre el mismo sin importar el contexto al que pertenezcan o conciernen.

En el nivel indicial se analizan aquellos elementos que permiten realizar una relación entre el objeto y su referente de tal manera que uno es la huella, resultado o el indicio de otro. En esta instancia la autora del presente trabajo considera que el diseñador debe evaluar de que manera es conveniente incorporar elementos indiciales, además de experimentar con diferentes opciones durante el proceso de diseño antes de tomar una decisión final ya que los elementos al nivel indicial no son decodificados de manera inmediata por el espectador o usuario dado que no contienen un significado dentro de ellos mismo si no que únicamente apuntan hacia su referente.

En el nivel simbólico se analizan aquellos elementos cuyo significado es producto de un pacto establecido entre emisor y receptor del mensaje, y que además esta relacionado con el referente. Los elementos en el nivel simbólico están estrictamente relacionados a un contexto y dependen necesariamente de las competencias del receptor del mensaje para poder ser decodificados correctamente ya que podrían representar un concepto totalmente diferente con el cual fueron contemplados como parte de la solución de diseño.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto en el primer capítulo del presente trabajo con respecto a los conceptos de mensaje connotado y denotado, el nivel icónico corresponde a un tipo de mensaje denotado, ya que el elemento no intenta comunicar nada más que un único significado lo cual lo convierte en una unidad de fácil lectura. Por otra parte, los niveles indicial y simbólico corresponden a un tipo de mensaje connotado, ya que pueden tener múltiples significados contenidos dentro de una sola unidad y por lo tanto el receptor puede o no decodificar el mensaje de la manera en que fue contemplado en la solución del diseño debido que los elementos fueron utilizados dentro de un contexto incorrecto o a que el receptor mismo no cuenta con las competencias necesarias.

3.1.2 El símbolo en la indumentaria

Una de las características más importantes de la fotografía es su carácter indicial como huella verídica de un referente y del cual no puede desprenderse aun cuando otros significados o propósitos le hayan sido asignados. Si bien existen herramientas para alterar la fotografía, que pueden utilizarse durante el proceso de copiado o edición por medio de una intervención artesanal o a través de una herramienta digital, una imagen fotográfica siempre conserva su carácter de índice. La autora del presente trabajo considera que el signo indicial trasladado a la indumentaria, al igual que con los conceptos de tiempo ontológico, no actúa exactamente de la misma manera que en la fotografía dado que la indumentaria funciona en un formato tridimensional y su referente se encuentra bien sea en un formato bidimensional o es una reproducción fiel de un diseño realizado anteriormente.

La autora del presente trabajo, propone dividir el carácter inicial dentro de la indumentaria en dos categorías, siendo la primera la categoría de símbolo por asociación funcional práctica y la segunda el símbolo por asociación cultural

Dentro de la categoría de símbolo por función práctica, la prenda o conjunto de prendas se encuentran estrictamente relacionadas a una función práctica determinada, como es el ejemplo de la indumentaria utilizada para proteger el cuerpo contra un factor externo como el frío o el calor intenso, así como también, la indumentaria relacionada a un oficio o una ideología. Si bien una prenda o un conjunto surge como respuesta a una necesidad funcional, una vez es asociada a un oficio en particular y pasa a ser identificado como símbolo de tal, puede ser incluido dentro de la categoría de símbolo por asociación cultural y luego a ser utilizado dentro de otros contextos diferentes al original. Según Diana Crane, en su libro *Fashion and its social agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing* (2002) “En las sociedades pre industriales...la indumentaria no revelaba únicamente una clase social y género, sino frecuentemente su ocupación, afiliación religiosa además de su origen regional. Cada ocupación tenía un traje en particular.” (p.3) La indumentaria como elemento social está inexorablemente regulada por grupos sociales, los cuales encuentran en esta una manera de establecer determinados parámetros e inclusive en casos extremos permitir muy pocas variaciones en la forma de vestir a través del tiempo como una forma de control. Tal es el caso de la religión o de los grupos étnicos que comparten una filosofía de vida en la cual se practica un determinado tipo de enajenamiento social que también se manifiesta a través de la indumentaria. Ejemplos de lo anterior serían los descritos por Verónica Manlow en *Designing Clothes: Culture and Organization of the Fashion Industry* según los cuales dentro de la comunidad menonita, la ideología religiosa requiere total unanimidad en cuanto a la manera de vestir. Otro caso es el de la utilización del sari en la India, el cual dependiendo de la manera en que es utilizado o del tipo de tela con el que se confeccionó puede estar relacionado con las limitaciones de casta de quien lo usa. La autora además menciona que al igual que el sari, diferentes prendas alrededor del mundo contaron con muy pocos cambios durante siglos debido a restricciones de tipo

social, como es el caso de la toga Romana, la tunica del antiguo Egipto y el kimono Japonés (2009).

Dentro de las funciones practicas más fáciles de identificar, se encuentra es la del uso de uniformes para diferentes tipos de oficio o profesión.

Los uniformes buscan ser tomados en serio, sugiriendo honestidad y virtud (clérigos y monjas, jueces), experiencia (oficiales de la naval, chefs, pilotos de avión), ser digno de confianza (Boy scouts, carteros), valor (Militares, oficiales de policía, bomberos), extraordinaria limpieza y sanidad (médicos, cirujanos y cualquier empleado de laboratorio y profesión que requiera el uso de un delantal, en donde una sola mancha de sangre puede causar vergüenza o inclusive despido). (Fussel, 2002, p.4)

Según Fussel, los uniformes también se diferencian de los disfraces porque asumen explícitamente la manera en que cada elemento del que se compone debe verse. Para que un uniforme sea considerado como tal, muchos otros individuos también debe vestir de la misma manera, todos más o menos concientes del lazo que los une a través de las prendas que usa (2002). Por medio del uso de un uniforme, un individuo consigue una determinada identidad de grupo. El uniforme le informa a una audiencia que quien lo usa tiene un trabajo en el cual el individuo hace parte de una agrupación.

Un ejemplo claro de identificación del individuo como parte de un grupo por medio de un conjunto de prendas de uso estrictamente práctico es el caso de la indumentaria para bomberos.

Los uniformes de bomberos cumplen una doble función en la cual no solamente el material del que están hechos o su morfología esta relacionada con un propósito práctico, sino que también los colores que usa le permiten al usuario ser identificado como parte de un grupo. Este tipo de uniformes deben proveer protección contra el fuego y aislar del calor sin llegar a ser incómodos o entorpecer la labor del usuario. De acuerdo con el libro *Firefighter interview: Questions and answers* de Richard McMunn, en el cual se explican diferentes aspectos a tener en cuenta por aspirantes a bomberos en el Reino Unido, para un profesional el uso de un uniforme representa múltiples beneficios. No solamente le permite a quien lo usa ser identificado fácilmente por los

miembros del público y otros equipos de emergencia, sino que también permite un nivel de protección contra heridas durante accidentes. Un uniforme es un equipo de protección personal: el casco protege contra la caída de objetos hacia la cabeza, el traje protege de la suciedad, salpicaduras y derrames. Los zapatos con punta de acero protegen los pies, y los guantes ofrecen protección en las manos contra derrames y desperdicios. En lo que se refiere al color, el público asocia el camión rojo, el caso amarillo y el uniforme azul naval con el servicio de bomberos, lo cual permite que estos sean fácilmente identificables tanto por el público como por otros servicios de emergencia. Esto representa un gran beneficio en medio de un incidente en donde hay diferentes equipos trabajando en el mismo lugar. Este principio también es adoptado por otros servicios de emergencia tales como el servicio de ambulancias, el cual se identifica con el color verde, la policía con el azul o negro, y el servicio de helicópteros de emergencias médicas por medio del color naranja (2011). De acuerdo con Fussel, un uniforme funciona como un signo de disciplina dentro de una organización y portarlo le genera al usuario un sentido de orgullo y pertenencia al grupo (2002).

En la categoría de símbolo por asociación cultural la prenda o conjunto de estas responde a un referente de carácter cultural, bien sea un individuo específico o un grupo social. Esta asociación puede estar determinada dentro de un lapso de tiempo o una ubicación geográfica en particular y esta relacionada con el concepto de moda.

El lenguaje de la indumentaria, al estar compuesto de símbolos y códigos funciona como una manera efectiva de exteriorizar un modo de pensar, el cual no necesariamente puede ser percibido de manera instantánea. Prueba de esto es lo mencionado por Linda Arthur en su estudio sobre el papel del vestido en el campo de la religión llamado *Religion, dress and the body*. Según la autora el traje es uno de los límites simbólicos más utilizados por grupos conservadores religiosos. Un código estricto de vestimenta es reforzado dentro de la comunidad dado que el traje es considerado símbolo de la religiosidad que se profesa. De esta manera el

vestido se convierte en un símbolo de control social dado que controla el cuerpo externo. Ya que el nivel de religiosidad de una persona no puede ser objetivamente percibido, los símbolos tales como el vestido son utilizados como evidencia de que quien lo utiliza sigue los parámetros de la doctrina. (1999) Un ejemplo de la comunicación de ideologías a través de la indumentaria es el hipismo. Este movimiento que tuvo presencia durante la década de los 60s y parte de los 70s comunicaba una disconformidad con las normas establecidas y el capitalismo, rechazando lo dictado por la industria de la moda. El hipismo nació en medio de un momento y lugar específicos, contextualizado por acontecimientos a nivel político y social que gestaron un cambio en la manera de pensar de la sociedad norteamericana. Entre los acontecimientos más relevantes de la época estuvieron el envío de tropas de Estados Unidos a Vietnam, los movimientos a favor de la igualdad cívica conducidos por figuras de gran influencia como Martín Luther King o Malcom X, además de la popularización del consumo de alucinógenos como el LSD y la Marihuana. Estos cambios impactaron en la sociedad también a través de la manera de vestir y comunicaron de manera visual las ideas de revolución que se gestaron en ese momento de la historia. La indumentaria en el hipismo, al contrario del ejemplo anterior de los menonitas, buscaba liberar el cuerpo y desinhibirlo a través de un cambio en las tipologías y materialidades que se usaban en el momento, para lo cual se incorporó el uso de textiles y morfologías típicas de otra cultura, la oriental, reflejando así una ideología en la cual se manifestaban valores de igualdad entre todas las personas y la búsqueda de un estilo de vida sencillo y libre de presiones sociales. En el caso de los menonitas se presenta una situación totalmente opuesta, de restricción y adhesión a una doctrina que no contempla la interacción con otros grupos sociales por fuera del suyo, características que exteriorizan también por medio de sus rigurosos códigos de vestido.

