

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Identidad en el Diseño

Revalorización Textil

Florencia Agustina Escobar

Cuerpo B del PG

23/02/15

Diseño Textil e Indumentaria

Creación y Expresión

Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Facultad de Diseño y Comunicación

Universidad de Palermo

Agradecimientos

El presente Proyecto de Graduación pudo ser escrito gracias a la colaboración, predisposición e incentivo de muchas personas. Es por ello que agradezco a los docentes de la Universidad de Palermo por haberme brindado los conocimientos necesarios para poder llegar a esta instancia de graduación, otorgándome además oportunidades laborales y proyectos enriquecedores a mi carrera de Diseño Textil e Indumentaria.

Agradezco también a mis seres queridos por el apoyo incondicional y por sobre todo a mi familia, pilar esencial en la conformación de mi identidad, crecimiento personal y profesional.

Índice	p.3
Introducción	p.5
Capítulo 1. Diseño e Identidad	p.14
1.1 De la Modernidad a la Posmodernidad: fenomenología de la Identidad.	p.14
1.2 Imposición del sistema capitalista: Hazlo tú mismo.	p.17
1.3 Inicios y primeros enfoques del Diseño.	p.18
1.4 Primeras concepciones de moda	p.21
1.5 Relación entre la Identidad y el Diseño	p.24
Capítulo 2. Identidad del diseñador	p.26
2.1 Saturación en el mercado	p.26
2.2 Búsqueda de la Identidad: funcionalidad y estética	p.30
2.3 Imitación vs inspiración	p.32
2.3.1 Búsqueda de la diferenciación	p.34
2.4 Diseño Nacional	p.36
2.4.1 Revalorización de lo artesanal	p.38
Capítulo 3. Textiles: escasos recursos, grandes ideas.	p.40
3.1 Textiles: Razón de ser del Diseño	p.40
3.2 Fibras textiles	p.44
3.3 Argentina: Retrospección y futuro Textil	p.47
Capítulo 4. Diseño Textil	p.51
4.1 Filosofía Textil	p.51
4.2 Principios del Diseño Textil	p.52
4.3 Procesos de acabados textiles	p.57
4.3.1 Tintura	p.59
4.3.2 Teñido por reserva: Batik y Shibori	p.59
4.3.3 Estampado	p.60
4.3.3.1 Termotransferencia: sublimación textil.	p.62

4.3.3.2 Estampado por bloques	p.63
4.3.4 Devoré	p.64
4.3.5 Bordado	p.64
4.4 Concientización creativa	p.66
Capítulo 5. Propuesta personal	p.68
5.1 Concepto de línea	p.70
5.2 Definición de la propuesta	p.71
5.3 Revalorización Textil: Identidad del diseñador	p.72
5.3.1 Revalorización Textil nº1	p.74
5.3.2 Revalorización Textil nº2	p.76
5.3.3 Revalorización Textil nº3	p.79
5.3.4 Revalorización Textil nº4	p.80
5.3.5 Revalorización Textil nº5	p.83
5.3.6 Revalorización Textil nº6	p.83
5.4 Textiles revalorizados aplicados al Diseño de Indumentaria	p.85
5.5 Línea Revalorización Textil <i>Prêt-à-porter</i>	p.86
5.6 Diseños finales	p.88
5.6.1 Propuesta SET 1	p.89
5.6.2 Propuesta SET 2	p.90
5.6.3 Propuesta SET 3	p.90
5.6.4 Propuesta SET 4	p.91
5.6.5 Propuesta SET 5	p.93
5.6.6 Propuesta SET 6	p.93
Conclusiones	p.95
Lista de referencias bibliográficas	p.101
Bibliografía	p.106

Introducción

En el siglo XXI la aceleración de los cambios socioeconómicos y culturales son drásticamente notorios y estos se ven reflejados en la vida de los sujetos incluyendo a los creativos, léase, diseñadores de Indumentaria y Textil. Tanto la sociedad como dichos diseñadores se encuentran en continua búsqueda de su ser, de su rol en la sociedad en la que habitan y por sobre todo de su identificación.

Es aquí donde se toma conciencia del fenómeno de identidad, un concepto ambivalente y una experimentación interminable propia de la sociedad posmoderna. Se puede percibir que en la comunidad inestable en la que hoy se vive, la noción de identidad es subjetiva y cuestionable por cada persona.

En el presente Proyecto de Graduación se llevará a cabo a modo de marco teórico un estudio de la fenomenología de la identidad contemporánea, cómo ésta influye en la concepción del diseñador textil e indumentaria y en la elaboración de sus proyectos en la actualidad.

Se analizarán los cambios en la noción de dicho concepto a la luz de las transformaciones del mundo actual, con un enfoque primordial en el ámbito del diseño partiendo de la base de paradigmas socioculturales actuales, principalmente sobre los efectos que dichas mutaciones se producen en la vida cotidiana a fin de entender cómo el diseñador percibe a la sociedad, se adapta a la situación del país en donde habita, se vale de los recursos que posee y concibe sus propuestas para la misma sin dejar de lado la construcción de una fuerte y marcada identidad.

Se expondrá un Proyecto de Creación y Expresión con línea temática en Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes; en el cual se desarrollará un proceso de revalorización en el recurso textil del diseño alineado a la identidad creativa de la alumna responsable del presente Trabajo Final de Grado.

El mismo nace a partir de un proyecto llevado a cabo en la materia de Diseño de Indumentaria VI a cargo de la cátedra de la profesora Patricia Doria en el año 2013 donde

se realizaron dos concursos titulados *Trabajos reales para clientes reales*, en los cuales se pudo trabajar con la empresa de indumentaria *STONE* y la firma dedicada a la fabricación de textiles de punto *Ritex*.

Dentro de esta última competencia, se comienza a percibir el propósito del presente proyecto: un proceso alternativo de diseño. Dicha propuesta en la metodología se relaciona con la manipulación de materialidades simples y económicas, casi rudimentarias de ciertos textiles como es el tejido de punto o las frisas rústicas con el fin de convertirlas en materias distintivas a nivel visual y táctil, volviéndolas más poderosas y competitivas con otros géneros del mercado, pero por sobre todo proporcionando la oportunidad de utilizar tales textiles para la fabricación de indumentaria con diferentes rubros y ocasiones de uso.

En este estadio se plantea: ¿Cómo se puede desde el Diseño Textil y de Indumentaria revalorizar los recursos textiles ya existentes en la Argentina y lograr mantener una identidad coherente como diseñador?

El objetivo es generar una propuesta de diseño que refleje y argumente la resignificación textil mediante la metodología a desarrollar, sin perder la identidad del diseñador a cargo y más aún, revalorizando los recursos que posee en el país, tomando las herramientas disponibles y brindando un producto radicalmente distintivo. A partir del estudio, pruebas de procesos y acabados en textiles disponibles de forma masiva en la Argentina, se pretende llevar a cabo dentro del ejercicio creativo una línea de indumentaria femenina que refleje una búsqueda de tratamiento textil alineada a la identidad del alumno como diseñador.

Con esto, se pretende abrir nuevas barreras en el Diseño de Indumentaria y Textil, entender que la identidad de una marca o diseñador es el puntapié inicial para todo tipo de objeto que deba ser diseñado y comunicado; a partir de allí aportar una práctica creativa alterna, proporcionando nuevas herramientas para enriquecer el resultado final de un diseño y así poder construir, revalorar y aumentar la identidad del diseñador.

Dentro del marco teórico inicial se investigará el concepto de identidad, teniendo en cuenta la perspectiva del filósofo, sociólogo y ensayista Bauman (2010), el cual sostiene que el mundo posmoderno en el que se es habitado ya no existen mecanismos preestablecidos que indiquen cómo se deba vivir, cuáles son las prioridades que se deban respetar o qué pasos seguir para construir de modo estable una marcada e irremplazable identidad.

“Se trata de un concepto de doble filo que, queriendo unir, divide y queriendo dividir, excluye, de tal manera que, si alguna vez sirvió como estandarte para la independencia, hoy puede resultar una forma encubierta de opresión” (Bauman, 2004, p.218)

Dichas cuestiones se analizarán al principio del Proyecto de Grado con el fin de reflexionar el cambio de paradigmas que se perciben en la etapa posmoderna actual y su implicancia en el diseño.

Junto con la mirada de Bauman, se hablará de los modos de ser que posee el individuo, por lo que se expondrá al filósofo existencialista ateo Jean Paul Sartre. Según Sartre (2009) el hombre está condenado a ser libre y cada uno es lo que es, porque tuvo la oportunidad de ser y de elegir, sostuvo el mismo dentro de su tesis llamada *El existencialismo es un humanismo*. Con esto, se desea articular las bases conceptuales del existencialismo ateo del s XVIII con la actualidad y su implicancia en la identidad contemporánea de la sociedad, y en consecuencia del diseñador.

Siguiendo con el enfoque transmutable de la identidad se abordará a Nietzsche (1981), filósofo vinculado a diversas orientaciones como el evolucionismo, irracionalismo y filosofía de la vida.

El mismo habla sobre las tres transformaciones del espíritu, lo cual se pretende vincular con las formas en el que el individuo posmoderno fue evolucionando y/o transformando su propia identidad.

Una vez formulado el marco teórico a modo de introducción se buscará relacionar las concepciones a nivel social e individual de los filósofos y sociólogos expuestos

anteriormente con el Diseño de Indumentaria y Textil, reflexionando cómo este campo se ve influenciado por el comportamiento de la sociedad actual y los individuos que la componen. Entender que el Diseño nace con una voluntad de transformación social y posee un estadio fundamental de emergencia cultural e ideológica que funciona como retroalimentación constante para la disciplina. Si se realiza una mirada retrospectiva, desde sus inicios a la actualidad, se puede observar que el universo del Diseño se ha alterado prácticamente en todos sus componentes.

Conjuntamente, Chaves (2002) sostiene que se ha modificado el sistema de actores, de agentes concretos que llevan adelante la práctica del diseño, se han transformado las condiciones de producción, distribución y consumo de los productos y se ha reformado el propio concepto de la disciplina, volviéndola mucho más amplia de lo técnica y funcional con la que fue concebida.

Posteriormente se estudiará al individuo creador inmerso en la sociedad que observa, se vincula, aprehende y propone. En consecuencia se analizará el concepto de identidad desde el enfoque del diseñador, reflexionando acerca de la importancia de dicha concepción en el Diseño Textil e Indumentaria y su construcción mediante procesos creativos y teorías. Aquí se destaca al artista y diseñador italiano Munari (1981) a fin de comprender que lo fundamental es construir una concisa filosofía, identidad corporativa y conceptual para comunicar y permanecer coherentemente con un determinado estilo desde el inicio de un diseñador hasta sus finales como tal. También se tendrá presente la mirada sociológica de Saulquin (2010) con respecto al Diseño Textil e Indumentaria en la Argentina. La misma señala:

Los nuevos cambios se diferencian en que, en lugar de lo transitorio, el adorno y lo accesorio, se sustentan sobre la configuración de las nuevas partes del vestido, o sea sobre la estructura del mismo, determinando prototipos diferentes y únicos. Recupera entonces el vestido su unicidad, y se resignifica en la posibilidad de expresar la auténtica personalidad del usuario, al abandonar la órbita de la coacción social del consumo de moda. (Saulquin, 2010, p. 109)

Dentro de dicho marco se estudiará la relación existente entre la poética del diseñador y la materialización de su discurso, de aquello que pretende comunicar. Partiendo de los

fundamentos del diseño según Wong (1995), se puede encontrar que dentro de los elementos visuales se hallan la forma y su medida, la textura y el color. Es por eso que se pueden señalar a una amplia variedad de recursos dentro del Diseño de Indumentaria y Textil como la moldería de una prenda, su morfología, las materialidades con las que se es producida, la filosofía textil de tales materiales, la paleta de color elegida, con diversos procesos y acabados, entre otros que posibilitan al diseñador lograr plasmar su imaginario conceptual a la realidad, diferenciándose con su impronta propia de los demás creativos en el mercado.

Teniendo en cuenta la totalidad de conceptos que se desean desarrollar se llevó a cabo una selección de diez antecedentes dentro de los Proyectos de Graduación de la Universidad de Palermo. Cada uno de estos trabajos de grado, si bien tienen diversos enfoques y objetivos, plantean ciertas instancias y/o aspectos que servirán de sustento para realizar el presente Proyecto de Graduación.

En primer lugar se detectó al trabajo de Aguirre Moura (2014) en el que se estudia la Identidad cultural de una nación a través de una marca de indumentaria. Aquí se tomará la relación existente entre la coyuntura de una nación y las propuestas que un diseñador desarrolla en base a las condiciones de su entorno.

Además, se tuvo presente la perspectiva de Ciccioli (2013) en donde el alumno responsable efectúa un estudio del tejido de punto y de allí particularmente la *titora*, proponiendo en base a esta última la formulación de un nuevo tejido plano. En el mencionado trabajo, se tomará principalmente el enfoque que estableció el estudiante de tomar un material para transformarlo en otro radicalmente nuevo.

El siguiente Trabajo de Grado pertenece a Gamboa (2013). Se tendrá en cuenta principalmente el capítulo dos donde se analizan los conceptos de pertenecer, distinguirse e identificarse en el mundo del diseño y en relación con la sociedad.

Se observará el proyecto de Lescano (2013), a fin de analizar las palabras escritas sobre el vestido y dentro del capítulo tres las conformaciones de identidad vestimentaria.

Posteriormente se encuentra el trabajo de Loncar (2014) en el que se estudiará al capítulo cuatro en donde el alumno aborda la moda *Slow* caracterizada por su largo y lento plazo de vigencia mediante la producción de textiles consistentes en bordados y acabados artesanales.

También se puede destacar al trabajo de Neri (2013), aquí se pondrá foco en las técnicas de textiles antiguos y su resignificación en la actualidad. Otro caso a subrayar es el de Ojagnan (2014) en el que se tuvo en cuenta el abordaje de la construcción de la identidad de una marca y su imagen.

El octavo antecedente corresponde a Tiemroth (2013) donde se evidencia el desarrollo de prendas transformables a partir del estudio en la morfología y moldería del Diseño, aspectos a presentar dentro de la práctica creativa final del presente Proyecto de Grado.

También se descubre al Trabajo de Grado del alumno Torrielli (2014) donde se propuso una colección realizada con recortes de tejidos con nylon y específicamente en los capítulos cuatro y cinco se llevó a cabo un estudio de las fibras y procesos textiles.

Por último, el décimo antecedente se refiere a Verdini (2013) en el cual se pondrá atención al enfoque de la moldería y el desarrollo de los textiles, así también como el rol del diseñador.

El presente Proyecto de Graduación constará de cinco capítulos que se dirigirán de lo general haciendo referencia al marco teórico del concepto de identidad; a lo particular concluyendo con la práctica u aporte creativo del alumno responsable del Trabajo de Grado.

El capítulo uno tiene como fin plantear la fenomenología de la identidad, de qué modo se instala la noción de dicho concepto en la sociedad moderna, cómo fue evolucionando hacia la actualidad y bajo qué circunstancias socioculturales y económicas.

A partir de aquí, se llevará a cabo una relación entre el mencionado fenómeno social y la aparición del diseño en la misma. Con el presente marco teórico se desea plantear la nueva concepción de una sociedad posmoderna, la cual se encuentra en constante

búsqueda de su identidad y esto se ve reflejado en el ámbito del diseño, donde los creativos también son un reflejo de su entorno, un factor emergente del mismo.

El capítulo dos señala un subdesarrollo de la temática de la identidad tratada en el capítulo uno, pero en este estadio dicha concepción estará ligada directamente con el diseño y estilo del creativo.

Se expondrán una serie de hitos que hacen referencia al incremento en la saturación de la industria de la moda desde los años sesenta hasta la actualidad con el fin de percibir los cambios que se generaron en el rubro y comenzar a reflexionar hacia donde se dirige la moda en el siglo XXI. Como última instancia del capítulo se plantea la búsqueda de la diferenciación del diseñador de indumentaria y textil a partir de la formulación de su identidad como creativo, introduciendo a partir de esto el abordaje del diseño en la Argentina.

En el capítulo tres se efectuará un recorte temático con respecto a los recursos del diseño, medios que sustentan y posibilitan las creaciones de un diseñador, ahondando en el recurso textil. Se estudiará la importancia de las fibras textiles en cuanto a la funcionalidad misma que poseen dentro del diseño y para con la conformación de una prenda. Se dará a conocer sus fundamentales características y la relación que posee con el diseñador, dando cuenta que éste es una de las principales herramientas para que el mismo logre plasmar su identidad. Efectuando relación con el recurso textil, se finalizará el capítulo exponiendo un hecho fundamental en la sociedad argentina a fin de reflexionar como la coyuntura de un país afecta a la práctica del Diseño.

En el cuarto capítulo se pretende estudiar al Diseño Textil con la intención de afirmar que el mismo ocupa el mayor porcentaje de importancia dentro de la tipología creada. Se busca comprobar que actualmente las materialidades empleadas por el diseñador no solo son los elementos más valorados en el diseño de modas sino que además determinan el valor de la prenda, por lo tanto su ocasión de uso y por ende, la identidad del diseñador o marca de indumentaria. En este estadio se expondrán un número significativo de

procesos y acabados textiles, recursos fundamentales que se deben detallar para concluir con la practica creativa del presente Proyecto de Graduación.

El quinto y último capítulo finalizará con la presentación de una propuesta personal capaz de incluir los contenidos abordados a lo largo del trabajo, con el objetivo de articular los conceptos desarrollados en los capítulos anteriores y lograr materializarlos de forma práctica como respuesta al planteo o problemática realizada al principio del proyecto.

A la búsqueda incesante de la identidad en el diseño, se suma otra variable no menos importante que hace referencia al entorno donde el creativo se desarrolla, incluyendo la economía de un país, específicamente de Argentina. Actualmente poder llevar a cabo un emprendimiento de cualquier índole es sumamente sacrificado y obstaculizado por barreras que la propia economía las impone por la crisis holística que se vive aquí, en Argentina.

Es por eso que en esta instancia el objetivo específico del presente trabajo no solo es proponer un proyecto de revalorización textil alineado a una marcada identidad del alumno responsable, sino además lograr tomar conciencia a la hora de diseñar. Esto implica no solo un cuidado del entorno en donde el diseñador mismo habita, sino también en adecuarse y administrar racionalmente los recursos disponibles que posee un país.

Teniendo en cuenta ambos aspectos, es decir la búsqueda de la identidad a partir del recurso textil y la disponibilidad reducida de materialidades en la Argentina, se buscará resolver el planteo realizado anteriormente, es decir el de encontrar y proponer una metodología práctica capaz de revalorizar un textil, aumentando sus posibilidades de uso, elevando su aspecto visual-táctil y manteniendo la coherencia en la identidad del autor.

Para ello, se presentará una propuesta personal donde se ejemplificará la filosofía e identidad del alumno como creativo responsable, a partir del desarrollo de una línea de indumentaria femenina correspondientes a la temporada invierno 2015. En dicha propuesta se diseñará utilizando materias primas básicas y económicas como el modal, textiles frisados y rústicos que, mediante diversos procesos de acabados logrados se

conseguirá revalorizar tales materialidades, cambiando parcial y totalmente su imagen. De este modo, se logrará no solo formular textiles alternativos en el mercado sino también se proporcionará la opción de utilizarlos en tipologías y ocasiones de uso distintas para los que dichas materias primas simples fueron diseñadas.

La diferenciación es una total consecuencia de la identidad del diseñador por lo que es fundamental que el mismo la construya y desarrolle continuamente, más aun teniendo presente que el mercado en donde se desenvuelve se encuentra saturado de marcas y creadores. Muchas de éstas no consiguieron formular su impronta dentro del rubro y concluyeron siendo una auténtica copia en el mundo de la moda.

Capítulo 1. Diseño e Identidad.

El presente capítulo tiene como fin plantear la fenomenología de la identidad, de qué modo se instala la noción de dicho concepto en la sociedad moderna, cómo fue evolucionando hacia la actualidad y bajo qué circunstancias socioculturales y económicas.

A partir de aquí, se llevará a cabo una relación entre el mencionado fenómeno social y la aparición del diseño en la misma. Con el presente marco teórico se desea plantear la nueva concepción de una sociedad posmoderna, la cual se encuentra en constante búsqueda de su identidad y esto se ve reflejado en el ámbito del diseño, donde los creativos también son un resultado del entorno en el que habitan, un factor emergente del mismo.

1.1 De la Modernidad a la Posmodernidad: fenomenología de la Identidad.

Como se mencionó anteriormente, la intención de esta primera instancia es estudiar y reflexionar sobre el concepto latente de identidad. Para explicar dicho fenómeno se introduce a Bauman el cual afirma: “Una vez que la identidad pierde los anclajes sociales que hacen que parezca ‘natural’, predeterminada e innegociable, la ‘identificación’ se hace cada vez más importante para los individuos que busquen desesperadamente un ‘nosotros’ al que puedan tener acceso” (2010, p.57).

El planteo realizado por Bauman (2010) señala que el origen inicial del concepto de identidad tuvo lugar en la era moderna de la sociedad, con la caída del Estado nación el cual ya no tenía como prioridad plena al pueblo por lo que desplazó sus funciones de brindar seguridad y confianza al mismo, depositando la responsabilidad de identificación en cada individuo.

Se puede ver un cambio rotundo entre esta población moderna a la nueva contemporánea. Si se piensa en adjetivos calificativos para la sociedad moderna se puede percibir un alto grado de dependencia y temor para con el Estado. Ahora estos

nuevos posmodernos van en busca de su propio dogma sin esperar salvación desde la cima jerárquica. En este estadio se remitirá a explorar a la era moderna de la humanidad y su paso hacia la posmodernidad.

Es factible decir que hace menos de 200 años, alrededor de la Revolución Francesa, la identidad no ocupaba ni mucho menos un lugar destacado en los pensamientos, limitándose a ser tan solo un objeto de carácter filosófico meditativo.

A partir de dicha transformación de estructura social, la identidad pasó a ser uno de los temas más latentes de cada ciudad, una problemática que anteriormente no era considerada como tal ya que el Estado nación se ocupaba de ello. Las palabras del filósofo alemán Heidegger (2003) se alinean a la caída de las entidades sociales, sosteniendo que uno tiende a reparar las cosas, a someterlas a la contemplación y a un cuidadoso examen solo cuando éstas se desvanecen, cuando comienzan a comportarse de manera extraña o bien cuando el individuo se ve decepcionado por éstas. Justamente esta actitud fue la adoptada por las sociedades modernas cuando el Antiguo Régimen de los estados estamentales se desplazó hacia su fin.

Se puede hacer alusión al patriotismo constitucional según los fundamentos de la teoría social del filósofo y sociólogo alemán Habermas (2007). El mismo hace referencia a una república que reconoce la humanidad de todos sus individuos, brindando a cada uno de estos, los derechos que se merecen por el simple hecho de ser personas. Un sistema que al mismo tiempo admite miembros teniendo en cuenta su humanidad, de carácter tolerante, tal vez incluso inconsciente, que incluye las voluntades personales de cada individuo, siempre y cuando no se generen daños entre sí.

Un sistema con esta forma pareciera constituir la mejor solución imaginable a la problemática más crítica de cualquier forma de convivencia humana, especialmente a cómo vivir juntos con un mínimo de conflicto, conservando al mismo tiempo la libertad de elección y de autoafirmación no contaminada. Se comienzan a detectar la problemática

de cómo lograr la unidad a pesar de las diferencias individuales y de cómo preservar tales rasgos de identidad a pesar de la unidad en comunidad.

