

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

La tela, tu huella

Búsqueda de la identidad del diseñador a través del textil

Stephanie Bielil Erill
Cuerpo B del PG
20 de Julio de 2015
Diseño Textil y de Indumentaria
Ensayo
Nuevos profesionales

Agradecimientos

Quiero agradecer a las docentes de la Universidad de Palermo Analía Faccia, Patricia Doria, Lila Somma, Mariana La Nasa, Mercedes Massafra, Marisa Cuervo, Ileana Capurro y Soledad Limido, por brindarme sus conocimientos para poder desarrollar mi Proyecto de Grado de la mejor manera posible y facilitarme el buen desarrollo temático y metodológico del mismo. Luego a la egresada en Comunicación de la Universidad de San Andrés Celeste Wagner y a los egresados de la Universidad de Buenos Aires Victor Blanca y Nahuel Prado por ayudarme a resolver cuestiones relacionadas a los métodos que se utilizan al desarrollar un ensayo, definición de variables y unidad de análisis.

Quiero darle las gracias a los diseñadores entrevistados, Lucía Chain, Bárbara Salazar, Eugenia Granados, Joan Martorello, Martinica Lena y Susana Mantica, por su generosidad y recepción, ya que su opinión contemporánea, real y práctica es la que me ayudó a darle un cierre a mi reflexión sobre el tema, junto con la elección de las tres diseñadoras nacionales Araceli Pourcel, Cecilia Gadea y Mariana Cortés quienes con su arte y trabajo me ayudaron a demostrar y comparar lo que para mí es la problemática actual a desarrollar; la identidad a través del textil.

Por último, a la Universidad de Palermo.

Índice	3
Introducción	4
Capítulo 1. Universo del diseñador	12
1.1 El ámbito del diseño	12
1.1.1 Cuando la forma cobra dimensión de diseño	14
1.2 Lenguaje del creativo	15
1.3 Identidad	18
Capítulo 2. Acercamiento al género textil	22
2.1 La tela	22
2.1.1 Introducción a la superficie textil	26
2.1.1.1 Tratamientos y acabados	29
2.1.1.2 Texturas	37
2.2 Experimentación textil	39
2.2.1 Procesos y estampación	41
Capítulo 3. ¿Qué puede comunicar una tela?	49
3.1 Manifiesto y creación	49
3.2 Lenguaje textil	52
3.2.1 Comunicación visual y discursiva	55
3.2.2 Mensaje e interpretación	57
Capítulo 4. Análisis de caso: diseñadoras argentinas con identidad textil	62
4.1 Cecilia Gadea	63
4.2 Mariana Cortés	65
4.3 Araceli Pourcel	67
Capítulo 5. La identidad del diseñador a través del textil	71
5.1 Afinidad creativa	72
5.2 Filosofía textil	73
5.3 Tres conceptos claves: originalidad, búsqueda y compromiso	75
Conclusiones	79
Lista de Referencias Bibliográficas	88
Bibliografía	91

Introducción

En la actualidad, el Diseño Textil y de Indumentaria se ha expandido en gran medida, al igual que otras carreras creativas y artísticas, ampliando su horizonte, punto de vista u alcance. Cuando se trata de un diseñador, se aborda algo más que un simple profesional: es un creativo en expresión que siente, piensa y vivencia situaciones que lo hacen ser, para luego tomar todas estas experiencias, recopilarlas, darle forma y convertirlas en lo que pueda llegar a ser en un futuro un nuevo proyecto, una propuesta de consumo o la elaboración de un producto.

Ser diseñador, significa estar en sintonía con lo que le sucede a su alrededor, que nada pase desapercibido. Es una persona con un bagaje cultural, emocional y pedagógico, que le permite estar atento a cualquier cambio y situación.

En la indumentaria, la comunicación visual es primordial. Lo que el creativo pretende mostrar con lo que hace y quiere que su usuario elija y use, es tan importante como la manera en que lo manufactura. La materia prima, su inspiración, las primeras ideas, bosquejos, formas, palabras, sonidos y gustos; son todas herramientas que nutren a la mente del individuo para poder dar forma a lo que luego será, en este caso, una prenda.

El presente Proyecto de Grado se encuentra enmarcado en la categoría de ensayo, el cual tiene como objetivo general reflexionar y exponer la creación artística del diseñador por medio de la intervención textil, para comunicar su identidad como profesional en la actualidad. Según los requisitos de comunicación y expresión que el creativo quiera dar, marcará así un sello único y distinto a todos los demás, para generar una propia y original impronta.

Para lograr esto, se deben cumplir ciertos objetivos específicos que servirán como guía en el camino a seguir a lo largo de este trabajo. Entre ellos, conocer al diseñador textil y de indumentaria, sus inspiraciones, ideas, modos de crear y puntos de partida, junto con el género textil como elemento primordial por el cual puede marcar su impronta artística antes de diseñar la prenda. Revelar algunos procesos y acabados que pueden realizarse

como tratamiento de transformación a tener en cuenta si se quiere generar o intervenir un nuevo textil. Analizar la comunicación visual y discursiva que se genera entre el producto, la tela y el usuario. Identificar diseñadores nacionales, que sean asiduos en la experimentación y creación del género, y la utilicen como herramienta de expresión y distinción entre sus colegas; para luego elegir tres de ellos como análisis de caso para encontrar los puntos en común entre éstos, estableciendo un código en particular que permita relacionar la visión de la autora del Proyecto de Graduación con el objetivo del mismo, lo que alimentará la reflexión final. Luego, con los diseñadores restantes, que en esta oportunidad serán seis más, se les hará un cuestionario cualitativo a modo de entrevista para utilizarlo como fuente bibliográfica para citar y ejemplificar en el transcurso del ensayo, lo que permite tener, además, una visión actualizada y real del tema.

Al catalogar el PG en la línea temática de nuevos profesionales, se acota el amplio espectro que el diseño compete. Se pretende entender al creativo en acción, comprometido, que vive en un presente determinado y necesita promover su capacidad de innovación. En la actualidad, se encuentra una cantidad considerable de diseñadores y lo que puede percibirse es, tal vez, una repetición de ciertos componentes en el ejercicio de algunos de ellos, lo que puede ocasionar productos con características similares, seguido a estándares de producción que motiven a generar elementos parecidos entre sí. Este análisis deriva de una lógica de pensamiento común de cómo cada individuo puede, a pesar de situaciones o contextos compartidos, diferenciarse del otro y crear su propio camino; lo que permite revalorizar el proceso creativo.

El incremento del consumo, la tecnología, las relaciones humanas y laborales, requiere de un acompañamiento fundamental por parte del diseño el cual permite convertir la vida cotidiana en algo más placentero y único. Lo que se pretende es tratar de disfrutar de lo que uno hace y tiene, para poder sentirse orgulloso de su vocación.

Lo interesante es ver de qué manera cada una de las personas es un individuo único que disfruta ser un elemento de expresión, y si pueden llegar a ser originales o auténticos,

mejor aún. Para ello, se necesitan herramientas que permitan poder vivir de la mejor manera posible, y generar algo especial en su paso por la Tierra.

Aquí es donde aparece en acción el diseñador textil y de indumentaria, para llevar al hombre a un plano de expresión y comunicación peculiar en donde pueda hablar con un lenguaje morfológico y visual, que lleve su nombre y su marca. La personalidad es una de las primeras características que hace al individuo ser de manera única, lo que lo distingue de los demás, le da su impronta y su huella. De esta manera, una persona que contenga cualidades específicas y singulares puede distinguirse automáticamente de un grupo social que comparta características similares; ya sea por su forma de ser, de vestir, sus consumiciones, actividades y cualquier otra elección que marque su identidad.

Este trabajo sirve para mostrar lo auténtico y original que un profesional puede ser. Tomar al diseñador como ente creativo que siente, piensa y experimenta según lo vivido y sus ganas por seguir conociendo, reforzado por su sensibilidad artística.

A través del análisis de casos reales, se entenderá la ejecución de la herramienta artística o de creación que la persona puede usar a su favor a la hora de realizar un trabajo, sin olvidarse que es su forma de relacionarse con el ambiente, el comercio y es, en definitiva, lo que les permite vivir de lo que le gusta hacer.

Con la selección de ciertos profesionales ya posicionados, se reflejarán sus opiniones relevadas a través de entrevistas que les fueron realizadas, para tener puntos de vista reales y actuales de lo que sucede en el mercado argentino.

El proyecto podrá ser tomado como elemento identificador por muchos jóvenes que están por egresarse, o están inmersos en el rubro, ya que la búsqueda personal y propia en la forma en que un diseñador textil y de indumentaria puede dar su mensaje como profesional, es lo que todos buscan.

El textil da una sensibilidad de creación única, digno de ser explotado; con lo que se pretende que, gracias a este PG, el lector pueda explorar con mayor profundidad este universo.

En relación a las diferentes formas existentes de producción, hay quienes sostienen que la libertad viene de pasos o experiencias previas, lo que permite crear y generar con libertad, en donde la creatividad pueda llegar a su máxima expresión. Llegado al caso, se debe investigar entonces, lo que sucede desde la personalidad de cada individuo y de qué manera éste puede buscar su propia estética mediante el dibujo, la pintura, o cualquier otro tipo de manifestación artística.

Pardo, M. (2013) *De la técnica a la personalidad. De lo metodológico del dibujo, a la búsqueda de una estética propia* sostiene que los conocimientos adquiridos por la persona, vienen sustentados de maestros o docentes quienes brindan herramientas y recursos a sus alumnos para poder facilitarles nociones básicas que luego ellos podrán ahondar en mayor profundidad, en pos de una técnica personal en donde cada diseñador pueda plasmar lo que busca.

Así como desde la enseñanza pueden tomarse elementos para crear, la experimentación conforma un gran porcentaje en esta búsqueda incesante hacia la autenticidad. Indagar no significa delimitarse a cierto rubro o camino a seguir, implica ampliar los conocimientos previos para poder construir una vía de comunicación que nutra y sustente un proyecto, idea o trabajo.

En el Proyecto de Graduación de la alumna Del Castellar Pujadas, M. (2011) *Cromoterapia textil. Los efectos energéticos sutiles del color en la creación de indumentaria* se observa de qué manera el cromo, el color, puede además cumplir una función terapéutica con fines aplicables al rubro textil, en donde si se lo analiza de manera objetiva, tal vez no se lo relacione directamente con el diseño textil, pero si se conocen los conceptos de donde parte, pueden generarse miles de motivos a desarrollar para crear una pieza textil.

Del mismo modo, recopilar vivencias pasadas, sirve para entender lo que hoy ocurre en la sociedad y en el mundo. Las cosas que ya están inventadas, las cosas por conocer y aquellas que siguen su intento de salir a la luz como innovación. Al rescatar el trabajo

anterior, lo ya desarrollado permite plantear nuevas cosas a partir de otras, las cuales no serán plagio ni copia, sino que se convertirán en una resignificación.

Como lo sustenta Popolizio, S. (2011) *Viejas técnicas, nuevas oportunidades. El trabajo artesanal textil como patrimonio cultural* en su PG luego de una extinción, desaparición o pérdida, existen propuestas posibles para rescatar lo que ya no está de la misma forma en la que se había planeado alguna vez, y esto puede llevar a descubrir nuevos rumbos que permitan continuar con lo que se había iniciado anteriormente.

Es por esto que es de suma importancia el rol del diseñador a nivel nacional e internacional, quien crea a partir de algo ya existente, directa o indirectamente, pero con la seguridad de que lo que está haciendo es algo nuevo.

Nardini, D. (2011) *El rol de los diseñadores en la industria textil nacional* cuenta cómo el profesional debe dejar afuera sus prejuicios de valor para tomar todo lo que en su alrededor vive con él, de otra manera este individuo vagaría en una meseta cómoda y duradera donde con lo único que se topará es con su entorno ya conocido de memoria, en su zona de confort; que se relacionará directamente con los perfiles que cada persona tiene, influyendo luego, en lo que será su diseño o aporte al rubro.

Así es que lo argumenta Ciancaglini (2011) *Tramando perfiles. Factores de la personalidad que influyen en el diseño textil y de indumentaria* en su PG donde además intenta comprender que el usuario al que se dirige, es un par como lo es el creativo, que siente, piensa y tiene emociones y vivencias que lo delimitará a hacer y elegir de cierta forma a la que el diseñador debe anticiparse y estar preparado.

Al retomar con lo que el proyecto de grado de Kullak, V. (2011) *Textiles con identidad (2010)* pretende mostrar, el mismo recopila ciertas formas de tratar a la tela para dar otro o un nuevo significado a ese género que parte de algo ya existente pero que se le puede dar un nuevo propósito, según lo que el diseñador desee. No tanto desde los tratamientos ni procesos de acabados, sino desde la reconstrucción y vuelta de uso, que se relaciona con qué clase de persona o nivel socioeconómico elige qué ponerse y qué

no, según la característica de lo que ve y percibe, tanto desde lo emocional, como por ejemplo la reinterpretación de una prenda ya usada de una feria, o desde la creación de un nuevo material costoso, pero que por ello se enmarca en un nuevo estatus que lo vuelve más poderoso o diferente al resto de la sociedad.

“La ropa, y su modo de uso, constituye un lenguaje no verbal que comunica determinado mensaje al resto de la sociedad que rodea al individuo portador de la misma.” afirma Gaffuri, M. (2011) *Las Estampas y los Jóvenes de Hoy (2010) Diseñadora Textil y de Indumentaria* en su trabajo, al relacionarlo con la idea anterior de la significación de la prenda dentro de un determinado contexto.

Al seguir con la idea de la huella, del pasaje del tiempo en un marco socioeconómico determinado, Morello, C. (2010) *Huellas del pasado. Arte textil revaloriza lo artesanal*, ese tiempo valioso de algo que hoy se ha industrializado, del trabajo manual tan sentido y de tanto valor que hoy ya casi no existe o no es tan usado para producir en masa. Es interesante ver qué ha sucedido, por qué hubo un cambio tan radical en este aspecto y de qué manera seguir con esta zona de sensibilidad y gran valor que tiene el trabajo manual, para seguir usándolo en la actualidad y que sea algo alcanzable a un precio relativamente razonable o evaluar de qué manera puede retomarse algo de todo este universo tan complejo y que tan viva mantiene la memoria de los ancestros. Lo destacable es que de toda experiencia pasada o de toda crisis, suele haber una fortaleza que lleva al creativo a tratar de entender qué es lo que pasó para poder ver de qué manera salir airoso de cierta situación. Esto es algo primordial para el diseñador que está inmerso en un mundo de situaciones incontrolables o que están fuera de su alcance, pero que indirecta o directamente lo pueden llegar a afectar.

Así es como Saidman, P. (2010) *El diseño textil de autor luego del 2001* muestra en su trabajo cómo el diseño de autor tuvo un auge y floreció luego de la crisis que sufrió la Argentina en el año 2001, generando nuevos intelectuales con el deseo de revertir la mala situación en búsqueda de nuevas oportunidades. Otra de las reacciones fue la de

destacarse en un rubro independiente fuera de lo comercial que tan mal le fue en ese entonces.

Como bien dice Villar, V. (2004) *La experimentación textil en el campo de la moda*: “Nada puede surgir de la nada”. Este es un gran punto en donde partir para encontrar el lenguaje que se pretende usar al realizar una creación artística. Cómo hacer para que dentro de esta enorme urbe y mundo cosmopolita se pueda generar puntos de vista originales y con esa fortaleza suficiente como para que no sea corrompido rápidamente y perdure en el tiempo, o por lo menos intentar que así sea y marca una huella en ese proceso.

En el capítulo primero, se dará a conocer qué es un diseñador textil y de indumentaria, se conocerá la manera en que se desenvuelve, de dónde parte, cuáles son sus motivaciones que lo lleva a diseñar, cuáles son sus inspiraciones y puntos de partida. De esta manera se verá el proceso creativo que es dónde todo este bagaje cultural y vivencial se plasma en su trabajo o futuro proyecto.

Luego, el segundo estará más abocado al textil. Saber de qué se trata al hablar de género textil, qué es una tela y cuáles son sus componentes. La generación de determinada superficie y aspecto a tratar o intervenir, obteniendo diferentes resultados según el tipo de técnica que se emplee. Saber de la existencia de las texturas táctiles y visuales y cómo estas definen muchos conceptos del diseñador acorde a la manera en que las emplea.

Una vez que se entiende cuál es el rol del diseñador, qué es y cómo puede tratarse el textil; en el tercer capítulo existirá una íntima relación entre estos dos que se combinan para dar un mensaje. El lenguaje debe ser claro y coherente al relato que se pretende dar, para que el usuario o receptor pueda decodificar y aceptar el producto, sin tener que explicar nada más que lo que la prenda, producto, proyecto o intervención quiera decir.

Además, para conocer qué es lo que sucede en la actualidad argentina del diseño, se elegirán, en el capítulo número cuatro, algunas de las diseñadoras de moda que ejercen

y están en auge actualmente para comprender lo que el consumidor busca hoy y lo que la demanda ofrece. Se explorará sus trabajos y la manera en que buscan ser originales y fieles a su estilo, sin dejar de lado la indagación de nuevos métodos que refuercen, a su vez, recursos que luego usarán en sus prendas.

Para finalizar, en el último capítulo, tendrá lugar la resolución que hace la autora del PG, acorde a la temática tratada a lo largo de estas páginas, para exponer de qué manera puede el diseñador, mostrar quién es y cuál es su identidad a través del textil.

A continuación, se dará comienzo al desarrollo de los capítulos que componen este ensayo, en donde diseñador, tela, mensaje e identidad, serán los cuatro pilares fundamentales en los que se basará el escrito, para conciliar la búsqueda de la identidad del diseñador a través del textil.

Capítulo 1: Universo del diseñador

Comprender el universo de un diseñador no siempre es sencillo. En él intervienen factores que conforman la relación del individuo con su exterior, que se deben tener en cuenta a la hora de hacer una lectura del mismo. Para ello cabe analizar su entorno y los espacios culturales, sociales y físicos en donde un diseñador nace, se desarrolla y convive, para poder tener un conocimiento más profundo del referente.

Todo esto constituye la identidad de la persona, que lo hará tomar decisiones por sí misma para luego encontrar un lugar en donde pueda plasmar su singularidad.

Así mismo, no hay que dejar de lado el momento histórico en que se sitúa el ente creativo, ya que según el tiempo y espacio en que se encuentre, sus acciones variarán.

De esta manera se engloban las nociones principales que darán comienzo al capítulo para ir de lo general a lo particular en dónde se conocerán los elementos influyentes que luego compondrán el lenguaje identitario del diseñador.

1.1 El ámbito del diseño

El diseño, en cualquiera de sus manifestaciones, es el ADN de la sociedad industrial, o postindustrial, es eso lo que tenemos ahora. Es el código que debemos explotar si queremos comprender el mundo moderno. Es el reflejo de nuestro sistema económico. Está indisolublemente ligado a la tecnología con la que debemos trabajar. Es, en definitiva, un tipo de lenguaje que refleja valores emocionales y culturales. (Sudjic, 2009, p. 45)

Es interesante este concepto ya que carga de sentido todo lo que el diseño hace y reproduce; no sólo se trata de cuestiones banales, efímeras o frívolas, como suele encasillarse en primer instancia a todo lo que al diseño o al arte compete, sino que pueden generar sensaciones y sentimientos. Algo tangible puede volverse totalmente sensorial, más allá de su función o utilidad. De esta manera se producen significados que se transforman en un lenguaje particular para la sociedad, y permite mostrar ideologías, intereses, y los fines que cada uno de ellos persigue. No interesa el valor o precio real del elemento, importa de qué manera el diseñador se las ingenia para encarecer o abaratar una prenda, objeto o mueble, ya que está en él y en los recursos que tenga a su alcance, la manera en la que pueda formar nuevos criterios. Se considera relevante el abordaje

que se efectúa en cada situación y la distinción del conocimiento o saber del profesional para realizar nuevas piezas. “Decir y hacer suele ser una disyuntiva que corroe el espíritu canónico del diseño, por lo menos en la voz mayoritaria de sus profesionales. ‘Quienes dicen poco hacen, y quienes hacen poco dicen’ ” cuenta Carpintero (2007, p. 9). Es claro que prevalece el sentido de la praxis por sobre todo, pero también cabe destacar que sin las ideas no hay nada. A su vez, en el discurso se encuentran facetas provenientes del universo del sentido y de la comunicación en donde las afirmaciones de carácter interpretativo lo dicen todo.