Dentro de la categoría de símbolo por asociación cultural se encuentran también los roles de género, el estatus de poder, la procedencia y los referentes de la cultura popular. De acuerdo

con Crane, la indumentaria hace visible las fronteras que dividen el estatus social y el género entre las personas, además de ser un indicador de como en diferentes momentos de la historia se ha percibido su posición dentro de la sociedad. Históricamente, la indumentaria ha sido una herramienta para la identificación personal del individuo dentro de la esfera de lo público. Un ejemplo de esto es el uso de un accesorio ampliamente conocido como lo es el sombrero. Durante el siglo XIX, la forma de uso de un sombrero enviaba instantáneamente una señal de estatus social o su aspiración a este (2000). Crane menciona además que uno de los mensajes más importantes de la indumentaria es aquel en donde hombres y mujeres perciben sus roles de género o esperan ser percibidos. Durante el siglo XIX, las mujeres en todos los niveles sociales tenían pocos derechos legales o políticos. Se entendía que ellas diferían de los hombres en su anatomía, psicología, temperamento e intelecto y existía una importante división de labores en la cual el hombre se encargaba de proveer el sustento familiar, mientras que la mujer estaba exclusivamente asociada con la reproducción y el cuidado de la casa. De esta manera, la indumentaria funcionó como una manera de control social, dado que ejemplificaba la forma en la que se concebían los roles de género, sobretodo en el caso de la mujer. A través del tiempo, la manera de vestir ha estado intrínsecamente relacionada con los comportamientos sociales. En el siglo XIX la forma de vestir era conservadora y basada en el concepto de los roles de género, más adelante en las décadas de los años 20 y 60 los roles cambiaron y la mujer contaba con un papel más activo dentro de la sociedad, lo cual derivó en formas de vestir más progresivas, adaptando la apariencia de la mujer a las nuevas reglas y cambios sociales. Por último, resulta importante mencionar el rol de la indumentaria dentro del rubro del entretenimiento, principalmente dentro de la industria cinematográfica y de la música, las cuales tienen una importante influencia sobre el público al que se dirigen. Con respecto a la primera, Church Gibson menciona que:

...las celebridades pudieron haber actuado como conductores, haciendo que la alta costura resulte interesante al mercado de masas y estimulando a que la industria realice

copias de esta; pero también iniciaron otro tipo de moda más casera, popularizando prendas tales como los pantalones de Audrey Hepburn, los cuales rápidamente se empezaron a vender de forma masiva. Las piernas de Betty Grable, hicieron de los *shorts* prendas de moda para las mujeres jóvenes, mientras que Lana Turner, después de su primera película *They Won't Forget* (1937) fue instantáneamente bautizada 'la chica del suéter' haciendo de esta prenda un elemento de moda, el cual fue utilizado con mucho éxito durante la siguiente década por Marilyn Monroe quien al igual que Turner, demostró que podía resultar sexy. En contraste, Audrey Hepburn hizo del bohemio suéter negro cuello tortuga, extremadamente versátil y elegante. (Church Gibson, 2012, p.92)

La indumentaria en la industria del entretenimiento funciona como herramienta transmisora de un determinado mensaje y sirviendo a propósitos narrativos, reflejando características del personaje que lo usa o inclusive puede llegar a convertirse en un símbolo del personaje o el actor. Tal es el caso anteriormente mencionado del suéter de Lana Turner, el vestido blanco de Marilyn Monroe utilizado en la película *The Seven Year Itch* en 1955, o el vestuario utilizado para el papel de los *Droogs* en *La Naranja Mecánica* de 1971. La autora del presente trabajo considera que la indumentaria dentro de la industria cinematográfica representa una influencia dentro de la forma de entender los códigos contemporáneos de la moda o de las topologías a usar relacionadas a una determinada época, un comportamiento que se presentó especialmente en las décadas de los 40 y 50 en lo que compete al público que consumía el cine proveniente de la industria norteamericana. De acuerdo con Church Gibson (2012), la interdependencia entre la moda y la cultura de las celebridades "ha sin duda cambiado la manera de trabajar de la moda contemporánea – en formas bastante significativas-. Si estos cambios son irreversibles, o meramente superficiales y temporales, es, por supuesto, desconocido y ambiguo." (p.1) Así como el cine influencia a su público, consiguiendo que este asocie un determinado tipo de vestuario con personajes o actores, la industria de la música juega un rol similar, en donde figuras icónicas pueden influenciar la forma de vestir de quienes los consumen o convertir una prenda o traje en un símbolo de lo que el artista representa. Un ejemplo claro de lo anterior es la influencia y los vestuarios icónicos de la cantante de pop

norteamericana Madonna. En el libro *Girl talk: Adolescent magazines and their Readers*, Dawn Currie observa que Madonna enlazó la moda con el exhibicionismo y la agresividad sexual, “conectando la revuelta de la moda con la rebelión” (1999, p.35). Según la autora, el *look* de la artista durante sus inicios fue conocido como *flash-trash* y promovía la moda basada en artículos de segunda mano, lo cual funcionaba como un estilo que resultó fácil de copiar por cualquier adolescente. La moda propuesta por Madonna hacía parecer posible que cualquier persona podía rechazar los estereotipos establecidos por medio de una parodia de estos (1999). Madonna representa más adelante esta ruptura del estereotipo con una pieza de vestuario utilizada por la artista en su gira *Blond Ambition* en 1990, la cual posteriormente se convierte en si misma en un elemento que remite directamente a la cantante, a un periodo de tiempo y a una estética de agresividad sexual: El brassiere rosado de conos diseñado por Jean Paúl Gautier, el cual fue vendido por \$52.000 dólares a través la casa de subastas Christie's en Diciembre del 2012 según la revista de música Billboard (DelliCarpini, 2012, párr 1). Lo anterior demuestra que el vestuario de un artista en escena resulta una herramienta comunicacional poderosa y de gran influencia dependiendo del contexto en el que se utilice y del propósito que este tenga, lo cual está relacionado con el personaje que el artista busque representar y que posteriormente deriva en una estética particular que puede convertirse en si misma en un símbolo de una figura popular, un grupo de personas o una época.

De acuerdo con lo anterior, la autora del presente trabajo, sugiere entender entonces que una prenda o vestuario puede remitir a un personaje o época, así como también convertirse en símbolo icono o índice de esta.

3.1.3 El sistema de lectura abierto y cerrado

La autora del presente trabajo considera que al igual que en el lenguaje de la fotografía, en la indumentaria existe el sistema de lectura cerrado y abierto. Tal y como fue expuesto en el capítulo uno, en el sistema cerrado se considera que el mensaje a transmitir se encuentra denotado, lo que significa que no pretende comunicar más que un único mensaje. En el caso del sistema abierto, el mensaje se encuentra connotado, por lo cual su contenido es polisémico y da lugar a más de una sola interpretación. En ambos casos, la comprensión del mensaje por parte del público o usuario depende de su propio bagaje cultural relacionado con el tema.

Se considera además que dadas las características del sistema cerrado de lectura en la indumentaria, un diseño está relacionado al primer tiempo ontológico, función primaria. De esta misma manera, en el sistema abierto de lectura, una prenda o conjunto de estas está relacionada con el segundo tiempo ontológico, indumentaria como diferenciador social, y con el tercer tiempo ontológico, la indumentaria como índice.

Si bien la anterior categorización de los dos tipos de lectura está relacionada con la descripción de los tiempos ontológicos, estos no se encuentran relacionados de manera rigurosa a los tipos símbolo, ya sea por función práctica o asociación cultural. Si bien esta asociación puede estar establecida por el diseñador al momento de plantear una prenda o conjunto de prendas, son el público o el usuario los que realizan una interpretación de lo que ven o usan. El diseñador de indumentaria debe tener claros estos conceptos en el momento de plantear la solución a un problema de diseño, ya que con estos puede elaborar un mensaje cuyo propósito sea el ser leído de múltiples maneras a través de elementos que de forma independiente son interpretados de maneras totalmente diferentes. Lo anterior representa entonces una ventaja en cuanto a la amplia variedad de opciones con las cuales el diseñador cuenta para resolver un problema, siempre cuando sepa entender el significado y uso que cada uno de estos elementos

tiene de manera independiente. El diseñador puede entonces construir una solución basada en la manera en que integra estos elementos y plantear diferentes propuestas dependiendo de la forma en que los integra. La autora considera que a partir de la selección de elementos que se realiza para la solución del problema y la manera en que estos serán utilizados, el diseñador tiene la posibilidad de crear una propuesta única o una serie de opciones con las cuales transmitir el mismo mensaje.

Del anterior capítulo se puede concluir que las herramientas comunicacionales de la fotografía pueden ser canalizados al lenguaje de la indumentaria, por lo cual los usos y funciones de esta última consiguen ser analizados de manera independiente y de esta manera aportar al saber teórico de la disciplina.

Se mencionan además dos diferencias fundamentales entre la fotografía y la indumentaria. En la fotografía se busca adaptar un formato tridimensional a uno bidimensional, mientras que en la indumentaria se presenta el caso inverso. La segunda gran diferencia es que en la fotografía se utiliza la cámara como elemento básico indispensable.

Con respecto al análisis de los tiempos ontológicos, se establece que la indumentaria cumple la función primaria de proteger el cuerpo de factores ambientales, de satisfacer el deseo de mejorar la apariencia o por pudor, al igual que un individuo puede construir una identidad determinada por medio de la re interpretación de signos presentes dentro del contexto en el que habite un individuo y que en la indumentaria es posible realizar un análisis de esta a nivel de signo icónico, indicial y simbólico.

El capítulo establece también que la indumentaria puede ser categorizada dentro del símbolo por función práctica, en donde esta se encuentra estrictamente relacionada a una función práctica determinada, como puede ser el caso de un uniforme, o ser incorporada dentro de la categoría de símbolo por asociación cultural, en donde responde a un referente de carácter cultural como lo puede ser un individuo específico o un grupo social.

Por último se desarrolla el concepto de sistema de lectura abierto o connotado, el cual se relaciona con el segundo y tercer tiempo antológico en donde la indumentaria funciona como diferenciador social e índice, y cerrado o connotado el cual esta relacionado con el primer tiempo ontológico, función primaria.

Capítulo 4. Documentación y toma de partido.

En el capítulo a continuación se contemplan los tipos de análisis a realizar con el objetivo de que el diseñador tenga plena visualización de las variables con las cuales puede construir una propuesta de diseño. Estos análisis son el morfológico y el de contenido documental. En el análisis morfológico se tienen en cuenta las características técnicas formales tales como los tipos de siluetas, textura táctil y visual, y el uso del color. En el análisis de contenido documental se evalúa el tipo de usuario al que va dirigido el diseño, código de uso, análisis geográfico y temporal, así como de su contexto socio cultural.

Más adelante se desarrolla el concepto del rol de autor, en donde se tratan los elementos que diferencian el diseño de autor del diseño condicionado por una marca, así como las diferentes fases que se llevan a cabo dentro del planteo de una serie o colección. Como parte de este proceso se examinan las características de la idea y diseño rector, en el cual se identifican los elementos básicos que persistirán a lo largo de la serie o colección.

Finalmente se explican las características a tener en cuenta para el diseño de vestuario, como una categoría más de diseño que no se encuentra relacionada ni con el diseño para marcas ni con el diseño de autor y la cual representa un tipo de indumentaria que funciona como elemento comunicacional en donde el diseñador busca que un personaje de ficción apele de manera consciente e inconsciente a las emociones del espectador a través de su vestuario.

4.1 Análisis previo

Para la elaboración de una propuesta de diseño, es necesario realizar un análisis desde el problema planteado hacia la resolución de este, con el objetivo de evaluar con que elementos es posible trabajar, de que manera estos se relacionan y cuales son las combinaciones posibles entre ellos. Con el objetivo de tener una guía teórica para la identificación y selección con

criterio de estos elementos, la autora del presente trabajo sugiere utilizar los dos tipos de análisis orientados hacia la imagen fotográfica y la obtención de esta según Gastaminza (2001): el análisis morfológico y el análisis de contenido documental.

De acuerdo con lo expuesto al respecto en el capítulo dos, el análisis morfológico contempla las características técnicas formales de la fotografía tales como el soporte, formato, óptica, tiempo de exposición, luz, calidad técnica, enfoque del tema y estructura formal. En el análisis de contenido documental se toman en cuenta las acciones o situaciones dentro de la fotografía, las personas que se encuentran en ella y el contexto histórico, político, social, cultural en el que se encuentran.

4.1.1 Análisis morfológico

El análisis morfológico aplicado dentro del proceso de diseño de indumentaria tiene como objetivo examinar cuatro elementos básicos: silueta, forma, color y textura, y la relación que existe entre ellos. Para realizar este análisis, la autora del presente PG toma como punto de partida los elementos expuestos por Pamela Stecker en su libro *The fashion design manual*.

En cuanto a la forma, Stecker se refiere a esta como el contorno externo de un área, rodeada por una línea cerrada. El espacio es el área contenida dentro de una forma, al igual que el espacio sin cerrar que se encuentra por fuera de la mencionada forma (1996). Como se ha mencionado anteriormente en este ensayo, el diseño de indumentaria trabaja sobre formas tridimensionales condicionadas a la forma del cuerpo humano, el cual tiene diferentes tipos de formas que proporcionan un determinado movimiento a una prenda. Stecker menciona además que no solamente el cuerpo le proporciona forma a una pieza de indumentaria, sino que a su vez esta también transforma la apariencia del cuerpo que la utiliza, por medio de la exposición o encubrimiento de sus formas (1996). Dado que la interacción de las formas utilizadas en un diseño produce un determinado impacto en quien lo mira, es importante tener en cuenta las

formas propias del cuerpo humano, ya que estas condicionan la forma tridimensional de un diseño.