Hobsbawm (1987) menciona que cuando la burguesía hizo su aparición, tanto la felicidad como la vida misma comenzaron a ocupar un plano secundario en la sociedad. Una persona se preocupaba por convertirse en su propia vidriera, a la que todos pudieran acceder. A esta concepción se suma la mirada de Fromm (1978) el cual señala que la meta del carácter mercantil dado en el período de la burguesía reflejó una nueva intención en los individuos de querer ser deseables en todas las condiciones de mercado de personalidades.

Fromm explica que las personas con tal carácter no tienen ego, más bien lo cambian constantemente según el requerimiento coyuntural de la sociedad. Aquellos que poseen una estructura de carácter comercial carecen de metas, más bien solo pretenden desempeñar una tarea con la mayor eficacia posible. Se puede decir que la inercia con la que se produce y se vive es un factor determinante para explicar el carácter mercantil al que Fromm hace alusión. No existen planteos filosóficos o reflexiones conscientes en la mente de la presente sociedad pero si la capacidad de ofrecer racionalizaciones y soluciones inmediatas a cierta demanda originada en la misma.

A medida que los años pasaban, los individuos debían superar sus problemas cotidianos a partir de medios privados, cuando tales problemáticas tenían origen en la misma sociedad. Inevitablemente ya no se podía esperar la misma ayuda del Estado ya que prometía poco y garantizaba mucho menos.

Aquí se hace presente el cuestionamiento de dónde se encontraba la confianza que antes era brindada por el Estado. La misma según Bauman (2010) se hallaba fuera de su hábitat moderno, se encontraba vacilando dentro de la sociedad misma, en continua búsqueda de amparos coyunturales, sin encontrar la misma solidez que el Estado nación podía proveer. En otras palabras, parecía que se comenzaba a habitar un mundo de procesos y estructuras dinámicas.

Resumiendo esta primera instancia a modo de marco teórico dentro del presente Proyecto de Graduación, se puede decir que es crucial nombrar tales hechos para entender desde qué estadio surge el concepto de identidad y cómo la misma evolucionará y repercutirá en el ámbito del diseño, aspecto a desarrollar en los puntos siguientes.

1.2 Imposición del sistema capitalista: Hazlo tú mismo.

Como se observó anteriormente, la modernidad sustituyó a los Estados pre modernos encargados de determinar la identidad por nacimiento y por lo tanto proporcionaban escasas oportunidades para que los individuos se preguntaran a sí mismos quiénes eran. Comenzó a detectarse la intención de emancipación del individuo en sociedad, para ir en busca de su propio ser. A partir de aquí, las identidades se convirtieron en tareas que las personas tenían que ejecutar.

El filósofo existencialista ateo Sartre (2009) dentro de su teoría de concepción del hombre, expone los conceptos de libertad y responsabilidad que posee un individuo en optar por quién quiere ser, cómo desea ser y la vida que anhela tener.

El mismo sostiene que el hombre se capta a uno mismo frente al otro, y el otro a su vez es tan cierto como el individuo mismo, es decir que existe una tarea de legitimación que posee el resto para con la persona singular y viceversa. De ese modo la persona descubre al resto y los percibe como condición de su existencia. Se realiza y da cuenta de que no puede ser nada salvo que los otros lo reconozcan como tal.

En estas condiciones el descubrimiento de la identidad propia, también revela al mismo tiempo al otro, como una libertad impuesta sobre un individuo. De este modo, se descubre un mundo y concepto de intersubjetividad, en el que el hombre decide lo que es y lo que son los otros.

Se logra percibir paulatinamente como esta postura expuesta se presenta en la sociedad de transición hacia la posmodernidad. El individuo inicia su búsqueda por descubrir quién

es con la ayuda de pocas herramientas ya que como se mencionó en puntos anteriores, el Estado se desplazó de su zona de confort, ya no puede alegar que posee poder suficiente para la protección de su territorio y de sus residentes.

Por otro lado existe la teoría de *las tres transformaciones del espíritu* de Nietzsche (1981) que señalan la evolución del individuo en materia de identificación del mismo. Se puede vincular ambas posturas con la búsqueda de identidades de esta sociedad contemporánea y el modo en que el individuo cambia constantemente, la transvaloración de sus valores culturales e ideologías, teniendo la oportunidad de elegir ser lo que quiere ser.

1.3 Inicios y primeros enfoques del Diseño

Desde el inicio de la era moderna, pasando por su transición a aspiraciones contemporáneas se puede analizar al fenómeno del diseño, en un principio, desde un contexto social, no individual; ya que como se mencionó anteriormente, dentro del período donde imperaba el sistema estamental, se lo concebía al individuo en comunidad, en relación con las demás personas.

Es por eso que aquí se piensa a la ideología del diseño como discurso social, un conjunto de pensamientos y convicciones colectivas generadas por unas condiciones de materiales estables, estructurales, que orientaban de un modo recurrente, y reflejaban consciente o inconscientemente los comportamientos y las ideas de los grupos sociales o de la comunidad en su conjunto.

Bürdeck (1994) presenta la primera definición del término diseño señalando que la temática resulta de un boceto o plano concebido por un individuo el cual lo efectúa teniendo un propósito en particular.

A partir de esta primera definición se puede pensar al diseño desde la idea de concebir una pieza, un traje, un textil, una ilustración, entre infinitos más. Todos estos tienen en

común la idea de concebir y trazar; plasmar a la realidad conceptos que se encuentran en el imaginario del diseñador y de la sociedad misma.

Vasari (1996) concebía al fenómeno como la forma mental a través de la cual el artista modelaba su obra con el *disegno*, mientras que la acción y la forma de plasmar tal concepción se realizaban a través del *dessin*, el dibujo. Se percibía al diseño como un proceso distinguido por dos aspectos, por un lado el diseño interior, el cual era formado en la mente del artista; y por otro lado se encontraba el exterior, haciendo referencia al contorno, la medida, la forma de cualquier cosa física o intangible, imaginaria o real.

A esta concepción se suma la mirada de Chaves (2002); el mismo sostiene que inmediatamente seguido de la Revolución Industrial, se inicia un primer acercamiento a lo que posteriormente fue el diseño. Esta Revolución elevó en los individuos de la sociedad el poder de la razón, la ciencia y se admiraba los adelantos que se estaban generando a nivel tecnológico y social a partir de lo que este avance había generado. El mismo aclara además que, como toda rebelión, trajo consigo consecuencias y cambios a nivel social y cultural. La industria comenzó a atacar cada vez más fuerte, sobre todo contra el carácter creativo y contra el sentido de unicidad de los objetos que se creaban.

A partir de estas afirmaciones se puede reflexionar que, el diseño nace principalmente como revolución social. En esta primera época del fenómeno, la actividad ideológica y la polémica eran infinitamente superiores a la producción de diseño concreto. Se puede decir entonces que el mismo desde su concepción social, no se limitaba solo a los aspectos burocráticamente establecidos, como los productivos, técnicos o estéticos. El diseño desde sus inicios traía consigo un trasfondo sociológico.

Retomando al autor Chaves (2002) se pueden nombrar a cuatro grandes aspectos que vinculaban en un principio al diseño con la producción industrial o semiartesanal.

Por un lado se encontraba el discurso funcionalista, apoyado en la relación del objeto con el usuario, teniendo como prioridad al aspecto ergonómico. Luego se hallaba el aspecto mecanicista, de carácter racionalista y centrado más bien en la relación de

producto-proceso de producción, superando a la ergonométrica y enfocándose más en la tecnología.

El tercer discurso hacía referencia al economicista, que tal como menciona el nombre, apuntaba a la relación del producto y su costo por realizarlo, haciendo hincapié en tratar de hallar el coste mínimo del mismo, aspecto que se tendrá en cuenta en la etapa final del presente Proyecto de Graduación.

Por último se encontraba el ámbito abstraccionista, ubicado en el campo estético y apoyándose en la forma y sentido del producto, valorando la síntesis del mismo, el despojamiento de la forma.

El aspecto productivo es otra de las facetas fundamentales en la ideología del diseño al que menciona Chaves (2002). El ámbito ideológico no solo es sustento verbal de los hechos o acontecimientos sociales, de relaciones productivas o formas de inserción social, es además, una maquinaria reproductiva de las relaciones que describe.

De este modo se puede tener la oportunidad de acercarse al concepto y proceso creativo del diseño, mediante tal esquematización del pensamiento, asumiendo de ellos no sus rasgos anecdóticos o sus matices particulares sino aquellas características que permiten identificarlos como ideología en sentido conciso, es decir, aquellos contenidos que han sido asimilados socialmente y que han funcionado o funcionan como interpretación de la relación entre el diseño y la sociedad.

“Los diseñadores con su trabajo contribuyen a ordenar y dar forma a cualquier aspecto de la vida diaria, tanto en el contexto de su fabricación como de lugar y ocasión” (Potter, 1989, p.13).

Lo interesante de este punto, es el de rescatar la universalidad de los discursos del diseño, aunque estos provengan de grupos o individuos concretos.

Se comienza a comprender cómo la sociedad de un momento histórico particular sustenta e inspira las bases del diseño, resultando una fuente generadora de creatividad que moviliza el imaginario colectivo y la conciencia del diseñador.

Para concluir con este primer estadio del diseño se puede afirmar que, el mismo desde su origen fue una consecuencia del momento social, económico y cultural que se transitaba, resultando un factor emergente coyuntural.

1.4 Primeras concepciones de moda

Los creativos modernos no han inventado o creado cosas, prendas y/o monumentos desde el origen mismo del objeto, sino que siempre han partido desde un concepto previo, propio de la sociedad e históricamente instalado en la mente de cada uno de sus habitantes en un momento sociohistórico dado.

Mir Balmaceda (1995) señala al diseñador inglés Charles Frederick Worth como el creador de la moda por ser el padre y mentor de la Alta Costura en 1858, siendo el primero en patentar sus diseños a partir de su firma, su sello de identidad.

Partiendo de las concepciones sobre identidad establecidas anteriormente, se puede decir que Worth no creó en sí el vestido de Alta Costura, más bien a partir de las concepciones que la sociedad de ese entonces poseía en su imaginario sobre lo que consideraba un vestido de tal índole, Worth lo plasmó, junto con su gusto personal, en textiles asombrosos y acabados de pedrerías preciosas. Esto generó la materialización del imaginario tanto personal como social en una pieza creativa.

La historia del vestido es, sin duda, la referencia privilegiada de la problemática. Es, sobre todo, a la luz de la metamorfosis de los estilos y los ritmos precipitados de la transformación de la indumentaria, cómo se impone nuestra concepción histórica de la moda. (Lipovetsky, 2004, p. 24).

Partiendo de esta idea, se puede decir que el aspecto ideológico del diseño es necesario y no circunstancial. El contenido conceptual y valorativo de una creación es de carácter único y no posee otros elementos incoherentes que no estén alineados a la conciencia con la que fue concebida la idea al momento de su materialización. La finalidad es describir y hacer verosímiles las relaciones que justifican y legitiman un determinado tipo de práctica u orden social en su conjunto.

Por lo tanto el diseño guarda un vínculo estrecho con el sistema de relaciones sociales que lo generan. Su función no es desentrañar las estructuras socioeconómicas de fondo sino evidenciar las particularidades globales o locales de una población.

Es así que dicha teoría no solo requiere de una práctica intelectual especializada y respaldada por un autor creativo, sino que también para que se lleve a cabo es necesario que el diseñador se desenvuelva coherentemente dentro de un entorno social.

Teniendo en cuenta la postura de Lipovetsky (2004) el diseño posee una capacidad de autoreproducción permanente, de allí la conceptualización de moda; un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de criterios subjetivos asociados al gusto colectivo.

A partir de aquí se concluye que el diseño y la moda se vieron y se ven influenciadas por las tendencias del momento, de una sociedad y época determinada.

Existen preconceptos que indican que el fenómeno nace y se relaciona estrictamente con el mundo occidental, pero según Lipovetsky (2004) el punto de partida de la moda se da a finales de la Edad Media. En ese entonces, el paradigma de inmutabilidad sobre las tradiciones había prevalecido, hasta que el mismo se comienza a quebrar y es allí donde la moda tuvo su punto de inflexión.

En dicho tiempo histórico, la moda se presentó de forma distinta a diferencia de como se la concibe en la actualidad. La misma se desarrolló sin culto a las fantasías y a las novedades, sin la inestabilidad y temporalidad propia de este fenómeno. Lipovetsky (2004) explica que hasta la Edad Media no es posible reconocer el orden del fenómeno como sistema, con su propiedad característica de cambios efímeros. Una vez acentuada en la Modernidad, se pudo estudiar a la misma de forma holística.

A partir de estas diferencias marcadas entre la Edad Media y la Moderna con respecto a la moda, se puede comprender por qué dicho autor expone la importancia del vestido como elemento originario de la misma. Esta tipología proyectaba un determinado estatus social, un signo de pertenencia e imaginario colectivo. En esa época las clases sociales

estaban firmemente marcadas y distinguidas unas de otras, por lo que era imposible privarse de no ubicarse en una de ellas.

Por supuesto que, con los cambios sociales existentes en la Modernidad, como la aparición de la burguesía mencionada en el sub capítulo 1.1 los valores perdurables e inmutables del vestir comienzan a poseer tintes efímeros.

Barthes (1978) señala que en esta época, se perciben nuevas clases sociales que aspiraban a ostentar tipologías correspondientes de la nobleza, estableciendo sus propios símbolos ornamentales coherentes a la ideología impuesta por ellos mismos, la identidad que regía su forma de ser y vestir. Comenzó a gestarse la idea de ser único en el universo cortesano.

Partiendo de las concepciones efectuadas por ambos autores, se puede entender cómo el vestido es la herramienta lúdica para lograr la exaltación de la figura humana. Pero también se entiende que esta afirmación no solo abarca prendas, accesorios, zapatos y sombreros; más bien abarca estilos de vida, maneras de comportarse, que inevitablemente marcan o modifican la conducta de una persona, y por ende de la sociedad. Es uno de los modos más creativos de construir la identidad de un ser.

En consecuencia a dicha reflexión, se puede decir que el diseño y la moda estuvieron siempre presentes ya que en todo momento existieron conjuntos de individuos viviendo en comunidad, bajo ciertas costumbres, hábitos, modos de observar y hacer las cosas, conductas claras según sus diferentes grupos e identidades que inspiraban y demandaban piezas creativas, sin la necesidad de que éstas hubiesen sido concebidas conscientemente.

Infinidades de ejemplos existen en el archivo de lo que fue el diseño y consigo la moda, los estilos de cada época en particular y de qué maneras el diseñador o autor creativo proponía sus piezas a la sociedad, teniendo en cuenta determinados aspectos del momento coyuntural.

Deslandres (1998) trata de reflexionar acerca de aquellos objetos que sirven para cubrir el cuerpo al que la sociedad llama indumentaria, con el fin de entender la complicidad existente entre el hombre y su traje, específicamente hablando, entre la identidad del individuo y la imagen que proyecta en la sociedad, de acuerdo al momento sociohistórico del mismo. Aquí se desarrolla el concepto que ronda la idea abordada de identidad, sosteniendo que si la persona sabe quién es, sabrá siempre que ponerse, mientras que la que no sepa identificarse solo estará usando un disfraz.

Según la afirmación de Deslandres se concluye que el traje revela indiscretamente a quién lo lleva, es sin duda, la imagen consciente que cada persona desea ofrecer dentro de su hábitat social.

Según la escritora y paleógrafa parisina Deslandres (1998), el estado anímico y la forma de ser de una sociedad inconscientemente lleva a elegir las tipologías con las que decide vivir. La conciencia social y la propia antropología del cuerpo que tienen los seres humanos, les permite elegir sus trajes o mejor dicho, sus personajes sociales, y justamente éstos, son los distintos papeles que asumen rotativa y dinámicamente en sus vidas.

1.5 Relación entre la Identidad y el Diseño

Contrastando la etapa moderna del diseño con la época actual contemporánea y bajo la mirada de Chaves (2002) se observa que, en el universo del diseño, se han alterado prácticamente todos los componentes. Se ha alterado el sistema de actores, de agentes concretos que llevan adelante la práctica del diseño, se han modificado las condiciones de producción, distribución y consumo de los productos e inclusive, el concepto mismo de la disciplina ha mutado, transformando, además, su discurso ideológico concreto.

“Si se hubiera grabado una conversación tipo diseñadores en los años treinta y se la comparaba con la grabación de una charla tipo de profesionales actuales, se vería hasta

qué punto ambas conversaciones tratan de cosas absolutamente distintas”. (Chaves, 2002, p.15).

A partir del planteo anterior, se afirma que el diseño es un fiel reflejo de la sociedad y los diseñadores están inmersos en ella, ya no observan externamente al sistema, más bien se vinculan directamente con los públicos para los que diseñan.

Se comienza a percibir que lo único que ha quedado en común es un objeto empírico, detectando solo una variable que se repite en ambos estadios, los objetos diseñados; los procesos por los cuales fueron creados y por sobre todo, la conciencia que acompañó a esos métodos son totalmente distintos.

Es aquí donde se hace alusión al discurso, es decir a la ideología que acompaña a la práctica del diseño. Dicho paradigma creativo ha mutado y lo sigue haciendo en base a la sociedad y las identidades tan cambiantes que los individuos posmodernos conciben, retomando la teoría expuesta con respecto a la fenomenología de identificación.

Capítulo 2. Identidad del diseñador

En el siguiente capítulo se llevará a cabo un subdesarrollo de la temática de la identidad tratada en el capítulo anterior, pero en este estadio dicha fenomenología estará ligada directamente con el diseño y la personalidad o estilo del creativo.

Para ello se expondrán una serie de hitos que hacen referencia al incremento en la saturación de la industria de la moda especialmente a partir de los años sesentas y setentas, épocas en donde se incrementó el consumo de productos y servicios, incluyendo el área de indumentaria, con el fin de percibir los cambios que se generaron en el rubro del Diseño e iniciar una reflexión hacia donde se dirige la moda en el siglo XXI.

A raíz de tal saturación no solo del mercado, más bien de las propuestas que los creativos desarrollan y ofrecen al mismo, se planteará la búsqueda de la diferenciación del diseñador a partir de la formulación de su identidad como creativo y la materialización de esta impronta mediante los recursos del Diseño de Indumentaria y Textil.

En la última etapa del presente capítulo se realizará una relación entre los conceptos de identidad y diferenciación en el diseño tratados anteriormente, a partir de la exposición de ciertos casos particulares con respecto al diseño argentino.

2.1 Saturación en el mercado

Las temáticas abordadas en el capítulo anterior señalan una relación significativa entre las creaciones del diseñador y la sociedad en donde el mismo se desenvuelve. Se comprobó además que la práctica del diseño se ve parcial y/o totalmente influenciada por los sucesos que se dan en un momento social, económico y cultural del lugar en donde el creativo materializa su imaginario.

Partiendo de esta última observación, se introduce la temática de saturación en el mercado, a fin de ahondar en el área de la moda.

Con el propósito de ejemplificar cómo la coyuntura o momento particular afecta o repercute el área del Diseño se tomó al período de los años sesenta en adelante para establecer ciertas reflexiones. Toussaint-Samat (1994) describe que las épocas transcurridas entre los años sesenta y setenta fueron períodos de revolución, donde los jóvenes hacen su aparición demandando mayor libertad en todo sentido, incluyendo las formas del vestir, área que compete al presente Proyecto de Graduación.

Fue en los años sesenta cuando la moda, se centró, por primera vez, en los adolescentes. Los estilos cambiaban tan deprisa que las fábricas no daban abasto con la demanda existente. Los sesenta comparados con los setenta, más tranquilos, fueron como una carrera frenética de las chicas por comprar el último grito, y de los diseñadores por producir el siguiente. (Deslandres, 1998, p.263)

Siguiendo el enunciado anterior y partiendo de la relación que se estableció entre la sociedad y el creativo, se puede decir que este nuevo período influyó significativamente en los cambios de paradigmas en la Indumentaria. En otras palabras, se intensificó el intercambio con otras formas integradoras de la imagen, lo cual generó la necesidad de diseñar productos reales pero también conceptuales referidos al imaginario del nuevo individuo en sociedad, improvisando mediante la indumentaria diferentes estilos de vida que el creativo debía ofrecer como respuesta a lo que se estaba viviendo en ese momento.

Conforme a lo reflexionado, se puede percibir que lo efímero de la moda se acentuaba cada vez más, ya sea por el factor innovador que debían poseer las colecciones y a su vez, por las demandas tan cambiantes de aquella sociedad.

Finalizando la idea desarrollada se puede dar cuenta que en ciertas situaciones el vestido como rector de la moda ya no era suficiente y el diseñador comienza a entender que es él, el encargado de proponer estilos e imágenes a través de sus diseños.

Sumado a esta concepción, Bauman (2010) describe que desde la Modernidad hacia la Posmodernidad los medios de comunicación fueron los encargados de proporcionar lo que él denominó *extraterritorialidad virtual*, proporcionando el mismo contenido de

información a la totalidad de la población, incluyendo aquellos sectores que anteriormente se les negaba el acceso.

Esta concepción se puede aplicar en el suceso mencionado, lo cual generó que las imágenes de moda circularan en los continentes a través de medios masivos de comunicación, principalmente en Europa y América. No importaba el origen de cada una de éstas imágenes, sino qué era aquello que se ofrecía, bajo qué pensamientos y con qué propósito.

Si bien la Alta costura parisina según Laver (2005) fue la casa central de autoridad y la encargada de dictar aquellos parámetros rectores de la moda, a partir de éste período la revelación hacia el sistema y la búsqueda de diversidad primó sobre ella.

En definitiva, se puede destacar que el vestido con su función de organizador social, fue desplazado por una infinidad de imágenes que, gracias a los medios de comunicación y la tecnología, lograron alcanzar el límite de la saturación de ideas y propuestas en el universo de la moda.

Dicho estadio comienza a señalar la necesidad de los creativos en poder diferenciarse dentro de la industria del diseño, proponiendo alternativas que respondan a la situación que se vive en cada lugar pero también aportando una impronta o estética particular capaz de apartarlo del resto de las propuestas del mercado.

Como se mencionó en el capítulo uno, la sociedad posmoderna comienza a definirse como un conjunto de individuos carente de rectores estables y fijos para desenvolverse diariamente y por ende, sin la posibilidad de formular una marcada identidad.

Estas personas que ya no poseen a las instituciones sociales como padrinos del pueblo, ahora solo conciben identidades cambiantes y temporales.

A partir de estos conceptos y según el análisis que realiza Lipovetsky a dicha sociedad (2004) caracterizándola como efímera y transmutable, se puede dar cuenta que la indumentaria sería uno de los principales vehículos por los cuales estos sujetos harían visible su ser y buscarían a través del vestido su identificación.

Saulquin (2006) indica que las mencionadas demandas dinámicas que se observan desde finales de los años sesentas hasta la actualidad reflejan la rapidez con la que la moda fue evolucionando, pero a su vez empiezan a aparecer requerimientos puntuales por sobre todo personales, ligados a cuestiones de comodidad, funcionalidad, o estéticas específicas.

Teniendo en cuenta la presente afirmación, se busca justificarla exponiendo que estas demandas técnicas, funcionales y ornamentales surgen en los usuarios a causa de la saturación de las propuestas. Lo que se quiere decir consiste en que dicha sociedad de los sesenta pasó de recibir escasas y acotadas propuestas en productos de diseño, a pasar por albergar una gran magnitud de productos, ideas y conceptos en un corto lapso de tiempo. Esto probablemente haya provocado la postura demandante y exquisita de la sociedad, la cual se encontraba colapsada de propuestas por lo que comenzó a buscar la diferenciación en los productos ofrecidos.

La industrialización de la moda junto con los medios de comunicación generó una total saturación de información en la sociedad, así lo afirmó Bauman (2007), por lo que el individuo posmoderno actual necesita buscar, dentro de los parámetros de producción masiva, cierta especificidad que lo identifique; hallar algo particular dentro la gran generalidad del sistema.