El enfoque bajtiniano permite al autor referir a la carga ética que subyace en todo acto comunicativo en la medida en que la figura de un yo se alimenta inexorablemente del contorno del tú; dicho brevemente y en el decir del teórico ruso: los enunciados como una apuesta ética en tanto se construye “por y para otro”. (Carpintero, 2007, p. 10)

Es primordial este pensamiento porque en el ámbito del diseño y la creación el autor nunca está sólo ni abstraído del otro, siempre hay un constante *feedback* que sin ello nada podría lograrse, sería en vano. Este vínculo hace que se recapacite, genere, produzca, motive y continúe el proceso. En cuanto a su repercusión, es eminente vincular al diseño con la imagen de un agente de control social con la finalidad de inferir lo que reproduce en la sociedad. A través de sus acciones, modelos de identidad socialmente aceptables, el creativo obtiene la creciente circulación de información tendiente a la consecución de la homogeneidad social y neutraliza, critica o degrada la diferencia. Conseguir que un ente regule o tenga en cuenta lo distinto da como resultado que construya su imagen en base a lo desigual para estar siempre vigente. En relación a lo mencionado anteriormente, no se trata de un trabajo de un sólo individuo, sino que hay que estar alerta al entorno. En cuanto a las creencias, ideologías, gustos y pensamientos, estas variables no impedirán que haya un vínculo entre quienes pretendan cosas similares a pesar de sus diferencias culturales. En la diversidad se destacan rasgos particulares que de otra manera serían más dificultosos de observar o directamente no serían notorios. El simbolismo de todo lo que conforma la vivencia en cada territorio del

país, continente o del mundo, trae aparejados argumentos que validan o dan una perspectiva irreal para algunos o sumamente reales y elocuentes para otros, he aquí la naturaleza de la imaginación que inspira al cosmos de la fantasía incesante del creativo. Del objeto imaginario emerge una proposición que da comienzo al proceso de diseño, que luego se verá plasmado en la composición de un objeto real, tangible: “nace de una idea y se concreta en una forma” sostiene Saltzman (2009, p. 13). Del resultado de un proyecto nacen creaciones, nuevas condiciones y relaciones, que vinculan al usuario con su contexto, a través de su vestimenta.

1.1.1 Cuando la forma cobra dimensión de diseño

“Todo proyecto exige una toma de posición con respecto a la futura ‘situación’ del diseño, una mirada crítica y profunda del entorno y las circunstancias en que el objeto habrá de insertarse.” afirma Saltzman (2009, p. 15). La persona quien tiene esta responsabilidad es el diseñador, que de manera perceptiva toma señales del medio que lo rodea para dar una respuesta, un mensaje o una nueva perspectiva a través del elemento de diseño en cuestión. Es primordial saber de la existencia de vínculos que se generan de conformaciones espaciales, objetuales o formales, y su relación con los comportamientos sociales de determinado lugar y tiempo. De ellas depende el éxito o fracaso de la creación o de un nuevo concepto que vaya a elaborarse. Es por esto que la diseñadora Andrea Saltzman asegura que “el diseño está asociado a la ética” (2009, p.12), ya que plantea que gracias a la indumentaria, puede generarse un nuevo preconcepto que ayuda a mejorar una determinada situación o momento. Partiendo de un sueño, imaginación, intervención artística o de un aporte personal, el diseñador es quien debe brindar todos sus conocimientos, saberes y experiencias para convertir en único y sagrado su espacio de creación. De esta manera, es que se considera que gracias a toda la recopilación cultural, social y vivencial, una persona puede convertir algo material, un elemento, una forma, o un objeto en una entidad de una carga superior que lo lleva a otro

plano, a una nueva dimensión de diseño, y por ende el cometido del diseñador habrá sido victorioso.

1.2 Lenguaje del creativo

Para desarrollar el entendimiento sobre un tema o simplemente para plasmar alguna idea o sensación, es necesario contar con un lenguaje de signos y símbolos que ayuden al diseñador a expresar lo que siente, y así poder dar su mensaje, siempre que haya un otro que lo decodifique. El que comunica pretende dar una opinión sobre algún tema en particular, pero difícilmente tenga control sobre la difusión del mismo o de la manera en que será interpretado. Más allá de esto, el creativo tiene que saber en dónde está ubicado, hacia dónde se dirige y cuáles son sus herramientas para transmitir.

Lo característico del lenguaje creativo del diseñador es su apego a lo diferente, a lo innovador, a lo auténtico. Su prenda podrá ser su significante y su usuario le dará el significado que le corresponda, lo que permite que se produzcan diversas configuraciones sentimentales, que tomarán partido por una u otra cosa, teniendo en cuenta que al otro día, tal vez, su parecer se renueve y se traslade hacia otro lugar. Como es habitual en el aprendizaje o adquirecimiento de una lengua que no es la natal, es común que exista la probabilidad de aprehender modos ajenos, ya que en este mundo cosmopolita el contacto con otras culturas, personas o vivencias coexisten a diario. No es un punto menor ni debe pasarse por alto ya que en esta combinación surgen uniones sustanciosas.

Es el lenguaje del diseño el que nos sugiere el sexo de un objeto, a menudo sirviéndose de medios tan poco sutiles como el color, la forma, el tamaño o las referencias visuales. Es el diseño el que transmite una sensación de autenticidad o, por el contrario, sirve de coartada a la cínica intención manipuladora del vendedor. Y es el diseño el que puede servir para marcar y reforzar las señales de pertenencia a una determinada casta en el sistema de clases. (Sudjic, 2009, p. 46)

Para algunos es una ilusión, un juego, una fantasía; para otros su motivo de existir. Lo real es que del mismo modo en que puede sugerir, también tiene la capacidad de crear espacios de pertenencia para la gente que busque identificarse.

El diseñador es capaz de seducir, revelar, mostrar, crear, y hasta generar convicciones en la sociedad, gracias a las múltiples facetas que su rubro le brinda. No existen vaguedades en el mundo artístico, pero sí tomas de partido y decisiones. El creativo cuenta con una capacidad de observar y comprender el mundo que le permite sumar a su trabajo un plus de carga emotiva que hace que muchas veces una pieza sea única y se convierta en objeto de valor. Crear señales que ayuden a la interpretación de un elemento en cuestión sirve para distinguirse y así poder afianzar su impronta. Algo clave en todo esto es que el lenguaje evoluciona, al igual que sus significados, definiciones y lo que se pretende decir. Pero más relevante es aún saber cómo administrar estos cambios para seguir con la línea del estilo personal.

Sudjic explica que “el diseño es un lenguaje fundamentalmente visual. Usa el color para indicar alegría o masculinidad y la forma para atraer a los usuarios o para informarlos sobre la función”. (2009, p. 79) Este es uno de los conceptos que el denominador común entiende por diseño, es lo tangible, lo que se ve. Pero tratar con imágenes no es algo sencillo, aunque así pareciera. Su accesibilidad y transparencia puede llegar a convertirse en una trampa o dificultad para quienes no están acostumbrados a trabajar con ello.

Se encuentran referencias que provienen del arte, la fotografía y el cine. La moda usa y a veces hace abuso de tales imágenes, difundíendolas de manera excesiva con lo cual engendra un contenido desprovisto de todo significado que pudo haber tenido alguna vez. Como Sudjic (2009) dijo: “Cuando es continuo, se ve sujeto a la ley del rendimiento decreciente (...) si estas imágenes se reiteran una y otra vez, empiezan a parecer tan obvias que pierden toda capacidad de impacto. (...) pierden su capacidad de emocionar”. Desde su posible connotación, hasta su uso figurativo o abstracto, si el discurso no se ve sustentado por lo que el diseñador quiere decir, su mensaje decaerá y no llegará a su cometido que es el de usar este medio para generar un canal en donde pueda comunicar sus pensamientos.

La indumentaria utiliza lenguas (recursos) para expresar sentidos múltiples, contradictorios y opuestos entre sí. O al menos se comprenden en un nivel cualitativamente superior al que acceden cuando se topan con una prenda o indumento de creación máxima, por completo desconocida y elevada, construyendo jerarquías, distinciones y estigmas sociales asociados a los matices de una prenda. (Grimson, 2011, p. 179)

Vivir en un mundo globalizado, moderno, contemporáneo, donde los textos y las imágenes parecieran regir todo lo que pasa a su alrededor, entabla un enorme diálogo entre sus partes y la sociedad que lo consume y que se ve rodeada de toda esta información. El usuario interactúa con lo que el medio le ofrece. Este es el momento en donde el idioma que se quiere hablar debe ser entendido y captado con claridad para que se culmine con éxito el mensaje que se pretende comunicar.

La primera conexión o vínculo que se genera gracias al contacto del usuario con la prenda, es la percepción del material. A partir de esta primera impresión, se obtiene un conocimiento fundamental de las características de la tela. Instantáneamente, se genera una comunicación entre el material y el cuerpo del individuo, ocasionándole diversas sensaciones, recuerdos, momentos; que podrá relacionar a experiencias pasadas gracias a este momento de intimidad con la prenda. Es aquí cuando el diseñador penetra con su discurso al usuario llegando de una manera más profunda, diferente a que si el contacto hubiera sido únicamente en forma visual.

Entran en juego simbolismos e indicadores que contemplan y conforman formas de observar el objeto que la persona puede asociar con situaciones pasadas. Existen fuentes de sensaciones táctiles y visuales que permiten explorar el cuerpo, recorriendo el textil, indumento o elemento, para lograr revalorizar aspectos utilitarios y expresivos de la materia, que de otra manera serían difíciles de apreciar con fidelidad.

La exploración supone que el cuerpo y el textil constituyen un lenguaje dotado de un vocabulario, una sintaxis y un modo de uso propios. Los valores expresivos del vestido se revelan en su modo de apropiarse del cuerpo: la conformación de la silueta, la proposición de un tipo de superficie, los sistemas de articulación entre los planos y los aspectos que hacen a la resignificación del diseño a partir de su "situación" en el contexto. (Saltzman, 2009, p.15)

Esto quiere decir que la persona que comunica su mensaje debe hacerlo pensando previamente hacia dónde se direccionará su lenguaje y en qué contexto se encontrará, para que el individuo que compre, use o consuma el producto lo haga de la manera en que el creativo pretende y no existan malentendidos o situaciones en donde el diseño no es valorado como se suponía. Llevar puesta una túnica negra hasta el piso o una prenda que destaque las curvas del cuerpo, generará reacciones diversas acorde a la situación en que sean expuestas, quién las vista, y demás factores culturales que podrán ocasionar que el producto sea aceptado o rechazado por una sociedad en particular.

Dentro del lenguaje textil, existen espacios que ayudan a la textualidad de la prenda. El interior, la privacidad, el tacto con el cuerpo, generan un momento de narración secreta donde la cualidad del textil se expresa de manera personal con el usuario, que se antepone a todo lo demás que ocurra en su exterior, en el espacio público y su relación con los demás. No hay que dejar de lado este aspecto ya que condiciona a que el proyecto o idea a realizar, sea planteado de tal manera que el diseño pueda ponerse a prueba y supere todas las barreras por sí sólo. En relación a la idea que Saltzman (2009) tiene del vestido, es interesante observar la manera de articulación entre el cuerpo y el contexto. Es en esta situación en que el indumento se transforma en signo cultural, social, tecnológico, ideológico, expresándose como marca personal.

1.3 Identidad

Todos los seres humanos sentimos que pertenecemos a diferentes colectivos, que pueden corresponderse con una aldea, una ciudad, un país, una región... o el mundo. A grupos etarios, de clase, de género; a generaciones, a movimientos culturales o sociales. En cierta medida, esas clasificaciones y nuestros modos de relacionarnos con esas categorías identitarias están inscriptos en nuestras historias culturales. (Grimson, 2011, p. 176)

Precisamente, esta es una de las razones por la que la indumentaria viste a las personas: cada individuo pertenece a cierto lugar, ideología, credo, religión, es de determinado sexo y partido. Cada uno tiene algo que decir.

Al comprender que todo individuo es libre y dueño de sus actos y decisiones, parte de esta libertad concibe la posibilidad de optar por qué tribu, grupo o clase de pertenencia.

Los motivos por los que se producen estas decisiones suelen ser por interés, ideología, o simplemente por simpatía. De todos modos, la cultura es el principal rector, concerniente a un agrupamiento con prácticas y rutinas particulares, que traen arraigados desde su origen costumbres y tradiciones.

La prenda entonces será tomada como elemento cultural, como pieza de identidad. De esta manera, lo que se transmite al portar una prenda tiene una carga mucho mayor que ser sólo una tipología. Ella conlleva forma, color, textura, tejidos y materiales que fueron seleccionados y pensados para diversos fines. Cada uno de ellos es un relato, una historia que contar, y como tal deberá aprovechar su categoría de comunicador para que todo el sistema sea coherente, tanto lo tangible como lo intangible. Todo se encuentra en comunión.

Al descifrar el contexto en donde algunas personas se relacionan y otras siguen caminos opuestos, este proceso de interrelación, mutación y cambio, llevará consigo posibles exclusiones o rechazos en donde la distribución de poder o jerarquización se impondrá. Para ello, el diseñador estará preparado para conservar su forma y su estilo, regido por lo que Grimson llama caja de herramientas identitarias (2011, p. 184), que está conformado por un conjunto de clasificaciones disponibles que permiten a sus miembros identificarse a sí mismos e identificar a los demás. Esto es lo que el creativo tiene como constante, su configuración personal, que regirá a la hora de desenvolverse cuando tenga que crear. Asimismo, es indispensable conocer qué es lo que la sociedad piensa y cómo actúan sus miembros para poder anticiparse y disponer variables que permitirán abarcar posibles cambios de temperamentos o actitudes, sin dejar de lado su potencia identificatoria.

Las categorías identitarias, ciertamente, no sólo se usan para referir a una descripción de la sociedad o para aludir a la relación del hablante con su sentimiento de pertenencia. Las personas también, las utilizan para referirse a sus interlocutores: una situación clave de reconocimiento, aceptación o rechazo. Como es frecuente que haya diferencia entre los modos en que una persona es considerada por las otras y cómo se considera a sí misma, conviene reservar la noción de "interpelación" para aludir a los modos en que una persona o grupo o institución se refiere a sus alteridades. Utilizando la caja de herramientas identitaria, un miembro de una sociedad se identifica, es interpelado e interpela a

los otros: se afilia y se desafilia, estigmatiza y es estigmatizado, contraestigmatiza. (Grimson, 2011, p. 186)

Resulta interesante el concepto de interlocutor como perfil identitario. La prenda es el medio por el cual la persona transmite y dice, de manera no verbal. Se observa lo que el individuo tiene puesto, haciendo un análisis interpretativo desde su morfología, color, tamaño, tipología, largo modular; enmarcándolo incluso en la situación o contexto en el que se encuentra para obtener un mejor resultado de tal apreciación. Luego, si se lo compara al mismo individuo en otro momento, podrá considerarse si de igual manera con sus propios códigos, conserva su identidad a pesar de que cambiara de ropa. Si la esencia sigue coexistiendo, es porque su identidad está bien marcada. De todos modos, no hay que olvidar que el cuerpo puede adoptar diversas estrategias de comunicación, tales como la mimesis u oposición, repetición o innovación, respetar las normas o transgredirlas, cambiando o mutando así la percepción del mismo.

El indumento tiene morfología pero también posee un género textil que relata en conjunto. Creando nuevos espacios desde la bidimensionalidad de la tela, o de la estampa, puede transformarse en su totalidad la imagen de quien lo porte. Precisamente, es gracias a la indumentaria que pueden generarse readaptaciones o resignificaciones de un objeto en uso ya creado, para desenvolver diversas actividades o acciones que de la manera original no podrían haberse llevado a cabo.

Al distinguir que las prendas son objetos textiles, es de vital conocimiento la existencia de su materia prima, la tela. Constituye un concepto básico de lo que conforma al acabado y aspecto de la superficie que lo compone. Puede acompañar o delinear la silueta, o por el contrario generar distancias y volúmenes que nada tenga que ver con el cuerpo que tenga de base. Es una poderosa herramienta visual y táctil, que cubre o deja ver lo que sucede por debajo de ella para generar una nueva relación del cuerpo con el entorno.

(...) el vestido se convierte entonces en signo de los atributos del sujeto. De este modo, la indumentaria se suma a la unidad que establecen todos los aspectos expresivos de la imagen, revelando datos claves acerca de la identidad, los gustos, los valores, el rol en la sociedad, los grupos de pertenencia, el grado de aceptación o rechazo de lo establecido, la sensibilidad, la personalidad de un

individuo. En la ropa se entrelazan los aspectos privados y públicos de la vida cotidiana, las convenciones sociales y culturales y el modo en que cada sujeto se posiciona en ese contexto. (Saltzman, 2009, p.10)

De esta manera, se concluye con lo que respecta a la imagen identitaria de un individuo, al universo del ente creador, en este caso el diseñador de indumentaria. Al conocer un poco más su función, su forma de ver y apreciar su entorno, en el capítulo siguiente se aproximará a lo que respecta su extensión como artista. La tela será su herramienta primordial de la cual dependerá el producto final, la forma en que se verá, su pregnancia y prestancia.

Gracias a esta materia prima, es donde el diseñador puede volcar toda su impronta creativa; su identidad al cien por ciento.

Capítulo 2: Acercamiento al género textil

Para originar nuevos textiles es necesario recopilar información a partir de una investigación que pueda realizarse sobre todo lo que rodea al creativo.

Es relevante que la investigación sea fuente de inspiración y que conste de imágenes, dibujos, texturas, colores y siluetas para tener material con el cual trabajar. La tela es uno de los elementos primordiales que debe establecerse para diseñar una prenda. A partir de ella se piensa en lo que el diseñador presentará en su colección.

2.1 La tela

Al diseñar, resulta importante estudiar lo que está sucediendo en el ámbito de la moda y de los textiles contemporáneos. Para ello es necesario realizar una investigación exploratoria. Esto ayudará a enfocar al diseñador para saber hacia a dónde ir en cuanto a la decisión que tomará respecto a lo que esté pasando en su tiempo y espacio. Esto respecta a saber qué tendencia está en auge en ese momento y en tomar la determinación de seguirla o si buscará una nueva. Así, se pueden crear nuevas corrientes a establecer a partir de la cual se conseguirán diseños novedosos y con un aporte considerable para la propuesta del momento.

Con una mirada retrospectiva, se observa que ciertos textiles gozaron de popularidad en determinadas épocas. Algunos estaban vinculados con avances tecnológicos o con alguna tendencia existente en la sociedad, y otros tejidos y estampados se han ido reiterando a lo largo de la historia. Éstos se convirtieron en clásicos y algunos de ellos siguen vigentes (es el caso de los lunares, las rayas y los motivos florales).