En el libro *Imagen personal* de Raquel Alguacil Garrido, se encuentran cinco tipos de silueta tanto para el cuerpo femenino como para el masculino. En el caso de la mujer se encuentran las siluetas de reloj de arena, triángulo, triángulo invertido, rectangular y ovalada. La figura de reloj de arena es considerada simétrica, ya que la cadera y los hombros tienen el mismo ancho y la cintura se encuentra definida. En el diseño orientado a esta silueta se enfatizan las curvas naturales del cuerpo. La silueta triángulo cuenta con caderas pronunciadas y hombros estrechos, por lo cual es importante focalizar la atención hacia la parte superior del cuerpo. Para la silueta de triángulo invertido, la cual cuenta con hombros anchos y cintura de simetría similar a la de la cadera, es necesario focalizar la parte inferior del cuerpo. En la silueta rectangular, los hombros y la cadera tienen tamaño similar pero la cintura no se encuentra definida, por lo cual es necesario marcar puntos definidos bien sea en el pecho o la cintura. Finalmente la forma ovalada consta de hombros redondeados, volumen en la cintura y vientre, al igual que en las caderas. Para este tipo de silueta es necesario estructurar la forma por medio de líneas verticales con el objetivo de balancear las proporciones.

Las siluetas definidas para el hombre difieren de las de la mujer en cuanto a que la forma del cuerpo masculino tiene otro tipo de proporciones. Debido a esto, se reemplaza la silueta de reloj de arena por la silueta trapezoide, en la cual los hombros sobresalen del ancho de las caderas y el vientre. Esta silueta se reconoce como el prototipo ideal para el hombre ya que permite una imagen balanceada, además de transmitir confianza y autoridad. Las demás siluetas se mantienen bajo los mismos parámetros que en el caso de la silueta femenina. (2010).

Teniendo en cuenta los tipos de silueta del cuerpo humano y las necesidades que se manifiestan a partir de estas, es relevante conocer los tipos de formas con las cuales el diseñador puede resolver un problema de silueta y volumen.

De acuerdo con Stecker, existen tres tipos de formas, las formas geométricas, naturales y no objetivas. Dentro de las formas geométricas se encuentran el cuadrado, el rectángulo y el ovalo. Son regulares, fáciles de medir y es posible construirlas matemáticamente. Las formas naturales son usualmente curvas y no tienen una estructura definida. Se encuentran presentes en la naturaleza. Las no objetivas no son ni geométricas ni naturales y generalmente se refieren a formas construidas por el hombre o producto accidental de otras formas. Parte importante de las formas es el espacio en el que se encuentran, dado que este define las relaciones entre ellas y funciona como fondo o base sobre la cual el diseñador realiza una organización de estas.

Los anteriores tipos de formas transmiten determinadas sensaciones al espectador, en conjunto o individualmente. Con respecto a esto, la autora menciona que las líneas rectas de los cuadrados y rectángulos dan la sensación de confianza, poder y estabilidad. Por otra parte, las figuras piramidales, los ángulos agudos y las líneas diagonales dan una impresión de mayor inestabilidad, pero resultan más excitantes. Los bordes puntiagudos de las figuras geométricas sugieren más agresividad que las formas orgánicas o no objetivas, mientras que las curvas remiten a la femineidad y la confianza, gracias a sus sutiles cambios de dirección (1996).

Dentro de la teoría del diseño mencionada por Stecker se entiende que la manera en que se componen las formas afecta la apariencia visual de quien las lleva puestas, en términos de altura peso y tamaño, de igual manera que genera un determinado tipo de impresión psicológica y respuesta en quien lo observa. Si bien la autora estipula pautas de silueta en la indumentaria basados en la forma del cuerpo humano como los de tubo, caja, trapecio, trapecio invertido, campana y reloj de arena, la autora del presente PG considera que para efectos prácticos de este, se hará uso únicamente de los tipos de silueta establecidos por Alguacil Garrido. Lo anterior dado a que de esta manera se establece independientemente el concepto de silueta basada en la anatomía humana por una parte y por otra el concepto de forma geométrica,

natural, o no objetiva el cual enmarca formas que pueden ser adaptadas dependiendo del tipo de silueta.

Otro de los elementos a tener en cuenta es la textura. En el capítulo dos del presente PG se expusieron diferentes definiciones del concepto de textura. De acuerdo con Langford (1990) en el capítulo dos, la textura es la característica de una superficie que puede realzar el valor del objeto o conferirle un valor particular dentro de la composición y según Gómez Senent-Martínez, Gómez Senent-Martínez, Aragonés Beltrán, Sánchez Romero, López Gómez-Senent la textura es un elemento en el cual el receptor del mensaje hace uso de su percepción táctil o visual para decodificar el mensaje y que existen las texturas visuales y táctiles (1997). Stecker señala que la textura dentro del diseño de indumentaria se refiere a la naturaleza de la superficie de la tela y los decorados utilizados en una prenda, así como también el hecho de que la textura tiene determinados efectos visuales que afectan la apariencia de la figura y que además debe aplicarse de manera proporcionada (1996). La textura puede ser aplicada en forma de terminaciones a la tela tales como pulido, arrugado y generado de relieves, al igual que el bordado de piedras y apliques o impresión de estampados. Las texturas visuales y táctiles son elementos a tener en cuenta en el momento de realizar un planteo de diseño dado que al ser elementos de percepción sensorial, comunican información que puede ser captada por el receptor de manera inmediata, generando rápidamente aceptación o rechazo por parte de este. La autora del presente PG considera que es importante que el diseñador reflexione sobre las cualidades del material con el que trabaja o las propiedades que desea conferir a este, dado que plantear una solución con un tipo de materialidad inadecuada no solamente consigue restarle practicidad e intención al diseño, sino que además el producto final podría tener un tiempo de vida diferente al deseado o generar malestar al tacto en quien lo usa.

El último punto a tener en cuenta es el color. El color, al igual que la forma pero a diferencia de la textura, es un elemento que se percibe incluso a la distancia. En el capítulo tres fue

mencionado que el color se presenta dentro de la indumentaria embebido en aspectos culturales de quien la utiliza. Uno de los ejemplos fue el de Ferrer, quien acotó que el color está ligado a acontecimientos sociales tales como el matrimonio o el luto, así como también puede representar un partido político o una religión (2007). Esta asociación a diferentes aspectos de la cultura se encuentra determinado gracias a la manera en que el cerebro humano percibe los colores y se ve influenciado por ellos. De acuerdo con Stecker, una persona con visión normal puede distinguir cerca de 10.000 colores, 160 matices puros, 200 tipos de gris y 20 grados de brillo. Stecker remarca además que estudios acerca de la manera en que el cerebro interpreta determinados tipos de color permitieron establecer la diferenciación entre los colores calidos y fríos debido a la respuesta física del cuerpo al encontrarse rodeado por un determinado color (1996). El color, al ser producto del reflejo de la luz sobre una superficie presenta cuatro características claves: el matiz, croma y valor, temperatura y armonía. Stecker señala que el matiz se refiere al nombre del color, como puede ser rojo o azul. El valor se refiere a la cantidad de luz que tenga un color, haciéndolo mas claro u oscuro. Esta característica puede ser aplicada a cualquier color y al momento de realizar la selección de este es importante tener en cuenta el valor que este va a tener. Con respecto al croma, se entiende este como la pureza del color y esta relacionado con el matiz. El croma ayuda a la diferenciación entre múltiples tipos de variantes de un mismo color.

La temperatura del color, tal y como fue indicado anteriormente, esta relacionado con la percepción que tiene el cerebro ante los diferentes tipos de colores. De esta manera se dividen en colores calidos y fríos. Esta división de colores se encuentra ilustrada en el círculo cromático y establece el concepto de colores primarios, secundarios y terciarios. De la base de los diferentes tipos de color, parte también el concepto de armonía del color en donde se consideran los diferentes tipos de contrastes. Los efectos visuales del color varían dependiendo de la luz, las superficies, los fondos y las mezclas entre ellos mismos, ocasionando cambios en

el tamaño aparente de los objetos y su densidad o peso. La autora del presente PG considera que resulta significativo entender el mensaje que transmite un determinado color, ya que al igual que la textura, es un elemento que se percibe de manera instantánea bajo condiciones normales de luz y visión, lo cual permite al diseñador realizar múltiples efectos visuales sin necesidad de modificar la forma que lo contiene. Bride Whelan en su libro *La armonía del color*, realiza la siguiente afirmación al respecto:

El color afecta nuestra vida. Es físico: lo vemos. El color comunica: recibimos información del lenguaje del color. Es emocional: despierta nuestros sentimientos. Se pueden comunicar las ideas por medio del color sin el uso del lenguaje oral o escrito, y la respuesta emocional a los colores individuales, solos o combinados es, con frecuencia, predecible.

...Crear poderosas combinaciones de colores a partir de numerosos tonos, tintes y matices es el objetivo final de quienes trabajan con colores.

Para formular con precisión el lenguaje del color, es preciso comprender primero la armonía del color. Esto significa saber que colore usar y en que orden y proporciones, para poder crear el estado de ánimo deseado, comunicar una idea o producir una reacción. (Whelan, 1994, p.7)

Todos los elementos anteriores se relacionan entre ellos de acuerdo a los principios del diseño, descritos por Stecker. Estos son la repetición, gradación, ritmo, radiación, armonía, contraste, dominio, proporción, balance y unidad.

El objetivo de tener en cuenta las variables anteriormente expuestas es la de exponer la mayor cantidad de opciones con las que puede contar el diseñador. La manera en que este construye la solución a un problema de diseño con estos elementos depende de la manera en que lleve a cabo su proceso creativo, el cual es independiente de cada diseñador y para el cual no existe un único método.

4.1.2 Análisis de contenido documental.

Dentro del análisis de contenido documental se contemplan las variables relacionadas con el entorno en el que se desarrolla el usuario y el público. Se debe realizar entonces un análisis

situacional o de uso, análisis del tipo de usuario al que va dirigido el diseño, análisis geográfico y temporal, y un análisis de su contexto socio cultural.

En el análisis situacional o de uso, se contemplan las características de la situación en la cual y para la cual el diseño será utilizado. La autora del presente PG considera que debe ser tenido en cuenta el contexto para el cual el planteo de un diseño va orientado, debido a que este contexto tiene elementos junto con los cuales el diseño debe funcionar de manera armoniosa o de lo contrario tanto el contexto como el diseño pierden sentido y es difícil transmitir un mensaje claro, a menos que sea justamente esta la intención. El análisis de situación de uso es una de las cuestiones que se deben realizar antes de determinar de qué manera serán utilizadas herramientas tales como el color, la forma y la textura dentro de un planteo de diseño con el objetivo de enmarcarlo correctamente dentro del mensaje que pretende transmitir. Si bien este análisis de uso no contempla directamente el contexto social o cultural, está situado dentro de estos, dado que son los que proveen las pautas generales de la situación. En este sentido, la autora del presente PG sugiere asociar el análisis de situación o uso con el concepto de código de vestido, debido a que el propósito de este es contener un tipo de conducta dentro de un determinado paradigma de situación.