Retomando la teoría de Sartre (2009) se puede afirmar que cada individuo elige el rumbo que desea teniendo la libertad de ser aquello que quiere ser, siendo responsable de dicha elección. Lo mismo sucede en este estadio de la sociedad, donde los subgrupos van en busca de la construcción de su propio estilo y el consumo de una gama de productos alineados al mismo; sin olvidarse por supuesto que son consumistas dentro del sistema, pero ahora bien son consumistas conscientes de dicha personalización que desean encontrar. En la actualidad, ya es factible hablar de modas o modos de vestir, más que de una moda en particular.

2.2 Búsqueda de la Identidad: funcionalidad y estética

Retomando la idea desarrollada en los puntos anteriores con respecto a las demandas dinámicas de las sociedades en términos de comodidad, funcionalidad y/o estéticas de la moda a partir de la saturación del mercado, se profundizará en dos temáticas fundamentales que sustentan al diseño y en consecuencia a la identidad del creativo. Estos ámbitos hacen referencia a la funcionalidad y estética del Diseño de Indumentaria y Textil.

Wong (1995) sostiene que para desarrollar un diseño, el creativo siempre tuvo en cuenta los aspectos funcionales para que en este caso, el vestido pueda llamarse como tal, es decir que posea orificios en las zonas de la cabeza y los brazos, proporcionando un cuello y sisas lo suficientemente extensas como para que el acceso de la prenda resulte una tarea fácil de realizar.

Lo que se pretende señalar es la importancia del aspecto funcional que posee el diseño, el cual es un factor necesario para la práctica del mismo y contribuye al desarrollo de sus creaciones, sustentando la búsqueda de su impronta estética.

Así como existe el aspecto funcional de la prenda mencionado anteriormente, es decir lo que la sociedad acepta y verifica como válido, también se encuentra la sensibilidad del diseñador, el sentido del que habla Saulquin (2010).

Esta esencia del creativo resume la identidad del mismo, su forma o perspectiva de concebir la realidad de un modo conceptual y por sobre todo estético, ya que el objetivo principal radica en la pieza o producto creativo que ofrecerá a la sociedad sin dejar de estudiar el imaginario de la misma. De este modo, se puede conseguir una pieza diseñada que fusione los parámetros prácticos y funcionales sin dejar de proyectar el valor agregado que respecta a su impronta como diseñador.

Se puede decir que estos dos grandes aspectos que se tienen en cuenta a la hora de diseñar, es decir la funcionalidad y la estética, son parámetros que los diseñadores acostumbran a practicar en su proceso creativo. Lo que realmente importa e importará

según Saulquin (2010), más aún en un futuro, hace referencia a los aspectos que permitan descubrir determinados significados que ayudarán a establecer un nuevo enfoque en el diseño, colocando la importancia en las relaciones del usuario para con el diseño y éste para con su entorno.

El Diseño Textil e Indumentaria se ha vuelto más complejo que en aquella era moderna aristocrática o bien en el período mercantil donde solo se pensaba en el vestido como separador y jerarquizador de clases sociales, de la producción seriada y del consumismo no consciente.

Esta postura es afirmada por Yonnet (1988) ya que sostiene que el fenómeno de la indumentaria es uno de los más complejos debido a ciertos motivos; por una parte porque es el más común, es decir que se encuentra en todos los hitos de la vida cotidiana por la simple necesidad de cubrir el cuerpo con prendas. Por otra parte, no se puede ignorar las reglas del juego, desde cualquier perspectiva que se indague, ningún sujeto puede escapar de la práctica de la indumentaria.

De acuerdo a lo mencionado hasta el momento en el presente sub capítulo, se puede decir que, los aspectos primordiales en la indumentaria hacen referencia a la practicidad, diseños para cuerpos humanos reales sin dejar de lado bajo ningún punto de vista a la identidad del diseñador, su sensibilidad o forma de plasmar su estética; las nuevas metodologías en cuanto a materialidades, formas y paleta de color así también como la atención que el creativo debe prestar hacia el entorno al que diseña, siendo capaz de introducirse en el imaginario colectivo de dicha sociedad, proporcionándole las mejores soluciones posibles a las problemáticas planteadas.

Munari (1981) hace referencia a la última idea desarrollada, al trabajo que todo creativo debe enfrentar con su usuario y para con su mismo entorno social. El mismo realiza una inteligente analogía entre el diseño y la cocina. Menciona que cualquier libro de cocina tiene una intención prescriptiva, es decir, las indicaciones necesarias como para lograr preparar un determinado plato. En consecuencia, es válido determinar que tanto en una

receta como en un proyecto de diseño, debe existir un orden lógico donde tanto el chef como el diseñador puedan establecer un objetivo a donde desean llegar, a fin de poder determinar el número de pasos a seguir, cómo deben llevarse a cabo, y si poseen la cantidad necesaria de recursos para lograrlo. A este concepto, Munari (1981) lo denomina *Método proyectual*, el cual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo.

En síntesis, se afirma que para ejecutar un proyecto de cualquier magnitud es necesario idear una planificación idónea. Así mismo, para establecer una marcada identidad como diseñador, el mismo debe responder una serie de cuestiones para entender quién es realmente, qué hace, cómo lo hace y hacia qué horizonte se dirige.

El diseñador a través de su imaginario es el responsable de establecer relación entre lo que concibe y lo que muestra al exterior. Mientras más coherencia posea estos aspectos más satisfactoria será la experiencia para cada parte, tanto para el creativo como para el usuario o sociedad para la cual diseña.

2.3 Imitación vs inspiración

En esta instancia se plantea la razón por la cual la moda opera sin derecho de autor. Es necesario aclarar desde un principio la diferencia existente entre inspirarse en cierto objeto, lugar, movimiento artístico entre otros y, realizar una copia. Esta última, tal como señala la palabra se refiere a una réplica idéntica de aquel objeto. Mientras que el concepto de inspiración hace referencia a la conexión de cabos sueltos, que forman parte de algún modo del imaginario de cada creativo, en lo que Buzan (2003) considera el mapa mental de cada individuo. El mismo pertenece al sistema perceptivo de cada sujeto, el cual consiste en el modo que cada persona filtra la realidad desde una perspectiva única e irrepetible.

El autor sostiene que cada ser humano durante toda su vida fue incorporando creencias y experiencias que fueron nutriendo dicho mapa mental, renovándolo en cada acontecimiento de aprendizaje personal. Es por ello que cuando se habla de la inspiración es factible asegurar de existen tantas formas de inspirarse como número de personas hay en el mundo, ya que cada uno de estos tienen su propio mapa mental o forma de captar la realidad.

Partiendo de esta teoría, es posible decir que pueden existir personalidades o esquemas mentales parecidos debido a que la información cultural que estas personas tengan sea de carácter similar, pero nunca sería igual. Trasladándolo al ámbito del diseño, se logra concluir que aquí es donde se halla la línea delgada entre la réplica de un objeto, prenda o colección, y una conexión de inspiraciones que, junto con otros aspectos vivenciales, darán lugar a un vestido único, jamás antes formulado de la misma manera pero sí, con aspectos similares a otras creaciones que lo sustentan.

No se trata de regresar a lo mismo, la moda ya no es un proceso netamente cíclico sino que gracias a todos los factores de avances y nuevos pensamientos vistos, la moda vuelve a sus orígenes pero de un modo distinto, resignificando cada detalle y generando una concepción nueva.

Aplicando la teoría de Buzan (2003) al ámbito académico del diseño de modas, se puede destacar a modo de ejemplo, un clásico proceso creativo el cual consiste en la transformación de tipologías icónicas de diferentes épocas. Tal práctica se desarrolla de modo tal que el estudiante efectúa una investigación de indumentarias representativas o bases de cada época, las toma como ejes rectores y a partir de allí realiza ciertas transformaciones en lo que respecta a aspectos de moldería, materialidades, acabados y fusión con otras tipologías. De este modo el creativo reflexiona sobre la historia de la moda, el estudio y la trascendencia que tuvo cada tipología dentro de un marco sociohistórico y propone, mediante los recursos disponibles en el diseño, un producto

nuevo impregnado por su visión como diseñador y con el valor agregado de su identidad como tal.

El caso mencionado da cuenta del entrenamiento necesario que el diseñador debe realizar para idear nuevas propuestas, y dentro de estos mecanismos se encuentra el aspecto de inspiración que menciona Saulquin (2010), sin necesidad de producir plagio dentro del diseño.

A pesar de esto, en la industria de la moda y más aún en la producción masiva de esta, la réplica de los productos se hace presente cada vez más fuerte y es aquí donde las tendencias y los productos ya puestos en las vidrieras son víctimas de una reproducción idéntica sin ser dignas de un trabajo creativo de carácter inspiracional.

Debido a esta realidad, la alumna responsable de este proyecto pretende apelar a la búsqueda de la diferenciación, factor resultante de la construcción de la identidad del diseñador.

2.3.1 Búsqueda de la diferenciación

A la temática abordada anteriormente es decir la diferencia entre inspirarse y copiar algún objeto o concepto aplicado en el universo del Diseño, se pretende solucionar dicho planteo por medio de la búsqueda de la diferenciación, aspecto consecuente a la identidad del diseñador.

Saulquin (2006) considera que existe una relación directa entre la identidad en el diseño y la personalidad del individuo que crea. Encontrar el estilo personal significa hacer efectiva la propia imagen para con el creativo en sí mismo y en relación con la sociedad, que solo se dará si existe una consolidación de su propia identidad. La autora afirma que si el sujeto posee una clara unidad interna, cada personalidad será capaz de percibir de una única forma la realidad, ya sea a la hora de diseñar una pieza, elegir un cuadro, pintar las paredes de su hogar, entre muchas otras opciones, pero todas ellas reflejarían con la misma claridad su estilo personal.

En el universo de la moda resulta muy difícil lograr una plena impronta como diseñador y más aún, mantenerlo a lo largo del recorrido profesional y creativo del mismo.

Esto se debe a que, como mencionó Bauman (2010) vivimos en una era posmoderna en donde ya no se habla de globalización más bien, de una mundialización saturada de una realidad ampliada y un multiculturalismo que intencionalmente tiñe al diseñador de diferentes matices que alteran su identidad, provocando así ciertas elecciones de tendencias colectivas y no personales.

También se puede retomar la teoría de Nietzsche (1981) planteada en el capítulo uno del presente escrito y relacionarla con la concepción de identidad creativa de Saulquin (2006). Por un lado Saulquin dice que cuando una persona posee un estilo, la armonía es tanto interior como exterior. De este modo se refleja los modos de ser de los que habla Nietzsche, en donde el individuo experimenta el proceso de transición en tres estadios con el fin de lograr su armonía tanto interna como externamente.

En primer lugar se encuentra el camello representando la humildad, el sometimiento, el saber soportar con paciencia los obstáculos de un proceso. El segundo lugar pertenece al camello que logró convertirse en león, aquel hombre crítico como nihilista activo que destruye los valores establecidos, toda la cultura y estilo procurando encontrar su propia identidad. Finalmente el león se transforma en el ser del niño que, con su auténtica esencia, estará libre de prejuicios, con su inocencia característica por el devenir, que inventa valores tomando el aspecto lúdico de la vida como afirmación de la realidad convirtiéndose en la metáfora del superhombre del futuro.

La búsqueda de la identidad es justamente esto, encontrar la esencia y lograr la autodefinición tanto como individuo inserto en sociedad, así como el rol creativo que ocupa dentro de la misma. Mediante esta relación, se puede afirmar que el estilo del diseñador señala a la identidad del mismo, es un reflejo coherente entre lo que es una persona y lo que muestra. Consecuentemente, trasladando esta analogía al Diseño Textil e Indumentaria, se logra entender que mientras más capacidad de identificación

posea el creativo más fácil resultará la tarea de diferenciarse del resto de los diseñadores. Aquí se puede detectar tácitamente el concepto de diferenciación, estadio que el creativo consigue cuando logra posicionarse dentro del rubro con un producto genuino y especial, capaz de desplazarse por sí solo de los demás productos en el mercado.

Barthes (1978) sostiene que el estilo, y por ende la identidad promete dos fundamentales aspectos: eternidad y atemporalidad. Esto provoca en los públicos la sensación de pertenecer a un sector dentro de la moda.

Resumiendo el presente sub capítulo, se puede decir que la identidad es formada por el creativo y surge de la esencia individual del mismo, de sus valores y de aquel mapa mental que se mencionó anteriormente propuesto por Buzan (2003). En la medida que el diseñador puede proponer, proyectar y mantener dicha impronta en sus creaciones, dará sensación de pertenencia a su consumidor, quien podrá compartir el imaginario del mismo e incrementará su deseo por llevar una prenda en la cotidianeidad, expresando su modo de ser, siendo portadores de un estilo y por ende, marcando la diferenciación del creativo y de su individualidad.

2.4 Diseño Nacional

En esta última etapa del presente capítulo se desea entablar una relación entre los conceptos de identidad y diferenciación en el diseño tratados anteriormente, a partir de la exposición de ciertos casos particulares con respecto al diseño argentino.

Saulquin (2006) sostiene que a partir del año 2000 en la Argentina hubo una acentuación de cierta tendencia a la personalización, teniendo los diseñadores la curiosidad de buscar alternativas de vestir que ayudaran a expresar lo que cada persona pensaba y sentía.

Un hecho fundamental que Saulquin menciona consiste en el primer *Fashion Week* del país el cual se llevó a cabo en marzo de 2001 en la Rural de Buenos Aires, Argentina.

El mismo es un espacio pensado para que diseñadores, industriales, textiles, medios y demás actores que integran el sector de la indumentaria, puedan mostrar la identidad del diseño argentino construyendo una etiqueta que los diferencie nacional e internacionalmente.

Se comienza a percibir el avance del diseño argentino y los cambios de paradigmas en el área de la moda. Aquí diferentes creativos que actualmente son una potencia a nivel nacional e internacional presentaron sus colecciones, cada una con la particularidad necesaria que posibilitó la diferenciación del diseñador como tal.

Como ejemplificación a este hecho, Saulquin (2006) destaca a Pablo Ramírez con su colección inspirada en el tango, así también como Cora Groppo mediante su presentación de mujer bailarina de la danza y lo urbano. Además comienzan a aparecer desde el inicio, talentos que dentro de su identidad poseen la búsqueda de la investigación y experimentación principalmente textil, como es el caso de la firma Orb que para la temporada invierno 2001 buscó destacar los estampados artesanales. Dos años después Manuel Brandazza junto con Diego de Aduriz en su desfile *Venam* llevarían a cabo también, una propuesta de desarrollo textil con impronta cibernética. Paralelamente a los casos mencionados, Saulquin (2006) efectúa otra mención fuera del marco de la semana de la moda y se refiere a Ernesto Bertani. El mismo utiliza el textil como soporte exhibiendo una obra de 7 metros de largo por 1,50 metros de ancho sobre una pieza de tapicería intervenida con acrílico.

Se comenzaba a percibir la búsqueda de cada diseñador en base a su identidad y como esto se veía reflejado en las formas, colores y por sobre toda la textura, es decir las materialidades y su particular experimentación.

Se logra concluir que la referencia de Saulquin con respecto a la aparición de un espacio para la moda nacional no es de menor importancia, ya que a partir de este evento tanto los diseñadores locales como las marcas masivas pudieron introducirse a la vidriera

internacional del rubro de la indumentaria y textil, proponiendo una mirada propia y generando un flujo de comunicación y comercialización para con el país y el exterior.

2.4.1 Revalorización de lo artesanal

Partiendo de los ejemplos expuestos anteriormente de diseñadores argentinos y su nivel de propuesta en materia de diseño e innovación, Saltzman (2009) remarca su observación con respecto a cómo la creciente fabricación semi industrial y la revalorización de lo artesanal se desarrolla en el área de la moda argentina. La misma se relaciona cada vez más con el estado del ser de cada individuo, el placer de estos por conseguir una pieza creativa que refleje su forma de vida, el aprecio a las materialidades, la innovación de sus texturas, la valoración del imaginario creativo y su relación con el imaginario del usuario, los modos en que se presentan una colección, el factor de originalidad de cada prenda, la puesta en escena, entre otros.

Teniendo en cuenta los revolucionarios sucesos mencionados, se continúa percibiendo la relación existente entre la identidad de la sociedad con cada uno de sus individuos usuarios de la moda y la identidad del diseñador, quien desea plasmar su imaginario en la mente colectiva, dirigiéndose a sus públicos de un modo nuevo, resignificando los recursos que poseía, descubriendo nuevos caminos a partir de estos y sorprendiendo a sus grupos para los que diseña estableciendo nuevos paradigmas en el diseño y la moda argentina nacional e internacional.

A partir de aquí, se desea subrayar la importancia en la investigación de nuevas posibilidades que los recursos de la indumentaria ofrecen con el fin de brindar un producto diferencial en el mercado saturado de la moda. Se hace presente la necesidad de diferenciarse, de la búsqueda de nuevas alternativas, diseñadores y marcas que están dispuestos a formar parte de la industria ya sea de modo seriado y masivo o bien de forma personalizada y artesanal pero teniendo en cuenta en ambos aspectos, el concepto de resignificación de sus recursos.

En este contexto, lo que se quiere decir con el concepto de resignificar hace referencia al replanteamiento de las herramientas disponibles de un modo innovador, no visto o poco desarrollado en la industria, llamando a la consciencia de no crear materias primas nuevas sino revalorizarlas, siempre con el objetivo de lograr un producto distintivo para ofrecer, con cierto valor agregado difícil de imitar por la inmensa competencia que rige la moda.

Teniendo presente la postura de Saltzman (2009) se puede decir que esta idea de focalizar el valor en los textiles y materias primas es la protagonista dentro del mercado, sumando a esta postura la concepción de Saulquin (2010) la cual señala que en la actualidad un creativo debe tener en cuenta un número mayor de aspectos al momento de diseñar. Desde el entorno ambiental-humano donde lo hace, los procesos de acabados de las prendas, los subgrupos para los cuales diseña, sus ideologías, la situación coyuntural del país en donde habita, la personalización del producto dentro de la escala de producción masiva, entre otros.

De este modo se vuelve al planteo hecho anteriormente, para reafirmar que el proceso cíclico de la moda ya no se comporta de la misma manera, sino que la resignificación de los recursos es cada vez más importante para permanecer vigentes en la industria con una identidad fuerte y diferencial de diseño.

Partiendo del concepto de resignificación de los recursos, con el fin de proponer a la sociedad nuevas propuestas y enfoques genuinos, se llevará a cabo un recorte temático en el siguiente capítulo que se basará en la utilización del recurso textil como principal herramienta para elevar la identidad del creativo y poder ofrecer mediante el empleo ingeniosa de tales materialidades productos diferenciales en el mercado de la Moda.

Capítulo 3. Textiles: escasos recursos, grandes ideas

En el presente capítulo se estudiará la importancia de las fibras textiles en cuanto a la funcionalidad misma que poseen dentro del diseño y para con la conformación de una prenda. Se dará a conocer sus fundamentales características y la relación que posee con el diseñador, dando cuenta que éste es una de las principales herramientas para que el mismo logre plasmar su identidad.

Wells (1998) sostiene que los tejidos pueden estar fabricados mediante uno de los siguientes procesos: tejido, de punto y no tejido. A partir de esta clasificación se tomará a los textiles tejidos teniendo como objetivo el de entender los diferentes tipos de fibras textiles que existen en el mercado, cuál es su origen, y bajo qué nombre se las reconoce. Efectuando relación con el recurso textil, se finalizará el capítulo exponiendo un hecho fundamental en la sociedad argentina a fin de reflexionar como la coyuntura de un país afecta a la práctica del Diseño. El objetivo del presente capítulo consiste en demostrar la importancia del recurso textil, herramienta que reafirma y sustenta la identidad en la disciplina.

3.1 Textiles: Razón de ser del Diseño

El individuo vive en contacto con los textiles. Hollen, Langford y Saddler (1997) aseguran que en todas las etapas de la vida del sujeto los tejidos están presentes en diversas variantes. Desde la ropa que lleva puesta, el lugar donde se sienta ya sea en su propio sofá o en el tapizado de un transporte, pasando por el momento en que duerme en su cama tapado por sábanas y colchas que no permiten el paso del frío por su función térmica; hasta el momento en que los astronautas precisan viajar a la luna y requieren de un traje especial de veinte capas diferentes y ropa interior de *nylon* enfriada.

Se suma a esta concepción las palabras de Saltzman, la cual afirma: “El textil es el elemento que materializa el diseño de indumentaria. Es una lámina de fibras que se relacionan entre sí para conformar la tela” (2009, p.37).

Teniendo en cuenta lo expuesto, se puede decir que la materialidad concede la parte física de la prenda, es decir permite plasmar el imaginario de cada creativo a la realidad vivenciada por la sociedad, reforzando además el aspecto conceptual de la idea diseñada.

Esto quiere decir que el textil a ser empleado dependerá del concepto a transmitir, el rubro y la ocasión de uso de la prenda, siendo factible que para desarrollar un vestido de Alta Costura se empleen sedas naturales, encajes y gasas bordadas artesanalmente o bien, para una prenda destinada al uso *casual wear* se utilicen materias primas como el poplin o jersey de algodón, fibras sintéticas o batistas. Puede ocurrir también que la decisión por parte del creativo esté dada en la alteración lúdica de los materiales, utilizando ciertos géneros en diferentes rubros para los cuales tales textiles no fueron fabricados.

Dejando a un lado la división de textiles teniendo en cuenta la variable rubros y basándose en la historia del vestido según Lipovetsky (2004) se puede concluir que, toda materia sin importar su procedencia natural o química, desde la Edad Media hasta la actualidad cumplen funciones esenciales en el ser humano, razón por la cual tanto la prenda como el textil con la que está fabricada viven en contacto con el individuo, modificándose los modos en que éstos utilizan al material y la ideología con la que se diseña, pero no las necesidades funcionales que dichos textiles satisfacen.

Es así que las materialidades cumplen los requerimientos básicos: recubren, protegen, secan o mantienen seco, decoran, refuerzan, impermeabilizan, permeabilizan, entre muchas necesidades más, ligadas directamente con las actividades que realiza el individuo.

Desde la detección de la necesidad de cubrir el cuerpo, como se mencionó anteriormente, las materialidades presentadas en sus diferentes formatos satisficieron los mismos requerimientos esenciales del individuo.

La diferencia se hace presente a medida que la humanidad avanza y consigo los cambios tecnológicos, económicos y sociales tal como sostiene Bauman (2010). Existen cada vez más demandas de diferentes índoles y por lo tanto, las posibilidades de utilizar el textil para satisfacer diversos requerimientos aumentan proporcionalmente.

Por supuesto que el grado de innovación que la industria textil logró alcanzar no se podría haber efectuado sin la invención de las fibras sintéticas y artificiales.

A este planteo, Esparza (1999) indica que en los últimos treinta años el incremento de las fibras sintéticas ha crecido considerablemente. Por ello se observa el éxito en los adelantos industriales, los cuales explican la diversidad de propiedades físicas interesantes observadas en los polímeros, cuyo campo de acción se extiende en casi todas las actividades humanas, demandando constantemente el aumento en la producción de textiles.

A raíz de lo expuesto, se sostiene que la diversidad de materiales que se fabrican actualmente posibilita un interminable abanico de opciones para el usuario, lo que por un lado es positivo ya que el mismo puede elegir en base a numerosas propuestas de calidades, estéticas y rangos de precios. Pero por otro lado la producción masiva de tales materialidades confunde al consumidor al momento de seleccionar uno de ellos ya que se asemejan en texturas, formatos, estéticas, calidades, entre otros.