Por otro lado, lo que es relevante destacar, es la posibilidad de tomar un dibujo textil clásico y reinventarlo.

Para muchos, los textiles son vehículos de mensajes y de conocimientos que también se deben resguardar como los mitos, las recetas medicinales y en el caso de los mapuches, son las mujeres las encargadas de tejerlos para mantener su transmisión. Este pueblo cree en un universo escalonado compuesto por el cielo, la tierra, el infierno, de allí el uso de motivos textiles con escalonamientos...(Avellaneda, 2012, p. 263)

En el siglo XVIII, aparecen las llamadas sedas pesadas que estaban de moda en ese entonces. Las formas de plantas exóticas que aparecían estampadas en ellas era el resultado de la influencia de la cultura oriental. Dieron paso a los motivos de los encajes, y luego en la década de 1730, a grandes y lujosos motivos florales, intercalados con delicados ramilletes de flores. En 1759, la prohibición sobre el algodón indio se levantó y la industria textil francesa de nuevo gozó de prosperidad. Durante este siglo, Inglaterra dominó la moda masculina debido a la superioridad de su industria de manufactura de lana y a la destreza de sus sastres, mientras que Francia dominó la moda femenina.

A principios del siglo XIX, en el período romántico, aparece el uso de pequeños motivos florales. Eran populares debido a su estética, pero además, los dibujos pequeños disimulaban las manchas de suciedad y una posible manufactura barata.

En 1834, se inventó la estampación con matriz, que fue utilizada para la confección masiva de prendas de vestir. Dicho proceso consistía en la mecanización del bloque de estampación y permitía obtener diseños con más de un color. Los dibujos policromos, que anteriormente se producían al tejer la tela, ahora podían producirse utilizando un método de estampación barato. (Udale, 2008)

A lo largo de este siglo, la manufactura de encajes también se mecanizó. Los amplios chalets de encaje fabricados en las ciudades francesas se popularizaron. En la década de 1830, la técnica del *Jacquard* estaba muy extendido, el cual contaba un telar mecanizado y permitía estructuras de tejidos y dibujos más complejos.

A pesar de estos grandes avances, hubo casos de disminución de la calidad del diseño y de la manufactura debido a la mecanización del trabajo. Antes, el artesano cumplía el rol de diseñador y fabricante a la vez, y con la llegada de la industrialización a los procesos, los dos papeles quedaban separados. Por ende, la calidad del textil no era buena y no había diseño.

En el Reino Unido, William Morris, ante aquella situación, promovió la artesanía como alternativa a la manufactura mecanizada. Realizó diseños textiles basados en temas

naturalistas y medievales y prescindió de los tintes con anilinas a favor de los tintes naturales. Fue el más proveniente miembro del movimiento *arts and crafts*, en Inglaterra. El *art nouveau* se desarrolló a partir de aquel movimiento con tejidos cuyos diseños se estilizaron cada vez más e incorporaron líneas más intrincadas. La apertura de Japón al comercio internacional, en 1854, hizo que el estilo japonés llegara a Occidente. Los motivos y la flora oriental, como por ejemplo, la forma del áyame (una flor de la familia del iris) o del crisantemo, empezaron a aparecer en el diseño textil. Los productos lacados japoneses influyeron en la creación de tejidos brillantes y con lamé. En la década de 1860, la tarlatana, un algodón tejido y almidonado, liso y fino, que podía ser o no estampado, se hizo muy popular. (Esparza, 1999)

Durante la década del veinte, los años locos y la era del jazz, los nuevos bailes exigían vestidos realizados con tejidos que se movieran sobre el cuerpo o dieran esa impresión bajo la luz, "...los flecos han sido usados como ornamento en los textiles...se adornan los extremos de diversas prendas agregando a los textiles otra dimensión y movimiento." Resume Diana Avellaneda (2012, p. 274 y 275). Telas ligeras y finas, pedrería, lentejuelas y flecos conseguían ese efecto, además de añadir textura y tridimensión al tejido. De esta manera conseguía una apariencia de gran lujo, resaltando la figura de quien lo porte. Los encajes, las pieles y las plumas también eran muy populares para los atuendos de noche en aquella excitante y glamorosa época. La tela de rayón-viscosa gozaba de gran popularidad en ésta década. Estos años asistieron también a la introducción del proceso de serigrafía.

En las décadas de los años veinte y treinta, Coco Chanel utilizó el tejido de punto para *pret-a-porter*. Fue algo revolucionario ya que hasta entonces sólo se había utilizado para ropa interior. Los motivos florales, abstractos y geométricos estaban muy de moda y se estampaban utilizando dos o más colores contrastados. El desarrollo del cine estuvo acompañado de tejidos lujosos utilizados por su brillo en la pantalla. El *nylon* se inventó en 1935. También se desarrollaron tejidos de doble faz elásticos. El surrealismo tuvo

influencia en el ámbito textil. El primer jersey expuesto fue de Elsa Schiaparelli, quien era muy amiga de artistas como Salvador Dalí, Jean Cocteau y Christian Bérard y les encargaba que diseñaran estampados textiles y motivos para los bordados de sus vestidos. (Udale, 2008)

En 1940, las telas fueron racionadas durante la Segunda Guerra Mundial, de tal forma que la cantidad que se podía utilizar para cada prenda estaba limitada. Ésto influyó al diseño de las tipologías, ya que había que usar criteriosamente los géneros para que no haya desperdicio. Por ejemplo, las faldas eran rectas, no tenían vuelo ni tablas, y eran más cortas. Las chaquetas no eran cruzadas y los pantalones tenían una longitud determinada. Fue en los años de guerra donde la gente reciclaba sus propias prendas y el concepto de resignificación estaba en vigor. Se hacían vestidos a partir de cortinas, las prendas se modificaban y los jerséis se deshacían y se volvían a tejer. La importación de seda desde Japón fue interrumpida durante la guerra, así que el *nylon* se convirtió en un sustituto muy popular. Durante la ocupación de Francia, el papel de París como capital de la moda estuvo amenazado, lo que propició el aumento de popularización de la moda estadounidense. El denim y las telas de algodón a cuadros, típicas de las prendas de trabajo, invadieron el mercado estadounidense del *pret-a-porter*.

Durante la década siguiente, se desarrollaron nuevos tejidos. El año 1950 fue conocido por la proliferación de tejidos como: el acrílico (1950), el poliéster (1953) y el elastano (1959). Al acabar la guerra se produjo una reacción en contra de las formas decorativas. Los productos textiles pusieron en escena una imaginería futurista, diagramas científicos y formas brillantes y abstractas que se hacían eco de la era atómica. También estuvieron de moda los tejidos con dibujos lineales para objetos domésticos cuyos diseños fueron renovados. (Hollen, 1995)

Con el correr de los años, la cantidad de tela utilizada para las prendas fue aumentando, como por ejemplo las faldas de mucho vuelo que a menudo estaban pintadas a mano y decoradas. La influencia de Estados Unidos en Europa hizo que se vieran camisas de

estilo hawaiano y que se popularizaran los estampados americanos. Algunos modistos como Balenciaga, crearon prendas con siluetas que no se amoldaban al cuerpo. Les interesaba el espacio entre el cuerpo y la ropa, y para ello, los tejidos más apropiados eran los que contaban con cierta rigidez. En 1960, los tejidos eran más excéntricos y de colores brillantes; era una manera en la que los adolescentes se diferenciaban de sus padres, acompañados de faldas cortas y modas modernas. Se desarrollan estampados audaces, nuevas fibras sintéticas y nuevos tintes bajo la influencia de los viajes al espacio. (Udale, 2008)

Las nuevas tecnologías y procesos producen avances en la industria de la moda, ya sea en forma de nuevas fibras, hilados, técnicas de estampación, de tinción o de confección. Todo ellos supone nuevos colores o nuevas siluetas, y entonces se crean nuevas tendencias. (Mitsuko Alemany, 2007, p. 122)

Hacia finales de los sesenta, volvió a mirarse con nostalgia los períodos del *art déco* y *art nouveau*. Los dibujos aumentaron de tamaño, y se estamparon en colores brillantes y psicodélicos. Los motivos florales eran representados planos y con colores vivos. Todo esto infirió al llamado *flower power*.

2.1.1 Introducción a la superficie textil

Al hablar de superficie textil, es necesario conocer de qué está compuesto el mismo. Como detalla la autora Norma Hollen en su obra *Introducción a los textiles* (1997) los tejidos están conformados esencialmente por fibras. Éstas pueden catalogarse en naturales o artificiales, según de dónde provengan, y cuentan con características y cualidades propias. Luego son sometidas a diferentes procesos que las convierten en hilos para poder ser tejidos, según sea el caso, ya que existen también textiles que se generan a partir del aglomerado, afieltrado u otras técnicas varias. Según sea la forma de hilar las fibras y construir los hilados, afectará directamente a las propiedades y apariencia del tejido final. Es importante saber entonces, que es viable aplicar acabados y otros tratamientos a cada una de las etapas de la producción textil, tanto sea a la fibra, al hilado, al tejido o a la prenda final. Dichos procesos refuerzan o cambian las cualidades

del material, lo que posibilita la versatilidad del aspecto, seguido por la manera en que se construye el tejido, que también proporciona a éste características específicas.

Para transformar los hilados en textiles, en este caso lo que interesa son los destinados a prendas de vestir, los hilos deben pasar por un proceso de construcción, en el cual se entrecruzan de diversas maneras para generar un tramado que, según cómo estén forjados, originan dos tipos de tejidos: plano y de punto. Otros tipos de elaboración son, por ejemplo, el ganchillo, el encaje y el macramé; entre otros.

En mi última colección utilizo el *frivolité*, que es una técnica textil para realizar encajes que data del siglo XVII. Trato de no encasillarme en ningún tipo de intervención textil, creo que hay que experimentar y probar todo tipo de materiales y técnicas, pero creo que mi fuerte es no quedarme con el textil tal cual lo compro, sino experimentar desde la composición hasta la construcción del mismo, pensando siempre en la poética de mi discurso. (Chain, comunicación personal, 5 de septiembre, 2014)

Asimismo, es posible fabricar textiles a partir de fibras y soluciones directamente, sin pasar por los procesos de hilado ni entrecruzamiento de los mismos. El *Tyvek* por ejemplo, se fabrica enmarañando fibras para obtener un género textil parecido al papel. Las hombreras, fabricadas industrialmente, se hacen con espuma procedente de una solución. Seguidamente, el cuero y la piel son los tipos de revestimiento más antiguos conocidos por el ser humano, utilizados para vestirse, abrigarse y arroparse desde la prehistoria. No son construidos, sino que se obtienen directamente del animal.

Al continuar con el informe de Udale (2008), quien también se aproximó al estudio de la construcción de los textiles, resulta importante tener en cuenta las propiedades que ciertas técnicas darán al tejido, y por último, a la prenda terminada. El género de punto suele utilizarse por su elasticidad, comodidad y por su facilidad para amoldarse al cuerpo. Los tejidos planos, se utilizan para prendas que necesitan estructura y estabilidad, mientras que el encaje, por ejemplo, se utiliza aprovechando sus cualidades tanto decorativas como de translucencia. Sin embargo, el género de punto también puede tener estructura si se lo somete a algún proceso de acabado, como por ejemplo el enfieltrado. Del mismo modo, los textiles de tejido plano pueden ser elásticos y cómodos si se tejen

con alguna fibra elástica, como el elastano, y pueden ser decorativos si para tejerlos se utiliza un telar de tipo *jacquard*, que no le confiere elasticidad al tejido.

Una vez establecidos los principios básicos de la estructura y del comportamiento del textil, se piensa en el paso siguiente, que es el de diseñar. De esta manera se podrán tener nociones aproximadas, necesarias a la hora de producir. La escala, la textura, el color, el patrón de estampado, la repetición, la colocación y el peso son algunos de estos principios. Se debe reflexionar en cómo estos pilares actúan entre sí y cómo varios de éstos funcionan en conjunto; pasando por el modo en el que los diseños se traducirán en textiles funcionales, originales y/o comerciales, siendo adecuados para su uso dentro del ámbito del diseño de moda contemporánea y en la confección de la prenda. (Clarke, 2011) Es necesario pensar en qué es lo que se va a diseñar y cuál es la mejor manera para conseguirlo, considerando sus requerimientos y el tiempo del que se dispone. No hay que dejar de lado la eventualidad de tener que aprender nuevos recursos y procedimientos para lograr determinados diseños a lo largo del desarrollo. Por ende, se debe estar alerta a las condiciones que se presentan sobre la marcha y tener siempre presente la posibilidad de experimentar y de disfrutar durante el proceso. Un caso similar es el del diseñador Leandro Domínguez quien en el artículo periodístico de López Salon (2013) expresa: “era todo muy espontáneo...En realidad, no buscaba un estilo ni un método”, pero lo que él no sabía es que gracias a esas pruebas de improvisación pudo encontrar su forma de manifestar, que es mediante la serigrafía.

Al acabar la construcción de un tejido, éste puede ser alterado mediante la aplicación de distintos tipos de tratamientos para la superficie. Algunos ejemplos constan de la aplicación de dibujos, colores y texturas; que posteriormente, gracias a las técnicas que corresponden a este tipo de alteraciones, pueden incorporar los diferentes ejemplos sobre el textil a modificar. Dentro de ellos se encuentran: la estampación, el bordado, la manipulación del tejido, la pedrería y los adornos. Resulta importante, además,

reflexionar sobre cuáles de éstos métodos es el más apropiado para cada tejido con el que se pretenda trabajar.

Es importante tener siempre en claro el fin que tendrá tal tejido, ya sea si se lo hará reflectante mediante la aplicación de un estampado específico para genere un efecto visual interesante o funcional; o bien si se le incorporará un aislante para aumentar la retención del calor. Algunas técnicas resultan apropiadas para realizar muestras, aunque quizá no sean adecuadas para prendas de vestir.

Otro factor a tener en cuenta, es el tratamiento que se le puede realizar a toda la pieza o a la totalidad del textil, ya que mediante diferentes sistemas, se puede lograr apelmasar o debilitar, por ejemplo, la tela y así darle otro aspecto. Estas son variables significativas, ya que en el uso, lavado, transporte o limpieza, pueden ocasionarse imprevistos que al usuario le perjudiquen su empleo.

2.1.1.1 Tratamientos y acabados

Para modificar la apariencia de una tela ya fabricada y comprada, existen métodos mecánicos y químicos que permiten cambiar la apariencia de la misma.

En el siguiente capítulo se detallarán las diversas formas que un diseñador tiene al alcance, y así lograr tratamientos y acabados pertinentes para sus creaciones.

Al empezar por las técnicas artesanales como, por ejemplo, el estampado con tampones, el ganchillo o el bordado; todas éstas otorgan a los textiles una apariencia original, que le añade valor al producto debido al tiempo y a la habilidad que se necesitan para realizarlas. Otro factor que le agrega interés es el de la exclusividad ya que, por ejemplo, una prenda bordada a mano nunca será igual a la otra.

Respecto a este punto, de la habilidad manual, lo que se intenta es no perderla, y para ello existen combinaciones que impiden su desaparición. Tal es el de combinar estas técnicas artesanales con tecnologías modernas.

En cuanto a la relación y contacto que existe entre la persona y el producto o material, existen factores, como el del color de un tejido, que puede inspirar, motivar y atraer al diseñador o al consumidor hacia una determinada prenda.

El color es un elemento importantísimo en el diseño de moda y de textil. Cuando un cliente entra en una tienda, en principio, se siente atraído por el color de una prenda. A continuación, se acercará y la tocará; y por último quizá se la prueba para ver si le queda bien. (Udale, 2008, p. 119)

Existen también otros aspectos que realzan la prenda como, por ejemplo, un efecto de tintura especial e innovador o un recubrimiento específico que crea una apariencia o una sensación única y atractiva.

Para ello se transita a lo que respecta tintes y pigmentos, encargados de traspasar los diseños al alma del hilado o la superficie de la tela. “La tintura actúa como una mancha” cuenta Udale (2008, p. 91). El color se añade mediante la aplicación de tintes sintéticos o naturales en las distintas etapas de la producción. Los tejidos también se tiñen con tipos distintos de tintes cuando se desea conseguir efectos interesantes, por ejemplo, un tejido compuesto de fibras de seda y viscosa puede ser teñido con ácido y con tintes directos. Casi todos los tintes pueden ser utilizados para estampar el tejido si se mezclan con un agente espesante.

En cuanto a la clasificación de los tintes, se encuentra una variedad interesante detallada a continuación. Al comenzar con los tintes naturales, éstos cuentan con procedencias de diversos tipos: de la tierra, de las plantas, de los insectos o de otros animales. Tales fuentes son renovables, sin embargo, muchos necesitan gran cantidad de materia prima para producir una pequeña cantidad de colorante y requieren mordientes para fijar el color que pueden resultar dañinos para el entorno. Cabe destacar que la mayoría de los tintes obtenidos a partir de fuentes naturales producen colores sutiles, pero también existen otros agentes que pueden llegar a igualar su saturación a fuentes artificiales o sintéticas. (Wells, 1998)

Dentro de su clasificación, existen dos tipos de tintes naturales: los adjetivos y los sustractivos. Los tintes indirectos o adjetivos requieren de un mordiente para ayudar a

que el tejido absorba el pigmento (se entiende por mordiente al preparado que se le añade a la fibra para recibir el tinte y facilitarle su fijación). Por otro lado, los tintes directos o sustantivos son adecuados para teñir fibras celulósicas como el algodón y el lino, pero también se aplican a la seda, el cuero, la lana y en tejidos mixtos celulósicos. Se denominó tinte directo porque tiñe directamente las fibras sin necesidad de un mordiente, sin embargo, al añadir sal común se mejora la coloración. Son sencillos de usar y se encuentran en amplias gamas de colores, aunque no en colores brillantes. “El color siempre ha sido importante en los textiles. Hasta 1856 se utilizaron colorantes y pigmentos naturales como agentes colorantes. Esos colorantes y pigmentos se obtenían de plantas, insectos y minerales.” Argumenta Hollen (1997) Los tejidos teñidos resultantes presentan poca solidez al lavado, por eso raramente son utilizados para estampar. Dentro de esta categoría el índigo es el tinte más conocido.

Al seguir con la enumeración de los tintes, se ubican los denominados sintéticos. Éstos aparecen por la necesidad que les surge a los químicos de investigar formas de producir copias sintéticas de los tintes naturales. Un joven químico llamado William Perkin inventó de forma accidental el primer tinte sintético color púrpura, que recibió el nombre de anilina púrpura o *mauveine*. Su invento abrió camino a la investigación de los demás tintes sintéticos que no dejaron de evolucionar para mejorar su durabilidad y rendimiento, como respuesta a los nuevos tejidos que se inventan. Los tintes sintéticos tienden a tener más brillo y a perder mucho menos el color que los tintes naturales. En cuanto a su nomenclatura, se denominó a los primeros tintes sintéticos como tintes básicos, los cuales tienen poca solidez a la luz y al lavado. En la actualidad, no son muy utilizados, exceptuando la tinción de fibras acrílicas. (Udale, 2008)

En cuanto a los tintes ácidos, son los primeros tintes sintéticos fabricados para lana. Estos tintes se han diversificado, haciéndose cada vez más versátiles hasta formar un grupo amplio muy utilizado. Algunos tintes ácidos se utilizan para teñir otras fibras proteínicas, incluidas la seda y el nylon o poliamida. Existen dos tipos de tintes ácidos: los

tintes ácidos de igualación que están disponibles en una gama de colores brillantes y poseen una buena solidez a la luz, aunque su solidez al lavado es moderada; y los ácidos molidos, que presentan también una gama de colores brillantes y tanto su solidez a la luz como al lavado son buenas, pero su aplicación es más difícil que los del grupo anterior.