De acuerdo con Bolich, los códigos de vestido funcionan dentro de la sociedad como un sistema de reconocimiento dentro del grupo. Dentro de este, un código en particular funciona como una serie de reglas claras y delimitadas que pueden ayudar a generar identidad, control y significar un estatus (2006). “Entre un punto de origen y los puntos de recepción, existen reglas que guían, modelan y ligan la comunicación. Todo esto va contenido dentro del contexto, una matriz situacional específica que brinde propósito y sentido a lo que esta sucediendo”. (Bolich, 2006, p.75) Lo anterior se interpreta en el sentido que entre quien utiliza un determinado tipo de vestimenta y quienes reciben el mensaje que este intenta comunicar, es necesario que existan ciertas reglas que contextualicen la situación con el objetivo de que la comunicación del

mensaje sea exitosa. El autor demuestra un ejemplo de lo anterior a través de los tipos de códigos utilizados un ámbito laboral de oficina en la sociedad occidental, en el cual existe el código de *vestido de negocios*, el cual está relacionado exclusivamente con el ambiente dentro del sitio de trabajo, y el de *vestido casual* el cual afín con las actividades de ocio. Si bien este tipo de etiquetas establecen parámetros definidos, debe ser lo suficientemente flexible como para adaptarse a múltiples situaciones y continuar siendo aceptados como tales (2006). Se entiende entonces que si un tipo de vestido no se encuentra relacionado con el código de uso establecido para el contexto en el que se encuentra, es claro que la indumentaria provocaría que el individuo quede excluido del grupo al que buscaba integrarse. Como se había mencionado anteriormente, si el individuo no funciona dentro del contexto en lo que se refiere al código de uso, el mensaje a comunicar queda anulado. Este tipo de resultado puede ser premeditado o no, con lo cual estaría re significando el mensaje a transmitir.

Según Bolich el contexto le da sentido a las situaciones que contiene. Un ejemplo de esto es el contexto relacionado con una escuela primaria o secundaria, al cual se le asocian a una serie de roles específicos, tareas particulares y diferentes situaciones que se desarrollan dentro de él. Estas tareas o roles pueden no necesariamente estar relacionadas de manera directa con la razón de ser del contexto, como sería el caso de una situación en la cual los alumnos hacen uso de la cafetería de la escuela, la cual cumple una función totalmente independiente a la de un claustro escolar. La naturaleza del código de vestido está dada según la amplitud del contexto en el que se desarrolle. (2006)

Los códigos de vestir pueden tener múltiples niveles de formalidad y estar relacionados con una amplia variedad de situaciones, pero el propósito inamovible de estos es el de facilitar una identidad de grupo y la afiliación de un individuo hacia este. Funcionan como una manera de generar límites entre diferentes tipos de situaciones y proporcionan un determinado estatus y control. La autora del presente PG argumenta que el diseñador debe saber identificar los

diferentes tipos de uso para el cual desarrolla un planteo de diseño por medio de una documentación adecuada al respecto, antes de iniciar un estudio más detallado de otros elementos dentro del análisis de contenido documental. Una correcta argumentación del tipo de código para el que debe trabajar, le puede permitir desarrollar una idea de diseño que funcione armónicamente dentro del código de uso, o proponer una solución que de como resultado un fuerte contraste dentro del contexto, potenciando la sensación de exclusión o exclusividad para el usuario.

En cuanto al análisis del tipo de usuario, la autora del presente PG considera que es importante contemplar un determinado rango de características que definen el tipo de usuario para quien va dirigida la propuesta de diseño. Inicialmente los dos aspectos más importantes a tener en cuenta son el género y la edad del usuario. Independientemente del contexto en el que se encuentre situado, el género provee un sentido de identidad y así como también un determinado rol dentro de la sociedad. De acuerdo con Bolich (2006) si bien los genitales de una persona indican su sexo, a todo individuo le es asignado un género que puede coincidir o no con su sexo. Se establece entonces el género femenino para la mujer y el masculino para el hombre. Una vez asignado el género, la sociedad espera que el individuo se comporte de acuerdo a este, que desarrolle una identidad de género y que participe de los roles asociados a este. Bolich menciona además que el vestido con respecto a la identidad de género establece creencias y expectativas dentro de la sociedad en la que se desarrollan, al igual que ayudan a mantenerlas y a fomentar la identidad de género, facilitando así su expresión (2006). Gracias a esto se entiende entonces que el sexo de una persona no necesariamente define su género y que a su vez, este contiene una serie de creencias y valores que se desarrollan y se promueven dentro de la sociedad, haciendo que la diferenciación de géneros al vestir se extienda más allá de las discrepancias físicas entre los individuos. De acuerdo con lo anterior, se concibe además que una persona pueda vestir prendas que reflejen su fidelidad o no a las creencias sociales

relacionadas con el género que bien pudo haberle sido asignado o fue adquirido por la propia persona. De esta manera, se puede dar la adhesión o trasgresión de valores dentro de la sociedad por medio del vestido. Bolich postula una idea al respecto de la adhesión y trasgresión de valores establecidos a través de la indumentaria sugiriendo que el vestido no solamente ayuda a reforzar la identidad de género, si no que además por una parte ofrece múltiples formas de expresión y por otra es altamente vulnerable a ser manipulada con miras a la trasgresión social. Esta trasgresión se puede dar de forma moderada, como en el caso de una mujer que selecciona ropa holgada y poco femenina para llevar a cabo un determinado tipo de actividades, o puede ser más seria como en el caso de hombres y mujeres que evitan portar indumentaria que se encuentre fuertemente relacionada con un determinado género, con el objetivo de obtener una apariencia más andrógena. El caso más extremo es el de la trasgresión llevada a cabo por los hombres que se travisten o usan vestuarios de tipo *drag queen* como una forma de crítica hacia la cultura (2006).

Acerca de la edad, aunque Bolich establece que lo que es considerado como vestimenta apropiada para una persona varía con la edad (2006), es importante entender que este concepto resulta relativo si se tiene en cuenta que la edad de una persona no está necesariamente relacionada con determinados aspectos psicológicos, aun cuando esto se encuentre enmarcado dentro de una expectativa dictaminada por la sociedad en la que se desarrolle. De acuerdo con José Todolí en la compilación de estudios de ética y sociología realizada por Méndez Francisco, si bien la edad cronológica de una persona resulta un dato importante, este no determina la condición de una persona debido a que aunque se tenga en cuenta el paso del tiempo como tal, son las vivencias y acontecimientos socio ambientales las que establecen su edad real. Es por esto que para enfocar objetivamente la edad de una persona, se deben tener en cuenta no solo su edad cronológica sino también todo su entorno y condiciones biológicas, síquicas, económicas y sociales en las cuales transcurre su vida. Lo

anterior, le concede a la edad la cualidad de variable central, con derecho propio de pleno poder explicativo (2000). Todolí entonces relaciona a la edad cronológica con las condiciones sociales y biológicas del individuo. Considerando lo mencionado anteriormente resulta notable si se tiene en cuenta que los roles sociales, tanto de hombres como mujeres, han cambiado dramáticamente en el transcurso de la historia, con lo cual se llega a la conclusión de que el concepto de edad y las expectativas asociadas a esta también han cambiado con el paso del tiempo, haciendo que las categorías tales como infancia, edad adulta y vejez también cambien. El autor hace referencia a que cada categoría de edad tiene una identidad propia dependiendo del momento histórico en el que se encuentre. De esta manera por ejemplo, ser joven durante la época previa a la revolución industrial representaba algo diferente a la concepción de este mismo momento de la vida después de la industrialización, así como también difiere de la percepción de la juventud que se tiene actualmente dado a que durante todos estos periodos se vivía de manera diferente (2000). Al respecto, Todolí señala:

Las etapas vitales (niño, joven, adulto y viejo) poseen cada una su propia dotación institucional de derechos-deberes, status-roles, medios-fines, recursos-metas y expectativas-oportunidades. Por lo tanto, al ir cambiando con la edad de posición ocupada, también se van cambiando, en consecuencia, de ideas, comportamientos, identidades y estilos de vida. (Méndez Francisco, 2000, p.258)

Como se puede observar dentro del análisis de contenido documental, las variables de situación y tipo de usuario están intrínsecamente vinculadas con el contexto en el cual se encuentran, estando este compuesto por un espacio social, cultural y temporal. En este sentido, sociedad y cultura pueden ser analizadas de maneras paralelas o incluidas una dentro de la otra, siendo la cultura parte de la sociedad, cualquiera que sea esta. De acuerdo con Eframiana en *Fundamentos sociales del comportamiento humano*, existe una definición de cultura establecida por Tylor en 1871 según la cual la cultura o la civilización son “un conjunto complejo que abarca el conocimiento, las creencias, la moral, el derecho, las costumbres y

cualquier otra capacidad o hábito de los hombres como miembros de la sociedad.” (Estramiana, 2003, p.153) Pero esta definición es ampliada posteriormente por el autor, incorporando el hecho de que la cultura además debe ser compartida por todos los miembros de la sociedad, de manera que pueda ser transmitida y aprendida por las generaciones siguientes por medio de un proceso de socialización, en donde los miembros que la componen intercambian una serie de saberes y valores. La cultura involucra saberes de tipo ideológico, valorativo y simbólico que funcionan como marco de referencia o contexto para quienes participan de ella, brindándoles las pautas necesarias para que esta pueda ser interpretada adecuadamente. En este sentido, el autor también expone que la cultura tiene la función de configurar las conductas aprendidas por los miembros de una sociedad, al igual que los resultados de esas conductas, los cuales son luego transmitidos a todos quienes hacen parte de la sociedad (2003).

Finalmente, la autora del presente PG considera que otro de los factores a tener en cuenta dentro del análisis socio cultural junto con la religión, es la política debido a que es uno de los elementos que más brinda un sentido de identidad dentro de una sociedad. La política como ideología unifica grupos de personas en cuanto a que esta, al igual que la religión, funciona bajo un determinado conjunto de valores y creencias que influyen en el comportamiento de un individuo. “la cultura política, pues, es un elemento del poder dotado de una doble función psicológica (en cuanto orientación política de los individuos) y social (como legitimación cultural del poder).” (Estramiana, 2003, p.158). El diseñador debe entonces tener en cuenta que elementos visuales se manifiestan dentro de lo que hace a la identidad de una agrupación política y de que manera puede explotarlos dentro de su propuesta de diseño.

4.2 El rol del autor.

La autora del presente PG considera que al ser la fotografía y la indumentaria dos disciplinas que comunican a través de la imagen, es posible realizar un planteo comunicacional basado en las necesidades de terceros, como es el caso del diseño o la fotografía orientada hacia la comercialización de un producto masificado, o como respuesta a una búsqueda personal en donde el rol del autor adquiere relevancia debido que refleja un enfoque particular que no se encuentra condicionado por un requerimiento externo. Al respecto, la fotógrafa, docente e investigadora, Alejandra Niedermaier considera que el rol del autor se encuentra vinculado con la combinación entre la práctica fotográfica y el saber técnico y tecnológico. Niedermaier destaca de la fotografía de autor el hecho de que en este tipo de imágenes se hace más pregnante el sentido de creación o producción que tiene que ver con la enunciación, dado que el fotógrafo autor debe organizar semántica y sintacticamente la imagen de tal manera que refuerce el sentido de lo que quiere enunciar o explicar (entrevista, 18 de Septiembre, 2013). Acerca de la diferencia entre la fotografía de autor y la fotografía publicitaria, la docente sostiene que la fotografía publicitaria tiene “una cuestión de discurso importante dado que siempre está sujeta al cliente, a la agencia, al *brief* y esto hace que esté más supeditada y no tenga tanta libertad de creación, como la que tiene la fotografía de autor” (Niedermaier, 2013). El fotógrafo de autor trabaja entonces bajo sus propios parámetros un tema de su elección, desarrollándolo dentro de criterios de aceptación personales, con una sensibilidad particular y que puede estar vinculado a búsqueda personal que no necesariamente adhiere a las necesidades de terceros. Niedermaier expone además un argumento relacionado con las competencias necesarias para la lectura de un diseño o fotografía mencionadas también en el capítulo uno del presente PG. Según este se hace necesario que el espectador cuente con una serie de competencias lingüísticas, culturales, determinaciones ideológicas y psicológicas para la

comprensión de un trabajo de autor, debido a que este fue concebido a través de un mecanismo de construcción de sentido que dispone los elementos de una determinada manera. El autor debe encontrar una forma de construir técnica y sintacticamente un sentido, aun cuando el espectador no pueda interpretarlo de la manera en que fue concebido. Lo anterior, según Niedermaier, se puede dar debido a que existen cuestiones propias de quien recibe el mensaje y a que “de algún modo la obra se independiza de su autor...pero esto no significa que el productor no trate de tener una llegada, de querer mostrar lo que en su discurso habita” (entrevista, 18 de Septiembre, 2013).