Hay tantas cosas que se parecen. Las telas de punto se asemejan a las telas tejidas y viceversa, las películas de vinilo y poliuretano parecen cuero, las pieles artificiales se asemejan a las reales, las telas de acrílico y poliéster son muy similares a la lana. Las telas tradicionales de algodón en general se fabrican en poliéster o mezclas de poliéster y algodón. (Hollen et al., 1997, p.11)

Debido al gran crecimiento de la industria y por ende a la saturación de propuestas hacia el consumidor en cuanto a materialidades se trata tal como se explicó en el capítulo dos, el objetivo aquí es justamente entender los diferentes tipos de fibras textiles que existen en el mercado, cuál es su origen, sus principales propiedades y bajo qué nombre se las reconoce a fin de seleccionar correctamente las materias primas que contribuyan a los diseños del creativo.

Braddock Clarke (2007) sostiene que actualmente lo que es reconocido como un textil particular, ya no lo es técnicamente por su mezcla con otros componentes como el poliéster. A partir de esta afirmación, se puede decir que gracias a los avances tecnológicos e investigaciones realizadas, estas mezclas químicas solo otorgan mínimas diferencias en cuanto a la mano del material y al nivel de calidad.

Tal como describe Saltzman (2009) el textil es un conjunto de fibras que se relacionan entre sí, pero la particularidad del material tanto en su estructura física como interna se halla en la calidad de dichas fibras, es decir el modo de tramar y torsionar los filamentos para obtener el hilado, la flexibilidad y resistencia que proporcionan, el tipo de tejido que se utiliza y/o los procesos alternativos para combinarlas con otras sustancias aglutinantes en una lámina de tela.

Partiendo de este concepto, es correcto señalar que existen tantos textiles como formas en la industria de tramar, torsionar o compactar fibras.

La misma habla de diversas estructuras textiles, desde redes abiertas hasta mallas compuestas por infinidad de hilos ultra delgados, desde la solidez de una sarga hasta la liviandad de una gasa. Tejidos concéntricos hechos a aguja, tejidos de trama perpendicular o de fibras apelmazadas, hilados metálicos, redes de hilos de seda o marañas. A su vez, según la técnica y las fibras empleadas en el entramado, estos tejidos pueden ser de carácter abierto o cerrado, liviano o pesado, rígido o blando, resistente o endeble. De trama legible o imperceptible, uniforme o con rupturas, con acentos o ciertas anomalías. (Saltzman, 2009).

Debido a la gran variedad de fibras textiles en términos de calidad y composición se afirma que es fundamental que el diseñador tenga conciencia de esta realidad. No solo para una correcta selección estética y coherente de materialidades para la futura materialización de sus creaciones, sino también para buscar generar nuevos y mejores resultados a partir del conocimiento previo de cómo estos textiles se comportarán en una prenda.

3.2 Fibras textiles

En esta etapa se expondrán conceptos esenciales que se refieren a las fibras textiles con el fin de establecer la importancia que estas tienen en la conformación de un textil. Esparza (1999), ingeniera textil con especialidad en hilados y tejidos, sostiene que la fibra es una unidad de materia caracterizada por su flexibilidad, finura y elevada proporción entre longitud y grosor que, en su conjunto, forman el textil. También hace mención a la fibra continua, refiriéndose al nombre genérico adoptado en una nomenclatura técnica y comercial para todo tipo de hilo de fibra artificial o sintética.

A partir de esta definición, se pueden establecer relaciones entre una fibra con sus respectivas propiedades y su incidencia en el comportamiento de un textil. Para ejemplificar esta idea, se puede decir que si una fibra posee una baja resistencia, el textil que se fabrique no tendrá una alta durabilidad, siendo propenso a las roturas o desgarros. Paralelamente, una fibra puede tener un alto poder de absorción, generando así un textil con alta resiliencia al agua o en definitiva, un tejido impermeable. De esta manera, se pueden establecer un número significativo de relaciones entre el comportamiento del textil según su composición y propiedad de las fibras que lo componen.

Teniendo en cuenta la definición de una fibra, es válido establecer su clasificación. En este caso particular, las fibras textiles se clasifican en naturales, artificiales y sintéticas. Dicha categorización se establece según la procedencia y origen de las mismas. (Hollen et al., 1997).

A partir de esto, Gacén Guillen (1991) desarrolla la categorización de las fibras naturales nombrando en primer lugar a las de procedencia animal, como la lana, la seda y el cuero. En segundo lugar se menciona a las fibras vegetales, como el algodón y el lino. Mientras que en el tercer lugar hace referencia a las fibras minerales como el amianto y las mallas metálicas.

Dentro de las fibras artificiales, destaca a las celulósicas o también conocida como *rayón*, fibra que sustituye a la seda artificial. También indica a las fibras artificiales proteicas y algínicas las cuales a diferencia de las celulósicas, se emplean en menor medida dentro de la industria textil para la implementación posterior en la indumentaria. Cabe señalar que este tipo de fibra parte de un componente natural pero el filamento es de carácter artificial. Por lo tanto se logra reflexionar que el acabado de la superficie de un textil compuesto por fibras artificiales es homogéneo a comparación de textiles constituidos por fibras naturales.

Por último se presentan las fibras sintéticas, las cuales son una derivación del petróleo. Se obtienen a partir de productos fabricados por el humano por lo que su proceso de obtención es de total carácter químico. Los casos más empleados en la industria textil y de la moda hacen referencia al poliéster, poliamida o *nylon*, elastano o *lycra*, polipropileno, entre otros. Gacén Guillen (1991).

La clasificación detallada anteriormente tiene como fin en una primera instancia el conocimiento fundamental de la categorización aplicada a las fibras que componen los textiles. El propósito final de dicha exposición radica en determinar las relaciones existentes entre tales componentes y las elecciones que realiza el diseñador de indumentaria al momento de seleccionar las materialidades con las que conformará sus prendas.

Esta amplia variedad de tipos de fibras dan lugar a una infinidad de textiles, ya que no solo existe un ejemplo para cada una de estas mencionadas sino que gracias a los avances tecnológicos, dichos filamentos se pueden mezclar con el fin de obtener mayores y mejores resultados.

Un creativo que posea una identidad más bien rústica y/o étnica, es probable que su decisión al momento de seleccionar materiales se aboque dentro de la clasificación de fibras naturales como el lino o algodón, o bien textiles de carácter artificial que cuenten con cierta rigidez o leves asperezas en la superficie. Mientras que un diseñador de

lineamiento orgánico y siluetas lánguidas, lo más factible de predecir es que se valga de materias primas de mano sedosa, con mejores caídas y pesos, de carácter liviano y translúcido, siendo propenso a la utilización de fibras sintéticas o naturales en el caso particular de la seda original.

De este modo, el diseñador puede evaluar las diferencias que presentan aquellos textiles que estén elaborados a partir de fibras naturales, artificiales o sintéticas, identificando sus aspectos visuales y táctiles, ciertas virtudes o falencias en cuanto al rendimiento del textil, las sensaciones que produce cada materialidad al roce de la piel, las caídas y pesos de estas telas, entre otros que posibilitará una selección consciente de los textiles que empleará para la materialización de sus diseños.

Braddock Clarke (2007) sostiene que las fibras textiles influyen significativamente en la rigurosidad técnica de un diseño. Esta afirmación valida la reflexión efectuada anteriormente, indicando al concepto de consciencia selectiva de los textiles. Dicha consciencia se refiere por un lado a la elección de estas materialidades en base a las preferencias estéticas y coherentes alineadas a la identidad del creativo y por otro lado señala la capacidad del mismo en decidir qué tipo de textiles utilizará en base a los alcances y posibilidades que pueden llegar a tener tales materias primas en la confección de las tipologías.

Se puede afirmar entonces que estos filamentos son la razón de ser de los diversos hilos y textiles que existen en el mercado, siendo estas fibras las responsables tanto del acabado estético inicial del material, así también como de las propiedades que posea el mismo, lo cual determinará el modo en que éstas funcionarán e interactuarán con el usuario u objeto en donde serán aplicadas y por lo tanto también se conocerá el costo y el valor de mercado que tendrán.

Estas cuestiones se argumentarán al final del presente proyecto, donde el alumno responsable hará una selección estratégica de textiles para concluir con una práctica de diseño.

3.3 Argentina: Retrospección y futuro Textil

En el año 2001 durante la presidencia del grupo *Alianza* conformada por Rúa-Álvarez, la Argentina atravesaba una enorme crisis económica. En diciembre de ese mismo año, el ministro de economía de la Nación Domingo Cavallo dió a conocer el encierro financiero del país. (Leonardi y Vaisman, 2012).

Se suma a este suceso el crecimiento de las primeras ediciones del *Baffweek* mencionadas en el capítulo dos.

Partiendo de ambos hechos de carácter político, social y económico dados en la Nación argentina, se puede percibir no solo a una crisis holística del país que repercute en todos los sectores de la economía y la industria sino también sucesos que recaen directamente en los diseñadores, en este caso, de Indumentaria y Textil. Saulquin (2006) menciona que a partir de la crisis económica en Argentina, el diseñador o productor tuvo la experiencia de pasar por un período restrictivo en cuanto a mano de obra y por sobre todo a la carencia en materialidades para desarrollar sus colecciones.

Se detecta que el mayor problema en ese momento fue el de adquirir materias primas diferentes, ya que los creativos estaban acostumbrados a las telas importadas en la década de los noventa, momento por en el cual la acción de importar era más económica que producir en la Argentina. Es así que solo podían proveerse con lo que el mercado local ofrecía, el cual era escaso, poco original y de baja calidad.

A pesar de la situación restrictiva que se comenzó a gestar en el año 2001, la cual se vivía con un total sentido de disolución nacional, Saulquin (2006) señala que hicieron su aparición la creatividad y originalidad argentina. La misma menciona como factor clave al sector textil, el cual se vió presionado a subsistir y comenzó a reaparecer luego de dicha década de los noventa, cuando muchas fábricas textiles debido a la política económica del momento sociohistórico cerraban sus puertas definitivamente. Estas industrias resurgieron debido a un cambio favorable para las exportaciones, a la llegada de nuevos compradores atraídos por las nuevas condiciones, ansiosos por encontrar lo diferente, y a

la posibilidad de traer materiales, lo que motivaba constantemente la oportunidad de efectuar un desarrollo en la producción nacional de textiles sustituyendo a las importaciones.

A partir de allí se observa cómo se comienza a desarrollar el diseño en la Argentina ya sea mediante la firma de autor o el avance de la filosofía de marcas comerciales. En ambos casos se alcanzó a lograr el objetivo de enfatizar la identidad e ingenio de cada entidad creativa, capaz de adaptarse a su entorno político-económico y proponer a la sociedad un producto genuino a nivel nacional e internacional.

Ya hacia el siglo XXI, tanto el avance tecnológico como los modos de consumir y demandar productos con características específicas produjeron un cambio en el diseño y provocaron la resignificación del vestido en la sociedad. (Saulquin, 2006).

Para explicar la mencionada idea, Leonardi y Vasmain (2012) sostienen que hubo un notorio incremento en dos grandes vertientes: por un lado el desarrollo de los textiles inteligentes y por otro la vuelta a lo natural y artesanal, es decir la preocupación por el medio ambiente, la ecología como forma de vida y el comercio justo con respecto a esta.

Se percibe entonces que el lugar principal del diseño estaba dado por los materiales con los que se confeccionaba la prenda, y si bien los demás recursos de la indumentaria eran y son considerados esenciales para que la disciplina coexista, se comenzaban a ubicar consciente o inconscientemente en un rango inferior al de los textiles en el imaginario del diseñador y del mercado de la moda.

Otro factor determinante para la producción de indumentaria en la actualidad parte de la macro tendencia por el cuidado del medioambiente a causa de la problemática de su deterioro. Leonardi y Vasmain (2012) anuncian que temáticas como la polución, deforestación, desaparición de especies y el calentamiento global son efectos colaterales de las actividades que proporcionan a los consumidores casi la totalidad de los productos de consumo, incluyendo la ropa y los textiles.

La moda local se define entonces por la originalidad, el comercio justo y el desarrollo sustentable. Este concepto se alinea con el de Fletcher (2012), pionera del *Slow Fashion* o *Moda Lenta*. La misma afirma que este concepto se trata de diseñar, producir, consumir, viviendo mejor. No se basa en el tiempo sino en la calidad, es un acercamiento diferente en el que diseñadores, compradores y consumidores están más atentos, observando el impacto que los productos tienen en los trabajadores, las comunidades y los ecosistemas. Asegura además que dicha moda costará más ya que la calidad será óptima, se diseñarán objetos de mayor valor agregado y de lento consumo.

Se puede decir que la concepción de *Moda Lenta* o *Slow Fashion* depende en gran medida, de los creativos del futuro. En ellos se encuentra la ideología y ética con la que se desenvolverá la disciplina en los próximos años.

Teniendo presente las miradas que se expusieron anteriormente, se puede reflexionar que en la actualidad existe un replanteamiento entre el usuario o portador del vestido y la misma prenda de acuerdo a sus propiedades, demandas y conceptualizaciones de cada grupo social con respecto a ésta.

A su vez, existen dos grandes enfoques dentro de la industria, opuestos y/o complementarios entre sí, dependiendo de la idiosincrasia y ética del diseñador o marca comercial. Por un lado Saulquin (2010) sostiene que la innovación estará dada por los avances tecnológicos y consigo las fibras textiles inteligentes capaces de cubrir necesidades del usuario. Y por otro lado se hace mención al concepto de *Slow Fashion* en donde Fletcher (2012) habla sobre movimientos e ideologías que apuntan a la calidad, la vuelta al trabajo artesanal, utilización de materiales sostenibles, es decir compatibles con la naturaleza en todo su ciclo de vida, al consumo y compra responsable.

Se exponen que ambos aspectos pueden ser opuestos o complementarios dependiendo de las intenciones del creativo para con su entorno y lo que desea mostrar como pieza creativa, pudiendo el mismo optar por uno de los caminos mencionados o bien,

fusionarlos de modo inteligente combinando innovación-originalidad con consciencia y trabajo artesanal de calidad.

Es por eso que la cantidad de enfoques presentes para desarrollar un vestido o colección dependerán no solo del contexto donde habite el diseñador o las necesidades puntuales del usuario. Los ámbitos son más extensos y, como se explicó hasta aquí; abarcan desde el tipo de composición de fibra y tejidos que se utilizarán, pasando por el proceso de producción de los mismos, las propiedades funcionales y estéticas del producto, la cultura del usuario y su modo de ser en sociedad, la identidad del diseñador, entre otras cuestiones que colocan al vestido con sus respectivas materialidades como ejemplo de para describir y percibir la realidad de la sociedad actual.

A partir de las posturas y teorías presentadas, se puede predecir que el futuro de la moda pone su foco en dos opciones; en las innovaciones en relación a las nuevas tecnologías e investigación de diferentes materialidades y/o a partir de transformaciones e intervenciones en las materias primas ya proporcionadas por los fabricantes de fibras naturales y artificiales con un enfoque artesanal y personalizado. De esta manera, la responsabilidad del creativo se encuentra no solo en la prenda misma que diseñe, más bien en los modos en que se implementan los recursos de la indumentaria y el textil dentro del plano de dicha tipología.

Teniendo en cuenta estas dos concepciones, el alumno responsable del Presente Proyecto de Graduación tomará el camino de la innovación a partir de la revalorización de los recursos disponibles apelando a la materialización de su identidad mediante la práctica artesanal en el diseño. Esta toma de partido, será desarrollada y justificada en la instancia final del trabajo de grado, a fin de aplicarlo en el recurso textil.

Capítulo 4. Diseño Textil

En el presente capítulo se abordará específicamente el área de Diseño Textil con el fin de explicar por qué tal recurso posee un elevado nivel de importancia dentro de la indumentaria, volviéndose cada vez más primordial y valorado por el diseño y sus usuarios en la industria.

En el capítulo anterior se estudió la importancia de las fibras textiles en cuanto a la funcionalidad misma que poseen dentro del diseño y para con la conformación de una prenda. Se explicó además la evolución de la industria textil y el diseño argentino a raíz de una situación coyuntural dada en el país.

4.1 Filosofía Textil

En este estadio se tomará al textil con la intención de afirmar que el mismo ocupa el mayor porcentaje de importancia dentro de la tipología creada. La diseñadora y docente Jefa del área de Diseño de Modas de la Universidad de Palermo Patricia Doria en el marco académico del concurso *Trabajos reales para clientes reales* llevado a cabo durante el mes de noviembre del año 2013 en la Universidad de Palermo afirma que, actualmente el textil es el elemento más importante dentro de una prenda, sostiene que el mismo recurso posee entre el 75% y el 80% de importancia en la conformación total de una prenda, incluyendo la selección estratégica y desarrollo de la materialidad con la que se compone la tipología. (Comunicación personal, 10 de noviembre de 2013).

Partiendo de esta afirmación se puede reflexionar que no solo el textil es el elemento más valorado actualmente en el Diseño Textil e Indumentaria sino que además determina el valor de la prenda, por lo tanto su rubro, ocasión de uso y por ende, la identidad del diseñador o marca de indumentaria.

4.2 Principios del Diseño Textil

Siguiendo con la afirmación de Patricia Doria se agrega la postura de Udale (2008), en donde asegura que, si se observa otras culturas, se logra ver la variedad existente en usos de los productos textiles tradicionales. Señala que en Japón por ejemplo, el kimono se fabrica a partir de piezas de seda finamente tejidas y su confección requiere poco trabajo de corte con el objetivo de apreciar el dibujo de la tela en su totalidad. Este caso argumenta la exposición dada anteriormente, dando cuenta que el desarrollo de la materialidad es una prioridad cada vez más importante y latente en el Diseño de Indumentaria y Textil.

A partir de estos conceptos se logra establecer una reflexión que sugiere una mirada o forma de concebir al diseño, la cual recae en un principio en los textiles. Dicha observación demanda una delicada percepción para diseñar, que parte desde la concepción del material que se utilizará, siguiendo por cómo se lo empleará, bajo qué procesos de acabados, en qué lugares de la prenda se colocarán y bajo qué porcentajes. Se puede decir que se requiere una total sensibilidad creativa para concebir al diseño de este modo, ya que no solo se piensa en la estructura de la prenda, su moldería, silueta y paleta de color sino además el modo en que ésta se materializará a partir del desarrollo de materialidades con las que se construya.

Como se observa hasta aquí, el foco del textil se encuentra no solo en la utilización de la misma como recurso funcional de la prenda, sino más aún en el desarrollo del diseño del mismo, sus procesos de intervención, la resignificación de métodos artesanales propias de culturas específicas o bien la invención de otros mecanismos actuales que posibiliten nuevas propuestas o modos de hacer uso de la materia prima existente.

Es factible decir que, al momento de desarrollar una colección todo diseñador debe entender los principios básicos del diseño textil para poder luego ahondar en el desarrollo de los mismos y de la colección de sus prendas. Hencken Elsasser (2011) menciona

ciertos principios básicos del diseño textil los cuales fundamentan la afirmación anteriormente realizada.

Dichos criterios son parámetros que clarifican la concepción total del textil como unidad propia y como elemento principal de la prenda. Se establecen seis principios primordiales que contemplan a la escala; el dibujo y la repetición; la colocación y manipulación de los motivos; el color y estrategias de color; el peso, textura y superficie; y por último, la manufactura textil.

En primer lugar, se halla la escala del diseño en relación a la dimensión dentro de la pieza de tela. En este punto se debe establecer la escala en base al parámetro lógico visual de proporción pero también a la intención que el creativo desea otorgar a su colección dependiendo de su identidad, temática rectora del presente Proyecto de Graduación. Esta idea se puede dar desde un motivo pequeño con infinitas repeticiones hasta una gran imagen abstracta que remite a la identificación parcial de lo que significa realmente, poniendo mayor énfasis en otras variables como ser la paleta de color, textura o lugar estratégico donde se ha colocado en la prenda, que a la interpretación literal de la imagen. Es factible decir que en ambos casos, se deberá pensar cómo funcionará el dibujo sobre el cuerpo y en las distintas piezas de la prenda.

También se puede reflexionar que la escala dependerá de la utilización de los demás recursos del diseño, ya sea la moldería, el color, la silueta, entre otros. Esto quiere decir que, por ejemplo, si la pieza posee varios recortes, resultará difícil aplicar una estampa en cada porción ya que luego se hará más difícil descifrarla.

Hencken Elsasser (2011) menciona como segundo elemento al factor dibujo y repetición. Aquí se debe tener en cuenta que, cuanto mayor sea el motivo que deba repetirse, más difícil resultará verlo en una pieza de tela. A dicho principio se agrega la postura de Udale (2008), la cual sostiene que se debe colocar atención a la manera en que se repite tal módulo dentro de la cantidad de metros de tela deseados así como la dirección del dibujo

sobre el material. El sentido en que se coloca la imagen dependerá de la ubicación de las piezas del patrón en la prenda, si deben ir puestas en la misma dirección o no.

La tercera variante mencionada por Hencken Elsasser (2011) en cuanto a principios se trata consiste en la colocación y manipulación de los motivos en la prenda. A partir de este enunciado, se puede apreciar que el mercado industrial de producción masiva de indumentaria al momento de la colocación del motivo se da de manera cuasi programada, utilizando a la estampa ya sea transfer, sublimación o por shablón en el centro delantero de la prenda superior, como es el caso típico de una remera de modal. Pero si se habla en términos creativos de diseño, la decisión en donde se colocará el motivo dentro de una prenda es sumamente subjetivo y dependerá del criterio o toma de partida del creativo, teniendo en cuenta como se mencionó a lo largo del presente Trabajo de Grado, la identidad del diseñador, su espíritu creativo.

Uniendo esta idea con el aspecto industrial, se introduce nuevamente a Udale (2008), quien asegura que es importante tener presente la curva de talles cuando se desarrolle una colección que posee estampas. Para poder explicar esta idea, se puede establecer una comparación entre una talla pequeña con una superior a esta. En otras palabras, no es lo mismo una estampa en el contorno del cuello en un talle XS que en un talle XL, la misma debe ser aumentada proporcionalmente para que se siga manteniendo las dimensiones técnicas y visuales de la prenda, por lo que una importante función del diseñador es la de progresionar tanto los patrones como los motivos o recursos varios de decoración que llevará cada artículo. De este modo, la decisión de la colocación del motivo dentro de la tipología se puede tornar el principal recurso representativo de la identidad de un diseñador, dando cuenta que posee la capacidad como creativo de combinar el diseño de la prenda con el textil y su utilización estratégica, acompañando a la moldería, silueta, recorridos visuales, entre otros; es decir a los demás recursos del diseño.

El color y la estrategia del color conforman el cuarto aspecto fundamental que se debe tener en cuenta al momento del diseño textil. El color según Renfrew y Renfrew (2010), posee una sensibilidad propia en la identidad del creativo. Esto quiere decir que cada diseñador posee por defecto una tendencia a la elección de una paleta específica de color, que se mantiene a lo largo de su periodo creativo, además de la utilización puntual de otros colores de tendencia. Se puede reflexionar entonces que una óptima idea resulta la de seleccionar previamente una paleta tentativa de color para una determinada colección, a partir de preferencias particulares, imágenes rectoras, lugares, objetos, sentimientos entre otros que posibiliten reunir la cantidad y el modo indicado, una aproximación más acertada de los colores que se pretenden utilizar a fin de estudiarlos y observar cómo funcionan en conjunto.