Continuando con la lista, aparecen los tintes dispersos que se utilizan sobre todo para las fibras de poliéster, aunque son adecuados para la mayoría de las fibras sintéticas. Se aplican a temperaturas relativamente altas, por lo que no son adecuados para utilizar con tejidos mezclados con lana. Tienen una excelente solidez a la luz. En cuanto a los tintes reactivos fueron los primeros tintes que reaccionaban químicamente con la fibra en un medio alcalino. De este modo, el colorante pasa a formar parte de la fibra, y confiere al tejido una buena solidez a la luz y al lavado. Añadiendo sal común también ayuda a conseguir que el tejido se tiña de manera uniforme. Son adecuados para teñir algodón, lino y seda y a menudo se utilizan para estampar. Por último, aparecen los tintes multiusos que fueron fabricados para el uso doméstico. Tiñen prácticamente todos los tejidos ya que contienen una mezcla de distintos tipos de tintes. Pueden utilizarse con agua caliente o fría y algunos incluso en el lavarropas. (Hollen, 1997)

Para finalizar el inventario, se agrega la categoría de los pigmentos. Éstos se utilizan para estampar tejidos, mezclados con el adecuado agente espesante o ligante. Su aplicación es sencilla y no necesitan lavarse al final para eliminar el ligante, con lo cual implica que la superficie estampada pueda tener un tacto ligeramente rígido. También existe otro tipo de pigmento denominado de tina que son insolubles en agua. Para aplicarlos, primero tienen que someterse a un proceso de reducción química que los hace solubles, penetran la fibra y luego el tinte recupera su forma inicial de pigmento insoluble, explica Udale (2008).

Una vez constituidos los tipos de tinturas que existen, cómo deben emplearse y cuáles son sus cualidades, se sucede a definir con qué efecto de tinción se continúa el proceso,

esto quiere decir cómo aplico el tinte a la tela. “Ropa industrial pero con tratamientos artísticos en particular. Ese es el toque.” Asegura Martín Churba (comunicación personal, 2012) en relación al cambio del comportamiento, tacto y textura de las telas que él trabaja, logrando así un medio de expresión propio en donde todas las herramientas las vuelca a su favor y así crea objetos originales. Las técnicas de tinción también permiten crear dibujos. Algunas técnicas requieren que los recubrimientos, al ser aplicados al tejido, actúen de barrera para el tinte, parecido a la función de una máscara. Una vez teñido el tejido, se eliminan estos recubrimientos y se obtiene un dibujo en negativo. Así explica Wells (1998) los métodos de tinción, y enumera varios modelos; uno de ellos es la técnica de *Tie-dye*. Esta forma requiere atar con cuerdas ciertas áreas del tejido antes de la tintura; la cuerda impide que el colorante penetre en el tejido. Al desatar y secarlo, las partes sin teñir forman un dibujo sobre el tejido. Otra técnica es arrugar o doblar el tejido antes de la tinción para obtener otros efectos. Los japoneses la llamaban *shibori*. Posteriormente se encuentra el de almidón y *batik*. El almidón y la cera son otros de los elementos utilizados para pintar y dibujar diseños sobre el tejido. El almidón o la cera se dejan secar y a continuación se tiñe la tela. Después, se elimina el almidón, o en el caso del batik, la cera, mediante el hervido de la tela. El método de *ikat* ata los hilos de la trama o de la urdimbre con cuerda, y después se tiñen; cuando se retira la cuerda, queda un dibujo. Al tejer los hilos que fueron teñidos, se crea un efecto de sombreado. Se obtiene un doble *ikat* cuando se tiñen tanto los hilos de la trama como de la urdimbre y luego se tejen.

Un ejemplo del empleo de estas técnicas en los diseños de sus colecciones, es el de los diseñadores Joan Martorello y Martinica Lena, quienes juntos conforman la marca Lena-Martorello. Sus textiles se llevan el protagonismo de las prendas, ya que gracias a sus amplios módulos y escasos recortes, los géneros tienen una impronta audaz debido a los tratamientos que ellos eligen trabajar. Entre los que se distinguen: el teñido, el tejido manual y a máquina, el bordado o el patchwork.

Como se nombró anteriormente, los procesos a los que un textil puede someterse son diversos, y uno de los más utilizados es el acabado, el segundo gran proceso de interés dentro de este capítulo. En la obra de Norma Hollen (1997) se detalla claramente cada uno de ellos y será utilizada para realizar tal descripción. Existen acabados mecánicos y químicos, que se realizan tanto sobre la fibra, antes de la construcción del tejido; como sobre la superficie del tejido final. Los procesos de acabado también añaden propiedades extras al tejido o a la prenda para conseguir un efecto visual, táctil o funcional. Los acabados pueden durar tanto como la vida del tejido o bien desaparecer con el paso del tiempo. Se encuentran los acabados básicos, que son los procesos necesarios para preparar el tejido para la tinción o el estampado, donde se necesita previamente eliminar los restos de almidón, o cualquier imperfección del hilo. La eliminación del apresto consiste en eliminar sustancias que han sido añadidas a los hilos antes de ser tejidos para hacerlos más resistentes. El lavado elimina las impurezas de la lana. El blanqueado limpia e intensifica la blancura de los tejidos manufacturados, mejorando la tintura. Durante el proceso de tensado, el orillo e la tela se fija y la tela se estira para linear de nuevo los hilos de la urdimbre, manteniendo su perpendicularidad. Se pueden apreciar en los orillos las marcas de los clavos utilizados para fijar los tejidos que han sido tensados una vez terminado el proceso. Luego, existe el acabado estético que contribuye a dar el tacto o la apariencia deseada al tejido. Los tejidos pueden tener un acabado *high-tech* que les confiere una apariencia más moderna, o bien un acabado consistente en un lavado que da al tejido una apariencia anticuada. Los acabados sobre tejidos mixtos crean efectos interesantes ya que la fibra reacciona de forma distinta al acabado. Por ejemplo, una fibra puede encogerse con el calor, mientras el resto del tejido permanece estático y, por lo tanto, se crea una superficie rugosa o con bultos. Los procesos químicos pueden cambiar la cualidad del tacto del tejido, haciéndose suave y aterciopelado o rugosos y áspero.

En relación al afelpado, éste se produce cuando un tejido es calentado o manipulado mecánicamente para conseguir que las fibras se encojan y enmarañen. Durante el calandrado, el tejido se estaciona entre rodillos calientes y así su superficie adquiere brillo. También se puede conseguir un acabado muaré utilizando rodillos con textura; la presión y el calor aumentan el brillo. Otro tipo de acabado, es el enfieltrado, que consiste en un proceso en el que la humedad, el calor y la presión aplicado a un tejido hacen que las fibras de lana se apelmacen y mejoren su tacto. En cuanto al chamuscado, brinda al tejido un tacto más uniforme y suave ya que, al pasarle por encima una llama, el exceso de fibras es quemado. La mercerización se utiliza en general para tejidos de algodón. En este proceso, se añaden productos químicos al tejido para aumentar el brillo de las fibras. También da mayor resistencia al tejido y favorece la tintura. Los tejidos se pueden tratar con agentes blanqueadores ópticos, como los tintes fluorescentes; éstos reaccionan a los rayos UVA y hacen que los tejidos blancos parezcan aún más blancos. El lavado a la piedra se consigue utilizando piedras pómez que desgastan el tejido, pero resulta difícil controlar el proceso y se puede llegar a dañar el tejido y la maquinaria utilizada para obtener este acabado. Los tintes ácidos se introdujeron con la misma finalidad y los efectos que se obtienen se llaman: lavado nieve o nevado y lavado mármol. El lavado con enzimas permite conseguir varios efectos, según la mezcla y la cantidad utilizada en el lavado. Éste método se usa también para suavizar tejidos. (Udale, 2008)

Además, el lavado se puede utilizar para dar a los tejidos un efecto arrugado. Es por esto que el plisado es uno de los acabados más utilizados por la industria para generar arrugas, al azar por ejemplo, si se lavan o se dejan secar sin planchar. Arrugar y fijar el tejido antes del lavado puede producir arrugas en lugares específicos. Las arrugas permanentes y los pliegues se consiguen con la mayoría de tejidos sintéticos y de lana aplicando calor y dando forma a las fibras que así experimentan un cambio permanente. Este proceso también es aplicable a los tejidos con gran mezcla de fibras sintéticas. El formar los pliegues manualmente supone colocar el tejido entre cartones ya plegados;

luego se enrollan los cartones y se colocan en autoclave. El tejido resultante adquiere la textura del cartón plisado. Luego, el proceso *Siroset*, proceso químico descubierto en Australia, se utiliza para la lana y se puede aplicar en áreas específicas de la prenda para crear pliegues permanentes. Se rocía la parte que se quiera plisar y después se plancha a vapor. Existen también prendas realizadas con tejido de poliéster termoplástico, las cuales primero se confeccionan y luego se plisan, lo que produce una variación en las medidas de la prenda. (Hollen, 1997)

Una figura paradigmática en la elección del plisado en sus diseños, es la de la diseñadora argentina Cecilia Gadea (que será uno de los tres casos de estudio que se desarrollarán en el cuarto capítulo). “Iconografía marina en calados, bordados y tablas, cada vez más elaboradas, cuidadas y logradas...prendas con superposiciones, tableados orgánicos y pliegues que representan aletas y colas de peces.” Así la describen Catalina Lanus y Delia Alicia Piña (2014) luego de ver su colección en el marco del Buenos Aires *Fashion Week*.

Reanudando con la clasificación de los acabados, se encuentran los específicos, que están determinados por procesos químicos o mecánicos que alteran un tejido con el resultado de conseguir rendimientos específicos. Se pueden conseguir tejidos resistentes al fuego, que repelen las manchas, que sean antiestáticos, que no necesiten plancha, antipolillas o anti hongo. El uso de microfibras se está desarrollando para aplicaciones en este campo. En cuanto a la decoloración, las prendas pueden decolorarse utilizando una pistola de chorro de arena dirigida a las zonas que se desea desgastar. También se puede utilizar el láser para decolorar con precisión determinadas zonas de la prenda.

Para finalizar, restan cinco tipos de acabados que se fueron desarrollando según las necesidades más contemporáneas. Se precisa un acabado antibacteriano, cuando los tratamientos químicos permiten controlar la proliferación de bacterias en los tejidos y así conseguir reducir el olor. El recubrimiento de teflón en los tejidos actúa a modo de barrera contra las manchas y la suciedad. Seguidamente, se encuentra el acabado que permite

la transpiración. Los tejidos impermeables y transpirables se consiguen aplicando a la superficie una membrana que contiene poros lo suficientemente grandes como para permitir que el cuerpo transpire, pero al mismo tiempo lo suficientemente pequeños para impedir el paso de gotas procedentes del exterior. Estos tipos de acabados se utilizan por lo general, para prendas deportivas y prendas de exterior. (Udale, 2008)

Deteniendo un momento la enumeración de los últimos tipos de acabados, cabe distinguir un estudio realizado por el ingeniero químico colombiano Juan Hinestroza (2013), quien dirige el Laboratorio de Nanotecnología Textil de la Universidad de Cornell, Nueva York; y que junto con su equipo ha hecho una investigación pertinente a las nuevas fibras “del futuro”:

En un plazo de 10 años será posible, con un toque, cambiar colores y estampas, detectar alergias, aislar gases y otros contaminantes, y bloquear los rayos UV. No hará falta meter la prenda en el lavarropas porque las mismas fibras matarán las bacterias. (Cicero, 2013, p. 62)

Es un dato interesante ya que se empieza a tener noción de las nuevas posibilidades que los diseñadores vayan a poder manipular cuando piensen en realizar ropa a la cual usualmente le aplican tratamientos para mejorar su elasticidad, durabilidad o procesos anti manchas, ahora también, con las fibras inteligentes, podrán tener resultados inesperados.

Retomando la lista, siguen los acabados reflectantes, los cuales se realizan al aplicar ciertos materiales al tejido, que le aportan nuevas propiedades adecuadas para nuevas funciones. Pueden ser visibles o no visibles; por ejemplo, existen materiales laminados holográficos que reflejan y refractan la luz. Por último, en cuanto a la impermeabilización existen acabados que recubren los tejidos con una capa de caucho, cloruro de polivinilo (PVC), poliuretano o cera sobre la superficie. Estos tejidos son ideales para actividades al aire libre y para calzado. (Udale, 2008)

2.1.1.2 Texturas

Una vez conocidos los tipos de tratamientos y acabados que se le pueden realizar a la superficie de una tela, es relevante, además, terminar de conocer lo que el área del

género textil puede seguir brindando como herramienta para el diseñador. Este último elemento se refiere a las texturas.

La textura sirve para realzar las prendas mediante cualidades visuales y táctiles. El tacto de un tejido es muy importante, puesto que el tejido está en contacto con la piel y lo notamos a lo largo del tiempo que lo tengamos puesto. La textura sirve también para hacer mas interesante una prenda a través de la aplicación de detalles. (Udale, 2008, p. 137)

Como bien narra Udale, las cualidades que tiene este recurso textil son variadas, y con diferentes finalidades, tanto visual, como estético y funcional.

Dentro de esta categoría, existen dos tipos de texturas. Una se denomina visual, y la siguiente, táctil. La primera tiene una percepción que entra más por los ojos (estampa) que por el tacto (adornos). Esto es debido a lo que un textil puede transmitir desde el color, el diseño del estampado o del motivo que se le haya impreso a la tela. En cambio, la textura táctil, refiere a los sentidos que genera rozar, tocar o frotar un textil. Aquí lo que importa es la repetición de un módulo que genera una trama en particular, dando una nueva apariencia, volúmen y tiento.

Debido a estas dos condiciones, la superficie toma una nueva imagen exterior, lo que le confiere un intercambio de estado pudiendo así, virar de color o tonalidad, brillo u opacidad. Es el caso de su relación con el color. Ambos conviven dentro de un mismo diseño, superficie, textil, silueta o prenda. Es por ello que el diseñador debe saber cómo su idea puede cambiar al incorporar esta clase de elementos que lograrán realzar su concepto, pero tal vez de una manera impensada, ya que todos estos factores pueden cambiar la percepción del ojo humano en relación al color original.

Por ejemplo, la calidad de un color varia en determinados tejidos: el rojo en el plástico parece de baratillo y desenfadado, en cambio en una seda de alta calidad, parecerá lujosos y rico. El poliéster negro puede parecer barato, en cambio, la lana negra puede parecer muy cara (esto depende también de la calidad del tejido elegido). Los colores claros muestran mejor la textura que los colores mas oscuros. (Udale, 2008, p. 117)

Trabajar con distintos tipos de papel e ir construyendo superposiciones para crear texturas permite obtener ideas con las que hacer nuevos tejidos de punto o plano. Se pretende encontrar texturas inusuales para combinarlas entre sí, sin antes olvidar la

función que debe cumplir la tela que se esté diseñando. Para experimentar, se pueden realizar muestras con un material parecido al que se utilizará finalmente, más que nada si el textil final es de un costo alto o no se encuentra cantidad en stock.

Peso, textura y superficie, son tres criterios que se deben tener en cuenta para empezar a transferir el diseño a la tela. Pensar en la relación que se va a establecer entre éste y el peso del tejido, así como con el uso final de la prenda. El conocimiento de los tejidos y de los hilos es de suma importancia en este proceso. En algunos casos, el diseño saca provecho de la textura, dando una cualidad extra a la pieza.

El aspecto de la superficie es muy importante en el diseño textil, sobre todo si se trata de bordados o aplicación de adornos. Tanto en el diseño para punto como para plano, el peso del hilo, el tamaño y el tipo de punto o la técnica de tejido afectarán a la textura.

2.2 Experimentación textil

Al tener en conocimiento todos los factores que intervienen en el desarrollo de la propuesta textil, tanto las variables como las posibilidades y herramientas que la tela puede brindar al creativo, es curioso dominar la técnica para poder construir mediante procesos y estampaciones, un nuevo producto. De esto trata la experimentación, tomar todos los elementos y facultades del material, para incrementar su aptitud, dándole riqueza y virtuosismo al género.

Es preciso entonces, probar la utilización de distintos tipos de componentes, y conseguir expresar, a través de la línea, el color y la textura, la idea inicial.

Las formas y las proporciones en el diseño son otros elementos a tener en cuenta, así como también la necesidad de realizar una representación más abstracta o figurativa.

En efecto, los métodos de elaboración están indefectiblemente relacionados a las posibilidades constructivas que el material indica; por ende, la sucesión de decisiones acertadas permitiría la generación de un diseño genuino. Este accionar se sustenta, siempre y cuando no desaparezcan los fundamentos básicos del diseño, en relación a su función, morfología y complicidad con el usuario.

“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.” Aclara Udale (2008, p. 31)

A pesar de que ciertas técnicas son más apropiadas para tejidos específicos, es importante experimentar ya que los géneros textiles pueden reaccionar de manera inesperada, muchas veces acertada. Siempre es aconsejable tomar nota acerca de la técnica con la que se experimenta, ya que serán útiles cuando se pretenda realizar nuevamente.

Otra recomendación es la de realizar una observación de cómo se trabaja con el dibujo sobre el tejido, para ser conscientes de cómo se está utilizando el principio de la escala, proporción, ubicación y la repetición, que luego afectarán al aspecto global del tejido y, en última instancia, de la prenda confeccionada con él. Tomar distancia y tener una mirada criteriosa ayuda a evaluar lo que se está generando.

Debido a la escasez de buenos materiales, importación y fabricación nacional, muchos de los diseñadores que fueron entrevistados para este PG han expresado su disgusto respecto a la condición textil en la Argentina. Por ejemplo, Lucía Chain (comunicación personal, 5 de septiembre de 2014) piensa que es una forma de impulsar a los diseñadores a que intervengan las telas que compran o adquieren en los mercados locales, y así superar o modificar la calidad original, agregando además, su propia impronta.

Crear un propio pespunte, terminación, ojal o cualquier detalle que se le pueda sumar a la tela o a la prenda final, es lo que genera que la pieza se separe del montón y diga algo más, algo propio que el creador pensó, evaluó y ejecutó. Las técnicas de bordado son también algunos ejemplos de cómo se puede conferir un dato más a algo ya creado y es un método que está en auge y crece paulatinamente. Es el caso de la diseñadora Bárbara Salazar, egresada de la Universidad de Palermo, quien encontró su lenguaje a

través de los adornos de cuentas, cristales y mostacillas, entre otros. Complementa el bordado tradicional con hilo junto con el acuarelado sobre tela, y así transforma el textil de una manera casi alquimista, como así le llama.