La autora del presente PG considera que esta brecha entre el emisor y el receptor se puede soslayar si el diseñador se interesa en adquirir un amplio vocabulario visual, el cual le permita reconocer que elementos comunicativos utilizar en determinados contextos y de que manera puede el publico interpretar los códigos de los cuales hace uso. De acuerdo con lo expuesto en el anterior apartado, el rol de autor en la fotografía no dista del rol de autor en el diseño de indumentaria, dado que en ambos casos las motivaciones que llevan a la búsqueda de una solución a un problema de diseño o fotografía puede ser de carácter externo o interno. Si se establece un paralelo entre lo que sucede con respecto al proceso de diseño de indumentaria, un diseñador puede estar motivado y condicionado por factores externos, como es el caso del diseño de una línea o colección bajos los parámetros de la estética definida por una marca establecida. Por otra parte, la motivación puede ser desencadenada a partir de la búsqueda hacia una estética personal, cuya finalidad puede estar o no orientada a la comercialización masiva de un producto.

4.3 Diseño rector.

Todo proceso creativo nace a partir de una idea general que no necesariamente cuenta con elementos definidos dentro de un mismo grupo conceptual, es decir, que una sola idea puede estar compuesta de unidades pertenecientes a diferentes campos. Esta idea necesita ser depurada y filtrada por medio de un recorte de tema, a través del cual se identifican los elementos básicos que persistirán a lo largo de una propuesta de solución de diseño. Este concepto general que se da en una primera instancia se conoce como idea rectora y debe ser lo suficientemente rica en elementos conceptuales como para que sea posible desprender de esta diferentes tipos de soluciones que aunque resulten en múltiples posibilidades de diseño, remitan todos a la idea rectora original. De acuerdo con Marcia Doria, en el cuaderno 48 del centro de estudios de diseño y comunicación de la Universidad de Palermo, a partir de la idea rectora “el alumno genera un sistema de ideas que se inicia con un orden coherente que determina un sistema, este es un conjunto de elementos unitarios unidos por rasgos comunes por una idea rectora, por un “partido”” (Doria, 2013, p.40) La autora expone además que los elementos de los que se compone la idea rectora pueden dar origen a diferentes tipos de variables con las cuales se construye una colección, así como el hecho de que el concepto de idea rectora se utiliza especialmente para el desarrollo de series de media complejidad en la cual el alumno de diseño refuerza esta idea contemplando las relaciones entre diseño y producto, y diseño y usuario. La idea rectora contiene la esencia abstracta del discurso sobre el cual trabaja el diseñador y el mensaje que este quiere expresar a través de su propuesta (2013). “Se elabora un vínculo entre el concepto o idea, la superficie textil con las características, propiedades y posibilidades de los materiales, el cuerpo humano, su antropometría, estética y espíritu” (Doria, 2013, p.38). Las fuentes de inspiración para adoptar una determinada idea rectora pueden ser múltiples y dependen de la sensibilidad y bagaje

cultural de diseñador. Niedermaier, al respecto de los procesos creativos y de inspiración para el trabajo de autor, comenta:

A veces trabajo en varias ideas al mismo tiempo, a veces focalizada solo en una temática en especial. En principio empiezo lúdicamente con una idea primitiva y empiezo a sacar de a poco. A medida que voy sacando esa idea, la forma de elaborar se hace cada vez más clara, después la premisa con la que salgo a sacar la foto es mucho mas clara...En principio hay una búsqueda autoral fuerte en donde se consultan libros y el trabajo de otros fotógrafos...y finalmente se encuentra el propio camino. El tema viene más desde la propia sensibilidad, no tanto desde afuera". (Entrevista, 18 de Septiembre, 2013)

Una vez depurada la idea rectora, se procede a realizar el diseño rector de la serie o colección, el cual sirve como punto de partida para los demás diseños. En este, se hacen presentes la mayor parte de los elementos en cuanto a morfología, color y textura desarrollados como producto de la idea rectora, así como también el tipo de usuario, contexto y código de uso en el que será situada toda la colección.

4.4 Diseño de prenda, línea y colección.

El planteo de una solución a un problema de diseño se puede dar en forma de una única prenda , una serie o línea y una colección. Se entiende que una colección está compuesta de líneas o series de conjuntos que a su vez se construyen a base de múltiples combinaciones de prendas. Estas series o líneas pueden estar agrupadas por un determinado tipo de usuario, contexto y código de uso. De acuerdo con Doria una colección es un sistema el cual se define a partir de una serie de componentes interrelacionados entre si, los cuales conforman una unidad armónica que responde a una idea rectora (2013). Las series presentes dentro de una colección están condicionadas por una serie de elementos variables y constantes que se desprenden de la idea rectora. El funcionamiento de estas variables y constantes hacen que una serie sea abierta o cerrada. Si las series dentro de la colección tienen una mayor cantidad de constantes

en contraposición con las variables, se considera entonces que las series son cerradas, en caso contrario se las toma como series abiertas. Doria considera que las series abiertas son identificadas como de alta complejidad. Las constantes y variables dentro de una colección pueden estar dadas por formas, texturas o colores que unifican o marcan diferencias entre estas (2013).

La autora del presente PG considera que con el objetivo de identificar y utilizar correctamente los componentes de una colección, serie o línea, es posible hacer uso de la definición de sintagma y paradigma expuesta por Chandler (2001) en el capítulo uno, según la cual un paradigma es un conjunto de signos asociados definidos bajo una determinada categoría y en donde cada signo es estructuralmente reemplazable por otro, por lo cual cada signo por si solo no significa nada en particular si no se encuentra asociado a un paradigma. En cuanto al sintagma, este es una combinación ordenada de signos que forman una totalidad, la cual además puede ser denominada cadena. "En el lenguaje, una oración es un sintagma de palabras. También los párrafos y los capítulos son sintagmas...Los sintagmas son creados por la elección de paradigmas que son convencionalmente considerados como apropiados o pueden ser requeridos por algún sistema de reglas" (Chandler, 2001, p.53). Conforme a lo anterior, la autora del presente PG resuelve que dentro del proceso de diseño de indumentaria se puede considerar a un conjunto de prendas como un paradigma, con el cual se construye una serie o colección, y que estos paradigmas pueden ser puestos en la manera de un sintagma. De esta forma, la construcción de un discurso a transmitir esta compuesto por elementos individuales que son integrados en agrupaciones de sentido. El tipo de elementos que componen un paradigma y la manera en que estos se organizan dentro una estructura, le pueden brindar al sintagma múltiples posibilidades de significación.

Dentro del proceso de creación de una colección, se tienen en cuenta diferentes pasos a seguir que pueden variar de diseñador en diseñador, aunque existe una estructura común que

contempla todas las instancias desde la adquisición de una idea rectora hasta la construcción de uno o varios prototipos. La diseñadora Nay Alonso, en su blog de diseño de moda, clasifica el proceso de realización de una colección de indumentaria en tres fases principales, entre las cuales se encuentra la fase de creación de colección, la fase de síntesis y comunicación, y finalmente la fase de realización. En la primera fase se concreta el tipo de producto a realizar, el tipo de usuario, *target*, competencia, documentación histórica y contexto, así como también una investigación sobre la idea rectora y la inspiración en la cual hace uso de un libro de artista, *mood board* y collage. En esta instancia se ponen en manifiesto todos los elementos visuales y táctiles que se utilizarán para extraer aspectos de color, morfología y textura de los cuales se derivan más adelante las variables y constantes presentes a lo largo del planteo de diseño. En la fase de síntesis y comunicación se lleva a cabo el proceso de bocetación, las pruebas de color, tejidos, avíos, estampas, bordados y texturizados, así como también se contempla que clase de tipologías serán utilizadas para el armado de conjuntos y series. Al finalizar esta fase, se realizan las fichas técnicas con los detalles constructivos que se requieren para la confección de los prototipos. Finalmente se lleva a cabo la fase de realización, en la cual se materializan los diseños. En esta instancia se elabora la moldería o patronaje, sobre la que el diseñador realiza transformaciones en base a los diferentes tipos de moldería base por topología. El proceso continúa con la confección del prototipo o prototipos, que son probados sobre un usuario estándar. De esta prueba pueden resultar una serie de ajustes y modificaciones con el objetivo de conseguir el efecto deseado y en la cual tanto la moldería como la materialidad del prototipo pueden llegar a ser modificadas. Una vez aplicados los cambios, se elabora el prototipo final y se le dan las terminaciones o acabados que fueron planteados tanto en el boceto inicial como en la ficha técnica (2013).

Si bien el armado de una colección puede responder a un nicho de mercado, también es posible plantear una serie o colección de autor sin que esté necesariamente relacionada a una

necesidad específica. El diseño de autor puede responder únicamente a una búsqueda personal producto de una sensibilidad en particular, que no está atada a una temporada, marca o género definido.

4.5 Diseño de vestuario.

Como se expuso anteriormente, el planteo de una solución a un problema de diseño se puede dar por motivaciones externas, como lo es la demanda de un mercado, o internas, determinadas por una búsqueda personal del autor. Así también existe el planteo de diseño orientado a las artes escénicas y el cine, en donde el diseñador se encuentra condicionado ya no por la exigencia de un cierto consumidor, sino más bien por un tipo de personaje, historia y producción cinematográfica o teatral para la cual va orientado. El diseño de vestuario tiene como objetivo no solamente vestir a un actor para que participe dentro de un determinado contexto, sino que además, analiza las características psicológicas de este y su rol e interacción con los demás actores y el público. Este tipo de indumentaria participa como un elemento comunicacional que busca apelar de manera consciente e inconsciente a las emociones del espectador, por medio de los mismos elementos básicos del diseño de los que se compone cualquier otro tipo de propuesta de indumentaria. Dentro de estos elementos se cuenta el color, la textura y la forma, así como también el tipo de usuario, su género y su contexto biológico y cultural. Es importante que el diseñador tenga presente el rol que tienen las artes escénicas dentro de una determinada cultura. Existen diferentes ejemplos del influjo que tiene el arte escénico en la cultura y viceversa, tal como es el caso del Japón y el teatro *Kabuki*, la India y la industria cinematográfica de *Bollywood*, y mundialmente conocido imperio norteamericano de Hollywood. En el libro *Vestir a las estrellas* de Marta Belluscio (1999) se exponen los diferentes factores a tener en cuenta en el momento de realizar el vestuario para una producción de cine. Inicialmente se debe tener en cuenta el presupuesto de la producción, dado que esto

condiciona la cantidad y calidad del vestuario, así como su verosimilitud dentro del contexto en el que se encuentre, dado que puede ser necesario que cuente con un determinado tipo de acabados o aspecto. También es importante el argumento y género de la película, dado que este aspecto requiere de una documentación rigurosa por parte del diseñador para poder situar al o los personajes dentro de la atmósfera emocional adecuada, así como también permitir que el actor realice su labor de una manera cómoda y natural sin discrepar con el guión. También es requerido tener en cuenta el número y tipología de los personajes, dado que grandes cantidades de actores y estenografía en espacios abiertos requieren de un alto grado de atención por parte de la producción. Esta es una situación que se presenta en el caso de películas en donde se representan batallas épicas con un elevado número de actores. Uno de los factores que marca la diferencia entre una puesta de teatro y una producción cinematográfica es la diferencia en la percepción a través del lente de una cámara a la de un acontecimiento en vivo. Entran en juego los factores técnicos, que se definen dadas las condiciones de luz dentro del set, las texturas y colores en la estenografía, y los accesorios o maquillaje que precisen utilizar los actores. La autora acota “Un diseño responde al escenario donde se desplazaran los personajes: estilo y cantidad de muebles, perímetro de las estancias, colorido de cortinas, estampados del tapizado...El cine crea una nueva dimensión de la mirada al unir decorado, tiempo e iconografía” (Belluscio, 1999, p.157). Otros dos factores significativos son el lugar y tiempo disponibles, dado que la cantidad y calidad de las prendas se define de acuerdo a la duración del tiempo cronológico dentro de la película, el rodaje o gira teatral. Dados los argumentos anteriores, cabe mencionar el hecho de que en el ámbito de una producción cinematográfica o teatral el diseñador no toma decisiones arbitrarias ni por sí solo. Debe colaborar estrechamente con el departamento de producción, dirección de arte, iluminación, estilistas de peinados y cosmética.