A posteriori, el factor proporción señalado es sumamente importante en esta instancia, ya que no resulta lo mismo utilizar 3% de amarillo medio en una colección de colores pasteles, a hacer uso de 67% del mismo color. La lectura e intención de la colección cambiará rotundamente en ambos casos. Udale (2008) sostiene que los colores poco habituales dan mejor resultado si se utilizan en porciones más pequeñas, aunque como se mencionó anteriormente todo dependerá de la identidad del creativo en relación a las demandas de su usuario y las tendencias del momento. Agrega además que la implementación de un color en el cuerpo puede hacer que ciertas zonas parezcan mayores o más pequeñas, como es el caso del negro.

El ámbito que posee la misma magnitud de prioridad es el valor tonal y grado de saturación de los colores elegidos. Pawlik (1996) define saturación o también llamada *croma* a la pureza del color, su riqueza, fuerza e intensidad, siendo los colores brillantes un claro ejemplo de saturación. Mientras que el tono o valor de un color es definido como la gradación más baja o más alta del mismo. Los colores agrisados, menciona el autor poseen más negro, mientras que los pasteles más blanco. Teniendo en cuenta ambas

definiciones se puede decir que de la existencia de un color puro, existen un número significativo de tonos o valores para dicho color.

Como menciona San Martín (2009) cada color posee su estado de saturación, es decir su estado más puro. A esta afirmación se agrega la concepción psicológica de Wolfgang Von Goethe (1992), el cual sostiene que el color si bien posee un estado de saturación, el mismo presenta diversos matices.

Teniendo en cuenta ambas posturas se puede decir que un solo color ofrece a su vez infinitas posibilidades de mostrarlo y plasmarlo en un diseño, posibilitando al creativo, relatar diferentes historias y conceptos.

El anteúltimo estadio de los principios del diseño textil hace alusión a la relación de peso, textura y superficie. En esta instancia se piensa el traslado del diseño a la tela, por lo que se deberá tener en cuenta la relación que se dará entre la imagen en sí y el peso de la materialidad, proporcionando de esta manera, el uso final de la tipología. Hencken Elsasser (2010).

El principio expuesto anteriormente se relaciona directamente con el capítulo anterior, específicamente en el conocimiento que el diseñador debe poseer con respecto a las fibras textiles, con el fin de seleccionar coherentemente la materia prima en relación al proceso de diseño textil que llevará a cabo sobre la misma.

Para ejemplificar el concepto anterior se puede establecer la idea de materializar un vestido de gran amplitud a partir de una fibra textil natural de origen animal, específicamente el cuero. A su vez si esta misma situación se trasladara utilizando como materia prima a una fibra sintética, como ser una microfibras elastizada, se reflexionaría rápidamente que tanto la textura, peso y superficie de ambas materialidades incidirían de modos radicalmente distintos en el producto final.

Como último aspecto a tratar en lo que respecta a los principios del Diseño Textil se puede mencionar a la manufactura de la materialidad. Esta última instancia es la más

importante de los cinco anteriores principios ya que en ésta existe una línea delgada entre la experimentación y la manufactura del diseñador. Hencken Elsasser (2010).

El aspecto de la superficie es muy importante en el diseño textil, sobre todo si se trata de punto, bordados o aplicación de adornos. Tanto en el diseño para punto como para tela, el peso del hilo y el tamaño y el tipo de punto o la técnica de tejido afectarán a la textura... Los procesos de acabo tanto mecánicos como químicos, pueden cambiar la textura de una tela ya fabricada. Es posible obtener piezas textiles interesantes mediante la experimentación con varios procesos a la vez, por ejemplo, haciendo pliegues en la tela antes de estamparla, o tricotando un tejido y después hirviéndolo para darle una textura apelmazada. (Udale, 2008, p. 30).

Este concepto planteado hace referencia a que un creativo puede realizar a modo de desarrollo de colección o línea una exhaustiva experimentación de materialidades a fin de obtener un producto genuino de ofrecer al mercado.

La cuestión crítica se halla cuando éste decide fabricar sus propios tejidos. Si esto sucede, Udale (2008) señala que se deberá tener en cuenta el mejor método para reproducir exitosamente tales experimentaciones, evaluando si cuenta con las maquinarias necesarias para hacerlo y si su forma de llevarlo a cabo resulta ética. Desde luego que deberá estudiar si todos estos tejidos funcionan cohesivamente en su conjunto siendo aptos o no para una colección y por ende, para su posterior comercialización y asignación de una ocasión de uso.

4.3 Procesos de acabados textiles

En esta instancia se tratarán aquellos procesos, técnicas y acabados que resultan indispensables para llevar a cabo el diseño y desarrollo de la materialidad textil. Estos mismos resultan una de las principales herramientas para el diseñador de indumentaria al momento de trasladar sus concepciones a la realidad del mercado de la moda. Se presentarán una serie de procesos con los cuales se pretende que el creativo logre entenderlos por separado y a su vez en conjunto, a fin de combinar técnicas de manipulación textil para lograr un producto genuino en la industria.

San Martín (2009) sostiene que el ennoblecimiento textil, se encuentra desde el inicio de la cadena textil-confección, reuniendo todos los procesos que se llevan a cabo sobre la materia prima en las diversas etapas de su proceso productivo hasta conseguir el resultado final. Dentro de estos acabados que menciona la autora se encuentran los básicos procesos de tintura, estampado, blanqueado, bordados, lavados de envejecidos, entre otros.

Carlos Romano, Director y responsable de la marca de indumentaria *Stone Jeans* Argentina afirma en el marco de charlas con Emprendedores de Buenos Aires Ciudad llevado a cabo en el mes de septiembre de 2014 que estos procesos son cada vez más importantes en el mercado ya que aportan la diferenciación en los tejidos y, además, aumentan el valor de las prendas diseñadas, siendo de fácil adaptación a las tendencias de un momento sociohistórico dado. (Comunicación personal, 23 de septiembre de 2014).

Un claro ejemplo de la apreciación anterior hace referencia a la tipología del jean. Esta prenda en cuanto a morfología se trata ha mantenido a lo largo de la historia las mismas líneas, con ciertas variaciones en la moltería dependiendo de un momento histórico, país, tendencia y cultura determinada. Pero lo que se ha ido cambiando a lo largo de cada temporada son los procesos de lavados que se van renovando teniendo en cuenta las tendencias actuales.

Se puede explicar entonces cómo los procesos resultan de una herramienta práctica y versátil de readaptar, proporcionando excelentes resultados, cambiando el aspecto parcial y/o total de una prenda, dándole el valor agregado que el diseñador desee.

De este modo, se percibe que los acabados se ubican en la instancia media de dos variables. Un aspecto se refiere a la producción automatizada como es el caso de los textiles y/o la confección de las prendas; mientras que el otro ámbito no menor consiste en que tales procesos responden al trabajo artesanal en donde se requiere la supervisión e intervención del diseñador para lograr el grado de sensibilidad del acabado que requiere.

Este último aspecto, se continuará abordando con el fin de concluir el presente proyecto con una práctica de diseño que refleje dichas temáticas de manipulación textil.

4.3.1 Tintura

La tintura según Bowles e Isaac (2009) es el proceso mediante el cual un textil cambia su tono original al sumergirse en un baño de una solución colorante mezclada con fijadores y mordientes. La pregnancia del color es el grado con el que la fibra logra absorber el tinte, con el objetivo de que todo el textil cambie su tonalidad inicial.

Se puede mencionar que otra de las formas de llevar a cabo el proceso tradicional de la tintura consiste en el teñido de reserva, uno de los cuales se utilizará para concluir con el presente Trabajo de Grado. Bowles e Isaac (2009) describen que el mismo consiste en una forma de teñir en la que una parte de la tela se priva de la tintura y queda con su color original.

Se puede observar que esta técnica contribuye en gran medida a la libertad que posee el diseñador de crear imagen o textura sobre la materialidad ya que mediante esta reserva se logra la formulación de figuras, degradados y efectos en la tela.

4.3.2 Teñido por reserva: Batik y Shibori

El dibujo en los estampados o teñidos por reserva se define cuando se tiñe una tela previamente tratada para que el color no penetre en zonas específicas.

Siguiendo con la explicación del punto anterior, se agrega la descripción de Briggs Goode (2013) la cual menciona a dos técnicas comúnmente usadas debido a su practicidad y bajo costo en lo que respecta a estampación y teñido por reserva. Estas dos hacen referencia por un lado al teñido *batik*, en el cual se utiliza cera como agente de reserva, y por otro lado el teñido *shibori* realizado por amarras en el que se hace uso de cuerdas, correas o elementos similares que logran cubrir en una longitud determinada una porción de la superficie textil.

La técnica de batik es la más conocida y sencilla. En este caso, la tela se dibuja con cera caliente que, cuando se solidifica, funciona como una capa aislante. De esta manera, cuando se aplica el tinte en el tejido, quedan reservadas las zonas cubiertas.

Los colores se colocan de más claro a más oscuro, cubriendo partes nuevas con cera y volviendo a teñir hasta que se complete el diseño. Al final del proceso, la cera se elimina con un disolvente o con calor.

La otra técnica frecuente tal como se mencionó anteriormente es el Shibori. Ellis (2005) describe que la misma es un término japonés que posee como adaptación occidental el término *tye and dye*. Este método se lleva a cabo tiñendo una tela que previamente debe ser anudada o atada con hilos, que en este caso son los agentes de reserva. A diferencia del batik, estas zonas no son enmascaradas con ceras, sino mediante procedimientos de atado, cosido, doblado, enrollado, fruncido, etc.

Una de las particularidades más atractivas de este recurso es que implica cierto grado de imprevisibilidad, logrando dentro de la línea de determinados efectos buscados, resultados siempre diferentes.

4.3.3 Estampado

Según Jenny Udale (2008) cualquier tipo de estampado se define como el proceso de transferir una imagen a un textil y en el caso que dicho estampado sea realizado en toda la superficie de la tela se lo denomina *fullprint*.

Existe una variable esencial para efectuar cualquier tipo de proceso de estampado y esta hace referencia al rapport que posee un textil. Renfrew y Renfrew (2010) sostienen que el rapport es el módulo básico de repetición de un motivo o diseño para la creación del estampado. Es la unidad básica que se extiende en todas las direcciones del tejido. Esta composición se realiza a partir de un diseño concreto que se reformula para obtener una óptima repetición.

Teniendo en cuenta esta definición, se puede desarrollar a modo de ejemplo ilustrativo, el método para crear un diseño continuo mediante la utilización de un ordenador. Para ello, primero se coloca el motivo en el centro del documento del trabajo. El siguiente paso consiste en colocar una copia a la derecha y otra a la izquierda del motivo central, formando una línea en diagonal. Luego se debe copiar dicha diagonal arriba y debajo de la línea central. Es así que se genera un módulo gráfico con el motivo copiado nueve veces, el cual sentará las bases para la repetición en todas las direcciones.

Cabe señalar que a partir de la formulación de un solo motivo siguiendo el método expuesto, se pueden generar la cantidad de metros de tela estampada que se desee.

Existen diferentes modos de transferir una imagen a un textil. Uno de los tipos de estampados se da con la utilización de rodillos. Ginsburg (1992) menciona que dicho sistema se desarrolló a partir del año 1785, es decir en la época en que se mecanizaron todas las operaciones textiles. La técnica consiste en un cilindro o rodillo de hierro fundido y otro de cobre grabado con el diseño, bajo los que se desliza un tejido que queda estampado por el roce con dichos cilindros, simulando el mecanismo de un sello. Estos cilindros giran a su vez sobre un recipiente del que toman el color. Es una técnica costosa debido al valor que poseen los cilindros, elemento indispensable para llevarla a cabo, además que se requiere uno de estos por cada color que se utilice, tal como sucede en la estampación por bastidores. Este último método señalado se denomina estampación por Shablón, en el cual se utilizan cuadros de madera o metal, que se llevan fuertemente tensadas telas delgadas que poseen grabado el diseño por vía fotoquímica (Braddock Clarke, 2007).

Sissons (2011) afirma que la apariencia en los estampados es diferente dependiendo de la fibra, la trama y el acabado del tejido.

Para explicar esta afirmación se plantea el ejemplo de un proceso sublimado, utilizando una tela de base color blanco. La calidad de nitidez con la que la imagen se trasladará a la superficie sería la óptima, no así en el caso que el color del textil sea gris, beige o

cualquier otro color claro pero distinto al blanco. Aquí, el tinte se mezclará con el color de base de la tela lo cual generará otras tonalidades en la imagen final y, en el caso de que el color base de la materialidad sea oscuro, el resultado sería el menos indicado ya que se perdería gran porcentaje del color original de la imagen.

También es factible que el resultado final del estampado cambie, si se utilizan textiles opacos o brillantes, translucidos o con texturas, entre otros.

Es justamente por eso que el diseñador debe poseer un importante conocimiento de las fibras textiles, sus aspectos de estructura interna pero también externa a fin de entender la reacción de tales materialidades si se las somete a un determinado proceso y a saber seleccionarlas para que su aspecto estético contribuya al resultado final del proceso y no suceda lo contrario.

4.3.3.1 Termotransferencia: sublimación textil

A continuación se desarrollará uno de los métodos más usados actualmente por el diseñador, debido al costo razonable que posee, la rapidez con la que se ejecuta y los resultados positivos que genera, logrando aumentar significativamente el valor de la prenda.

Esta afirmación se puede argumentar mediante la postura de Briggs Goode (2013), la cual explica que el estampado por termotransferencia es una de las técnicas más usadas por la industria de la moda y se lleva a cabo de manera tal que los diseños se traspasan a la tela por medio de presión constante aproximadamente de 45 segundos, mediante una elevada temperatura de 200 grados centígrados como mínimo y 250 como máximo, utilizando un papel especial impreso mediante plotters de sistema continuo aptos para imprimir tintas sublimadoras.

Se puede decir que para realizar este proceso solo se necesita la utilización del papel especial de impresión, el textil y una plancha sublimadora, la cual proporciona calor y presión. Para llevar a cabo este método se debe colocar un papel sobre la base de la

máquina, luego el papel impreso con la imagen deseada a estampar, por encima de este último la tela o prenda y finalmente otro papel. Vale aclarar que la colocación de dos papeles aparte del que contiene la imagen se realiza ya que funcionan como medios de protección. Por un lado, resguarda la base de la máquina, la cual puede mancharse si parte de la imagen sobresale de la tela. Por otro lado, funciona como protección del tejido para que este no sufra daños con el calor y la presión de la máquina.

Retomando el concepto de fibras expuestas en el capítulo tres, aquí es fundamental reconocer la composición del textil a emplear para saber si el mismo posee al menos 75% de poliéster para lograr la transferencia de la imagen al textil o bien, si dicho material posee una escasa o alta resistencia al calor, aspecto que determinará sus probabilidades de dañarse o resistir a la presión de la plancha sublimadora.

San Martín (2009) sostiene que este método de impresión digital es la técnica en auge para el rubro de Indumentaria y Textil. Es el avance tecnológico más usado en los últimos años en cuanto a reproducción de imágenes.

Lo interesante de este proceso señala Colchester (2008) es que mediante esta técnica, desaparecen los moldes, pantallas y demás elementos accesorios necesarios para la creación del color. Además la autora agrega que el tiempo de impresión es corto y los sobrantes de tinta son nulos ya que la totalidad de estas quedan insertas en la superficie del textil.

A partir de esta exposición, se logra determinar que este método ofrece la posibilidad de producir muestras con gran rapidez, facilitando el control del proceso a través de correcciones inmediatas, reduciendo los costos en tiempo y dinero.

4.3.3.2 Estampado por bloques

La estampación con bloques es una de las técnicas más antiguas. Ginsburg (1992) señala que este proceso consiste en realizar un dibujo sobre un material duro, como madera, linóleo o caucho, tallando la superficie para obtener una imagen en negativo. El

tampón obtenido se entinta y se aplica mediante presión sobre el tejido para dejar una huella con el dibujo. Los moldes para la estampación se realizan en madera y metal, resultando este último material más propicio para la producción masiva. Debido al nivel artesanal de la construcción de los moldes esta técnica se sigue realizando pero de modo más reducido.

Se puede reflexionar que si bien este proceso es de carácter artesanal, también ofrece resultados únicos a nivel visual y garantiza al diseñador un factor de diferenciación si se lo compara con el anterior método de sublimación textil, masivo y estandarizado.

4.3.4 Devoré

También llamado efecto relieve por Udale (2008), este recurso se obtiene mediante un proceso serigráfico que se genera al estampar productos químicos conocidos como pasta devoré, sobre una tela con fibras de diferentes composiciones. La autora señala que dicha sustancia es una tinta que, por su composición, destruye el algodón. Teniendo en cuenta este concepto se puede reflexionar que, en el caso de que una prenda esté confeccionada por un textil con mezcla de algodón y poliéster, el resultado que se generaría al aplicar dicho químico sería el de un desprendimiento del algodón en la zona que previamente se había estampado.

Como resultado solo quedaría en la superficie las fibras de poliéster, generando así ciertas protuberancias y volúmenes de relieve en el aspecto general del textil.

A partir de esta teoría se puede concluir que, si el diseñador desea lograr un efecto más notorio ya que su impronta o estética lo requiere, es aconsejable que el material a utilizar esté compuesto por un mayor porcentaje de algodón para que la diferencia entre el desprendimiento de esta composición y la fijación del poliéster se de en mayor magnitud.

4.3.5 Bordado

Esta técnica menciona Clark (2011) consiste en el traspaso de un diseño a la materialidad por medio de hebras textiles utilizando diversos materiales. Los recursos

más usados consisten en hilos de algodón, seda, poliéster, lana, lino, hilos de plata y oro, cordoncillo, perlas, cristales como el swarovski, lentejuelas, gemas, tejidos, cintas, hilos y lazos. El objetivo principal de este recurso recae en la ornamentación de la tela por medio de la reproducción de una imagen literal o abstracta.

Partiendo de la descripción realizada, se puede decir que estos elementos sirven para enriquecer el aspecto visual táctil de las materialidades, y logra ser un excelente recurso a utilizar por el diseñador para exaltar el valor agregado de sus prendas así también como usar a esta técnica como principal ícono de identidad dentro de su estilo y proceso creativo.

También se puede reflexionar que este recurso posee un gran carácter artesanal ya que requiere de una mano de obra especializada en el caso de que el mismo se efectúe de modo manual.

Existen diferentes formas de bordar; una de ellas la describe Udale (2008) mencionando el bordado *vainica*, haciendo referencia a un sistema de pasamanería tradicional en el cual se extraen hilos y luego se finalizan formando precitados calados. También se halla el *punto cruz*, que tal como lo indica el nombre consiste en la formación de cruces mediante los hilos contados de una tela.

El punto de *palestrina* es una variante del punto nudo de fácil construcción, el punto de *parma* es aquel en el que a partir de varias cadenetas, se rellenan mediante el festón o puntadas realizadas unas pegadas a las otras con el fin de generar volumen y acumulamiento del hilo o material con el que se efectúe el bordado.

Además se encuentra el bordado de *lagartera*, el mismo es de origen español y su elaboración es más compleja que la clasificación anteriormente mencionada. Mientras más abierto sea el punto será correcto denominarla *lagartera abierta*, el caso contrario corresponderá a una *lagartera cerrada*. El *Hardanger* es un bordado noruego de alta complejidad pero de aspecto único, se basa en el deshilado de la tela mediante calados.

El realce es un tipo de bordado versátil de aplicarlo en las variantes mencionadas y tiene como fin el de aumentar la proporción de bordado en un sector determinado, tal como indica su denominación.

Por otro lado la técnica de bordado *richielé* consiste en recortar la tela y luego festonearla. Seguido de estos recursos, se encuentra presente el bordado sobre tul de tipo mecánico, al cual se aplica elementos decorativos de un diámetro no muy grande y por sobre de todo de peso liviano.

Es válido aclarar que la materialidad puede variar, lo recomendable siempre radica en realizar pruebas para estudiar la convivencia o no de los materiales a utilizar. El frunce o *smok* es el bordado característico en las tipologías de niños, su estructura morfológica hace alusión a un nido de abejas implementándolo por lo general en las pecheras de la zona top en los vestidos de niñas.

El último recurso o tipo de bordado que Udale (2008) hace referencia es al *manila*. El origen del mismo radica en China, posee una frecuente aplicación en los mantones típicos españoles de manila bordados a mano, pero también es aplicable a prendas de la misma procedencia que su origen como ser quimonos, cojines o cuadros.

Teniendo en cuenta la amplia variedad de tipologías en bordados que existe, se desea continuar desarrollando en el presente proyecto el bordado artesanal realizado mediante pedrería, con el fin de fusionarlo con otras técnicas y a su vez experimentado sobre superficies alternativas.

4.4 Concientización creativa

Se puede decir que un diseñador nunca posee una única técnica de trabajo, sí puede ser una sola, la que marque su identidad como creativo, pero lo cierto es que mientras más herramientas conozcan y sepa cómo implementarlas, más posibilidades tendrá de ejecutar diferentes procesos para lograr variados resultados.

En un pasado se creía que absolutamente todos los recursos y materialidades eran fácilmente renovables. Lo cierto es que, en el ámbito industrial, los sistemas de abastecimiento de textiles y prendas creadas mediante los acuerdos globales son cada vez más restringidos. (Fletcher 2012)

Partiendo de esta base y teniendo en cuenta la situación actual, se puede reflexionar que, tanto la sociedad como el creativo mismo comienzan a plantearse de modo más consciente el manejo de los recursos con los que cuentan, a tener una mirada proactiva en lo que respecta a la administración de los mismos y a la investigación de nuevas posibilidades para reformular los ya existentes. La creatividad y el ingenio son factores que actualmente se requieren en su máximo nivel para poder cumplir con el propósito de revalorizar y crear nuevos productos a partir de las herramientas y medios con los que se cuenta.

En la presente instancia final, se pretende apelar a la búsqueda de la identidad del diseñador a partir de la revalorización de los recursos disponibles teniendo en cuenta la situación coyuntural en donde este mismo se desenvuelve, logrando la materialización de su impronta como creativo mediante la práctica artesanal en el diseño, ofreciendo replanteos de conceptos, nuevos enfoques y productos diferenciales en el Universo de la Indumentaria y el Textil. Esta postura será desarrollada y argumentada en el siguiente capítulo, concluyendo los conceptos desarrollados en una propuesta práctica de diseño.

Capítulo 5. Propuesta personal

El estadio final del presente Proyecto de Graduación consiste en la presentación de una propuesta personal capaz de incluir los contenidos abordados a lo largo del trabajo, con el objetivo de articular los conceptos desarrollados en cada capítulo y lograr materializarlos de forma práctica en esta última instancia.

El planteo inicial del actual trabajo hizo referencia a cómo poder desde el Diseño Textil e Indumentaria revalorizar los recursos textiles simples y económicos disponibles de modo masivo en la Argentina, sin perder una identidad coherente como diseñador.

Como respuesta a este planteo, se pretende desarrollar una línea de indumentaria femenina compuesta por seis conjuntos del rubro *Prêt-à-porter*. La particularidad de dicha línea consiste en que será materializada a partir de textiles poco complejos y de escaso valor disponibles en el mercado argentino. A su vez, estas materialidades serán sometidas a una metodología de revalorización artesanal compuesta por una serie de procesos capaces de resignificar tales textiles con el fin de convertirlos en materias primas distintivas, modificando su carácter visual-táctil, volviéndolas más poderosas y competitivas con otros géneros de la industria textil y la moda.

Por un lado, la elección del rubro *Prêt-à-porter* para la presente línea de indumentaria femenina se llevó a cabo con el fin de comprobar que tales textiles de carácter simple y módico pueden ser utilizados para la fabricación de indumentaria con diferentes rubros y ocasiones de uso superiores para las cuales fueron producidas.