Intervenir prendas permite renovarlas, y darles un toque de temporada, aprovechando el remanente de tus anteriores producciones, con este recurso alternativo, para generar lo que tanto admiramos en los grandes autores de la Moda. Descubrir una posibilidad de agregar valor a tus ideas...para que experimentes con tu estética todas las opciones y encuentres otras nuevas. Arte y diseño de la mano para generar recursos para tus productos. (Mantica, comunicación personal, 6 de septiembre, 2014)

2.2.1 Procesos y estampación

En relación al período en que se vive, los factores que originan los cambios en la percepción de la sociedad para con su entorno varían. Es por esto que en los setenta, con el movimiento hippie, unisex y folclórico, hubo una reacción a la modernidad y al consumo masificado de los años sesenta. Los varones a la moda vestían con brillantes colores, encajes y volados. Los tejidos naturales cada vez gozaban de mayor aceptación. Diez años más tarde, en 1980, comenzó a existir una tendencia que mostraba su conciencia del cuerpo mediante el uso de prendas de ropa interior como exteriores. Con la fibra elástica o elastano, los diseños modelaban el cuerpo. Los tejidos eran monocromos, sin adornos, en algunos casos con algún desgarrado y bastantes burdos. También se introdujo el algodón reciclado. Entrados los noventa, prosiguió la tendencia iniciada por los diseñadores japoneses. Seguían una línea conceptual, con prendas que parecen hechas artesanalmente y no de fabricación masiva. Se aplica el recurso de la deconstrucción y el reciclaje como procesos de diseño. El denim rasgado y la customización pasaron a construir la corriente principal de ésta década. (Wells, 1998)

Con el segundo milenio, los materiales textiles se vuelven cada vez más decorativos a medida que la producción se localiza hacia el Oriente, donde las fábricas pueden aumentar el valor de los materiales textiles a través de bordados y otras aplicaciones. Los operarios son hábiles y el costo de fabricar telas fue menor. La investigación desarrolla textiles más modernos, sensibles a la luz y que permiten la transpiración. El diseño y la

confección asistidos por ordenador son habituales. Hay control en el proceso de mecanización. Si se observan otras culturas, se ve la variedad de usos de los productos textiles tradicionales. En Japón el kimono se fabrica a partir de piezas de seda finamente tejida. Su confección requiere poco trabajo de corte, así el dibujo de la tela se puede apreciar claramente. Esto contrasta con la sastrería occidental de los siglos XVI y XVII. Una prenda con costuras, frunces y distintas piezas era muy deseable ya que implicaba un alto coste en su confección, lo que indicaba que la persona que la vestía gozaba de suficiente poder económico. “Resulta interesante dirigir la mirada a otros países y a sus artesanías textiles para buscar inspiración y tomar nota de cómo aplicar esas técnicas a los textiles modernos”. Sostiene Udale, (2008, p. 22)

El uso del ordenador aceleró el proceso del diseño ya que el color y la escala se combinan con mayor rapidez que en un proceso manual. Sin embargo, los colores que aparecen en la pantalla del ordenador son distintos de los que después aparecen estampados porque la pantalla trabaja con luz y no con pigmentos. Éste es un factor a tener en cuenta a la hora de especular resultados tangibles, ya que al trabajar digitalmente un diseño, puede pasar que al imprimirse, los colores viren sus tonos, por ello siempre es importante realizar muestras de los estampados sobre distintas telas y fondos de diferentes colores (para colores puros se aconseja el uso de bases blancas o de color beige). El escaneado de dibujos originales y su posterior combinación con otras imágenes puede funcionar, sólo hay que evitar el uso de filtros y de efectos de diseño incluidos en los programas predeterminados, a menos que se haga un uso muy original de ellos, de lo contrario el resultado será muy estereotipado y con poca propuesta de autor. El uso de la fotografía resultó, también, muy útil para plasmar las ideas rápidamente. Las texturas y las formas se pueden documentar con gran detalle de forma inmediata, sin tener que dibujar durante horas. Los programas como *Photoshop*, *Corel Draw* e *Illustrator* traducen con éxito las imágenes en las que los diseñadores pretenden trabajar. También permiten realizar en la pantalla superposiciones, collages,

composiciones e infinidad de posibilidades que el creativo tiene como herramienta de creación. (Russell, 2013)

Con todos los recursos ya mencionados, el diseñador tiene que saber comprender todos los principios básicos del diseño textil para poder incluirlos en los procesos que demandan a la fabricación y materialización de una idea. Para ello, recurre a la creación de estampados que ayudan a demostrar su visión como creador visual, entablando una relación directa con los factores que influyen dentro de la puesta en marcha de su diseño. “Mi lenguaje es la mezcla, la búsqueda, las estampas, los teñidos, las texturas, me gusta pasar por todos los procesos y buscar desde la experimentación”, cuenta Eugenia Granados (comunicación personal, 9 de septiembre, 2014) en relación al proceso que esta diseñadora tiene como punto de partida; instancia en donde es relevante asegurarse, si de motivos y estampa se trata, algunos factores que pueden influir en el resultado final: cuál será la escala y proporción con la que se va a trabajar y qué relación tendrá en la totalidad del diseño o prenda, ya que puede resultar pequeña y repetitiva, si el módulo es mínimo, o demasiado aumentada, si el tamaño del módulo es mayor, al punto que puede volverse abstracta a la percepción visual.

Al seguir con las variables de las estampas, se encuentra el concepto de contraste que relaciona a la figura con el fondo y el de la repetición del motivo dentro de la pieza de tela. En relación al primer concepto, una de las variables más utilizadas es la de combinar un dibujo grande con un motivo pequeño, o hacerlo a la inversa. De esta manera habrá un juego de figura-fondo en donde la percepción sea diferente en cualquiera de los casos dependiendo de los colores, las líneas empleadas y los contornos de cada dibujo. En cualquiera de los dos casos hay que pensar cómo funcionará en el cuerpo y en las distintas piezas de la prenda. Un motivo grande quizá no tenga el impacto deseado si la tela debe ser cortada en múltiples piezas para construir la prenda final. Es decir, se debe determinar previamente la colocación que permitirá conseguir el mejor efecto de un motivo en la prenda. Pueden ser diseños de estampas

que cubran toda la superficie de la tela, u otros que generen direcciones a lo largo del área estampada, lo que genera recorridos visuales y puntos de tensión dependiendo de cómo el dibujo esté repetido. La repetición puede ser algo muy sencillo o bien muy complicado cuando cubre superficies grandes. Cuanto mayor sea el motivo que debe repetirse, más difícil resulta verlo en una pieza de tela, en cambio, un motivo pequeño resulta más evidente al repetirse. Es importante tener en cuenta el modo en el que el diseño fluye a través de los metros de tela. Cuando un dibujo se repite en bloque, es posible ver dónde se repite el motivo, esto se denomina repetición del *rapport*. (Udale, 2007) Siempre que haya motivos en el textil que generen cierta dirección, es decir, que tengan una parte superior y una inferior, visualmente puede presentar un efecto interesante, pero este tipo de diseño limita el uso de la tela a la hora de realizar una prenda. Las piezas del patrón de dicha prenda tendrán que colocarse en la misma dirección que las piezas que conforman su moldera. Para agilizar este paso, resulta cómodo trabajar con la computadora para proyectar y poder ver cómo quedará el diseño sobre la ropa. Existen también programas digitales que realizan la repetición y ubicación del motivo automáticamente. En cuanto a los motivos y su manipulación, es pertinente contar con una buena colocación y tener la certeza que funcionará. Para ello se debe elegir la posición que debe ocupar el motivo en la prenda. La colocación más usada es la que sitúa el motivo en la parte delantera de una prenda. Resulta interesante ver en qué modo un diseño puede ser manipulado para que funcione colocado en varios lugares de la tipología, teniendo en cuenta la curva de talle de cada familia tipológica, ya que de esto dependerá el tamaño de cada pieza, y por ende, de los motivos de la tela. (Udale, 2007)

Al emplear una técnica para estampar, hay que tener la noción de que habrá nuevos efectos sobre la superficie del textil. Algunas pueden producir efectos de relieve, otras, mediante alguna reacción química, pueden desgastar la superficie del tejido. Estos resultados pueden emplearse a favor si el diseñador sabe observar y palpar lo que el tratamiento le dio a la superficie. Es el caso del diseñador argentino Martín Churba, quien

dentro de su paleta de impresiones serigráficas, agrega cargas metálicas, piezas plásticas y las funde todas juntas para generar un nuevo textil. Es más la sensibilidad que el creativo debe tener durante el proceso de diseño, que el resultado propio que la técnica brinda. En cuanto a los métodos que existen para estampar, se distinguen: la serigrafía, los tampones, rodillos, *transfer*, técnica manual o digital. El dibujo, el color y la textura pueden aplicarse al tejido utilizando diversos materiales como, por ejemplo, pigmentos, tintes, flocados o purpurina. Dos de los maestros de la experimentación textil en la Argentina, es el ya mencionado Martín Churba, y su colega y ex-socia Jessica Trosman. Ambos crearon una identidad textil muy fuerte hace más de diez años, en el cual pudieron experimentar con materiales antes impensados en el rubro textil. (Wells, 1998)

Cada prenda que seleccionaron en la tienda fue bañada en purpurina, pinturas derretidas, pasta inflada con efecto 3D, texturas con pelos, en una explosión de color -sello de los tiempos en que eran dos-, con los procesos textiles (otros de sus pilares), que desarrollan con mucha creatividad. (Cicero, 2013, p. 62)

Mediante la pintura manual se obtienen estampados exclusivos aplicando tintas sobre una superficie que luego se transfieren sobre el tejido, del revés. Este tipo de pintura se realiza directamente sobre el tejido utilizando una serie de instrumentos como, por ejemplo, pinceles y esponjas. Otorga una apariencia artesanal a la pieza de tela, que conlleva mucho tiempo, por lo que resulta un proceso lento si se quiere producir en cantidad. Con la estampación con tampones, una de las técnicas más antiguas, se realiza un dibujo sobre un material duro, ya sea madera o caucho, esculpiendo en relieve o tallando la superficie para obtener una imagen en negativo. El tampón obtenido se entinta y, mediante presión, se aplica sobre el tejido para dejar una huella con el dibujo. En 1834, Louis-Jerome Perrot mecanizó la estampación con tampones, lo que permitió estampar dibujos multicolores. La técnica *Perrotine* permitió la producción en masa de tejido estampado. Luego, la estampación con rodillos, consta de una plancha de cobre que posibilitó la seriación del motivo en grandes superficies, así como la obtención de estampados con un buen detalle. Principalmente se estampaba con un único color y se

añadían otros manualmente con tampones. Este proceso evolucionó hacia la estampación con máquina de rodillos. Dicha máquina permite imprimir piezas continuas de tela y, por lo tanto, realizar una producción industrial. Luego se consiguió que estampara con más de un color. (Udale, 2008)

De esta clase de producción, la industrial, trata la diseñadora Susana Mantica, en su manifiesto en relación a las telas de edición limitada que hay en el país. Cree que existen estampas en superficies, pero que no han logrado un desarrollo con imágenes de identidad. “Se ven muchas réplicas resultados de la búsqueda por internet”, expresa (comunicación personal, 6 de septiembre, 2014).

Al continuar con la exploración de las diversas técnicas, se distingue la serigrafía, considerada también por muchos diseñadores de distintos rubros, fuera del ámbito textil. Dentro del entorno que concierne a este ensayo, se explicará entonces, la técnica acorde a la implementación textil. En primer lugar se deben conocer los elementos que se necesitan para realizar tal técnica: dibujo, tinta, una regleta y una pantalla (pieza de seda tensada sobre un marco o bastidor). Acto seguido, se realiza una matriz del dibujo que después se aplicará sobre la pantalla, de tal manera que la tinta sólo puede pasar a la seda en las partes positivas del dibujo. A continuación, la pantalla se coloca sobre el tejido y, ejerciendo una presión uniforme con la regleta, se hace pasar la tinta a través de la pantalla, consiguiendo que la imagen quede estampada en la superficie del tejido. Finalmente, se fija el estampado con calor para que no se disperse o desvanezca al lavar. (Wells, 1998)

Con este procedimiento se pueden crear dibujos con varios colores únicamente utilizando una pantalla distinta para cada color. Actualmente se utiliza una malla de *nylon* resistente o de poliéster y la matriz se obtiene con una emulsión fotográfica. “El trabajo artesanal está infiltrado en cada una de sus colecciones, en las estampas bocetadas por ilustradores y luego impresas en serigrafía”, narra López Salon (2013, p. 64) en su artículo *El artesano de la moda* donde relata la vivencia del diseñador de indumentaria

Leandro Domínguez, quien asegura que con la serigrafía ha encontrado un lenguaje textil propio. Este sistema de estampación lo ayudó a desarrollar sus propios géneros que luego vuelca en sus colecciones.

Otra opción dentro de la serigrafía es la rotativa. Consiste en una serie de cilindros de malla metálica fina, en cuyo interior hay una regleta que empuja la pasta para estampar a través de la malla hasta el tejido. El dibujo se graba sobre la malla metálica con láser desde la computadora o incluso puede hacerse mediante un proceso fotográfico. Este método de estampación es mucho más rápido y eficaz que la serigrafía plana. Las últimas dos técnicas a exponer se denominan estampación por transferencia o *transfer* y estampación digital. La primera consiste en la impresión de un dibujo con colorantes dispersos sobre un papel para transferencia y se deja secar. Posteriormente, el papel se coloca boca abajo sobre el tejido y se aplica calor y presión para conseguir que el dibujo se transfiera a la tela. El papel para transferencia no puede utilizarse de nuevo ya que los colorantes se transfieren por completo en una sola pasada. Este proceso asegura que los colorantes penetren en el tejido en lugar de permanecer en la superficie. Esto da a la tela un tacto agradable, dejando además que respire. (Udale, 2008)

La segunda es la estampación digital que se realiza por chorro de tinta. Para textiles difiere mucho de las técnicas anteriores, debido a que no se produce un contacto mecánico con el cabezal de impresión, pero también debido a la forma en que se producen los colores del dibujo. La tinta se dirige a través de unas boquillas que, de forma controlada, dejan que ésta gotee sobre la superficie del tejido, imprimiendo línea a línea. En general, se utiliza un conjunto de tintas compuesto por al menos tres o cuatro colores primarios: cian, magenta, amarillo y negro. Los avances tecnológicos permiten a los fabricantes el uso de pigmentos en lugar de colorantes en la producción de tintas para la estampación textil con tecnología digital. La estampación digital permite al diseñador trabajar desde el ordenador directamente a la tela, sin necesidad de diseñar sobre papel. Se pueden obtener dibujos con buena definición e igualmente lograr estampar muchos

colores sin tener que utilizar numerosas pantallas, como sí sucede en la serigrafía plana. Así es como Clarke (2011) argumenta este tipo de intervención, en donde además se pueden aplicar infinitas capas en un mismo dibujo y conseguir imágenes con un efecto tridimensional. Asimismo, el diseño puede repetirse en cualquier medida.

Para finalizar con el desarrollo del capítulo dos, y lo que respecta al acercamiento del género textil, se concentra la mirada en la observación y estudio de la composición, manipulación y comportamiento de la tela a favor del desarrollo conceptual, inspiracional y figurativo del diseñador. Con todo ello, se pretende construir un medio por el cual la persona genere un nexo entre sus diseños, objetos o productos, y sus consumidores, clientes o compradores. De esta manera el capítulo siguiente hablará de la comunicación, lenguaje, manifiesto y mensaje que conlleva la construcción, exposición y uso de cada una de sus prendas.

Capítulo 3: ¿Qué puede comunicar una tela?

Es importante tener en cuenta la función textil antes de empezar a diseñarlo y qué es lo que buscamos de él. Hay factores como la cualidad estética, el drapeado, la caída, la textura, el color, el dibujo o el tratamiento de la superficie que inciden en la concepción de la prenda como elemento identitario.

Además, la funcionalidad y adaptación del textil, ya sea al cuerpo, al entorno o al ambiente social y geográfico, influirá rotundamente. Para ello el diseñador debe pensar en qué es lo que quiere hacer y comunicar con su tela, para luego saber para qué lo usará y cómo lograrlo.

Es útil conocer el desarrollo histórico y los usos de los distintos textiles por ejemplo, saber de qué manera diferentes telas y técnicas se han puesto de moda. También resulta interesante ver cómo se utilizan los textiles en distintas culturas para vestir el cuerpo.

De esta manera se hará un desglose de los diferentes componentes que construyen la comunicación textil, para reforzar la impronta del diseñador.

3.1 Manifiesto y creación

Lo que primero emerge en la voz del creativo, es la necesidad de encontrar motivos por el cual poder expresar sus ideas.

Me inspiro en la gente, en la música, en el cine, en mi propio hogar, viajando, en las calles de Londres, París o Nueva York. Hago acopio de energías conociendo a gente nueva y divertida, asistiendo a algún gran acontecimiento, cualquier cosa, todo me nutre de una forma u otra (Harvey, 1998)

La inspiración para el diseño textil puede proceder de cualquier fuente que, a su vez, determine el color, la textura, el dibujo y el patrón del motivo a desarrollar. Todos estos son factores que determinan el mensaje que el creativo quiere dar cuando despliega un producto que luego será recibido y percibido por un público determinado.

Por ello es tan relevante la elección como el tratamiento del material según lo que se pretenda transmitir.

Los diseñadores de Lena-Martorello argumentan que según su mirada, en la Argentina el diseño textil se reduce a una paleta de color y motivos de estampas, convirtiéndose en

elementos masivos que se encuentran en boga y a veces se empastan una creación con otro, impidiendo saber quién fue el diseñador detrás de esa colección (comunicación personal, 6 de septiembre, 2014). Esto es algo alarmante ya que la solución para una gran mayoría es mirar hacia las temporadas venideras del continente europeo y hacer una fiel copia, por lo que la autenticidad se pierde y ya no hay propuesta de autor o de tendencia nacional hacia donde mirar.

Los profesionales que predicen las tendencias son capaces de reconocer cuales son y que nuevas direcciones toman. Predicen todos los aspectos necesarios para el diseño de moda y textil: color, fibra, tejido, silueta, detalles y estilo de vida. No son ellos los que dictan los estilos. Predicen el momento en que el consumidor esta dispuesto a aceptar una nueva tendencia, así como en qué nicho de mercado y a qué precio. (Udale, 2008, p. 111)

Hablar de tendencia en el manifiesto de un creador es pertinente y no necesariamente eclipsa su habilidad singular de ver y hacer sus obras. Evaluar lo que la investigación dice acerca de lo que vendrá o lo que los consumidores elegirán a la hora de comprar, es de suma utilidad y ventajoso para condicionar ciertas elecciones venideras. Esto no quiere decir que haya que copiar o seguir fielmente un cierto estilo, ya que tal vez, si así lo hiciera, denotaría carencia de identidad. Lo que se pretende es tomar todo lo que se tiene al alcance, hacerlo propio y utilizarlo a favor. Si bien los tejidos que están a disposición en los mercados, están allí porque pasaron todo un proceso de estudio y de seguimiento de las tendencias, esto no quiere decir que en el resultado final de los productos, dos diseñadores que compraron el mismo género tengan un mismo resultado. Es por esto la importancia de la voz de cada creativo para su diferenciación.

Por esta razón es de suma importancia ser criterioso con las compras y elecciones, pensar en cada detalle que conformará la prenda, su silueta, la elección del tejido, los colores que se utilizarán, y luego dejar que el género pueda proyectar hacia el diseño y viceversa. Esto es fundamental para la búsqueda de identidad que se pretende en el diseñador. Es uno de los pilares en este ensayo, ya que gracias al textil un diseño que por ejemplo, carece de ciertos recursos morfológicos o constructivos, puede convertirse

en algo espectacular; en cambio, si el diseño es bueno pero está confeccionado con un tejido ordinario, no habrá oportunidad de que esta pieza se luzca de manera atractiva.

Para finalizar, es interesante volver a lo que las culturas más remotas, o para algunos, sus ancestros, pensaban acerca del textil y sus posibilidades. “En América el textil es un arte mayor que acompañó al hombre desde sus inicios.” Cuenta la investigadora Ruth Corcuera (1998, p. 237), razón por la cual, se pueden clasificar como historias tejidas, a los legados que los grupos o sociedades dejan a sus futuras generaciones. Mediante el dominio de una técnica en particular, una estética propia de colores y un claro diseño, cada sector muestra sus influencias, contexto y aprendizajes. Es una manera de demostrar lo que los años fueron conservando, para analizar luego la voz del pasado.