En definitiva, el diseñador que realiza este tipo de propuestas debe entender que todas las herramientas comunicacionales que posee deben ser enfocadas al objetivo de apelar a los sentidos del espectador, además de funcionar armónicamente con la labor del resto del equipo de producción, además de comprender la reciprocidad que tiene el vestuario que diseña para una película u obra de teatro y la sociedad que la consume.

El vestuario cumple diversos cometidos; ambientar épocas y lugares en que transcurre la acción; identificar clases sociales, profesiones, sexo, estilos eróticos y edades; definir personalidades y estados de ánimo; aportar información al público por medio de cada uno de los elementos que lo componen. (Belluscio, 1999, p.161).

En conclusión, es importante realizar un análisis previo al inicio de un proyecto de diseño dado que esto ayuda al diseñador a evaluar los elementos con los que puede realizar una propuesta, así como la forma en que estos se relacionan y cuales son las combinaciones existentes entre ellos. Teniendo en cuenta estas variables, existe una mayor cantidad de opciones con las cuales resolver un problema de diseño. así mismo debe ser considerado el contexto para el cual el planteo de un diseño va orientado, debido a que debe formar parte activa de este para poder comunicar correctamente su mensaje. La comprensión de este contexto, así como también del tipo de usuario y sus circunstancias, se consigue por medio de una documentación relevante a cada caso en particular.

En cuanto al rol del autor, se entiende entonces que este adquiere relevancia debido a que refleja un enfoque que no se encuentra condicionado por un requerimiento externo y que las motivaciones que llevan a la búsqueda de una solución de un problema de diseño no necesariamente deben estar relacionadas a factores externos. La autora del presente PG considera que el diseñador, independientemente del tipo propuesta que realice, debe interesarse en adquirir un amplio vocabulario visual para disminuir errores o fallas en la comunicación, así como también puede hacer uso de herramientas tales como la identificación

y utilización de los componentes de una colección serie o línea a través de la definición de sintagma y paradigma expuesta en el capítulo uno.

Finalmente, en cuanto al diseño de vestuario, se examinaron los diferentes factores a tener en cuenta para plantear una propuesta de diseño, tales como el presupuesto, el argumento y género de la película, número y tipología de los personajes, al igual que los factores técnicos como la iluminación y la estenografía. En la labor como vestuarista, el diseñador debe tomar decisiones que van en conjunto con el trabajo de otras áreas dentro de la producción, por lo cual se hace importante sustentar con criterio el porqué de los elementos que se incorporan en la propuesta.

Capítulo 5. Propuesta metodológica básica.

El presente capítulo propone una metodología básica para el diseño de indumentaria, resaltando la importancia que tanto el contenido teórico como el trabajo práctico tienen dentro de la ejecución de una propuesta de diseño, además de reflexionar sobre el uso de los temas expuestos en los capítulos 2, 3 y 4, como contenidos de un plan de trabajo modelo.

El plan de trabajo planteado como parte de la metodología anteriormente mencionada cuenta con cuatro etapas básicas que pueden ser utilizadas en conjunto o como entes individuales: divergencia, disposición, convergencia y retrospectiva. Estas etapas están basadas en la investigación y trabajo de campo realizados por Berglin et al dentro de la ponencia *Interaction Design Methods in Fashion Design Teaching*, llevada a cabo en el 2008 por un grupo de docentes y alumnos de la Universidad de Borås en Suecia, la cual contó tanto con un plan teórico como uno práctico.

Se analiza además el uso del plan de trabajo dentro del ámbito académico, por medio de su incorporación a través de talleres prácticos y la manera en que las etapas de este pueden ser adaptadas a otras metodologías de trabajo. Se hace hincapié en que el planteo metodológico sea flexible, capaz de ser adaptado a diferentes tipos de necesidades por parte del diseñador, el cual puede encontrarse tanto en formación como ejerciendo su profesión en el ámbito profesional.

Durante la investigación realizada para el presente PG, la autora descubrió que existe mayoritariamente literatura relacionada con la indumentaria como aspecto cultural y reflejo de identidad a través de la historia, pero encontró pocos estudios realizados en cuanto a la practicidad o la experiencia como tal del producto por parte de un usuario, debido a que este tipo de literatura esta más asociada con el oficio del modista o modelista dado a que tiene que

ver con la materialización de diseño y no está directamente ligado a la significación de la prenda.

Gracias al concepto de democratización de la moda (Gick, Gick, 2007) es posible entender que la expresión personal de un individuo a través de la indumentaria no se encuentra atada al consumo que realiza la clase alta ni que necesita emularla para encontrar una determinada identidad o pertenecer a un grupo, debido a que la indumentaria y el concepto de moda que se encuentre asociado a esta son accesibles para el público general a todo nivel, si bien no todos los consumidores tienen el mismo poder adquisitivo. Es posible establecer un paralelo con la fotografía en este sentido, en cuanto a que esta inicialmente perteneció exclusivamente a una elite y posteriormente evoluciono de manera tal que gran parte de la población que no perteneció a esta clase social tuvo acceso a una cámara fotográfica y al material de revelado, no obstante aun existieran productos relacionados de mejor calidad o con mayor reconocimiento que solo pocos podían adquirir. En este punto, la autora del presente PG considera que es importante entender que si bien existen las marcas de elite y que estas proclaman un tipo de estilo y consumo que puede ser entendido como referencia de moda dentro de un determinado grupo social, el diseñador de indumentaria debe aprender a diseñar para la experiencia del usuario independientemente de lo que se encuentre dentro del concepto de moda, debido a que es a través de la indumentaria que este refleja la identidad del usuario dentro del contexto en el que se encuentre. El aspecto práctico de un diseño es tan importante como su aspecto cultural.

Si bien en los capítulos anteriores se desarrollaron las bases teóricas necesarias para llevar a cabo un análisis completo previo a la elaboración de una propuesta de diseño y se establecieron los puntos en común entre la fotografía y la indumentaria con el objetivo de tomar el lenguaje fotográfico como referencia de análisis y ejecución, para poner en marcha un método de diseño hacen falta dos elementos primordiales: las bases teóricas y la ejecución

práctica. Dado que las bases conceptuales ya fueron desarrolladas en los capítulos previos en el presente PG, también es necesario desarrollar de manera conceptual el plan de trabajo sobre el cual se pondrá en marcha un proceso de diseño. Si bien se establecerá una estructura general metodológica, parte del rol del diseñador es encontrar su propio y ritmo y forma de trabajo dentro del plan de trabajo. Es importante que el diseñador se sienta cómodo dentro del marco que ofrece la metodología y que esta no restrinja o limite sus propios procesos creativos. En las conclusiones del trabajo realizado por Berglin et al, para la *ponencia Interaction Design Methods in Fashion Design Teaching*, dentro de la cual se realizaron tanto planteos teóricos como trabajos de campo, los autores encontraron que “para desarrollar una práctica de trabajo propia, por medio de la reflexión y en acción comunicativa, se necesitan sólidos fundamentos conceptuales y metodológicos” (Berglin et al, 2008, p.18) de la misma manera, concluyen que para realmente comprender el significado funcional de conceptos básicos, métodos y modelos es necesario incorporarlos en la ejecución práctica del diseño (2008). Lo anterior demuestra que tanto la base teórica como el trabajo de taller son indiscutiblemente necesarios para la realización de una propuesta. De lo contrario, esta tendría falencias bien sea en la justificación teórica o en la ejecución práctica.

El objetivo de desarrollar un método teórico y práctico de diseño es el de brindar no solo un marco referencial en donde se tengan en cuenta todas las variables teóricas y se incorporen de manera tal que pasen a ser herramientas dentro del proceso de diseño, sino también el de generar un entendimiento básico de cómo funcionan cada uno de los elementos dentro de un diseño en todas sus etapas. Berglin et al, sugieren a demás que para que un taller práctico sea exitoso, es importante que tanto los estudiantes como los maestros tengan una idea clara de para qué se realiza el ejercicio y cual es el objetivo que se busca de este en términos tanto de aprendizaje como del diseño resultado. Los autores indican también que la razón de ser de un

taller de diseño es la de explorar los conceptos que se dan por hechos y hacer de este un espacio para la reflexión y la discusión crítica. (2008)

5.1 Plan de trabajo

Teniendo en cuenta la forma de trabajo utilizada por Berglin et al en el proyecto de investigación y talleres prácticos mencionado anteriormente, la autora del presente PG considera adecuado adaptar al ámbito del presente ensayo el proceso expuesto por los autores dado que su investigación no solamente utiliza una base teórica, sino además lleva a cabo la realización de talleres en los cuales participaron tanto docentes como estudiantes de diferentes años de la carrera de diseño de modas. De acuerdo con el reporte escrito de la ponencia, los resultados dieron paso a la incorporación de mejoras dentro del plan académico de la escuela Sueca de textiles y la Universidad de Borås. Es importante tener en cuenta que el siguiente plan de trabajo funciona únicamente como guía práctica y conceptual para el diseñador y que puede ser modificada dependiendo de las necesidades derivadas de cada contexto y persona.

5.1.1 Divergencia

En esta etapa el diseñador, quien ya debe contar con un recorte de tema sobre el cual llevar a cabo su proyecto, inicialmente realiza un relevamiento del estado del arte del mismo dentro del marco del diseño de indumentaria y las propuestas que se encuentran en el mercado. Esto con el objetivo de conocer de que maneras es posible innovar dentro de las propuestas existentes en el campo. Seguido de esto se realiza la recopilación de la información descrita en el capítulo 4 relacionada con el análisis de contenido documental y el análisis morfológico. Al finalizar esta etapa, se deben conocer y entender todos los elementos relacionados con el contenido documental del tema que pueden ser incorporados, aplicándolos en base a los resultados del análisis morfológico. En esta instancia, el diseñador construye una base teórica sólida del

resultado que espera conseguir con su diseño y es capaz de manipular las variables de las que se compone el tema, el contexto en el que se desarrolla y la percepción tanto del usuario como del espectador.

5.1.2 Disposición

En esta fase se realiza la estimación de tiempo y recursos tanto humanos como económicos con los cuales cuenta el diseñador para llevar a cabo su propuesta. Para realizar esta estimación, el diseñador puede armar un cronograma general de trabajo en el que disponga el tiempo total con el que cuenta, quienes participan en el proyecto, cuales son sus roles, y de que manera el presupuesto económico interviene como un limitante o facilitador de una mayor y mejor cantidad de recursos. La autora del presente PG sugiere que dentro de este cronograma se tengan también en cuenta las herramientas tales como la maquinaria de confección y sus insumos, o en su defecto, terceras partes que proporcionen tal servicio.

La etapa de disposición apunta a que el diseñador sea consciente de los elementos no relacionados con el proceso de análisis y creativo que enmarcan la puesta en marcha del proyecto, así como también proporciona un panorama general sobre la manera en la que el diseño se desarrolla dentro de un determinado lapso de tiempo, los roles de cada uno de los integrantes del equipo, además de prever inconvenientes o necesidades no relacionados con el proceso de diseño como tal.

Finalmente, dentro de esta etapa se tiene en cuenta también cuales son los recursos o *input* necesarios y cuales son los resultados esperados o *output* para cada parte del proceso. Lo anterior tiene como objetivo distribuir correctamente los recursos con los que cuenta el diseñador, para luego ser acotados con el resultado esperado como producto de tales recursos. Este análisis de input contra output permite tener una manera clara de medir cada parte del proceso, analizar si el tiempo que llevó estuvo dentro de los parámetros establecidos,

establecer que tipo y cantidad de recursos agotó y que mejoras se pueden incorporar para futuras ocasiones.