Por otro lado, la elección de estos materiales considerados limitantes en cuanto a posibilidades de aplicación se trata, se da como respuesta a la situación coyuntural a nivel socioeconómico que el país argentino ha transitado y lo hace actualmente, mencionado en el capítulo tres del Proyecto de Graduación; donde se evidencia que a partir de la crisis económica en Argentina, el diseñador - productor tiene la experiencia de pasar por un período restrictivo con respecto a mano de obra y por sobre todo a la carencia en materialidades para desarrollar sus colecciones.

También se pretende retomar lo expuesto en el primer capítulo del proyecto refiriéndose a la etapa economicista del diseño, que tal como menciona el nombre, apunta a la relación del producto y su costo por realizarlo, haciendo hincapié en tratar de hallar el coste mínimo del mismo.

Mediante esta práctica creativa artesanal, se busca fomentar la innovación consciente a partir de recursos ya existentes, proponiendo nuevas formas de aprovecharlos y brindando productos genuinos en el mercado nacional e internacional de la moda. El concepto que aquí se trata resume las primeras instancias del Proyecto de Graduación, específicamente en el capítulo uno y dos donde se desarrolló la temática de fenomenología de la identidad, su relación con el diseño y por ende con la búsqueda incesante de la identidad creativa. Tanto el diseñador como el diseño en sí, son un factor emergente de la mencionada sociedad posmoderna y es por ello que desean renovarse constantemente, proponiendo conceptos de creación innovadores en respuesta a dicha sociedad que demanda continuamente nuevas ideas.

Aquí se pone énfasis en el desarrollo reflexivo de la identidad del diseñador y en cómo el mismo puede formular productos distintos a partir de las herramientas que dispone en su país. De este modo, se desea validar lo expuesto en el capítulo dos acerca de la importancia de la identidad creativa, origen movilizador para sostener la creación coherente e innovación a lo largo del tiempo. Por lo tanto se reafirma que, la identidad es la fuente que direcciona al diseñador y lo diferencia dentro del universo del diseño.

Una vez que el creativo sabe quién es como tal, debe materializarlo a la realidad y logra hacerlo mediante los recursos del diseño. En el presente proyecto, se tomó al recurso textil como principal herramienta para llevar a la práctica la identidad del diseñador.

Tal como se expuso en el tercer y cuarto capítulo del actual Trabajo de Graduación, se sostiene que el material no solo es uno de los elementos más importantes en el diseño sino que además, determina el valor de la prenda. Al establecer dicho valor a la tipología, se concibe un rubro con una ocasión de uso particular y por ende, se valida la impronta

del creativo. Como se observa, las temáticas planteadas dan cuenta de un círculo virtuoso que contribuye a la práctica y desarrollo de la identidad.

Trasladando tal afirmación a la presente propuesta personal, se dará cuenta del estilo del alumno diseñador y cómo éste se diferencia a partir de la revalorización ingeniosa de textiles básicos para potenciarlos y elevar su aspecto para la posterior aplicación en rubros y ocasiones de uso superiores para lo que dichos textiles fueron pensados.

5.1 Concepto de línea

El diseñador de Indumentaria y Textil es el encargado de concebir en su imaginario un concepto particular, el cual será su inspiración para posteriormente materializarla en sus diseños, ya sea en forma de pieza única, prototipo, colección o línea de indumentaria, tal como lo llevó a cabo Charles Frederick Worth cuando plasmó su imaginario y el de la sociedad de 1858 en una colección de alta costura mencionado en el capítulo 1.4.

Una colección de moda es un conjunto de tipologías creadas por un diseñador, la cual debe responder a una temporada particular del año y a su vez poseer una coherencia interna en términos de estilo e identidad del mismo. Cada colección debe estar destinada a un público, temática, rubro y ocasión de uso específico. Una línea o también llamada mini colección, reúne los mismos requisitos que una colección con la diferencia que la cantidad de prendas a realizar es más acotada, específicamente se considera línea a las colecciones comprendidas entre seis y diez modelos.

Como se mencionó brevemente en el punto anterior del capítulo 5, el caso del presente Proyecto de Graduación se trata de una línea compuesta por seis conjuntos o también llamados sets, dirigida a un público femenino adulto específicamente de 28 a 35 años. La decisión del rango de edad se debe por un lado al rubro *Prêt-à-porter* elegido, el cual se caracteriza por ser de mayor categoría al *casual wear*, tipologías sastreriles, presencia de la misma materialidad en zona *top* y *bottom*, una sensibilidad más minuciosa en la moldería, acabado y terminaciones. La sumatoria de estos aspectos más la propuesta

específica en cuanto al concepto, morfología, silueta, selección tipológica, largos modulares, filosofía textil y paleta de color optadas en el presente proyecto son coherentes con dicho público y rango de edad.

La mencionada línea consiste en un rubro *Prêt-à-porter* inspirado en la revalorización de materiales no convencionales en lo que respecta a la clasificación de este rubro, por ser telas de un alto grado de rusticidad y aplicación restrictiva. La utilización de tales materialidades cuasi rudimentarios en un rubro de mayor categoría como lo es el *Prêt-à-porter* se justifica a partir de un conjunto de procesos y acabados textiles capaces de modificar parcial y/o totalmente el aspecto visual-táctil del textil. La explicación de la metodología de revalorización se detallará a continuación y antes de la presentación de los conjuntos con el objetivo de entender, aprehender y aplicar tales procesos a la línea femenina de Revalorización Textil de rubro *Prêt-à-porter*.

5.2 Definición de la propuesta

La propuesta planteada en este término del Proyecto de Graduación consta como se nombró anteriormente de una línea de seis conjuntos de indumentaria femenina del rubro *Prêt-à-porter* teniendo como particularidad diferencial el empleo de materialidades revalorizadas.

El concepto de revalorar consiste en el aumento del valor de algo y consecuentemente, la revalorización es la acción de aumentar dicha cosa.

Por lo tanto, la concepción de Revalorización Textil hace referencia justamente al proceso o acción de aumentar el valor en textiles seleccionados estratégicamente por su preconcepto limitante, ya sea en cuanto a variedad o a calidad de aplicaciones.

El punto final que se desea alcanzar en el proceso de revalorización consiste en lograr textiles alternativos de texturas visuales y táctiles parcial y/o totalmente modificadas, con un alto grado de impronta personal del alumno responsable del proyecto, capaces de alinearse a la misma categoría de otros textiles catalogados como aptos para rubros y

ocasiones de uso superiores a las frecuentadas cotidianamente en las que se encuentran el *casual wear*, *sport wear*, *jeanswear*, entre otros.

La metodología a enseñar se dividió en seis alternativas distintas, cada uno de los resultados logrados, se aplicará a un conjunto o set de la línea de Revalorización Textil *Prêt-à-porter*. Se puede decir que las seis materialidades logradas responden a pasos planteados de modo general, es decir, procesos empleados en todas las revalorizaciones realizadas con el fin de cohesionar los resultados a nivel visual y estético, respondiendo a la identidad del alumno diseñador. Además de los acabados aplicados de modo general, se logran establecer diferentes pasos para cada materialidad revalorizada, estableciendo así particularidades en cada una de estas.

El proceso de dicha práctica estuvo ligado a la experimentación y prueba de diferentes combinaciones de procesos y acabados en textiles básicos teniendo como propósito no solo el de aumentar el valor de dichas materialidades, sino además ofrecer diferentes propuestas y comprobar la versatilidad de tales textiles connotados como escuetos y restrictivos.

5.3 Revalorización Textil: Identidad del diseñador

Como se explicó en el ítem anterior, si bien la práctica creativa finaliza en la producción de una línea de indumentaria femenina rubro *Prêt-à-porter*, el proceso por el cual se llega a dicha instancia hace referencia a la metodología de revalorización o aumento de valor en los textiles seleccionados.

Las materialidades que fueron empleadas en estos seis procesos de resignificación consisten primeramente en el textil rústico con mezcla de algodón y poliéster, el cual se lo utilizó con y sin frisa, acabado de carácter afelpado que lleva tal material en el lado del revés. Se optó por utilizar ambas alternativas con el fin de observar los distintos resultados a nivel estético y funcional que se generaba por un lado en el textil frisado y por el otro lado en la materia carente de dicha felpa, alineándose al objetivo mencionado

anteriormente de no solo revalorar al textil sino además proponer diferentes alternativas para demostrar la versatilidad del mismo y romper con los preconceptos limitantes que posee.

Por otro lado se utilizó a la friselina, material compuesto de Polipropileno que se encuentra en la categoría de textiles no tejidos, clasificación que se hizo referencia al inicio del capítulo tres, donde se expuso los tres tipos de variables en tejidos fabricados, es decir textiles tejidos, de punto y no tejidos.

La friselina es un tipo de textil que se forma a partir de procesos térmicos, mecánicos y químicos sin la necesidad de ser tejido y tampoco de partir de fibras para lograrlo. Los aspectos positivos que se detectaron en dicha materialidad al momento de llevar a cabo el proceso de revalorización textil consistió en que por un lado el material al no estar compuesto por fibras tejidas, no logró producir deshilachados por lo que el acabado final del material revalorizado tuvo un alto grado de prolijidad y homogeneidad.

También se puede mencionar a la textura que presenta, la misma se caracteriza por una superficie rugosa similar a una rejilla de puntos equidistantes entre sí, lo que proporciona visualmente y al tacto una sutil textura, la cual contribuyó significativamente al resultado final. Por último cabe señalar que la falta de rigidez y grosor del textil mencionado favoreció al proceso de acabado concluyente, ya que el mismo implicaba generar capas impermeables de resina por lo que se puede reflexionar que, si se hubiese partido de un textil de mayor grosor, probablemente el resultado final de revalorización hubiese sido de un espesor no deseado.

Aquí, se comienza a percibir la idea de conocer y estudiar aún más las fibras disponibles en el mercado, yendo más allá del objetivo del capítulo tres y cuatro del presente proyecto en el que se pretendió conocer las características de las fibras disponibles y entender que el textil es la razón de ser del diseño. En este estadio el alumno responsable ya teniendo conocimiento de tales temáticas abordadas, se detiene a evaluar aspectos alternativos desde diferentes perspectivas a los textiles simples y

económicos con el fin de tomar sus falencias o ámbitos considerados negativos y usarlos a su favor.

El último material utilizado señala al modal, tejido de punto compuesto por 80% de algodón, 16% de viscosa y 4 % de elastano. Las propiedades referidas a la capacidad expansiva de este textil posibilitaron experimentar de modo profundo el moldeado, extensión y contracción del material, generando nuevas dinámicas en la propuesta de superficie textil.

5.3.1 Revalorización Textil nº1

El primer proceso de Revalorización textil se efectuó a partir del material rústico frisado. Ver cuerpo C, figura 1: Método de Revalorización textil nº1.

Dicho textil posee como composición 68% de algodón y 32% de poliéster. Cabe señalar dichos porcentajes ya que como se estudió anteriormente en el capítulo 3, es necesario tener conocimiento del material con el cual se trabaja para saber los alcances y posibles aplicaciones del mismo.

Por otro lado se tuvo en cuenta tal porcentaje para evaluar la posibilidad de realizar un proceso de estampación al textil. Según la teoría explicada en el sub capítulo 4.3.3.1 Termotransferencia: sublimación textil se puede decir que, en el caso particular del presente material no es aconsejable realizar una estampación por termotransferencia ya que para obtener óptimos resultados la composición del textil debe tener al menos 75% de poliéster. Por este motivo, se optó por aplicar otras técnicas de sublimación alternativas en los procesos sucesivos que implicaron utilizar la mencionada Frisa. Cabe señalar que se utilizó al tejido del lado del revés, haciendo uso y experimentación con el lado frisado del mismo.

Dentro de los primeros cuatro pasos del método número uno, se pueden detectar dos aspectos esenciales que se tuvieron en cuenta para iniciar el proceso de revalorización. Por un lado se puede detectar que las dos primeras instancias señalan la necesidad de

desgastar el tejido empleado, con la intención de generar un aprovechamiento de la frisa, provocando mediante el cepillado y procesos de frote, desgarrado y cortado una alteración en dicho lado afelpado. Mediante estas acciones se comienza a generar un volumen heterogéneo en la superficie.

A partir de allí surge la necesidad de modificar la textura táctil y visual de la frisa, logrando tal objetivo a partir del cambio de opacidad de la tela mediante una resina generadora de capas impermeabilizantes.

La particularidad de esta instancia se basó en dos factores claves; por un lado la aplicación de dos a tres capas de la mencionada resina líquida, la cual posee una alta transparencia y se encuentra elaborada con solventes de evaporación que cumplen la función de otorgar un brillo sutil al textil y por sobre todo proteger a la superficie. La sustancia es incolora, posee resistencia al amarilleo y al rayado posibilitando una aplicación posterior del color deseado o bien conservando su carácter transparente. Es válido mencionar que se puede acceder a tales productos en comercios técnicos - artísticos especializados en textiles.

Por otro lado se halla la utilización constante del calor con una temperatura superior a los 40 grados ya sea natural o artificial. Se aconseja la utilización de insumos de secado artificial para el aceleramiento del secado y por ende, la reducción de tiempo en cuanto a rangos de productividad en la materialización del proceso, más aún si el mismo se pretende desarrollar a escalas superiores a la instancia artesanal.

Continuando con el proceso de revalorización y a partir del colchón de capas impermeabilizantes generadas a causa de la resina aplicada alternamente con la utilización del calor, se hace presente la inquietud de provocar ciertas protuberancias irregulares en la superficie del textil como respuesta alineada al desgaste de la frisa y generación de volumen heterogéneo dada en los primeros pasos.

Tales anomalías se traducirán en forma de aberturas estrechas, largas e irregulares similares a las grietas originadas en la corteza terrestre. Este proceso de agrietado se

hará visible a partir de la utilización constante del calor alternado con la aplicación última de un producto craquelador transparente. Este líquido debe ser apto para colocarlo en superficies rígidas y la condición de su hendidura estará determinada por la calidad en la aplicación de la resina impermeabilizante explicada anteriormente, la cual se encarga de regular la profundidad y el ancho del cuarteado.

Para finalizar el proceso es aconsejable que se lleve a cabo el realce de las grietas generadas y a su vez una segunda protección de la superficie con el objetivo de prolongar la durabilidad del proceso de revalorización teniendo en cuenta su futura aplicación a la línea de indumentaria propuesta. Para ello, se recomienda la utilización de un material envejecedor el cual debe ser de origen natural y no un producto disolvente al agua con el fin de evitar que se produzca el desgaste del proceso, garantizando la estabilidad del textil revalorizado en la prenda.

5.3.2 Revalorización Textil nº2

El siguiente proceso de revalorización textil se llevó a cabo partiendo del modal como materialidad original a ser transformada.

Ver cuerpo C, figura 2: Método de Revalorización Textil nº2.

En este caso en particular, es fundamental mencionar que la principal virtud que se tomó para establecer los diferentes acabados y transformaciones al presente textil se basó en su capacidad de elasticidad, proporcionando al alumno otras posibilidades de tratamiento textil. Dentro de los diez pasos que se efectuaron para concluir con la segunda revalorización textil se destacan principalmente a tres instancias que engloban al proceso de resignificación total: el teñido, moldeado y acabado final.

El primer aspecto consiste en la etapa del teñido del material. Como se mencionó en el sub capítulo 4.3.1 Tintura, existen dos auxiliares necesarios al momento de fijar el tinte en una fibra textil: la sal ya sea cloruro sódico o sal de Glauber, ambos actúan como un electrólito que reduce la solubilidad del tinte y un álcali o carbonato sódico, que permite

que el pH del tinte reaccione con las moléculas de la fibra y se fije en el tejido. Esta información es útil para explicar que el porcentaje de tales auxiliares al momento de la tintura dependerá del nivel de color que se esté buscando conseguir. En este caso en particular, se optó por la utilización de un porcentaje mínimo de auxiliares ya que el valor tonal que se pretendía lograr hacía referencia a la obtención de una paleta desaturada en la gama de los colores grises y beige.

Es válido indicar que el modal gracias a su composición de un 80% de algodón, logró retener exitosamente la tintura con pigmentos de *enilamina* o *aminobenceno* aptos para teñir fibras textiles de algodón.

Se llevaron a cabo dos etapas de teñido en el presente método. En una primer instancia se empleó la técnica Shiborí, mencionada en el sub capítulo 4.3.2 Estampado por reserva: Batik y Shiborí. Este tipo de teñido se realizó a partir de la torsión irregular del modal, reteniéndolo mediante hilos de poliéster que lograron cubrir en una longitud determinada una porción de la superficie textil. La segunda etapa del teñido se efectuó posteriormente al moldeado del material, este último se llevó a cabo luego del teñido Shiborí.

El moldeado que se experimentó responde a la elasticidad del material. Este proceso tuvo éxito ya que se logró generar zonas de expansión y sectores de contracción haciendo uso de objetos con formas principalmente geométricas los cuales fueron retenidos mediante pequeñas puntadas en secciones del modal.

Es importante señalar que se obtuvo el moldeado de tales formas mediante la aplicación del calor, en donde se introdujo la pieza cosida con objetos en un recipiente de agua hirviendo a cien grados centígrados. Antes de generar el desatado y observación del resultado de dicha instancia de modelado, se debió realizar la segunda etapa de teñido mencionada anteriormente. El objetivo aquí es aprovechar al máximo las posibilidades de procesos en tejidos con la capacidad de expansión y contracción.

Como última instancia que resume los diez pasos del presente proceso de revalorización se menciona al acabado final estético del textil compuesto por dos fases. La primera consiste en la generación de sectores impermeables, que serán aplicados en las formas generadas por el termomodelado del textil. En estas secciones se efectuará el proceso de agrietado generado anteriormente en el método de Revalorización Textil nº1. Dicho proceso de acabado se implementó en los seis casos de revalorización, siendo el encargado de cohesionar dichas materialidades desarrolladas a fin de brindar una propuesta estética coherente.

Ver cuerpo C, figura 1: Método de Revalorización Textil nº1.

Una vez concluida esta etapa, se procedió a desatar las retenciones realizadas con puntadas en el tratado tejido de punto, logrando observar la notoria variación de relieve y forma que se produjo en el textil si se lo compara con su estado original.

La segunda fase de esta última instancia de acabados finales, consistió en el asentamiento parcial de las protuberancias formuladas en el paso anterior, con el objetivo de lograr un textil radicalmente distinto al modal original pero sin dejar de lado las posibilidades de aplicación a la indumentaria. Vale aclarar que, si no se hubiese realizado este último paso, la confección de tal material en una prenda sería casi imposible de llevarla a cabo por la variación de niveles generados en la superficie.

Sin perder el foco del presente proyecto, que es el de aplicar tales textiles revalorizados a una línea de indumentaria, se procedió a acentuar gradualmente tales desnivelaciones a fin de lograr una materialidad capaz de ser confeccionada y aplicada a una tipología, pero sin perder la impronta de revalorización alcanzada. Por lo tanto se aplicó mediante una plancha sin vapor, una lámina de poliéster con una cara metalizada.

Esto generó el asentamiento de las protuberancias obtenidas en una escala menor y a su vez se logró realizar un acabado superficial de gran impacto visual en el textil, contribuyendo a su resignificación total.

5.3.3 Revalorización Textil nº3

El tercer proceso de tratamiento textil señala a la utilización de la friselina, materia prima ubicada en la categoría de los materiales no tejidos, tal como se mencionó en el sub capítulo 5.3 Revalorización textil: identidad del diseñador.

Esta metodología consta de 4 pasos concretos que cambian radicalmente al textil, transformándolo significativamente tanto a nivel visual como táctil.

Ver cuerpo C, figura 3: Método de Revalorización Textil nº3.

En este estadio se empleó como recurso general al proceso de agrietado expuesto anteriormente, método por el cual se logra generar una unión coherente entre la carta de materialidades, filosofía textil e identidad del alumno creativo.

Antes de llevar a cabo el proceso de agrietado, se implementó un proceso de estampa artesanal, el cual consistió en la aplicación de tintes elaborados con resinas acrílicas puras y pigmentos luminosos de colores inalterables con el tiempo aptos para textiles, realizando una pintura con efecto visual similar a una textura marmolada. Como en los casos anteriores, los colores utilizados siguen una línea coherente, ligados a la desaturación, aspecto que se explicará en los puntos posteriores a la revalorización textil.

Una vez efectuado la pintura de carácter irregular y espontáneo, se procedió a la generación de dimensión a partir de la aplicación de la resina incolora de alta transparencia, elaborada con solventes de evaporación que otorgan brillo al textil y por sobre todo protegen a la superficie. Como se detalló, esta sustancia posee resistencia al amarilleo y al rayado posibilitando una mejor conservación del textil transformado.

A diferencia del proceso de craquelado generado en las metodologías anteriores, se duplicó la cantidad de capas de resina con el fin de preparar y proteger a la superficie para un acabado de grietas más profundo.

Por medio de la aplicación del calor, en este caso artificial se logró el hundimiento y cuarteado progresivo de la superficie. Por último el marcado de grietas más la protección a partir de un producto envejecedor natural proporcionó el acabado total del nuevo textil.

Cabe destacar que en el presente método, se pudo alcanzar resultados óptimos debido a la textura original de la friselina que contribuyó a aumentar el valor del acabado final. El grosor delgado de este material hizo que la rigidez posterior a la finalización del proceso sea la correcta y al ser un material no tejido, no se generó deshilachado alguno. En consecuencia, se consiguió aumentar radicalmente el valor del mencionado textil no tejido a partir de cuatro simples y económicos pasos de tratamiento textil.

5.3.4 Revalorización Textil nº4

El cuarto proceso de tratamiento textil consiste en retomar a la frisa como el material rector de las revalorizaciones textiles desarrolladas del presente proyecto debido a su característica felpa, elemento del textil que resulta beneficioso al momento de efectuar procesos de acabados para una gradual o total transformación.

Teniendo en cuenta los procesos efectuados anteriormente, se puede decir que el presente método de revalorización reúne varios aspectos de éstos pero que fueron llevados a cabo en un orden y modo distinto. A partir de retomar ciertos pasos de las instancias anteriores más la aplicación de nuevos procesos, se logró generar una segunda propuesta renovadora de la frisa, totalmente distinta a la expuesta metodología número uno. Ver cuerpo C, figura 4: Método de Revalorización textil nº4.

Una vez más se apela a comprobar el planteo reformulado al principio del presente capítulo, es decir no solo la intención de revalorar textiles simples y económicos para su aplicación a otros rubros y ocasiones de uso, sino también comprobar la versatilidad de éstos, generando distintas propuestas alineadas a la identidad del alumno responsable del proyecto.

Se puede detectar que entre los diez pasos existentes dentro del presente proceso de resignificación se establece a partir de los cuatro primeros una resignificación a lo que se desarrolló en el método dos haciendo referencia al teñido Shiborí y al moldeado de la materialidad. La diferencia radica en que se efectuó una combinación de ambas técnicas,

haciendo uso de ciertos aspectos y no realizando una copia exacta de lo que se desarrolló, a la luz de fomentar y continuar explorando las posibilidades de dicho material. Como primer instancia se produjo la torsión y amarre de la frisa mediante bandas elásticas pero no con el mismo fin de desarrollar la técnica del Shibori, más bien de someter tal pieza retenida parcialmente a un proceso de plisado irregular mediante la aplicación del calor, introduciéndola en agua a cien grados centígrados. En el transcurso del proceso de plisado, se optó por incorporar al agua a punto de ebullición 15 mililitros de Hipoclorito de sodio con el fin de experimentar un resultado alternativo a los procesos de teñidos como se realizó mediante la técnica del Shibori. Por lo tanto, se pudo percibir que los pigmentos de las fibras textiles que componían la frisa comenzaron a corroerse, generando un desprendimiento gradual del color y gracias al amarre y torsión generados anteriormente, se logró un desteñido irregular.