Las leyendas y las formas de concebir el mundo hicieron que desde allí surjan dibujos y formas que luego se verán plasmados en los textiles. La estructura dada por el entrecruzamiento de los hilos se veía limitada por el uso de la técnica de ese entonces, lo cual genera una apariencia particular a la superficie, pero que, sin embargo, ayudan a reforzar los motivos del diseño.

Por el otro lado, Accornero (2007) cuenta que cuando la tejeduría no podía brindar un buen acabado, se recurrió al uso de bordados, adornos, estampados o apliques, como se detalló en el capítulo anterior. Previo al uso de textiles, antes que los españoles arribaran al continente americano, los indígenas no utilizaban prendas, sino que por el contrario, se pintaban sus cuerpos con figuras geometrizadas de los animales y plantas de su lugar. El uso de la geometría plasma la sintetización del contorno de lo conocido y es utilizado también en la construcción de textiles, ya que las primeras técnicas sólo podían generar ángulos rectos, y terminaban por definir las figuras que se deseaban representar. Así es como los objetos se veían menos naturalistas.

Con la llegada de los colonos al nuevo continente, los diseños de los aborígenes se traspasaron a los géneros textiles y comenzaron a confeccionarse tipologías, entre ellas la camisa como prenda fetiche. Esta es una de las razones por la cual se observa un

predominio del ambiente o hábitat en las figuras de los estampados de los habitantes americanos, ya que su relación con el entorno era muy estrecha, seguida por su comprometida observación de la naturaleza. (Avellaneda, 2012)

Así es como del manifiesto parte la evolución hacia la voz que tendrá el profesional o persona encargada de crear y transmitir mensajes. Sin emitir una sola palabra, su lenguaje será expresado a través del textil, por lo que su discurso se ve proyectado a lo que su tela suscite.

3.2 Lenguaje textil

Al continuar con el enunciado nombrado anteriormente, queda en claro, que cualquier sujeto portador de, por lo menos, una segunda capa, además de su piel, tiene un manto en su cuerpo. Este cobertor se convierte en su forma de relacionarse con los demás y con su entorno, el cual conlleva una decisión previa en la elección del vestir.

Desde tiempos remotos las culturas cuentan con adornos, accesorios y elementos como medallones, galones, piedras, plumas; que, según su creencia, pueden llegar a representar rango, poder, o por el contrario, fragilidad y muerte. Es importante el sistema de decodificación para el diálogo entre la persona y el traje, por lo que a un sujeto puede representar algo totalmente diferente que a otro, según su credo, religión, costumbres y tradición.

Otro factor que interviene en el lenguaje textil, es el de la apariencia. Por lo general los brillos, lentejuelas, espejos o elementos reflectivos, dan un aire de lujo, exuberancia y jocosidad. Distinto es el caso de materiales como maderas, yute y lienzo, que absorben la luz y son totalmente opacos en su aspecto si no se le realiza ningún tratamiento extra.

De este modo, añadir atractivo a la superficie del tejido puede ser una posibilidad factible si se desea conseguir un aspecto diferente. Está en la habilidad del manejo y conocimiento de las técnicas, o experimentación, del diseñador el efecto que pueda originar.

La diseñadora argentina Lucía Chain (comunicación personal, 5 de septiembre, 2014), sostiene fehacientemente que lograr un textil propio, confortable y de buena calidad, genera sensaciones y sentimientos que pueden llegar a conmover y movilizar a la persona que la tenga en contacto. Este es un concepto interesante, ya que intervienen varios factores a la hora de cubrir un cuerpo. Uno de ellos es el contacto con la piel, o sea, la percepción táctil. El confort suele ir al a par de la funcionalidad, y a veces existen prendas que no cumplen ambos requisitos: comodidad y propuesta textil. Está en el diseñador proyectar para qué ocasión de uso está ideando su colección, conjuntos o prendas, del mismo modo que pensar con qué compondrá las primeras, segundas y terceras pieles en sus tipologías, y con qué textiles y tratamiento confeccionará cada una de ellas. El contacto con la piel es lo primero que el cliente o usuario nota, ya que es el encuentro íntimo entre la persona y la prenda.

Por otro lado, dentro del ámbito comercial, tener una fuerte impronta desde el lado textil sirve, además, para diferenciarse de la competencia. “Basta pensar por qué te llaman la atención algunos diseñadores, seguramente llegarás a la conclusión que es por la elección de sus telas o tratamientos textiles”, asegura Susana Mantica (comunicación personal, 6 de septiembre, 2014).

Es por ello que muchos diseñadores toman al textil como elemento clave de sus diseños. Algunos lo eligen por su calce, mano o funcionalidad; y otros por el contrario, por su estética. La diseñadora textil Eugenia Granados (comunicación personal, 9 de septiembre, 2014) cree fehacientemente en la capacidad del diseñador en cuanto a manipulación, conocimiento de técnicas y materiales, y las posibilidades existentes para su intervención; ya que si no puede hacer un excelente labor en este sentido, su sello se verá deteriorado.

Por consiguiente, hay que dejar asentado este aspecto, en donde el creativo debe tener entendimiento sobre las propiedades de los tejidos y cómo se comportan en el cuerpo según sus facultades. De esta manera se obtiene un buen resultado, ya que desde la

idea o boceto, se puede tener una aproximación de cómo será el pasaje de la instancia del dibujo a la materialidad, lo que logrará que el producto sea lo que se pensó alguna vez y así ahorrarse malas interpretaciones o equivocaciones en el proceso.

Está claro que cada diseñador se distingue por diferentes aspectos. Uno por la materialidad que utiliza, otro por su estructura y morfología, otro por la silueta y por último, por detalles que puedan tener o adicionar a sus prendas. Pero todos estos tienen algo en común, y es que todos necesitan elegir algún tejido para concretar su propuesta. Así que es por esto la importancia de tener un buen manejo del textil, y más que nada, un buen diálogo y comunicación con esta herramienta que tan primordial es para los diseñadores.

La diseñadora Bárbara Salazar (2014) relata que a pesar de que no haya una intervención o manipulación directa en el textil, la persona de todos modos debe hacer una selección de los textiles que utilizará para su próxima colección, y es allí donde la impronta debe ser notoria, ya sea en la calidad del mismo, en paleta de color, en los motivos o estampas que pueda tener y en el lugar en dónde se lo compre. Tener una criteriosa mirada de la competencia y sus posibles proveedores también es importante, ya que por más que el mercado ofrenda cierto tipo de materialidad, cada profesional deberá saber cómo utilizarlo para que no haya posibilidad de similitud entre los trabajos. “Asimismo creo que para un diseñador el poder realizar su textil, intervenirlo, transformarlo, es una experiencia muy enriquecedora a nivel creativo y profesional y que en lo posible todos tendrían que poder experimentarlo en algún momento de su carrera.” (Comunicación personal, 6 de septiembre, 2014)

Así es como el textil cobra diferentes dimensiones, desde el plano de la significación y su utilización. Instituye la posibilidad de comunicar el estilo de cada persona a través de la creación o uso, y refuerza su identidad. De esta manera existe una diferenciación entre cada portador, y le otorga una capacidad de diálogo y expresión sólo por vestir el traje.

3.2.1 Comunicación visual y discursiva

Al seguir con la conexión existente entre el objeto-sujeto, la parte visual es algo sumamente relevante que no hay que pasar desapercibido. Lo primero que el ojo humano percibe al entrar a un local, por ejemplo, es el color de las prendas. Esta interacción hará que la persona se acerque a determinados tonos según su preferencia.

Según la temporada, tipo de tejido y tendencia existente en el momento a diseñar, el creativo debe estar alerta a las variables que entran en este punto, ya que según el perfil del consumidor y las variables nombradas anteriormente, será exitosa o no la aceptación de la prenda.

Para comenzar a diseñar, se aconseja elegir una paleta de color que sea apropiado para el tema elegido. Se comprueba, además, el equilibrio de color y tono de la paleta para saber si funcionan entre sí. Es importante pensar para qué se lo va a utilizar y en qué proporción, ya que un color aplicado en una pequeña porción tiene una apariencia muy distinta a uno que sea utilizado en una pieza de tela de varios metros.

En relación al lenguaje del color, éste puede hablar según su aspecto al igual que lo hace el tejido en sí. Un color gastado o desaturado, da una impresión diferente a uno brillante y pleno. Todo depende para qué se lo utiliza y en qué sociedad se lo mire. Existen características en los colores que denotan significados diferentes según cada cultura, al igual que la percepción a cada tono gracias a la psicología del color. De esta manera, el color se puede ver de diferentes modos, según las características individuales y asociaciones libres de cada individuo en relación a cada uno de ellos. (Udale, p. 115, 2008)

De esta manera, se entiende que hay factores que influyen en la comunicación, en donde puede haber tintes de subjetividad, ya que las elecciones y gustos de las personas muchas veces se ve influenciada por lo que le parece bello o armónico. Así es como el diseñador logra el mensaje que pretende dar, al incluir componentes que intervienen en

las emociones y sentimientos que, en otras palabras, son los encargados de realizar la elección del producto, seguido de la compra.

El discurso va de la mano de elementos que lo refuerzan y completan. De este modo, el diseñador puede ser más explícito o no, según como use sus herramientas. Desde el lado de la textura, tanto visual como táctil, se puede reforzar lo que alguna vez se pensó como idea rectora de la colección, esto quiere decir, utilizar los recursos textil a su favor.

Al diseñar una tela, que luego se convertirá en una tipología, hay que tener en cuenta todo lo anterior para darle provecho al textil en la prenda terminada. Los distintos tonos y grados de saturación de un mismo color, al igual que los distintos matices de una misma tonalidad, deben estar pensados en qué ubicación, dirección y proporción se utilizarán a corde a cada uno de los diseños. Así es como el profesional puede generar rechazo o aceptación según su decisión en el material. Un color que esté de moda seguramente capte mucho más la atención, que otro que no, pero ahí está la estrategia y creatividad del diseñador en ver de qué manera puede revertir esta situación.

Un ejemplo de cómo la simbología de los motivos en los textiles pueden adaptarse en el mercado internacional, es el de los oriundos de las islas del sudeste asiático y el archipiélago de Indonesia. Allí es de donde proviene el teñido por reserva o *batik*, técnica ya mencionada en el segundo capítulo. Los tintes utilizados eran de fuentes minerales y vegetales, cuyos colores establecían la edad y el estatus social de quien lo porte. Pero con la masificación y llegada de los diseños de éstas islas al mundo entero, la simbología de tales motivos ya no sería la misma para quien los vistiera. Las estampas de pájaros, golondrinas, flores y espigas de maíz, originarios de las isla de Java y Bali, entre otros, fueron los más difundidos y en la actualidad pueden verse con frecuencia. (Avellaneda, 2012)

Por otro lado, la colocación de cierto elemento en la prenda puede generar apreciaciones del cuerpo erróneas o ficticias, que ayudan a manifestar de otra manera la forma real de la silueta. “La ilusión óptica del negro es que mengua, y por lo tanto, hace que los objetos

parezcan mas pequeños; este principio puede aplicarse para favorecer la línea del cuerpo.” Ratifica Udale (2008, p. 117)

Para terminar con el concepto, se finaliza con la capacidad que el diseñador tiene de comunicar su visión, a través de su textil, en forma de prenda que es lo que el cliente compra. Una vez diseñada toda una gama de recursos y elementos, es importante tener en cuenta cómo se van a vender las ideas o cómo se va a fabricar el diseño. Esto refiere a la manera en que el textil se comportará en la composición de la moldería de cada pieza que integra el objeto, para que nada parte quede librado al azar.

3.2.2 Mensaje e interpretación

Para concluir con el tercer capítulo, resta analizar el mensaje que al cliente o usuario le llega en relación a la propuesta que la oferta presenta.

El cometido de todo artista, es lograr que de su obra haya una interpretación y mensaje, que pueda ser decodificado de diferente manera, según el momento, contexto y persona que lo reciba. Así es como el diseñador logra ser elegido para que de sus prendas el individuo tenga una herramienta para expresar.

Algunos creen en la transmisión directa del mensaje a través del textil, como elemento primario, y que luego la silueta, morfología y combinaciones secundarias se convierten en complementos.

En base a los diseñadores entrevistados, coinciden en que la portabilidad de la voz se ve sostenida por la combinación de materiales y recursos que conforman su obra. En el caso de Bárbara Salazar (comunicación personal, 6 de septiembre, 2014) su vocabulario más fuerte es a través del bordado que compone textiles únicos e irrepetibles. Esto genera un acercamiento al trabajo y una curiosidad por parte del observador que pocos logran.

Que alguien se interese por el trabajo que tiene una prenda, es realmente valioso, ya que en varias ocasiones la técnica es buena e imita o reemplaza ciertos acabados que le dan un factor sorpresa cuando se conoce tal objeto con más detenimiento. “Los textiles terminan quedando con muchísimos detalles ínfimos que el usuario va descubriendo con

el portar del indumento”, relata Lucía Chain en relación a su experiencia. “La devolución que he tenido hasta ahora es de mucha emoción frente al detalle y nostalgia frente al mensaje.” (Comunicación personal, 5 de septiembre, 2014)

Esta cita denota la existencia de un vínculo entre la persona y la prenda, lo que generaría un lazo sensible. Primero, se produce el acercamiento visual, luego la elección, y por último se concreta el toque de uno con el otro. Acto seguido, el usuario comienza a recibir estímulos que lo hacen percibir sensaciones particulares. De este contacto surge el rechazo o aceptación de la prenda.

En cuanto a la interpretación, la persona que porta cierto tipo de traje o prenda, sabe que en su totalidad, su cuerpo se convierte en un conjunto de información en donde diferentes elementos intervienen en él. Al apreciar un objeto y hacer un análisis más exhausto, puede distinguirse la manera en que la mirada es captada y desviada según lo que haya en frente de sus ojos. Esto quiere decir que si un sujeto está vestido de cierta manera, generará en el otro diferentes efectos, entre ellos persuadir su atención. Existen adornos y apliques que ayudan a reforzar esta intención, por lo que al saber con qué tipo de material y técnica se puede contar, el diseñador podrá usar esta táctica a favor del recorrido visual que quiera generar.

Es interesante haber diferenciado, en el tercer capítulo, la manera en que una tela, que luego se transforma en prenda, puede llegar a comunicar por sí misma. Desde el lenguaje propio del creativo, pasando por cada una de sus herramientas y procesos, hasta la elección propia de la manera en que la tela se representa, en todo momento la voz del diseñador está presente. Ésta es la verdadera clave para poder expresar el mensaje que se pretende y que el público lo interprete a su manera.

Así como cuenta la diseñadora Lucía Chain: “utilizo únicamente textiles de fibras nobles como el lino, la lana y el algodón puro, que te transportan sensorialmente a un ambiente cálido y suave.” (Comunicación personal, 5 de septiembre, 2014) Esta oración representa lo que para ella es su interacción con el material, su elección e ideología en usar

materiales naturales, que otorgan a sus prendas un aire de nobleza. Gracias a esta selección, el lenguaje de la diseñadora perdurará en el tiempo, sin necesidad que ella esté presente. Será entonces a través del textil, que su impronta se conservará.

Los significados de las imágenes tejidas, estampadas, aplicadas o bordadas sobre las telas merecen la misma lectura que una obra pintada o esculpida y, por lo tanto, deben ser interpretadas en las distintas culturas como una forma más de arte, a pesar de su cotidianidad. (Avellaneda, 2012, p. 15)

Un ejemplo de cómo el género textil y sus influencias, pueden definir los motivos usados para su elaboración, es el de la seda por parte de la cultura oriental. Son maestros del uso y fabricación de este tipo de tela, y como se relató en el capítulo dos cuando se habló de la tela y de dónde provinieron estos géneros, fue gracias al Oriente que el mundo entero gozó de sus productos de calidad.

Para los chinos, cada estación del año tiene su color, con lo cual, si una persona viste de verde representa lo que para ellos es la primavera, otorgándole al portador cualidades y características pertenecientes a esta época del año. Distinto es el que viste de negro, quien representa el invierno, la oscuridad, los días de menor luz solar y más frío.

Así como cada color tiene su connotación, de igual manera sucede con los temas utilizados para la decoración de sus géneros.

La seda se distingue por tener dibujos que representan la naturaleza, tanto de los componentes de su flora como de la fauna perteneciente al sector asiático. Los motivos florales típicos del oriente y algunas construcciones, como los puentes y pagodas, tienen su propio significado. Es el caso de la planta de durazno que representa abundancia y prosperidad. (Avellaneda, 2012)

Por último, otro asunto paradigmático es el de los pobladores de la región de Nuvavut, en el norte de Canadá, llamados *Inuit*. Mediante la elaboración de telas fabricadas con aplicaciones de fieltro sobre paño de lana y adornos, ellos representan la cosmogonía de su etnia, complementado con bordados que recreaban escenas de campamentos, cazas y ritos chamánicos.

Diana Avellaneda afirma sobre esta cuestión: “No estaban ausentes las leyendas y las historias de sus héroes. Era una forma de costura de identidad.” (2012, p. 217) Respecto a la manera en que los individuos reconstruyen sus vivencias y experiencias según la mirada particular que cada sujeto tiene en relación a su contexto.

El concepto de costura de identidad, es algo interesante a destacar, ya que en la elaboración de la marca de un diseñador, puede ser el recurso por el cual se distinga del resto de sus competidores. Tomar cada herramienta para dejar acentada la impronta es hacia lo que se pretende llegar, ya que si un producto está elaborado con esmero y dedicación, las miradas alrededor de este objeto se despertarán, seguido por la codicia y fantasía de lo que esa prenda pueda ofrecer o representar.

Por todo esto es que la tela es el instrumento con mayor capacidad de transmitir y comunicar, según la mirada de este ensayo. De manera directa genera un lazo entre el sujeto-objeto, de mensaje e interpretación constante, en donde el diseñador ocupa el rol de creador y autor de este vínculo.

Por último, cabe rescatar de qué manera la costura y el entrecruzamiento de los hilos, para formar los tejidos, también pueden conformar un estilo por sí mismos. Es un ínfimo detalle pero que puede establecer un código de construcción por el cual generar una marca en las prendas.

La elección del material, tipo de hilado, composición, color y forma de costura representa una decisión que el diseñador debe tomar y así poner su sello en todo momento.

Del mismo modo ocurre cuando, por ejemplo, se tejen piezas en tejido de punto. Aquí el tejido está compuesto por hilos que se entrelazan entre sí. Previamente, hay una selección al igual que sucede con el hilado que componen las costuras, pero en este caso los materiales, pesos y grosores serán diferentes.

A lo que refiere este punto, es que cuando la persona está presente en todo momento del proceso y realización, habrá un mayor control de cada componente.

Es interesante observar cómo a partir de materiales que a veces dispuestos en conos o rollos son difíciles de saber cómo quedarán o comportarán cuando se los someta a su manufactura.

El ojo del diseñador está en todas y cada una de las partes del proceso, lo que le permite recopilar toda la información adquirida desde la materia prima hacia el producto, y así componer una prenda que le permita elaborar una propia significación y funcionalidad.

En el capítulo siguiente, se ejemplificará con el estudio de tres casos reales y contemporáneos, la manera en que cada diseñadora genera su original propuesta e incesante búsqueda de su impronta textil.

Capítulo 4: Análisis de casos: diseñadoras argentinas con identidad textil

De preferencia por las mujeres en el ámbito laboral y creativo, la autora del PG decide hacer una mirada crítica en la corriente artística femenina, y encuentra tres diseñadoras argentinas que captan su atención. Ante todo son mujeres, sensibles y perceptivas; con quienes comparte ciertas inquietudes y formas de ver y sentir las cosas que la hacen ir por esta selección en particular, y así dejar a un lado a los grandes y prestigiosos diseñadores nacionales, exponentes y maestros, líderes en el país.