5.1.3 Convergencia

Esta etapa toma como base los resultados de la anterior y transforma la información al plano visual por medio de una serie de bocetos que dan cuenta del resultado obtenido de la etapa de divergencia. En esta instancia el diseñador integra el estado teórico con el práctico dentro del proceso de diseño. Es aconsejable realizar más de una propuesta utilizando las diferentes variables obtenidas, así como también contrastar esporádicamente los bocetos contra la información teórica, con el objetivo de que el plano visual se enriquezca continuamente del teórico. Esta es la etapa en la que el diseñador es libre de transformar la teoría al dibujo según sus propios procesos creativos, así como también realiza la elección de la materialidad que será utilizada para llevar a cabo el diseño, en que cantidades es necesaria, que otros accesorios se requieren y de que manera se llevara a cabo el ensamblaje del prototipo.

Durante la etapa de convergencia se pone a prueba el resultado del análisis morfológico realizado previamente, dado que pasa de ser simplemente parte de la teoría a ser un planteo práctico y físico por medio de la materialidad elegida. De este encuentro entre análisis morfológico y materialidad pueden surgir modificaciones producto de un ciclo compuesto por la evaluación de los resultados parciales obtenidos y la intervención del diseño o reconstrucción basada en la retrospectiva adquirida. En caso de que la cantidad de tiempo para desarrollar la propuesta esté determinado por el diseñador mismo, es importante tener en cuenta que la planeación en términos del tiempo que requerirá este ciclo de evaluación y reconstrucción se realiza dentro de la etapa de disposición. En caso de que el tiempo no este determinado por el diseñador sino por factores exteriores, el ciclo debe llevarse a cabo teniendo en cuenta las limitaciones de tiempo ya establecidas.

5.1.4 Retrospectiva

En esta última etapa, el diseñador hace un análisis del resultado obtenido y lo compara contra el recorte temático inicial, de manera que sea posible leer a través del diseño el mensaje que se buscaba transmitir desde un principio. La autora del presente PG considera importante que la propuesta sea examinada por personas idóneas en el área y que estas sean ajenas al proyecto con el objetivo de que cuente con puntos de vista que no estén sesgados por haber formado parte del equipo que realizó la propuesta, de igual manera, estas tampoco deben estar relacionadas con quien o quienes hayan hecho la elección del tema o toma de partido. Realizar esta retrospectiva le brinda al diseñador la posibilidad de saber si tanto el análisis de contenido documental como morfológico fueron traducidos al plano físico de manera correcta con respecto al tipo de usuario final y a sus competencias para entender el mensaje que se transmite a través del diseño. En el espacio de retrospectiva también deben ser evaluados todos los aspectos planteados en la etapa de disposición, de que manera se ejecutaron y si es necesario realizar ajustes ya sea en el aspecto humano, de planeación cronológica y de presupuesto o de herramientas. La retrospectiva le brinda al diseñador la posibilidad de reflexionar acerca de las fortalezas y debilidades que se dieron durante el proceso de diseño y de que manera estas tuvieron parte dentro del resultado conseguido. Este ejercicio debe ser realizado a conciencia no solo por parte del diseñador sino de todos aquellos que participaron del proceso de diseño, dado que no es solo el trabajo individual de cada integrante el que se tiene en cuenta para conseguir un determinado resultado, si no también, la interacción que existe entre los participantes la que condiciona el tiempo y la forma en que el proyecto llega a término.

5.2 Talleres prácticos

La incorporación del método expuesto en el subcapítulo plan de trabajo puede ser adoptado como parte de un programa curricular de diseño de indumentaria, formularse como un taller dentro del ámbito académico o como una práctica independiente de esta, debido a que toma en cuenta la totalidad del proceso de diseño y divide sus etapas de manera que estas pueden ser incorporadas de manera parcial como soporte de otras metodologías o funcionar como una unidad completa desde la etapa de divergencia hasta la de retrospectiva.

La autora de este PG considera que teniendo en cuenta lo expuesto por Berglin et al con respecto a la importancia de la interacción entre teoría y práctica dentro del proceso de diseño (2008), resulta necesario entender que en caso de que el plan de trabajo planteado en el presente PG sea incorporado por partes independientes a otros procesos o se adapte a otras metodologías, cada parte siempre debe estar dirigida al uso práctico de cada uno de sus elementos. Lo anterior debido a que el proceso de diseño es fundamentalmente un acto práctico y como tal todas sus partes deben estar presentes en función del acto de crear.

En conclusión, es necesario que el diseñador de indumentaria entienda la importancia de diseñar para la experiencia del usuario. Si le resulta práctico, el diseñador puede dejar de lado en una primera instancia lo que se encuentre dentro del concepto de moda, para enfocarse más a conciencia dentro de la noción de la identidad del usuario expresada por medio de lo que viste y sus fines prácticos. Para tal fin, la autora del presente PG ofrece un planteo metodológico flexible, en aras de que el diseñador encuentre en la teoría aquí presentada una manera de orientar su proyecto de diseño. La metodología y el plan expuestos buscan ser una herramienta útil que ayude a potenciar la capacidad creativa de quien la pone en práctica, ayudando a organizar sus modos de investigación, análisis de información y utilización de recursos, así como también organizar procesos, evaluar necesidades, requerimientos y resultados.

Con lo anterior, se intenta demostrar que tanto práctica como teoría deben funcionar de manera complementaria y organizada, teniendo en cuenta que su conjunto deben resultar más una ayuda flexible que un protocolo rígido. Siendo así, es el diseñador mismo el que debe incorporar sus propias mejoras al método y enriquecerlo en base a su experiencia con este, con el objetivo de hacer de su trabajo una experiencia de constante aprendizaje y descubrimiento.

Conclusiones

A lo largo del presente PG, se expusieron los diferentes elementos que entran en juego al momento de plantear una forma novedosa de llevar a cabo la construcción de un proyecto de indumentaria teniendo como referencia el modelo comunicacional de la fotografía, el cual ha contado con un estudio más detallado en términos de comunicación, ejecución técnica, lenguaje y como fenómeno social. A diferencia de esta disciplina, la indumentaria ha sido examinada en gran parte de la literatura encontrada como un fenómeno social que comunica, pero no en términos de producto que puede ser encarado desde diferentes perspectivas durante su construcción, bien sea técnicas o teóricas. Para poder entrar en tema, fue necesario hacer un repaso de la teoría de la comunicación en general y luego enfocada tanto a la fotografía como a la indumentaria. Entendiendo estos conceptos el lector adquiere las herramientas necesarias para empezar a distinguir las diferencias y similitudes que se encuentran entre ambas.

Resulta interesante descubrir durante el proceso de comprensión de esta teoría de la comunicación y de la historia misma de la fotografía y de la indumentaria, la manera en que estas funcionan como herramientas de transmisión de mensajes y cuan similares resultan ambas disciplinas en este sentido. El punto en común más evidente es el que tanto una como la otra tienen como objetivo principal transmitir un mensaje de manera visual, el cual puede estar relacionado a un grupo social o a un individuo en particular. Así también, ambas se encuentran delimitadas dentro de un segmento de tiempo y espacio y comunican las características de este independientemente del paso del tiempo. En ambos casos la utilización de una pieza determinada a un momento temporal en particular funciona como una especie de maquina del tiempo, la cual transporta al usuario o espectador al contexto en el que fue creado o para el cual funciona. Ninguna de las dos puede ser definida a ciencia cierta como arte de manera exclusiva, dado a que funcionan como un dominio intermedio entre arte y estricta labor

funcional, prestándose tanto para una como para otra sin estar necesariamente condicionada a alguna de las dos. La decisión acerca de a cual dominio pertenece, si bien puede ser hecha por el autor mismo, depende finalmente de la percepción del usuario o el espectador. Tanto la fotografía como la indumentaria surgieron como parte de una necesidad en términos prácticos exclusivamente, una como registro documental de un hecho y la otra como forma de cubrir el cuerpo y representar identidad, pero ambas fueron evolucionando de manera que empezaron a transformarse más en un medio para transmitir mensajes que fueran más allá de su alcance inicial. Uno de los elementos más importantes en ambos, es que si bien crear una fotografía o hacer una prenda puede ser realizado de manera mecánica, depende indefectiblemente de la mirada y labor del autor, que le impregna al producto final algo que no puede ser obtenido exclusivamente a través de la maquina, se trata de la identidad y enfoque del autor.

La teoría comunicacional de la fotografía funciona como punto de referencia de un nuevo método para el diseño de indumentaria en cuanto a que establece una guía a través de una comparación metafórica entre ambas formas de comunicar y en como estas están establecidas en la teoría. Es posible ver lo anteriormente mencionado en el concepto de los tres tiempos ontológicos aplicados al diseño de indumentaria expuestos en el capítulo tres del presente PG. En esa ocasión, se tomó como base lo establecido por Farías (2012) en el capítulo dos, acerca de los tres tiempos ontológicos de la fotografía y la forma en que el lenguaje de esta se articulaba a través de la mencionada propuesta teórica. Dado que los elementos de los cuales se componen estos tres tiempo ontológicos son estrechamente similares a los utilizados dentro de la comunicación a través de la indumentaria, se realizó para esta una adaptación de la mencionada teoría con el objetivo de facilitar la comprensión de los conceptos tratados y de conseguir articularlos dentro de una nueva metodología del diseño de indumentaria. Esto mismo ocurre con el concepto de lectura abierta o cerrada, utilizado formalmente dentro de la teoría de la comunicación para luego ser adaptado dentro de la fotografía y el diseño. Este

concepto tuvo un desarrollo más amplio y enfocado exclusivamente al área de la indumentaria, como un subcapítulo dentro del capítulo tres.

Una de las adaptaciones teóricas que tuvo mayor uso y relevancia dentro del presente PG fue la realizada para el análisis morfológico y el análisis de contenido documental, llevada a cabo dentro del capítulo cuatro. Estos dos conceptos, desarrollados por Gastaminza (2001), habían sido presentados dentro del capítulo dos a manera de introducción desde el lado de la fotografía, pero fueron posteriormente adaptados para funcionar dentro del método del diseño de indumentaria en el capítulo tres. Esta adaptación ayudó enormemente a organizar el análisis que se realiza dentro del proceso de diseño y que no había podido ser encontrado de formas similares dentro de la literatura utilizada durante la investigación del PG. Gracias a esta adaptación desde la teoría de la fotografía, fue posible organizar en dos grandes etapas el proceso de análisis que se debe llevar a cabo como instancia previa a la realización de una propuesta de diseño. Debido a que los contenidos incluidos en estas dos etapas, tanto en la fotografía como en el diseño de indumentaria se relacionan, fue fácil llevar a cabo una comparación y posterior adaptación, inclusive incorporando algunos temas a tener en cuenta que no habían podido ser recopilados de ninguna otra forma dentro del PG, como es el caso del análisis de silueta, textura y significación a través del color.

Una vez realizadas las comparaciones y adaptaciones relacionadas con la teoría comunicacional, el PG trató el tema del papel del autor dentro del diseño de indumentaria, un elemento que también se encuentra presente dentro de la fotografía. Este, fue incorporado antes de empezar a desarrollar el contenido teórico restante, dado que el papel que desempeña el autor dentro de una propuesta de diseño abarca la totalidad del proyecto. La inspiración y motivación para la realización de un proyecto puede provenir del autor mismo, como parte de una búsqueda personal en cuanto a una estética determinada o a la exploración de un tema en particular.

La tarea principal del diseñador como autor, consiste en organizar la forma y orden de cada elemento visual y conceptual del diseño. Su visión personal brinda al producto resultante una identidad propia y es por eso que condiciona la totalidad del desarrollo de la propuesta.

Dentro del mismo capítulo se desarrolló el concepto de diseño rector, un tema que se presenta como una constante dentro de los dos subcapítulos siguientes: el diseño de prenda, línea y colección, y el diseño de vestuario.