Una vez obtenido dicho proceso de plisado irregular se buscó definirlo aún más secando el textil mediante la aplicación de planchado en húmedo. Se puede detectar en este estadio que gracias a la aplicación de temperaturas elevadas constantes, la frisa comienza a desgastarse generando una textura distinta y heterogénea en base a su felpa original.

Dentro de los diez pasos mencionados, se destaca un segundo pilar fundamental en el presente proceso que consiste en la generación de dimensión en la superficie del tejido con el fin de remarcar las vetas generadas en el plisado irregular. Dicho relieve se llevó a cabo haciendo uso de la pintura 3D, producto de carácter elástico y maleable, ideal para trabajar sobre telas de algodón, modal, denim, etc. Se puede señalar que la elasticidad que posee otorga una mayor facilidad para emplearlo sobre telas que se estiren ligeramente.

La tercera etapa a subrayar en base a los diez pasos consiste en el teñido a partir de dos procesos. Por un lado el teñido en húmedo por medio de pigmentos de enilamina o aminobenceno aptos para teñir fibras textiles de algodón/poliéster y por el otro lado, se

puso en práctica un proceso de sublimación alternativa. El concepto de alternativo se justifica a partir de la utilización de colorantes dispersos sublimables en vehículo acuoso aptos para la estampación textil. Este proceso de sublimación consiste en utilizar tintas que deben ser colocadas en una hoja blanca igual o superior a los 80 gramos que luego, mediante el calor se termotransfieren al textil deseado. La diferencia se produjo en la alteración de dicho proceso ya que en lugar de aplicar tales sustancias a la hoja, se colocó directamente sobre el textil y posterior a ello se aplicó calor para su fijado permanente. Esto produjo que el grado de nitidez y valor tonal de la sublimación sea aún mayor que de haber utilizado los pasos preestablecidos.

Retomando el método de Revalorización textil nº 1 se puede proponer a este tipo de sublimación alternativa como solución al problema que se generaba en la estampación por termotransferencia o sublimación textil, por la razón de que la frisa no contaba con el suficiente porcentaje de poliéster como para lograr una estampa óptima.

Como última instancia de acabado reaparece nuevamente el proceso de agrietado pero con la intención de proponerlo de modo distinto a los ya efectuados. Es por ello que tal método se aplicó solamente en las vetas generadas mediante la pintura dimensional expuesta anteriormente.

A través de la aplicación de calor artificial superior a los 40 grados, se obtiene como resultado final la generación de dos tipos de superficies en una misma tela. Por un lado, el logro de un relieve dimensional rígido el cual posee un acabado impermeabilizante con un sutil brillo y por el otro una superficie afelpada propia de la frisa pero con procesos de desteñidos, plisados, teñidos y sublimación alternativa que produjeron un aumento irregular de su textura afelpada.

Como acabado final se propone un proceso de bordado artesanal, incluyendo un diagrama de bordado con el fin de mostrar la dinámica del mismo, pudiendo ser aplicado de diversas maneras dependiendo de la tipología a desarrollar.

5.3.5 Revalorización Textil nº5

El método siguiente expone una posibilidad más en la revalorización de la frisa textil. Dentro del presente proceso se llevó a cabo en una primer instancia la metodología de revalorización número uno, con el fin de seguir desarrollándola con un enfoque distinto. Ver cuerpo C, figura 5: Método de Revalorización textil nº5.

El posterior desarrollo que se efectuó a partir del primer proceso de revalorización consistió en que se optó por generar tres procesos de acabados. Tales mecanismos tuvieron como fin el de por un lado aumentar el grosor del textil, pensándolo para su aplicación posterior en tipologías alineadas a la temporada otoño invierno.

Por otro lado se decidió aumentar su valor visual mediante la aplicación de pintura apta para textiles y posterior a ello el grabado de una lámina de poliéster con cara metalizada, Por último se lleva a cabo una significativa propuesta de bordado artesanal que, comparando con los métodos anteriores funciona como fuerte diferencial en el presente proceso de revalorización. Tal como se mencionó en el sub capítulo 4.3.5 Bordado, el objetivo principal de este recurso recae en la ornamentación de la tela por medio de la reproducción de una imagen literal o abstracta con el objetivo de reivindicar aún más su aspecto visual y táctil. De la misma manera que en el proceso anterior, se propone un diagrama de bordado en donde se indica la dinámica del mismo, pudiendo este variar tanto en los materiales que se emplean para efectuar dicho acabado como en la disposición del mismo, dependiendo de la tipología a la cual se aplique.

5.3.6 Revalorización Textil nº6

El último proceso de revalorización textil hace uso de la materia prima rústica de algodón poliéster pero con la particularidad de que el mismo no posee frisa. El objetivo aquí, es experimentar y estudiar otras alternativas que se puedan efectuar en dicha materialidad, comparando además los diferentes resultados que se pretendían establecer al inicio del capítulo entre los textiles rústicos con y sin frisa.

Ver cuerpo C, figura 6: Método de Revalorización textil nº6.

Entre los once pasos que se llevaron a cabo en el presente método de resignificación textil se destacan las instancias de estampado, moldeado y craquelado sectorizado.

El primer aspecto, engloba a los primeros cuatro pasos de la revalorización y dan cuenta de una estampación artesanal contemplada por una propuesta de dibujo manual y la termotransferencia del mismo a partir de colorantes dispersos sublimables. Cabe señalar que en este proceso se efectuaron los pasos preestablecidos que indican una estampación artesanal, la cual fue alterada en el método número cuatro para evaluar otros resultados.

Retomando la relación entre la calidad del estampado según la composición del textil, se puede reflexionar que este en caso la falta de poliéster suficiente para una estampa nítida fue usada a favor del presente alumno responsable del proyecto ya que el mismo buscaba una estampa de valor tonal medio para generar un aspecto de desgastado. Por lo tanto, el textil planteado al tener 25% de poliéster solo logró absorber una porción de la tinta sublimadora de color negro, generando manchas irregulares en el tejido, búsqueda intencional alineada a la identidad creativa del alumno.

A partir del resultado de estampado logrado, el cual como se mencionó fue de carácter parcial, se buscó realzar ciertas porciones de las manchas efectuadas mediante la utilización de pintura 3D con el fin de generar sectores de relieve dimensional sectorizado.

Luego, el moldeado que aquí se desarrolla se genera a partir de la combinación del proceso de agrietado utilizado en todos los métodos de revalorización, pero empleados de modos distintos. En este caso la aplicación de la resina transparente estuvo dada de modo sectorizado, específicamente se aplicó en las manchas generadas a partir de la estampación parcial más el acabado de relieve dimensional, lo cual provocó cierto quiebre del material, ocasionando así el moldeado del mismo. Consecuente a esta etapa, se consiguió mediante la aplicación de calor, el efecto de craquelado sectorizado. Como

técnica de acabado final se propuso el aplique de piedras de tamaño significativo con el fin de utilizar dicho concepto de bordado en la materialización de una tipología que se adapte a tal propuesta textil.

5.4 Textiles revalorizados aplicados al Diseño de Indumentaria

El presente Proyecto de Graduación concluye con la presentación de una línea de indumentaria femenina compuesta por seis conjuntos finales correspondientes al rubro *Prêt-à-porter*. Cada uno de estos conjuntos corresponden y ejemplifican a cada una de las metodologías de revalorización textil desarrolladas en el sub capítulo 5.3 Revalorización textil: identidad del diseñador.

Los bocetos finales junto con las fichas técnicas tienen como propósito mostrar el resultado final del producto y a su vez explicar detalladamente cómo se llevó a cabo la construcción de cada tipología teniendo en cuenta que la presente línea presenta una anomalía en el empleo de las Materialidades. Es por ello que se puede detectar que en cada ficha técnica existe una recomendación particular de cómo emplear tales textiles revalorizados en la construcción de la prenda.

En esta instancia se propone en cada una de estas fichas una observación que recomienda la forma en que se deberá tratar al textil desde su materialización hasta el uso del mismo para la confección de la prenda. Se pueden hacer visibles dos recomendaciones generales en la mayoría de las propuestas al momento de aplicar los procesos textiles a la indumentaria. Por un lado se propone la confección de la tipología a partir del textil original y posterior a dicho armado, llevar a cabo el proceso de revalorización textil especificado en cada caso. Por el otro lado, se aconseja realizar el tratamiento textil a las materialidades seleccionadas dejando los márgenes de costura con el textil original sin proceso alguno.

De esta manera se piensa en la solución de la posible problemática a plantear que hace referencia a la confección de la línea empleando tales materialidades, más aun tratándose de un proceso nuevo para los talleres y/o confeccionistas.

Se sostiene que si el encargado de producir tales tipologías respeta las mencionadas indicaciones, se podrá llevar a cabo el proceso productivo sin dificultad alguna, evitando terminaciones no deseadas o dificultades en la materialización.

A su vez si se cumplen tales instrucciones se logrará cuidar dos aspectos de gran importancia. Estos mismos hacen referencia al cuidado de las maquinarias ya que al tratarse de un proceso de revalorización artesanal puede que en ciertos casos, los artefactos no se encuentren lo suficientemente acondicionados como para realizar determinadas confecciones. El otro aspecto que se considera de suma importancia consiste en el tiempo y por ende grado de productividad que se destinará para la elaboración de las prendas. Si se logran respetar los cuidados y pasos detallados anteriormente, el tiempo que se destine en la revalorización del textil y su aplicación a las tipologías será similar o igual a la de una prenda confeccionada con cierto acabado o proceso posterior a su confección.

5.5 Línea Revalorización Textil *Prêt-à-porter*

El presente Proyecto de Graduación tiene como objetivo el de desarrollar una línea de indumentaria femenina de temporada Otoño Invierno 2015/16 compuesta por seis conjuntos del rubro *Prêt-à-porter* inspirada en la revalorización de materialidades simples, no convencionales en lo que respecta a la mencionada categoría. A partir de las seis metodologías desarrolladas anteriormente se pretende argumentar por qué dichos textiles pueden ser resignificados y aplicados a rubros de categorías superiores para los cuales fueron fabricados, como lo es el caso de la presente línea a desarrollar.

Dentro de la propuesta personal del presente proyecto se hace mención al panel conceptual empleado como fuente de inspiración para llevar a cabo tanto la

materialización de la línea a presentar como el desarrollo del aspecto visual y estético de los textiles revalorizados que la sustenta.

Ver cuerpo C, figura 7: Panel conceptual. Otoño Invierno 2015/16.

Dicha pieza gráfica señala puntos fundamentales que reflejan las materialidades desarrolladas en el punto anterior del presente capítulo y por ende a los seis conjuntos a desarrollar posteriormente, alineada a la identidad del alumno responsable del presente Proyecto de Graduación.

Los aspectos detectados en dicha pieza gráfica indican a los tipos de texturas que se lograron efectuar, el rigor visual y táctil de las mismas y la paleta de color empleada en tales revalorizaciones textiles. Para una mejor comprensión, cabe señalar a modo de ejemplo la estética que prevalece en dicha imagen conceptual representada por una superficie agrietada, proceso fundamental utilizado como rector dentro de las metodologías desarrolladas.

Siguiendo con el desarrollo de la línea Revalorización Textil *Prêt-à-porter* se expone la paleta de color utilizada que responde coherentemente al producto final de materialidades resignificadas. Ver cuerpo C, figura 8: Paleta de color. Línea Revalorización textil.

Dicha paleta se destaca por el grado desaturado del color, en donde se hace uso de colores como siena tostada, tierra sombra natural, verde musgo, gris visón y beige. Es importante señalar que se detallaron los colores según su denominación técnica teniendo en cuenta la carta de colores *Pantone*. Se hizo uso de dicho catálogo ya que el mismo es de carácter universal, empleado por la mayoría de los diseñadores y marcas de indumentaria. Por lo tanto si un creativo o firma de diseño quisiera incorporar tal método a sus prendas contaría con la información técnica de los colores que debería emplear.

Es válido establecer una relación entre la elección de la mencionada paleta de color y el rubro al que estará destinado, con su respectivo usuario o público al que se propondrá la presente línea de indumentaria. El mismo como se mencionó anteriormente, comprende un rango de edad que abarca desde los 28 a los 35 años. De este modo el color

contribuye a la propuesta, aportando coherencia y carácter al rubro seleccionado como lo es el *Prêt-à-porter*.

Retomando los puntos tratados anteriormente, desde las temáticas abordadas en el actual capítulo hasta la propuesta práctica que resume el planteo del presente Proyecto de Graduación se alcanza a obtener el logro de la revalorización de textiles simples y económicos disponibles de modo masivo en la Argentina, obteniendo una carta de seis materialidades genuinas y diferenciales en el mercado, elevando radicalmente su aspecto para la posterior aplicación a la línea de *Prêt-à-porter* que se presentará en la siguiente instancia a modo de conclusión y ejemplificación de los puntos tratados a lo largo del proyecto. Ver cuerpo C, figura 9: Carta de Textiles Revalorizados.

5.6 Diseños finales

El presente Proyecto de Graduación concluye con la presentación de 6 conjuntos finales. Cada uno de estos conjuntos corresponde a un set alineado al rubro *Prêt-à-porter*, poniendo en evidencia la justificación de que es posible llevar a cabo una línea de indumentaria de tal índole que se valga de textiles módicos, simples y económicos los cuales se adaptan a dicha categoría a partir de su aumento de valor como tal mediante metodologías de revalorizaciones textiles.

Ver cuerpo C, figura 10: Presentación de Línea *Prêt-à-porter* Revalorización Textil.

Los bocetos finales junto con las fichas técnicas tienen como propósito mostrar el resultado final del producto y a su vez explicar detalladamente el empleo de dichas materialidades simples aumentadas, la forma en que fueron empleadas, el desarrollo tipológico de cada conjunto, el modo de confección, la paleta de color, la relación y convivencia de los textiles revalorizados con materiales que si pertenecen al rubro *Prêt-à-porter* y por sobre todo, la alineación de los aspectos anteriores con la estética e identidad del creativo responsable del presente proyecto, el cual fue capaz de sostener a lo largo de la práctica creativa, una marcada y concisa identidad sin importar los recursos

con los que contaba, más bien analizando y utilizándolos a su favor, proponiendo soluciones creativas conscientes a partir de las herramientas que disponía.

Ver cuerpo C, figuras 11 a 16 para bocetos y figuras 17 a 26 para fichas técnicas.

5.6.1 Propuesta SET 1

Para el desarrollo del primer conjunto se seleccionó como tipología rectora a un chaleco de línea *oversized*, el cual consiste en ser una prenda de gran tamaño con respecto a lo que sería un chaleco de medidas estándares. Este tipo de diseños se formula a nivel moldería y transformaciones a partir de correr la curva de talles, aumentando entre medio a un talle más pero manteniendo el nombre del talle original por el cual se desplazó. En este caso el talle M o 38 continúa siendo el correcto, y las medidas exactas se encuentran en su correspondiente ficha técnica citada anteriormente. La presente propuesta tipológica es materializada a partir de la utilización del textil revalorizado número uno y posee como avíos decorativos al empleo de dos cierres con deslizadores y dientes metálicos colocados en el centro medio delantero, los cuales pueden permanecer cerrados otorgando la forma original tipológica o bien, abiertos generando una leve modificación y propuesta de desplazamiento de las piezas delanteras inferiores de la prenda.

Se justifica que la elección del modelo y sus medidas expandidas contribuyen al mejor manejo del textil y logran brindar una mayor comodidad al usuario teniendo en cuenta el grosor y tipo de acabado que posee la materialidad.

Como complemento de dicho chaleco *oversized* rector del set, se propuso un vestido evasé con recortes en el delantero confeccionados en seda lavada y pechera en frisa, la cual lleva el proceso de revalorización textil número uno con el fin de generar una propuesta coherente que validen el primer método de tratamiento. Se justifica además la implementación del mismo género textil revalorizado en esta tipología ya que dentro del rubro *Prêt-à-porter*, una de las condiciones para que sea considerado como tal es

justamente la utilización de la misma materialidad en zona *top* y *bottom*, con posibilidades a ser combinadas con otros textiles. Es así que las segundas pieles de la presente línea se materializarán combinando textiles simples revalorizados con materialidades que si pertenecen al rubro con el que se está trabajando.

El objetivo aquí es el de comprobar la posible convivencia de materialidades que fueron fabricadas para destinos distintos pero que con dicha propuesta de revalorización, se logran combinarlas ofreciendo de este modo un producto genuino en el mercado.

5.6.2 Propuesta SET 2

La segunda propuesta consiste en un vestido sin mangas confeccionado en crepe georgette y modal. La particularidad de la presente consiste en que la pieza de modal sufre transformaciones radicales que ejemplifican el método de revalorización textil número dos. Retomando lo desarrollado en el sub capítulo 5.4 Textiles revalorizados aplicados al diseño, se especificó que en cada ficha técnica de las seis propuestas de diseño se detallarían las recomendaciones y pasos a seguir para la correcta materialización de los mismos. Por lo que en este caso en particular, se deberá estrictamente llevar a cabo el tratamiento textil al modal y posterior a este, confeccionar la prenda. La justificación de esta decisión se da porque dicho método se basó en la capacidad de elasticidad del textil, por lo que el modal pasó por procesos de expansión y contracción para lograr un modelado del material. De esta manera, sería imposible de realizar el método luego de su confección, ya que se ocasionaría la alteración de la forma en la tipología planteada. Como recomendación final se propone dejar un margen de costura en el textil original para lograr una confección prolija.

5.6.3 Propuesta SET 3

El tercer conjunto se compone de dos tipologías, ambas llevan el proceso de revalorización textil número 3 y consta de la propuesta de un saco rector de carácter

sastrero desmontable y como complemento del set, un vestido corto de diferentes largos modulares en el frente y la espalda, con recorte delantero materializado a partir del tercer tratamiento textil.

Se puede percibir que el énfasis de los textiles revalorizados se efectuó en mayor magnitud en tipologías de terceras pieles, es decir en abrigos, chaquetas y chalecos. La presente decisión de diseño se optó para que visualmente la línea tenga una impronta fuerte y visible en la propuesta de filosofía textil, recurso por el cual la línea del presente proyecto, se inspiró y materializó. También, teniendo en cuenta que la línea desarrollada se refiere a la temporada otoño invierno 2015/16, es coherente hacer uso de tales materialidades para la confección de esta categoría de tipologías alineadas al abrigo en general.

En el presente saco desmontable se debe señalar la selección estratégica y aplicación de los materiales. En el sector superior tanto delantero como espalda se optó por aplicar el proceso de revalorización textil, mientras que en el sector desmontable o inferior de ambas caras de la prenda se utilizó un paño en la misma gama de colores que el textil anterior con el fin de comprobar que ambos textiles enmarcados en diferentes categorías pueden coexistir mediante el mencionado método de resignificación textil.

Además, se pensó meticulosamente los lugares en donde convenía aplicar tales textiles para lograr un producto de calidad y óptimas terminaciones. Para lograr el efecto desmontable se hizo uso de dos cierres con dientes y deslizadores metálicos colocados desde el centro de la espalda y orientados hacia las dos caras del saco delantero, es decir que un cierre se cosió en dirección a la zona delantera derecha y el restante hacia la pieza del lado izquierdo delantero.

5.6.4 Propuesta SET 4

El cuarto conjunto de la línea Revalorización Textil *Prêt-à-porter* consta de un vestido sin mangas de largo modular extenso, con recortes en el sector de la sisa y delantero central

confeccionado en la materialidad revalorada número cuatro, microfibra elastizada y seda lavada. Esta tipología es combinada con una campera de línea *oversized* materializada en frisa la cual posee el cuarto método mencionado.

En este estadio se aconsejan las dos posibilidades generales efectuadas para la totalidad de la presente línea al momento de materializar la revalorización textil y aplicarla a la indumentaria. Una de las recomendaciones consiste en coser primeramente la prenda con la frisa deportiva original efectuando posteriormente el método de acabado.

La otra recomendación propone cortar las piezas respectivas de cada tipología, desarrollando el proceso en toda la superficie, exceptuando los márgenes de costura. De este modo se evitarán terminaciones indeseadas o dificultades en la confección, optimizando la productividad o tiempo que implica producir tales prendas.

En este set en particular, las terminaciones deberán ser remarcadas con la máquina recta de una aguja por encima de la primera unión para un mejor asentamiento de las piezas. El saco de carácter ampliado u *oversized* tendrá como zona de acceso la línea central delantera de la prenda, en donde se utilizará un cierre de diente y deslizador metálico el cual deberá ser colocado y remarcado con máquina recta de una aguja, con el fin de acentuar la costura y el avió en la prenda.

En cuanto a cuidados y mantenimientos que se deberán tener en cuenta hacen referencia a lavar meticulosamente las materialidades a mano, con agua fría y no plancharlas. Para finalizar, esta propuesta tiene como opción de acabado final la de aplicar la técnica de bordado artesanal, tanto alrededor del recorte circular aplicado al vestido como en la totalidad del saco íntegramente materializado con el cuarto proceso de revalorización.

El diagrama de la dinámica del bordado se encuentra en el paso a paso del proceso textil mencionado y cabe destacar que dicho gráfico es una propuesta tentativa con posibilidades en su alteración dependiendo de la zona en donde se lo aplique.

5.6.5 Propuesta SET 5

El conjunto número cinco consiste en una prenda superior con cierre ubicado en el centro delantero y la aplicación de un cuello con reminiscencia en la sastrería haciendo alusión al rubro de la presente línea, materializado en frisa rústica de algodón poliéster la cual posee el proceso de revalorización número cinco. Dicho método es la continuación del primer proceso planteado con la diferencia de que en este estadio se aplicó color al textil, una capa de poliéster con cara metalizada y un proceso final de bordado artesanal que se plantea desde el inicio superior de la prenda y continúa hacia abajo llegando a cubrir tres cuartas partes de la tipología. Se deben tener en cuenta las dos recomendaciones realizadas para los demás conjuntos anteriormente explicados con la diferencia de que el último proceso de bordado se realizará una vez confeccionada la prenda, sin excepción.

El top mencionado anteriormente se combinará con un vestido corto evasé, de mangas amplias confeccionadas en gasa *crasch*, seda lavada y la particularidad del canesú materializado en frisa con el mismo proceso de revalorización que el top mencionado anteriormente. Aquí se puede hacer referencia a la silueta elegida por el alumno responsable del presente Proyecto de Graduación. Esta misma se ve reflejada en las propuestas tipológicas desarrolladas, las cuales se trabajaron con una línea oversized, evasé y en el menor de los casos de carácter recto.

Analizando estos tres lineamientos se puede reflexionar que ninguna de las prendas planteadas posee un carácter anatómico. Esta decisión de diseño responde a la identidad del creativo la cual se ve reflejada en una silueta más bien H y en su posible variante, la elección de una línea A.

5.6.6 Propuesta SET 6

La última propuesta de la línea consiste en un vestido de doble capa de diferentes largos modulares, una de ellas estará materializada por seda lavada opaca y la otra de menor tamaño por un textil rústico sin frisa el cual se someterá a la transformación textil número

seis dentro de las metodologías señaladas en el sub capítulo 5.3.6 Revalorización textil nº6.

Se puede mencionar en esta instancia que la morfología propuesta a lo largo de los diseños planteados en cuanto a escotes y sisas se trata responde a la identidad del alumno como diseñador y por sobre todo ofrece un producto coherente al público al que se está dirigiendo. Dicha coherencia en la propuesta morfológica de detalles constructivos se da en la extensión amplia de los escotes y cuellos de las segundas pieles a lo ancho de la línea de hombro y no a lo alto del cuerpo delantero, generando así escotes delanteros cerrados, más bien amplios en su anchura. Esto responde por un lado al rubro elegido y por sobre todo al usuario al cual estos diseños están dirigidos.