Esta elección de perfiles capta la esencia y diversidad de un grupo que influye y define el discurso visual y cultural de la Argentina actual. Se eligieron aquellas creativas que encabezan el camino del diseño independiente y comercial, y que contribuyen a formar un estilo argentino de vanguardia y con propuesta textil.

“Existe una cercanía real a los procesos de producción y un espíritu artístico verdadero que caracterizan sus obras.” Cuenta Mitsuko Alemany (2007, p.10) Cuya frase explicita lo esencial del ser humano en relación a su labor, según el enfoque de este escrito.

Se tomará a cada diseñadora como unidad de análisis; en esta oportunidad las elegidas son Cecilia Gadea, Mariana Cortés y Araceli Pourcel; cuyas características y cualidades particulares se verán plasmadas a lo largo de este capítulo. Se definirán cuatro variables independientes que servirán para entender cómo cada entidad se relaciona con la otra, lo que permite realizar comparaciones de modo adjetivo que ayuda a la recolección de datos necesarios para alimentar luego a la reflexión final del ensayo. En el anexo se podrá ver la grilla o tabla de recolección de datos con toda la información mencionada anteriormente.

Para comenzar con lo que respecta a los casos, se detallan dentro de cada relato, su manera de trabajar y abocarse al diseño desde un lado sensible, pero por sobre todo, de identidad discursiva en donde sus métodos, técnicas y formas de generar sus obras demuestren su mensaje y manera de ver a través de sus ojos.

4.1 Cecilia Gadea

La diseñadora gráfica Cecilia Gadea, nacida en 1968, estudió en la Universidad de Buenos Aires pero nunca ejerció esta carrera, sino que se abocó directamente en el Diseño de Indumentaria como salida laboral. A través de ésta, Cecilia transmite sus sensaciones y emociones, y cada nueva colección es un relato que habla de sus recuerdos, de la nostalgia que le transmite la ciudad, y de su visión sobre lo femenino.

Se describe como fotógrafa, coleccionista, amante de la arquitectura y de la tipografía, de los libros de culto, arte, fotografía y de moda. Es una persona multidisciplinar, lo cual le permite estar atenta a lo que en su entorno sucede para expresarlo según su mirada.

Fue en 2000 cuando decidió emprender su propio proyecto independiente, con la necesidad de inventar su propio espacio, creando una propuesta personal de diseño.

Mediante su trabajo, la búsqueda de expresión es constante, sin dejar de lado el sello de diseño de autor. “Femenino, romántico, bien etéreo, su estilo se sigue definiendo con moldería minuciosa, delicada, con la reformulación de recursos textiles y el uso del calado con láser y la superposición”, narra Delia Piña (2012) para describir el trabajo de la diseñadora. Sus colecciones son un reflejo fiel de sus intereses e inquietudes. Las prendas hablan de una actitud y de una elección de un estilo individual y personal.

Parte de su atracción por el diseño es la posibilidad de proponer y crear constantemente. Así es como en la etapa inicial de cada colección, realiza una búsqueda de inspiración que se compone por ir a visitar bibliotecas, mercados de antigüedades; toma fotografías de rincones de Buenos Aires o se relaciona con el trabajo de algún artista plástico. Todo lo relacionado con el pasado y con los recuerdos nutren su lado sensible, lo que le depierta una inquietante adoración por el paso del tiempo. En la ciudad y sus edificios, encuentra momentos en donde lo viejo se superpone con lo nuevo, lo que genera una convivencia entre pasado y presente. Allí es donde su cuerpo y mente se movilizan para crear. Su amor por la arquitectura, la llevan a registrar, observar y recopilar datos, formas e información de aquellas edificaciones porteñas de los años 20 y 30, en donde agudiza

su mirada para seguir ideando la siguiente colección. Éste es el tipo de búsqueda que realiza cada vez que comienza una nueva temporada, seguida por una nueva experimentación textil y de formas. (Mitsuko Alemany, 2007)

En cuanto a la cualidad femenina en la elección de estos casos, es interesante darle lugar a un concepto que distingue por sobre todo a la figura de la mujer en varios aspectos de su vida. La belleza es, según el criterio de la autora de este PG, una peculiaridad de suma importancia a la hora de comenzar a desarrollar, y más aún, de concretar una idea. El diseño tiene aparejada una serie de juicios de valor que pueden sumar o desvalorizar el producto, según quién lo mire. Es por esto, que al diseñar, se debe pensar en qué se le agregará a la propuesta y creación en cada una de sus partes que conforman al proceso de diseño de todo creativo.

El arte tiene un espacio fundamental en mi vida y mi carrera. Me gusta pensar que, si bien el diseño de moda está ligado a la necesidad y a la funcionalidad de un producto en un contexto de mercado, mi trabajo aspira, en cierto sentido, a la expresividad y riqueza creativa del arte. (Mitsuko Alemany, 2007)

De esta manera, se podrá contemplar al finalizar el trabajo una pieza de carácter e impronta, distinta al resultado que pueda brindar una cadena de montaje industrial o de reproducción masiva, en donde se dificulta poner un sello de carácter personal, auténtico y de identidad al producto. Con esto no se pretende dejar de lado la posible mecanización de ciertos pasos, sino que es pertinente darle aún mayor valor al agregado que el artista pueda dar a su obra con diferentes técnicas.

Al aclarar este punto y saber que cada mujer trae consigo sus formas y sentimientos; se entiende que la delicadeza, sensibilidad, paciencia y dedicación que habrá en cada una de sus partes y acciones, estarán presentes y, por consiguiente, se notarán en el producto final.

Para la diseñadora, la belleza es la realización plena de una potencialidad, de la individualidad, que se manifiesta en el cuerpo, en los gestos, en las miradas. “La ropa resalta, le da un marco, permite que se muestre esta belleza que tiene que ver con la

expresión de lo que somos como personas, más que con ciertas formas tipificadas de belleza.” Cuenta Mitsuko Alemany (2007) en relación a lo que opina la diseñadora.

Las ondas, los pliegues y drapeados acompañan la forma de pensar y sentir la sensualidad y complacencia del mundo nostálgico que la rodea, y así es como lo demuestra en sus prendas y objetos de diseño. Lo romántico resalta su femeneidad, y la combinación de materiales, texturas, recursos textiles y técnicas, su búsqueda en la experimentación.

4.2 Mariana Cortés

Juana de Arco se denomina la marca en la que la diseñadora de indumentaria egresada de la Universidad de Buenos Aires, Mariana Cortés, trabaja como responsable. Veintiséis años más tarde de su nacimiento, germina su sello comercial, en donde se plasma como artista textil y diseñadora, pero que además consta de una búsqueda estética, en donde desarrolla conceptos y los vuelca materialmente. Rescata técnicas de otras generaciones y de culturas olvidadas. En Juana de Arco trabaja en base al conocimiento de artesanos, donde diseñan a medida del productor, reciclan y reprocesan todos sus desperdicios.

Estudió Diseño de Indumentaria desde los 18 años, creciendo entre las agujas de su abuela que siempre tejía a dos agujas o al crochet. El *fashion* llegó sólo; lo tomó sin considerarse como tal, sino como libertad de expresión. (Juana de Arco, 2009)

Su inspiración viene de la mano de símbolos, de la naturaleza, de viajes; el arte de generaciones pasadas o técnicas de culturas olvidadas. “Cuando me quiero inspirar voy a Once, ahí está el termómetro del país. Ahí está el mercado, ahí me conecto con la realidad”, asegura en el artículo periodístico de Lanús (2015). Este es un ejemplo que demuestra que el contacto con lo popular está vigente en su obra y es por esto que para ella es tan importante la mano de especialistas en sus prendas. Trabaja rodeada de creadores, artesanos y artistas, intercambia intereses y diálogos diariamente. Es un trabajo multidisciplinar, interesante y nutritivo que se ve reflejado en sus colecciones.

Así es que en su marca no existe una estrategia determinada desde lo creativo, sino que hay un camino, un rumbo en el que se va descubriendo en relación al contexto, a las posibilidades y a las personas que estén en ese momento. Plasmar la creación depende de ellas y de sus manos para hacer, tejer, coser, unir.

Este es uno de los aspectos que le imprime un sello colectivo a su proceso, lo que confluye en un quehacer o arte popular. “La identidad es hecha en casa” asegura en su libro Mitsuko Alemany (2007) según relatos dichos por Mariana. De esta manera es que sus piezas tienen la característica de ser únicas y con una carga afectiva que las elevan a un plano más allá de lo material para poder contar una historia. Así es como se gana la aprobación de sus clientas. El gusto por sus prendas se ve reflejada por lo que representan.

La espontaneidad es un aspecto muy característica en la diseñadora, ya que no tiene momentos específicos para crear, sino que cree en un continuo aprendizaje, y el ánimo personal del instante. Gracias a esta forma de ser, es que improvisa, inventa y crea con elementos que tenga a su alcance, para luego ser utilizados de diferentes maneras, tanto en sus prendas, como en sus objetos o en detalles constructivos. Hacer para luego proponer, sería una pequeña definición de su filosofía. Asimismo, se siente ajena de la moda o a lo que pertenezca a cierta tendencia o grupo determinado, para conformar una nueva cosmovisión según su criterio y así hacer de Juana de Arco una marca *timeless* como ella lo define, o atemporal. (Juana de Arco: entrevista con Mariana Cortés, 2009)

Describe su forma de ser como amable y risueña, y cree que en lo bello está la inocencia y lo puro. Sostiene que en el arte está su felicidad y gracias a su trabajo puede desplegar la armonía y dulzura que pretende dar con su mensaje.

Para finalizar, cabe destacar que la manera en que desarrolla su proceso creativo es de forma horizontal, en donde cada persona aporta su opinión y conocimiento para aplicarle un poco más de información a un mismo producto. Es importante hacer hincapié en este punto, ya que a partir de una idea o boceto se comienza a pensar en cómo intervenir,

manipular o tratar una tela, material u objeto; pero en donde no se sabe con certeza su desenlace con exactitud. En otras palabras, desde la experimentación y alteración del material, la expresión del diseñador aparecerá por poco sorpresivamente.

4.3 Araceli Pourcel

En 1971 nace la diseñadora de indumentaria Araceli Pourcel, egresada de la Universidad de Buenos Aires. Realiza consultorías en gestión estratégica de diseño y *branding*, e interviene sobre las áreas de desarrollo de producto de indumentaria y accesorios. Presenta colecciones en desfiles desde 1992, en cuya época el mercado de diseño en la Argentina no se veía favorecida, por lo que escaseaba su explotación. En ese entonces, sólo existían modelos de expresión de tipo experimental en espacios alternativos. Durante este tiempo su actividad profesional se desarrolló en cine y televisión como diseñadora de vestuario. En 1999 decidió profundizar su expresión y sólo dedicarse a diseñar lo propio. Su creencia en que el vestir es una expresión vinculada al arte es algo que la motiva diariamente a seguir diseñando, seguido por el pensamiento de trabajo en equipo. (Mitsuko Alemany, 2007)

Una de sus cualidades más destacables, es la de construir trajes con distintas técnicas. Para ello considera al artesano, costurero, tejedor, modista, estampador y demás protagonistas del proceso textil como entes imprescindibles para su trabajo, ya que le interesa que esté presente la mano del hombre en sus obras. De esta manera, goza de construir piezas con aspecto a desprolijo, en donde se vea la mano del productor, y lo complementa con bordados a mano con letra de niña en piezas con ruedos deshilachados. Esta forma de abordar al textil le permite generar pieza por pieza con una dedicación particular, lo que le permite diseñar directamente con los materiales que tenga a su alcance, como retazos o piezas *vintage*. "Utilizar los recursos de tu lugar para mí es importante, utilizar lo que hay es una manera de reciclar lo propio, trabajar con lo autóctono, con la identidad que te rodea" (Araceli Pourcel. Ficha personal, 2008)

Con esta frase lo que la diseñadora quiere demostrar, es que cada parte está sujeta a la otra, lo que genera un constante devenir, hilando cada pieza con la siguiente. Es una forma de generar un camino que conduce al usuario hacia un mensaje, por medio de sus prendas y los tratamientos textiles que ella realiza.

En cuanto a sus primeras tipologías, sólo confeccionaba vestidos y faldas que expresaban su forma de pensar, con círculos que atravesaban el cuerpo y lo envolvían. Incorpora piezas de cintas antiguas, trozos de tela, tejidos con hilados muy finos, a punto de romperse, que simbolizan la fragilidad y tejidos más gruesos que pesan y producen movimientos bamboleantes a los trajes. Elementos como la música, los colores, dibujos, libros y textos, se fusionan con el diseño textil para realizar colecciones ricas de conceptos, sin seguir una temporada en particular. (Mitsuko Alemany, 2007)

De esta manera la prenda se carga de un valor simbólico que refuerza la relación existente entre el producto con su usuario. Es un lazo sensible que refuerza la manera en la que se realiza la obra y le agrega un atractivo particular, seguido por la mirada moderna con técnicas tradicionales de tejidos y bordado, que habla de la visión que tiene la diseñadora respecto a su trabajo. Los seres latinos y más específicamente, los argentinos, son las personas directas hacia donde se dirige y los que nutren su inspiración. Otros elementos que conforman su entusiasmo por diseñar son los libros, la música, el cine y los objetos y materiales autóctonos. (Lescano, 2013) Por último, su obra se puede adjetivar como propio, original, apacible y sereno.

Gracias a la elección de estas tres diseñadoras y a la posterior realización del análisis de caso, se puede concluir que hay una tendencia en las diseñadoras contemporáneas argentinas en convertir su entorno, contexto y trabajo en algo más; en recrear aquello que las conmueve en un objeto de valor.

De Cecilia se distinguen los ya mencionados bordados, tejidos, paleta de color, tramas, plisados y calados láser que lucen su delicadeza y minuciosa confección. Respecto a Mariana, su colorida y alegre forma de componer con retazos y desperdicios, tanto

objetos como prendas, llenos de minuciosos detalles que hacen de la pieza algo único; y seguidamente, se encuentra Araceli cuya obsesión por seguir creando y generando texturas y nuevos patrones es incesante.

Para finalizar, es pertinente dejar en claro ciertas pautas necesarias a la hora de iniciar y concretar un proyecto como ejemplificaron las tres diseñadoras mencionadas anteriormente. Se trata de legitimar el trabajo del diseñador mediante sus principios, sus ganas de expresar y su búsqueda hacia la autenticidad al generar una voz propia en el medio. Para ello optan por generar historias, conceptos e ideas, que luego gracias a un equipo multidisciplinar, desarrollan técnicas con las cuales puedan generar e incrementar las características de los materiales a utilizar, como por ejemplo, el textil que es el eje principal.

La amplia variedad de recursos textiles ayuda a revalorizar el trabajo artesanal, rescatando un pasado histórico que se traduce en discurso textil de sus temporadas. Aquellos que la despierta y produce sensibilidad son sus maneras de enfocar la construcción de prendas. (Cecilia Gadea, texturas para una moda con historia, 2014)

Así es como la mujer y sus emociones se movilizan hacia nuevos emprendimientos, despertados por diferentes causas. Esta es una de las cualidades por la cual la autora del PG se inclinó por el lado femenino, ya que cree en la repercusión de sus facultades sensoriales en relación a lo que su entorno le pueda generar.

De esta manera su discurso se vería nuevamente con vitalidad y su renovación permitiría seguir dando mensajes y percepciones con una mirada diferente o apenas alterada.

Dar valor a la construcción de una idea, es algo sumamente gratificante y es por esto que se le da suma importancia a los pequeños detalles que conforman cada una de las partes en el proceso textil para que el resultado sea aún mejor.

Luego, en cuanto al término de belleza, se la utiliza como aproximación a lo que el diseñador pretende generar con sus trabajos y obras artísticas, en relación a la mirada que la autora del ensayo tiene al respecto. Algo bello, equilibrado y armónico es casi

poético y es gracias a esta concepción que se pueden generar más de una experiencia en una misma propuesta.

Para algunos puede llegar a ser un momento indescriptible. Sólo el objeto y quien lo porta sabe lo que entre esa relación sucede. La mirada de afuera puede llegar a convertirse en ajena y sólo la vivencia recreará ese único suceso.

El siguiente fragmento trata justamente de una situación similar que sucede hace años y afianza el vínculo estrecho e íntimo entre dos personas.

Hace milenios, cuando sólo las voces registraban los hechos grandes o pequeños de la vida cotidiana, las mujeres envolvían en un tela a sus hijos recién nacidos. Cómo no ver en ese gesto la creación de un espacio intermedio entre el vientre materno y el mundo exterior. (Corcuera, 1998, p. 175)

Así es como se da por finalizado el capítulo de análisis de caso, con una veta de dedicación y amor por la profesión, para adentrarse en la resolución final del ensayo.

Capítulo 5: La identidad del diseñador a través del textil

Para dar comienzo al último capítulo, se cita un extracto del arquitecto Arturo Grimaldi en relación a la contemporaneidad del diseño y su relación con el concepto de identidad.

En estos últimos años el diseño descubrió un conjunto de valores y acciones que le permiten reconocerse y ser reconocidos en el marco internacional, pero tendrán que pasar varios años más para terminar de consolidar este nuevo proceso y el tiempo dirá si el nuevo diseñador fue capaz de crear identidad. (Mitsuko Alemany, 2007, p. 53)

De esta manera, lo que se pretende es lograr que la impronta de un diseñador pueda llegar a un nivel de conocimiento en donde se posicione como su propia voz.

Al comenzar a recopilar material para este PG, fue identificado el deseo de expresar la idea de que la creatividad en el Diseño de Indumentaria y Textil, es, en gran medida, la parte humana que abarca tanto a la pasión como al bienestar del artista.

El motivo de este ensayo es el de encontrar un lenguaje textil propio para cada uno de los diseñadores y que ésta sea su herramienta fundamental para el desarrollo de sus colecciones. Además de crear, diseñar y pensar en nuevos proyectos, existen requerimientos que conforman diversas tomas de partido que muchas veces hay que hacerlas converger en un solo punto, que será en cuestión, la prenda o producto terminado. Son muchos elementos los que confieren calidad e impronta al diseño. Está en el diseñador saberlas utilizar a su favor.

Si se parte de que toda creación que tenga una visión propia y original tiende a funcionar de una buena manera, no hay que dejar de lado que también existen otros factores que pueden ocasionar que el producto se fortalezca o debilite. Es por esto que la persona encargada de realizar objetos propios de valor, tendrá que contar con habilidades que le permitan sobresalir de sus competidores o por lo menos aportar algo diferente y auténtico. De esta manera se pretende demostrar que si la herramienta por la cual el creativo se expresa, tiene cualidades que le permitan fortalecer su mensaje e identidad, el resultado de su obra será enriquecedora, tanto para él como creador, como para su público quien podrá captar e interactuar con la propuesta.

5.1 Afinidad creativa

Ubicando el PG dentro del marco histórico y actual del país, es provechoso remontarse hacia la última crisis económica en la Argentina, la cual movilizó, entre otras cosas, las industrias, detonando un resurgimiento en varias expresiones artísticas y del ámbito diseño. Cada una por separado encontró nuevos exponentes y los fue calificando en busca de un significado acorde a su contexto y problemática actual. El ejemplo de lo sucedido en el país, se liga con lo que sucede en la actualidad en materia político-económica, ya que se ven limitados sectores del círculo comercial del rubro textil, que antes gozaban de una flexibilidad a la hora de encontrar o comprar ciertas materias, que hoy en día no se consiguen.