Es relevante mencionar que dado a que no fue posible encontrar literatura relacionada al concepto formal de diseño rector, la autora del presente PG integró los conceptos expuestos al respecto por parte de la docente Marcia Doria (2013), encontrados como parte de la recopilación de escritos del cuaderno número 48 publicado por la Universidad de Palermo, junto con los apuntes de clase y experiencia personal relacionada con el tema durante el transcurso de la carrera universitaria de la autora del PG. En este sentido, el presente proyecto incorpora nueva literatura al respecto y funciona como base de consulta para futuros escritos.

En el subcapítulo sobre diseño de prenda, línea y colección, se presentó una situación similar a la expuesta para el caso del diseño rector. Fue necesario recopilar y acotar información proveniente de publicaciones digitales, tales como blogs y presentaciones de *power point* en línea realizadas por profesionales en diseño de indumentaria debido a que la literatura encontrada fue demasiado general y no proporcionaba en detalle cada etapa del proceso.

En cuanto al desarrollo del tema diseño de vestuario, se realizó una investigación tanto del vestuario para teatro como para cine. Para esto, se llevó a cabo no solamente una búsqueda de literatura sino también una entrevista a la docente de Diseño de Vestuario I, diseño de vestuario para teatro, Laura Gutman. De ambas fuentes se extrajeron los conceptos más relevantes para la realización de este tipo de diseño y si bien la entrevista realizada a Gutman no fue citada directamente dentro del texto, funcionó como una referencia con la cual validar la información encontrada anteriormente en diferentes libros y fuentes en línea acerca del tema.

Como última etapa dentro del PG, se desarrolló la idea de incorporar toda la teoría expuesta a lo largo de los capítulos dos, tres y cuatro dentro de una metodología que involucra la creación de un plan de trabajo práctico y teórico. La necesidad de llevar esto a cabo surge como respuesta a la falta de una metodología formal para la construcción de un diseño como parte del plan académico de la Universidad de Palermo dentro de los contenidos ofrecidos para la carrera de diseño de indumentaria. Si bien el presente PG no busca funcionar como una guía única en cuanto a que tipo de procedimientos o en que orden deben ser llevados a cabo para la construcción de un proyecto de indumentaria, sí intenta incorporar al campo de la indumentaria nueva información y un punto de vista construido dentro de la instancia de proyecto de grado, que puedan enriquecer la experiencia de aprendizaje y posterior práctica profesional.

La propuesta realizada en el capítulo cinco contribuye a los saberes del campo de la práctica del diseño de indumentaria en cuanto a que reconoce que el acto de diseñar no solamente debe tener en cuenta el imaginario de moda, el contexto o el tipo de usuario si no también la manera en que este porta la prenda, la entiende como objeto práctico y adquiere un lenguaje corporal gracias a esta. La autora del presente PG considera que la confortabilidad de la prenda y su practicidad son elementos que deben ser tenidos en cuenta constantemente durante su proceso de diseño y materialización. Además, la propuesta comprende el proyecto de diseño no solamente desde el punto de vista del profesional de modas, sino que agrega componentes teóricos comunicacionales tomados desde el lenguaje de la fotografía. Otro de los elementos que suma, es el de la organización de factores que no se encuentran directamente relacionados con el proceso creativo ni de investigación, sino con el manejo de recursos externos a este, como la administración del tiempo, materiales, integrantes de equipo y distribución de tareas. De esta manera, el diseñador se encuentra más vinculado dentro de todo el proceso de que involucra la creación de una prenda, conjunto o línea, dando como resultado una propuesta

estrechamente vinculada a la visión del diseñador, ya que no deja ningún detalle sin haber sido evaluado por este.

Teniendo en cuenta que la propuesta realizada dentro de la instancia de proyecto de grado es de tipo teórico, queda por llevar a cabo la puesta en marcha del plan aquí propuesto. Esta ejecución práctica puede darse de diferentes formas dentro del ámbito académico, vinculándolo dentro del plan de estudios existente como contenido central de una cátedra, dentro del programa de una materia de diseño o como un taller independiente. Cualquiera sea el caso, la intención primordial debe siempre ser la de ejercitar de manera controlada los contenidos ofrecidos dentro del programa y que este se retroalimente de las experiencias vividas tanto por los estudiantes como por los docentes a cargo. Parte del trabajo que queda por hacer es el de identificar por medio de la puesta en práctica del programa los aciertos y falencias que pueden encontrarse en la teoría, dado a que si bien esta tiene todo el trabajo realizado dentro del proyecto de grado a manera de respaldo, solamente la puesta en práctica de la teoría puede determinar si es necesario realizar ajustes y en que medida. Estos ajustes pueden hacerse tanto al planteo teórico como al práctico y hacen que la metodología y el programa permanezcan en constante evolución. Cabe notar que las modificaciones que se puedan incorporar varían de experiencia en experiencia y que es posible que para lo que un diseñador resulte demasiado complejo, difícil o poco práctico, para otro probablemente represente una ventaja y lo adapte a su propia forma de diseñar.

Para la autora del presente PG, la elección del tema desarrollado en este texto surgió como una inquietud luego de haber tomado una materia electiva sobre semiótica de la fotografía, en donde se analizaron temas acerca de la construcción del lenguaje y los elementos de la comunicación. Si bien, dichos contenidos estaban orientados hacia la fotografía, resultaban similares a los elementos semióticos y comunicacionales de la imagen dentro de la carrera de diseño de indumentaria. Estos, dentro del plan de estudios de diseño nunca habían sido

expuestos teóricamente como parte de un proceso formal de diseño, sino más bien como fragmentos temáticos distribuidos dentro de los contenidos de diferentes cursadas. La autora entonces identificó una necesidad dentro de la manera en que la teoría de comunicación estaba siendo impartida dentro del plan académico de su carrera y decidió encarar el presente tema, con el animo de articular una metodología comunicacional basada en la existente para la fotografía, que pudiera servir como trasfondo para la creación de un programa de diseño el cual agregue ese tipo de saberes a los ya presentes dentro del plan de estudios.

Toda la información recopilada para este PG fue adquirida de diferentes fuentes, tales como Internet, libros, entrevistas y apuntes personales, agregando además el componente del conocimiento adquirido a base de la experiencia propia como estudiante durante todos los años como tal dentro de la universidad.

En el proceso de búsqueda de información, fueron surgiendo diferentes temas que pueden ser desarrollados más allá del presente PG, tomándolo como punto de partida. Entre estos temas esta la relación entre el diseño de indumentaria con otras áreas del diseño, como el diseño industrial o el diseño grafico, con los cuales comparte la misma base teórica pero que pueden proporcionar al diseño de indumentaria técnicas de materialización y experimentación con colores y texturas que pueden resultar muy útiles en la construcción de un discurso a través de una prenda, serie o colección. También sería interesante realizar una investigación más a fondo acerca de los elementos semánticos presentes dentro del diseño, comparándolos con los de una lengua en particular, como lo puede ser el español, y realizar a partir de esta investigación una serie de prototipos que experimenten con la manera en que se articula un discurso visual.

Para la autora del PG, la experiencia de abordar un método que parte de la fotografía y se adapta al diseño de indumentaria fue enriquecedora en dos puntos principales, el primero siendo la oportunidad de realizar una investigación más allá de la relación obvia entre fotografía e indumentaria, en la cual la fotografía únicamente documenta la indumentaria, un enfoque en

el cual la fotografía no aporta nada a esta. El resultado de dicha investigación puede enriquecer la falta de literatura y documentación acerca de los métodos comunicacionales y los procesos a llevarse a cabo para la construcción de un proyecto de indumentaria. El segundo punto fue la posibilidad de encontrar información acerca de la manera en que tanto la fotografía como la indumentaria y la moda funcionaron desde sus inicios no solamente como canales de comunicación sino que también marcan diferentes momentos en la historia de la humanidad, convirtiéndose en referentes de estos. Se aprecia la cercana relación que tienen estos dos campos con los cambios que ha tenido la sociedad a través del tiempo y su labor como reflejo de identidad.

Finalmente, el presente PG incentiva a la autora a continuar investigando acerca de la forma en que el acto y la experiencia de diseñar están construidas, como parte de una labor de constante superación profesional que inicia en la instancia académica y se desarrolla a través de toda la carrera profesional.

Bibliografía

Alguacil Garrido, Raquel (2010); *Imagen personal*. España. Editorial Vértice.

Ambrose, Gavin – Harris, Paul (2010); *Metodología del diseño*. Barcelona, Parramón Ediciones.

Barthers, Roland (1986); *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona, Paidós

Belluscio, Marta (1999); *Vestir a las estrellas, la moda en el cine*. Barcelona, España, Ediciones B, S.A.

Bolich, Gregory G. (2006); *Cross dressing in context. Vol.1 Dress & Gender*. Raleigh, North Carolina, Psyche's press.

Bruzzu, Stella (1997); *Undressing Cinema: Clothing and identity in the Movies*. Nueva York, Routledge.

Chandler, Daniel (1999); *Semiótica para principiantes*. Quito, Ediciones Abya-Yala

Church Bigson, Pamela (2012); *Fashion and Celebrity Culture*. Londres, Bloomsbury.

Publishing Plc

Craik, Jennifer (2009); *Fashion: The key Concepts*. New York, New York, Berg Publishers.

Crane, Diana (2000); *Fashion and its social agendas: Class, gender and identity in clothing*. United States of America, The University of Chicago Press.

Currie, Dawn (1999); *Girl talk: Adolescent Magazines and their readers*. Toronto, University of Toronto Press Incorporated.

Deslandres, Yvonne (1985); *El traje, la imagen del hombre*. Barcelona, Tusquets editoriales S.A.

Doria, Patricia (2013) *Sobre la enseñanza del diseño de indumentaria. El desafío creativo (Enseñanza del método)* en Universidad de Palermo (p.37-47); *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°48*. Buenos Aires.

Eco, Umberto (1977); *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen

Estramiana, José Luis Alvaro (2003); *Fundamentos sociales del comportamiento*

humano. Barcelona, España, Editorial UOC.

Ferrer, Eulalio (2007); *Los lenguajes del color*. México. D.F., Fondo de Cultura Económica.

Fussell, Paul (2002); *Uniforms: why we are what we wear* . Newyork, Houghton Mifflin Company.

Gill, Bob (2003); *Graphic Design as a second language*. Victoria, Australia, The Images Publishing Group Pty Ltd.

Gómez Senent-Martínez, E., Gómez Senent-Martínez, D., Aragonés Beltrán, P., Sánchez Romero, M., López Gómez-Senent, D. (1997); *Cuadernos de Ingeniería de proyectos I Diseño Básico (Anteproyecto) de Plantas Industriales*. Valencia, Universidad Politécnica de Valencia Editorial.

Issit, Micah L. (2009); *Hippies: a guide to an american subculture*. Santa Barbara, Greenwood Press.

Langford, Michael (1990); *La fotografía Paso a Paso*. Madrid, Blume.

Langford, Michael (1991); *Fotografía Básica*. Barcelona, Omega.

Manlow, Veronica (2011); *Designing Clothes: Culture and Organization of the Fashion Industry*. New Brunswick, New Jersey, Translation Publishers.

Méndez Francisco, Luis (2000); *Ética y sociología: estudios en memoria del profesor José Todolí Duque*, O.P. Salamanca, España, Editorial San Esteban

McMunn, Richard (2011); *Firefighter interview: Question and answers*. Glasgow, How2become Ltd.

Munari, Bruno (2000); *Diseño y comunicación visual*. (13ª edición) Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

Schwarz, Ronald A. (1979); *The Fabrics of culture: The anthropology of clothing and adornment*. Chicago. Citado en: Taylor, Lou (2002); *The study of dress history*. Manchester, Manchester University Press.

Squicciarino, Nicola (1986); *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Ediciones Cátedra

Stecher, Pamela (1996); *The fashion design manual*. South Yarra, Australia, Mcmillan Education Australia PTY LTD

Taylor, Lou (2002); *The study of dress history*. Manchester, Manchester University Press.

Veneziani, Marcia (2013) *El enfoque multidisciplinario: un desafío pedagógico en la Enseñanza de la Moda y el Diseño* en Universidad de Palermo (2013); *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°48*. Buenos Aires.

Wright, Terence (2001); *Manual de fotografía*. Madrid, Ediciones Akal.