A su vez, las sisas planteadas son lo suficientemente cavadas como para que el acceso tanto del presente vestido como el de los anteriores se dé a partir del escote del cuello y dichas sisas, sin la necesidad de utilizar avíos funcionales que permitan acceder a la prenda. Aquí también se está contribuyendo a la confección de los diseños, disminuyendo las dificultades a la hora de confeccionarlos y logrando un producto más prolijo y sintético evitando el empleo de avíos en exceso.

A modo de conclusión parcial del presente capítulo se busca mostrar que, para poder alcanzar la etapa práctica desarrollada anteriormente, fue necesario transcurrir por todas las etapas del presente proyecto, desde el abordaje de la fenomenología de la identidad como marco teórico y su influencia en el diseño textil e indumentaria, específicamente en la identidad del creativo; pasando por la búsqueda constante de dicha identificación a partir de los recursos del diseño teniendo en cuenta la situación socioeconómica en la que se desenvuelve, el abordaje de los textiles como principal herramienta para materializar esta impronta, descubriendo un proceso alternativo de revalorización y por ende la conclusión de estas temáticas en la efectuada línea de indumentaria femenina del rubro *Prêt-à-porter* inspirada en la revalorización textil de materiales simples y económicos.

Conclusiones

Las conclusiones que se detallarán a continuación hacen referencia a tres grandes aspectos. El primero consiste en los logros que se pretendían demostrar, el segundo a los descubrimientos que surgieron durante el proceso de investigación, reflexión de las variables y temáticas abordadas y el tercero a las proyecciones que se efectuarán en base a los resultados obtenidos del presente Proyecto de Graduación en su totalidad.

A partir de los contenidos abordados a lo largo del proyecto, se lograron articular tales conocimientos a fin de materializarlos en una propuesta de carácter creativo, capaz de validar la totalidad del trabajo y aportar una perspectiva más que enriquezca al Diseño Textil y de Indumentaria.

Dentro de los hallazgos y logros efectuados se considera que el principal aporte realizado por el alumno responsable hace referencia al desarrollo de una metodología práctica artesanal ligada a la revalorización textil de materiales de carácter simple, módico y económico con la intención de aumentar su imagen o aspecto visual-táctil logrando ampliar las posibilidades de aplicación de dichos textiles a otras ocasiones de uso y rubros de la indumentaria.

Este proceso responde a modo de solución práctica la problemática planteada desde el inicio del Proyecto de Graduación que consistió en descubrir cómo poder desde el Diseño Textil e Indumentaria aumentar el valor de los recursos textiles ya existentes en la Argentina manteniendo una coherente identidad como diseñador.

A partir del descubrimiento de tal metodología se buscó concluir con la práctica creativa a través de una línea de indumentaria femenina del rubro *Prêt-à-porter*, pudiendo eliminar los paradigmas y preconceptos asignados a tales textiles considerados escuetos y restrictivos.

Observando el desarrollo del presente proyecto a la luz de los objetivos planteados se reflexiona que el diferencial logrado en esta instancia se vale no solo del aporte práctico llevado a cabo, es decir de la revalorización de textiles simples aplicados en rubros y

ocasiones de uso alternativas para las cuales fueron fabricados, sino también haciendo alusión a las temáticas que condicionan al Diseño de Indumentaria y Textil, por ende al diseñador, su rol en la sociedad, cómo la situación social y económica afecta a la práctica del diseño y cómo el creativo soluciona tales asuntos que se plantean en base a la coyuntura del país en donde se desenvuelve.

Con respecto a los descubrimientos que surgieron durante el proceso de investigación y reflexión de las variables abordadas, se profundizará en las mencionadas temáticas que condicionan al diseño, haciendo referencia de la utilización de los textiles económicos y masivos empleados en el presente proyecto.

La decisión estratégica de optar por estos materiales señala la necesidad del creativo en mostrar que el mismo es un factor emergente dentro de la sociedad en la que habita y por lo tanto es un reflejo más de la situación económica y social de la Argentina.

El país transita actualmente por una coyuntura la cual no favorece a los creativos con respecto a la disponibilidad en la variedad y calidad de recursos textiles que requieren para llevar adelante la práctica del diseño. Teniendo conocimiento de la realidad social y económica del país, se afirma que existe un amplio rango de insumos originarios de otros países los cuales son necesarios para la producción de la indumentaria nacional y resulta para muchos un gran impedimento.

Es por ello que se tomaron textiles estigmatizados como limitados en cuanto a posibilidades de aplicaciones. La finalidad de la elección consistió en el desarrollo y análisis de tales materialidades teniendo en cuenta sus alcances y restricciones, siendo el alumno responsable del proyecto capaz de tomar las debilidades de tales textiles para usarlas a su favor.

Aquí, el propósito del planteo radica en que tales factores restrictivos no deberían representar un problema en los creativos sino una magnífica oportunidad para sustituir deficiencias por revalorizaciones en recursos textiles dados a partir de transformaciones de simples géneros planteados en el presente Proyecto de Graduación.

Aquí se toma consciencia que el creativo debe ser capaz de superar las dificultades impuestas por la situación económica y social de un país, indagando de qué modo puede continuar proponiendo nuevas ideas y desarrollando su identidad a partir de la materialización de sus inspiraciones.

En esta etapa final del Proyecto de Graduación, se pretende efectuar un llamado a la concientización creativa de los diseñadores de indumentaria y textil, buscando fomentar la innovación a partir de recursos ya existentes, con el objetivo de proponer nuevas perspectivas y formas de aprovechar las materias primas disponibles en el país, a fin de ofrecer objetos de diseño diferenciales capaces de competir a nivel nacional e internacional, sin evidenciar los factores limitantes con los que fue concebido.

Por lo tanto se desea hacer hincapié por medio de la práctica de revalorización textil, el deber y necesidad que poseen los diseñadores en desarrollar y evolucionar constantemente su identidad, ya que esta impronta es la que los direcciona y diferencia en la industria de la moda.

El concepto creativo que aquí se trata pone énfasis en cómo hacer y proponer más sin importar la cantidad o calidad de recursos que se dispone, apelando al progreso reflexivo de la identidad del diseñador y en cómo el mismo puede formular productos nuevos a partir de los medios que dispone en su país.

Siguiendo con la reflexión de los resultados obtenidos en base a los objetivos planteados, se pueden destacar ciertas cuestiones que enmarcar las proyecciones del presente Trabajo de Grado.

Partiendo del logro principal alcanzado, es decir del aporte otorgado a la indumentaria a partir de la revalorización textil, no solo se posibilita ofrecer un producto diferencial en el país sino también se logra proyectar la oportunidad de exportación de dicha propuesta en materia de objetos de diseño con marcada identidad, pilar del crecimiento de una Nación que necesita exportar valor agregado y no solamente materias primas básicas.

Aquí, se logra comprender que la cuestión planteada señala la posibilidad de crecimiento económico nacional, desplazando la instancia de práctica artesanal, más bien colocando a la misma como oportunidad de capital expresada en objetos de diseño argumentados por la metodología de revalorización practicada.

Cabe señalar que la presente técnica de resignificación puede estar dada en otros campos del diseño. Estos ámbitos alternativos podrían referirse a la arquitectura y al diseño de interiores donde el foco estaría puesto en las generaciones de diferentes texturas y acabados de superficies o bien, en textiles empleados en la decoración de los ambientes ya sean cortinas, alfombras, almohadones, objetos de decoración, entre otros. El tratamiento textil también podría aplicarse al diseño industrial, el cual tomaría tales procesos para aplicarlos a diseños que posean una estructura o materialidad de fibras textiles y por último se destaca al diseño gráfico, en donde se podría digitalizar o traducir tales texturas visuales y táctiles en ilustraciones.

Siguiendo el lineamiento de proyecciones, el alumno responsable del presente Proyecto de Grado es capaz de avanzar un estadio más, pretendiendo no solo enseñar la metodología de revalorización en un marco de aporte artesanal, más bien aspira a que dicho método pueda ser empleado por marcas nacionales e internacionales de indumentaria así también como creativos que apuestan a la búsqueda y desarrollo constante de nuevos métodos que contribuyan a reafirmar su impronta o estilo.

Por lo tanto, se tiene como objetivo el desprendimiento de la instancia personal académica, a fin de poder ceder la metodología a otras marcas y diseñadores, siendo éstos los que utilicen tales técnicas de tratamiento textil ajustadas a su identidad para desarrollar y/o enriquecer sus colecciones.

A su vez, teniendo una mirada proactiva como creativo consciente y pensando en una posible desmejora en la situación económica y social de la Argentina, se podrá mediante el presente proceso de revalorización sostener el valor agregado de las marcas, en el

caso de que éstas se vean obligadas a disminuir la calidad de los textiles que emplean por cuestiones coyunturales del país.

De esta manera se estaría contribuyendo al desarrollo y sostenimiento de las empresas de indumentaria, así también como a la posible industrialización del método que, consecuentemente traería resultados positivos en la situación económica del país y otorgaría un aporte significativo a la identidad del diseño argentino.

Se espera que en un plazo no mayor a diez años se logre mediante la inversión en investigación y desarrollo de empresas de indumentaria y textil, la industrialización del método de revalorización, con posibles intervalos de 2 a 3 años que sirvan para ratificar o rectificar decisiones que contribuyan al perfeccionamiento del proceso que, en un principio, se gestó como un trabajo prácticamente artesanal basándose en una metodología que paso a paso fue transformando materiales sin perder la genuina originalidad e identidad del creativo.

Se aspira a partir de aquí, lograr aplicar tales tratamientos textiles de forma masiva favorecida por la investigación y desarrollo constante de grandes marcas ya consolidadas en la industria nacional e internacional pero ávidas de innovar y mantener una fuerte impronta o identidad en el mercado de la moda.

El presente Proyecto de Graduación busca mediante la enseñanza de la metodología de revalorización textil ser útil en la carrera de Diseño de Textil e Indumentaria, con el fin de aportar un legado que no solo sea posible de producir sino también que sirva de recurso capitalizador para el estudiante en su posterior aplicación en diferentes estadios de su carrera tanto universitaria como profesional.

El planteo del método pretende ser el puntapié inicial para continuar su desarrollo y perfeccionamiento ya sea a nivel artesanal o industrial, abriendo las posibilidades de efectuar nuevas técnicas que contribuyan al desarrollo del diseño y la búsqueda incesante de la identidad del creativo.

Se espera que la propuesta del proyecto brinde las herramientas esenciales para resolver problemáticas de diseño en el ámbito académico y corporativo empresarial, generando nuevas propuestas en el mercado de la moda, a fin de abarcar un nicho o porción del mismo el cual no fue tomado aún. A partir de la inserción en el mercado y a medida que dicha propuesta tome un mayor posicionamiento, se espera el continuo desarrollo de ideas tanto en procesos como en productos finales alineados al tratado concepto de revalorización, ampliando aún más sus alcances en otros segmentos de la industria.

El mismo pretende dar acceso a investigadores, diseñadores e ingenieros textiles para que continúen ahondando no solo en la faceta creativa de este proceso sino también en la instancia técnica del mismo, la cual posibilitará que se concreten las proyecciones realizadas.

La instancia a la que se logró llegar en el presente Proyecto de Graduación marca el inicio para entablar una larga etapa de investigación y práctica de los conocimientos aplicados al proceso de revalorización planteado. Es factible afirmar que si se continúa examinando sobre las temáticas abordadas se generará un desprendimiento de otras cuestiones a ser estudiadas, que serán complementarias para enriquecer tanto la práctica metodológica proyectada como el proceso creativo del diseñador de indumentaria y textil. El mismo, encargado no solo de plasmar su imaginario a la realidad mediante la materialización de indumentaria sino también de ser un factor emergente del entorno en el que se desenvuelve, logrando responder mediante aplicaciones prácticas estéticas y funcionales a problemáticas generadas en la sociedad y la coyuntura de la misma manteniendo una marcada y concisa identidad.

Lista de Referencias bibliográficas

Aguirre Moura, C. (2014). *Diseño y Nación*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2604&titulo_proyectos=Dise%F1o%20y%20Naci%F3n

Barthes, R. (1978). *Sistema de la moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2010). *Identidad*. Buenos Aires: Editorial Losada S.A.

Bowles, M. e Isaac, C. (2009). *Diseño y estampación Textil digital*. Barcelona: Editorial Blume.

Braddock Clarke, S. (2007). *Techno textiles 2: Revolutionary Fabrics for Fashion and Design*. London: Thames and Hudson Ltd.

Briggs Goode, A. (2013). *Diseño de estampados textiles*. Barcelona: Editorial Blume.

Buzan, T. (2003). *El poder de la inteligencia creativa: 10 formas de despertar tu genio creativo*. Buenos Aires: Ediciones Urano.

Chaves, N. (2002) *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Ciccioli, S. (2013). *Ética y estética*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2545&titulo_proyectos=%C9tica%20y%20est%E9tica

Clark, S. (2011). *Diseño Textil*. Barcelona: Editorial Blume.

Colchester, C. (2008). *Textiles. Tendencias actuales y tradicionales*. Barcelona: Editorial Blume.

Deslandres, Y. (1998). *El traje, imagen del hombre*. Barcelona: Editorial Tusquets.

Ellis, C. (2005). *Woven Shibori*. New York: Interweave Pr.

- Esparza, S. (1999). *Teoría de los Hilados*. México: Editorial Limusa S.A
- Fletcher, K. (2012). *Fashion & Sustainability: Design for Change*. London: Earthscan.
- Fromm, E. (1978). *¿Tener o ser?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Gacén Guillen, J. (1991). *Fibras textiles. Propiedades y descripción*. Barcelona: Editorial Universidad politécnica de Cataluña.
- Gamboa, M. (2013). *Moda de Masas*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
 Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2558&titulo_proyectos=Moda%20de%20Masas
- Ginsburg, M. (1992). *La Historia de los Textiles*. Madrid: Editorial LIBSA.
- Habermas, J. (2007). *Identidades nacionales y postnacionales*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Heidegger, M. (2003) *Ser y tiempo*. Madrid: Editorial Trotta.
- Hencken Elsasser, V. (2011). *Textiles: Concepts and Principles*. New York: Fairchild.
- Hobsbawm, J. (1987). *Las revoluciones burguesas*. Barcelona: Editorial Labor S.A.
- Hollen, N., Langford, A. y Saddler, J. (1997) *Introducción a los textiles*. México: Editorial Limusa S.A
- Laver, J. (2005). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Editorial Catedra.
- Leonardi, R. y Vaisman, S. (2012). *Indumentaria y cultura. Buenos Aires Siglo XX*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- Lescano, J. (2013). *Identidad sastrera*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
 Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2404&titulo_proyectos=Identidad%20sastrera

- Lipovetsky, G. (2004). *El imperio de lo efímero*. Buenos Aires: Anagrama
- Loncar, M. (2014). *Nuevo tiempo para la moda*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2787&titulo_proyectos=Nuevo%20tiempo%20para%20la%20moda
- Mir Balmaceda, M. (1995). *La moda femenina en el París de entreguerras*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Munari, B. (1981) *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Editorial Gustavo Gilí S.A.
- Neri, A. (2013). *Amalgama Textil*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2488&titulo_proyectos=Amalgama%20Textil
- Nietzsche, F. (1981) *Así habló Zaratustra. Un libro para todos y para ninguno*. Madrid: Editorial Alianza.
- Ojaganan, L. (2014). *Ilustración de moda*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2841&titulo_proyectos=Ilustraci%F3n%20de%20moda
- Pawlik, J. (1996). *Teoría del color*. Barcelona: Paidós Iberica.
- Potter, N. (1989). *What is a designer: things, places, messages*. Londres: Hyphen Press.
- Renfrew, C. y Renfrew, E. (2010). *Creación de una colección de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós.
- San Martín, M. (2009). *El todo-en-uno del diseñador de moda*. Barcelona: Editorial Promopress.

- Sartre, J. (2009). *El humanismo un existencialismo*. Buenos Aires: Edhasa.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda en Argentina*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Sissons, J. (2011). *Prendas de punto*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli S.L.
- Tiemroth, M. (2013). *Prendas transformables*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2599&titulo_proyectos=Prendas%20transformables
- Torrielli, L. (2014). *Hilando de otra forma el Medioambiente*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2876&titulo_proyectos=Hilando%20de%20otra%20forma%20el%20Medioambiente
- Toussaint-Samat, M. (1994). *Historia Moral y Técnica del Vestido*. Madrid: Editorial Alianza.
- Udale, J. (2008). *Diseño Textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Vasari, G. (1996) *Vida de grandes artistas*. México: Editorial Porrúa
- Verdini, S. (2013). *Hambre de moda* PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2495&titulo_proyectos=Hambre%20de%20moda
- Wells, K. (1998). *Teñido y estampación de tejidos*. México: Editorial La Isla.
- Wolfgang Von Goethe, J. (1992). *Teoría de los colores*. Murcia: Colegio oficial de aparejadores y arquitectos técnicos.

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Yonnet, P. (1988). *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Gedisa.

Bibliografía

Aguirre Moura, C. (2014). *Diseño y Nación*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2604&titulo_proyectos=Dise%F1o%20y%20Naci%F3n

Avellaneda, D. (2012). *Entre jaguares de lana y dragones de seda*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.

Barthes, R. (1978). *Sistema de la moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Baugh, G. (2011). *The Fashion Designer's Textile Directory*. New York: Barron's

Bauman, Z. (2004). *Modernidad Líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2010). *Identidad*. Buenos Aires: Editorial Losada S.A.

Bowles, M. e Isaac, C. (2009). *Diseño y estampación Textil digital*. Barcelona: Editorial Blume.

Braddock Clarke, S. (2007). *Techno textiles 2: Revolutionary Fabrics for Fashion and Design*. London: Thames and Hudson Ltd.

Briggs Goode, A. (2013). *Diseño de estampados textiles*. Barcelona: Editorial Blume.

Buzan, T. (2003). *El poder de la inteligencia creativa: 10 formas de despertar tu genio creativo*. Buenos Aires: Ediciones Urano.

Bürdek, B. (1994). *Diseño: Historia, Teoría y Práctica del Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli S.A.

Chaktoura, E. y Vilella, K. (2014). *¿Qué ves cuando te ves?* Buenos Aires: Grijalbo.

Chaves, N. (2002) *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Ciccioli, S. (2013). *Ética y estética*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2545&titulo_proyectos=%C9tica%20y%20est%E9tica

Clark, S. (2011). *Diseño Textil*. Barcelona: Editorial Blume.

Colchester, C. (2008). *Textiles. Tendencias actuales y tradicionales*. Barcelona: Editorial Blume.

Deslandres, Y. (1998). *El traje, imagen del hombre*. Barcelona: Editorial Tusquets.

Ellis, C. (2005). *Woven Shibori*. New York: Interweave Pr.

Esparza, S. (1999). *Teoría de los Hilados*. México: Editorial Limusa S.A

Fletcher, K. (2012). *Fashion & Sustainability: Design for Change*. London: Earthscan.

Fletcher, K. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona: Blume

Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. London: Earthscan

Fromm, E. (1978). *¿Tener o ser?* México: Fondo de Cultura Económica.

Gacén Guillen, J. (1991). *Fibras textiles. Propiedades y descripción*. Barcelona: Editorial Universidad politécnica de Cataluña.

Gamboa, M. (2013). *Moda de Masas*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2558&titulo_proyectos=Moda%20de%20Masas

Ginsburg, M. (1992). *La Historia de los Textiles*. Madrid: Editorial LIBSA.

Guerrero, J. (2009). *Nuevas tecnologías aplicadas a la moda: Diseño, Producción, Marketing y Comunicación*. Barcelona: Parramon.

- Habermas, J. (2007). *Identidades nacionales y postnacionales*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Heidegger, M. (2003) *Ser y tiempo*. Madrid: Editorial Trotta.
- Hencken Elsasser, V. (2011). *Textiles: Concepts and Principles*. New York: Fairchild.
- Hobsbawm, J. (1987). *Las revoluciones burguesas*. Barcelona: Editorial Labor S.A.
- Hollen, N., Langford, A. y Saddler, J. (1997) *Introducción a los textiles*. México: Editorial Limusa S.A
- Iwamoto Wada, Y. (2012). *Shibori*. Londres: Turnaround Publisher Services
- Laver, J. (2005). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Editorial Catedra.
- Lehnert, G. (2000). *Historia de la Moda del Siglo XX*. Madrid: Konemann Ediciones.
- Leonardi, R. y Vaisman, S. (2012). *Indumentaria y cultura. Buenos Aires Siglo XX*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- Lescano, J. (2013). *Identidad sastrera*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2404&titulo_proyectos=Identidad%20sastrea
- Lipovetsky, G. (2004). *El imperio de lo efímero*. Buenos Aires: Anagrama
- Loncar, M. (2014). *Nuevo tiempo para la moda*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2787&titulo_proyectos=Nuevo%20tiempo%20para%20la%20moda
- Mir Balmaceda, M. (1995). *La moda femenina en el París de entreguerras*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Munari, B. (1981) *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Editorial Gustavo Gilí S.A.

Neri, A. (2013). *Amalgama Textil*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2488&titulo_proyectos=Amalgama%20Textil

Nietzsche, F. (1981) *Así habló Zaratustra. Un libro para todos y para ninguno*. Madrid: Editorial Alianza.

Ojagnan, L. (2014). *Ilustración de moda*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2841&titulo_proyectos=Ilustraci%F3n%20de%20moda

Pawlik, J. (1996). *Teoría del color*. Barcelona: Paidós Iberica.

Potter, N. (1989). *What is a designer: things, places, messages*. Londres: Hyphen Press.

Pucci, G. (2014). *Los tejidos y el diseño de moda*. Barcelona: Editorial Promopress

Renfrew, C. y Renfrew, E. (2010). *Creación de una colección de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.

Rodríguez, J. (1949). *Diccionario Textil Panamericano. Español-Inglés. Inglés-Español*. New York: Panamerican Publishing Code.

Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós.

San Martín, M. (2009). *El todo-en-uno del diseñador de moda*. Barcelona: Editorial Promopress.

Sartre, J. (2009). *El humanismo un existencialismo*. Buenos Aires: Edhasa.

Saulquin, S. (1995). *La Moda Argentina*. Buenos Aires: Emecé Editores S.A.

Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda en Argentina*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

- Schneegluth, C. (1989). *Diccionario Ilustrado de Terminología Textil*. Barcelona: Editorial Labor S.A.
- Sissons, J. (2011). *Prendas de punto*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli S.L.
- Sorger, R. y Udale, J. (2009). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Tiemroth, M. (2013). *Prendas transformables*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2599&titulo_proyectos=Prendas%20transformables
- Torrielli, L. (2014). *Hilando de otra forma el Medioambiente*. PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2876&titulo_proyectos=Hilando%20de%20otra%20forma%20el%20Medioambiente
- Tortora, P. y Merkel, R. (1996). *Dictionary of Textiles*. New York: Fairchild.
- Toussaint-Samat, M. (1994). *Historia Moral y Técnica del Vestido*. Madrid: Editorial Alianza.
- Udale, J. (2008). *Diseño Textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Vasari, G. (1996) *Vida de grandes artistas*. México: Editorial Porrúa
- Veblen, T. (2002). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Verdini, S. (2013). *Hambre de moda* PG. Facultad de diseño y comunicación. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
Disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2495&titulo_proyectos=Hambre%20de%20moda
- Wells, K. (1998). *Teñido y estampación de tejidos*. México: Editorial La Isla.
- Wolfgang Von Goethe, J. (1992). *Teoría de los colores*. Murcia: Colegio oficial de aparejadores y arquitectos técnicos.

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Worth, C. (Comp.) (2004). *Charles Frederick Worth (1825–1895) and The House of Worth*. New York: The Metropolitan Museum of Art.

Disponible en: http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm

Yonnet, P. (1988). *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Gedisa.