Siempre hay desabastecimiento de géneros. A veces llegan de China, otras no. Pero las crisis siempre me dan la posibilidad de ser más creativa. Me da rabia, pero pienso y me gusta, porque busco crear otra cosa. Juana siempre muta. Y mejor si se acaba porque lo vuelvo a cambiar. Trabajo mucho desde lo pictórico, el color, con algodón y Lycra. (Lanús, 2015)

Esto piensa la diseñadora Mariana Cortés, entrevistada en tal nota periodística, respecto a la situación nacional en cuanto a trabas en la libertad de comercialización externa. Pero lo toma a su favor, al resolver reemplazar el faltante, seguido por una nueva búsqueda que sirva de alternativa. Es una forma de desenvolverse y solucionar lo que acontece en la realidad, sin que esto le imposibilite o le genere obstáculos en su expresión.

Asimismo, los entrevistados también argumentaron su molestia o inquietud respecto a esta condición, ya que tampoco favorece a la entrada de muchos insumos, telas, avíos, respuestos, muchos de ellos de muy buena calidad, y al no tener industrias nacionales que reemplacen tales productos, los diseñadores no tienen más remedio que generar medidas al respecto.

Si se lo mira de un lado provechoso, puede argumentarse que así es como la creatividad florece, se nutre y aparecen nuevas búsquedas y caminos a seguir. "El diseñador de hoy se atribuye libertades propias del momento histórico que le toca vivir, reacciona ante una desesperada necesidad de generar sentido y encuentra en el diseño restricciones

capaces de soportar la incertidumbre.” Argumenta Mitsuko Alemany (2007, p. 47) según el concepto que se plantea anteriormente.

Existe una querencia a estar de acuerdo en que las oportunidades hay que tomarlas, sea cual fuere las circunstancias. El creativo suele salir a flote gracias a su intelecto y capacidad de legitimar su huella. Así es como la persona a partir de hechos, momentos vividos o elementos se moviliza a generar nuevas oportunidades o productos. Es el caso de las diseñadoras analizadas en el capítulo anterior, quienes utilizan sus gustos, lugares hacia dónde viajan, culturas, personajes, creencias, épocas y movimientos artísticos; para inspirarse y continuar el desarrollo de sus colecciones e ideas que luego se materialicen o tomen forma concreta. El diseño necesita tener su propio lugar y la capacidad de comprometerse en cada nuevo suceso que se le presente, asumiendo una responsabilidad acorde a su contemporaneidad. Es un compromiso que debe darse a partir de una renovada mirada en relación a su entorno, sin perder el valor hacia los determinados usos y costumbres que cada pueblo, región o lugar lleva consigo. (Accornero, 2007) Este concepto fortalece el fin del diseño como lenguaje no verbal, como forma de comunicación. El diseñador plasma un mensaje en sus creaciones que el usuario interpretará al usar o apreciar el producto. Por eso es importante saber elegir la técnica, recursos y materiales adecuados para cada etapa, contexto y lugar.

5.2 Filosofía textil

Para dar comienzo a este subcapítulo, se cita una frase del reconocido diseñador Martín Churba (comunicación personal, 10 de marzo, 2013): “para nosotros, el diseño, es una cuestión trascendental”, que resume lo que en el término filosofía textil se pretende encuadrar. Se sitúa a la profesión en un lugar esencial, de manera tal que la convierte en una forma de ser o pertenecer. El consumidor, cliente o realizador puede sentirse identificado con lo que la ideología creativa genere en su persona, lo que coloca al textil en un nivel representativo para quien lo porte. Es la entrada a un sistema de ideas compartidas que a su vez permite al individuo poder expresar su pensamiento.

Entre la prueba y el error, se puede encontrar una técnica, un experimento. Jamás hay que descartar accidentes que puedan ocasionarse sin intención, por el contrario, se debe estar atento en el procedimiento para poder rescatar posibles métodos. Luego, saber si esa pieza es única e irrepetible o podrá volver a realizarse. De esta manera se establecen pautas a seguir para adueñarse del nuevo descubrimiento que ayudan al creativo a realizar nuevas pruebas originales. La búsqueda del método pertinente es algo que al diseñador textil lo atrapa desde un principio, ya que sabe que desde aquella inquietud posiblemente surja una innovación.

Respetar o no las partes de cada procedimiento será una decisión que el profesional deba realizar según sea su propuesta. La posibilidad de una equivocación o falla en la reproducción de cierta pieza, es un factor que puede suceder, y es de amplio conocimiento por parte del equipo de producción. El deseo es no perder tiempo, dinero ni insumos, si así lo fuere entraría en la etapa de experimentación y muestra para ver qué falló y cómo solucionar tal descuido.

Hoy modistas como el belga Martín Margiela o el inglés-chipiotra Hussein Chalayan utilizan lo que se llama "la muerte del textil", para su transformación. Sepultan las telas buscando nuevos efectos de texturas y color, a fin de modificarlos y usarlos en sus creaciones. (Avellaneda, 2012, p. 18)

Ésta es una observación que hace el diseñador Claudio Davio en el libro de Diana Avellaneda, en relación a cómo grandes diseñadores de renombre internacional, aplican el concepto de resignificación a sus textiles, para darle una imagen renovada.

Lo que se pretende mostrar con este asunto, es que el diseñador debe saber que a partir de allí saldrá un producto, pero que el éxito estará en la manera en el que el creativo lo adaptará o no según su criterio y búsqueda. Es importante la filosofía que la persona tenga, sus convicciones y valores, para que de cada intento algo nuevo aparezca y lo inspire a seguir creando.

Los artistas están emparentados con la perseverancia, paciencia y minuciosa labor. Así es como la persona confía en sus instintos y puede abocarse a nuevos desafíos. De eso se trata, continuar la rueda de oportunidades y mantener la mente siempre atenta.

“Los sistemas culturales sintetizan modos de vida y de entender la naturaleza. El arte de los pueblos aborígenes y tribales (...) es símbolo de pertenencia y de identidad.” Así es como Avellaneda (2012, p. 227) desarrolla la idea de basarse en sistemas donde haya códigos y elementos en donde sustentar la toma de partido de cada decisión en la elaboración de una obra.

Cuando en un trabajo se llega a ver o sentir la esencia del producto, el alma del diseñador en su objeto; se puede decir que los mecanismos que se utilizaron para adecuar e integrar las raíces de ese ser creador en su obra son correctas y cumplen con la necesidad de ser auténtico con su persona.

Generar distintivos culturales en el ámbito del diseño de indumentaria y textil, afianza los principios y filosofía que el profesional tiene en relación a su labor. Frida Kahlo inmortalizó en su obra *Mi vestido cuelga aquí* (1993) el vestido tehuano, cuya primera expresión fue en tiempos precolombinos. Aprovechó su estadía en Nueva York para tomar esta prenda como símbolo cultural de México y mostrarla frente a miles de personas. (Avellaneda, 2012) Fue una forma peculiar de expresión de identidad, pero que como símbolo otorga un alcance masivo al pueblo mexicano.

Así es como se establece la voz del creativo, siendo original, oportuno y firme a sus convicciones. De esta manera logrará que su pensamiento pueda trascender y llegue hacia nuevos rumbos en donde su huella quede plasmada.

Para finalizar, a continuación se detallarán algunos criterios que para la autora del PG son primordiales para concretar el buen desempeño de un diseñador en su búsqueda hacia la identidad a través del textil.

5.3 Tres conceptos claves: originalidad, búsqueda y compromiso

En su afán por encontrar su identidad, el creativo tiene herramientas que lo ayudan a encaminarse hacia tal fin. Entre ellos, según datos recolectados a lo largo del ensayo, confirmados con los análisis de casos, se destacan la búsqueda, la originalidad y el compromiso. Al presentarles estos tres conceptos a los entrevistados, hubo una

inmediata relación con un tema tratado a lo largo de este ensayo, que es la autenticidad que el diseñador debe tener para que sus creaciones sean legítimas. Respecto a la originalidad, la diseñadora Chain (comunicación personal, 5 de septiembre, 2014) la define como una responsabilidad con su persona, con la historia de cada individuo y la incesante necesidad de definirse con una identidad propia. Es interesante ver cómo todo recae en la búsqueda hacia la identidad, al querer separarse de su colega o competencia, a necesitar mostrar su personalidad, su voz. Además, cabe destacar que tener esta perspectiva y sentimiento de conformidad con el trabajo realizado, habla de la convicción y seguridad que tiene el diseñador en base a sus creaciones.

Por otro lado, los autores de Lena-Martorello aseguran que "...el compromiso se basa en la búsqueda de lo auténtico que pueda aportar cada diseñador, la originalidad, es decir aquello que destaca nuestra individualidad, surge sin trabas para crear algo nuevo." (Lena y Martorello, comunicación personal, 6 de septiembre, 2014) Ellos relacionan los tres conceptos y creen en la complementariedad de cada uno de éstos entre sí. Tener un canal por donde transmitir el mensaje, es admirable de encontrar, para luego sostener, ya que por esa vía, el expresivo puede manifestar su ser con total libertad. En el caso del diseñador, el textil se convierte en no sólo un recurso, sino un instrumento dentro de un mecanismo que porta su huella.

La mirada de la diseñadora Mantica abala la búsqueda de la identidad, ya que cree que ser original, no va de la mano a ser raro; sino por el contrario, es una propiedad de cada persona en donde su individualidad y personalidad está siempre presente. De esta manera, no sirve la indiferencia ni casualidad en relación hacia dónde se pone el foco o se pretende llegar. Sí es cierto que durante el proceso, existen factores azarosos que pueden desviar o intervenir en la propuesta, incrementándolo. "El Compromiso es una manera de vivir con el desarrollo de una vocación, el desafío es encontrar el método para lograr tus objetivos" argumenta (comunicación personal, 6 de septiembre, 2014).

Por eso, puede suponerse que al hablar de filosofía textil como una toma de partido según la ideología y forma de ser de cada individuo creativo, es pertinente saber ubicarse en contexto, para hacerse cargo de la autenticidad, o no, de la proposición. De esta manera, es posible tener la garantía de que el objeto tendrá todo lo que debe tener para que funcione y sea exitoso si se tiene la certeza de que la propuesta se realizó de manera propia y original.

Seguido a los conceptos ya mencionados, es relevante plasmar lo que etimológicamente significan. Autóctono refiere al nacido y habitante de una misma región o país, y auténtico corresponde a lo cierto y verdadero según sus características. (Visión Cultural, 1996) Según el juicio de los interrogados, relacionan al primero con lo que refiere al origen de la persona, y al segundo término como la identidad y huella que cada persona tiene. Aquí es donde convergen ciertos lazos que se entrecruzan ya que origen e identidad muchas veces se los malinterpreta o confunde. Pero como bien se habló en el primer capítulo acerca de la identidad del diseñador y su universo, se entiende que la autenticidad puede ir arraigada con la persona, sea cual fuera su origen geográfico, pero no por eso desprenderse totalmente de su tierra. La cuestión a debatir está en el uso inapropiado de estos preconceptos para favorecer la llegada de los trabajos al público, si así no lo fueran sus principios o características de autor. Recurrir a la manipulación o adulteración de la información ajena, es de dudosa credibilidad.

En base al análisis de las tres diseñadoras, se pudo distinguir la manera en que la personalidad influye en todo el proceso. Es de suma importancia saber buscar los adjetivos que definen a la persona, para luego entender sus gustos que luego lo llevan a realizar una determinada selección y búsqueda. Esto viene acompañado de cómo se desenvuelve la persona, también, en su vida. La forma de trabajo está muy ligado a las creencias y vivencias, por lo que las técnicas de desarrollo estarán en consecuencia a lo que la diseñadora elige o no realizar. Por ejemplo, se observa una constante relación entre lo que para la diseñadora Pourcel y Cortés entienden por autóctono, en el sentido

de revalorizar técnicas ancestrales y culturas latinoamericanas. En su trabajo se refleja la mixtura que esta mirada hacia las raíces les aporta, desde el lado de la elección de los materiales, de las técnicas, del *patchwork*, de la mezcla de lanas, con hilos y nudos. Existe una vivencia terrestre, de contacto artesanal, que en el caso de la diseñadora Gadea no se observa por ese lado. Cecilia por su parte, elige técnicas que le permiten ser más precisa y detallista, característica fundamental en su obra. Escoltado por su mirada fotográfica y por su amor por la tipografía, su herramienta es más de tipo industrial en comparación a las anteriores creativas.

Es interesante observar cómo técnica, inspiración, recursos y elección material influyen en el proceso. Existen factores que intervienen que demuestran el mensaje que la persona tiene para dar, seguido por productos, objetos, paleta de color y sensaciones que le dan un cierre al mensaje final.

En los tres casos de análisis y en los entrevistados también, se declara al textil como sustancia máxima por excelencia, mediante la cual se firma y se pone un sello de identidad.

Conclusiones

Elegir reflexionar sobre una temática cercana al quehacer académico y pronto profesional, arrima a la autora del PG a vincularse estrechamente con cuestiones afines a su carrera de grado.

El ensayo se basa en la escritura y desarrollo conceptual y argumentativo de ideas y expresiones, basadas en bibliografía y documentación académica de diversas fuentes. De esta manera se da una mirada original sobre el tema elegido, y así generar aportes significativos al ámbito universitario.

La elección del tema que conforma el planteamiento del problema y posterior desarrollo del mismo, surge de la observación y análisis que la autora comenzó a notar a lo largo de la cursada de su carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, pero que le despertó con más énfasis, en sus últimos años.

Proponer una nueva colección en base a un determinada temática con diseños originales, son parte de la cotidianidad del diseñador, por lo que al investigar en base a qué tema realizar el PG, fue más interesante realizar una opinión personal, con un propósito de superación, en donde se pueda indagar con mayor detenimiento el asunto en cuestión.

Al comenzar a tener ciertas inquietudes, la autora fue recopilando documentación, frases y artículos en donde el lema del diseño textil y su experimentación eran el común denominante. Notar cómo los diseñadores se podían diferenciar según los tratamientos realizados en sus telas fue el factor que desencadenó la producción escrita.

Este enfoque activo, impulsó a indagar sobre los temas relacionados al diseño, la identidad, creatividad, autenticidad, experimentación, textil, lenguaje y comunicación; para dar con el conocimiento del creativo, su manera de producir y concretar sus ideas, y de qué manera las expone en sociedad. Así es como se comienzan a definir las variables que marcarán el rumbo hacia dónde encausar la propuesta.

Para la autora, es una necesidad poder expresar su parecer en relación a la

contemporaneidad del tema y el notable incremento de profesionales en el rubro.

Una vez determinados los temas rectores que guiarán la investigación, se pasa a analizar y hablar de ellos de manera concreta, en donde se toca una variedad extensa de nociones que se entrecruzan para que el trayecto los encamine hacia un mismo lugar, en torno a la premisa de este ensayo.

Observar de qué manera los conceptos de identidad, diseñador, experimentación y búsqueda textil se nutren entre sí para formar una idea del cual sostenerse, permite generar reflexiones al respecto.

Este PG apoya al diseñador de indumentaria y textil, a su aporte al mundo creativo y al bienestar del ámbito en el que convive. Supone generar actividades en las que haya un relato, planteamiento y derroche de autenticidad, fundamentado por un hilo conductor que sustente todo el proyecto.

La capacidad de imaginación del diseñador es infinita, y gracias a ésta es que puede generar diferentes propuestas y creaciones.

Respecto al valor que el producto o servicio pueda brindar, existen tres factores por el cual puede ser evaluado. Estos son por lo que es, por lo que genera y por lo que representa. Está en el profesional, su habilidad y responsabilidad de hacer que la obra tenga el valor que merece y que pueda vivir del rédito de su elaboración. De esta manera es que se muestran las herramientas existentes para producir objetos de valor y plasmarle un sello identitario.

Al retomar con los temas abordados a lo largo de este ensayo, se puede ver que cada profesional está inmerso en un abanico de oportunidades y situaciones que son dignos de ser estudiados, para entender que muchos cuentan con características en común, y no todos lo tienen presente o le sacan provecho al mismo. Estar atento a las oportunidades que surgen en el medio es de suma utilidad, ya que existen factores sorpresa que a veces no son planeados, y pueden añadir ideas o formas de pensar que sirvan para el proyecto.

Las variables que sustentan la creación y desarrollo del planteamiento de una idea se ven sostenidas por el manejo que diseñador tiene de sus técnicas y recursos. Manifiesto textil, manipulación de la superficie, elaboración del género, diseño de estampados, creación de texturas y adornos, son las bases en donde anclarse para generar producción.

La importancia de la observación participante en cada una de las partes que componen el proceso, tanto de la creación y realización del boceto, hasta la confección final de la prenda, es sumamente destacable.

No hay que olvidarse de la búsqueda de originalidad, autenticidad y compromiso en el trabajo. A partir de la investigación que se realice de las variables y fortalezas en cualquiera de las etapas creativas o productivas y comerciales, se debe estar atento para aprender y nutrirse en cada paso a seguir.

Dejar asentado de qué manera se realiza el trabajo, servirá para tener el control y saber hacia dónde ir cuando haya algún motivo por el cual generar alternativas o soluciones.

En relación a la manera en que el diseñador se comunica, se demuestra que la necesidad de crear un propio lenguaje por el cual expresarse es la manera que la persona tiene para demostrar su pensamiento. Encontrar los códigos y símbolos que compongan el mensaje será su exploración; como así también, diferenciar su trabajo del de otro colega. Encontrar un medio de expresión que hable de lo que uno quiere y no de lo que otros pueden suponer de su persona, es un camino hacia la identidad en donde el sello particular está inmerso.

Otra de las garantías que brinda la autenticidad, es la de tener certeza de crear piezas reales, verdaderas e inherentes a la visión de quien las realice. No hay oportunidad que el trabajo que se genere no sea exitoso, y por lo tanto, tendrá llegada a los que les interese una propuesta original.

Desde la introducción, se plantea la importancia del entorno del creativo; en qué contexto se mueve y con quiénes se relaciona. Descifrar la trayectoria de sus pensamientos,

descubrir sus secretos, conocer algo de su genio. Todo esto salió a la luz al ser estudiado a lo largo de estas páginas, reafirmando lo que las premisas formulaban. Se conoció la existencia de la relación entre el sujeto-objeto, su vínculo con la naturaleza y geografía del lugar, así como también la interrelación entre los individuos de una sociedad y grupos o etnias, en donde la comunicación puede llegar a entablarse desde un plano conceptual, sensorial o figurativo.

También se indagó acerca del medio que el diseñador tiene para realizar estos lazos, de cómo las técnicas y representaciones simbólicas de los estilos decorativos propios de cada cultura pueden unificarse para generar una herramienta por el cual poder confeccionar prendas, portables y transportables entre los participantes. Del mismo modo que ampliar el conocimiento de las posibilidades que los recursos técnicos pueden despertar experiencias en donde sugerir o crear nuevas intervenciones y así generar matices dentro de un mismo lenguaje.

Entender la importancia del mensaje, de la comunicación visual y discursiva, y de cómo el abanico interpretativo puede conformar una aceptación o rechazo del producto, servirá para deliberar sobre la capacidad del trato y la conexión que haya con el medio. Contar con códigos en el diálogo que interfieran en el canal expresivo para tener una mejor llegada y acceso al público, quien es en definitiva, el portante de las representaciones.

Saber que existen factores externos y ajenos que interfieren en el canal comunicativo, como la subjetividad y apreciaciones de terceros, que si no se encuentran situados en tiempo y forma, puede que haya una alteración en cómo ellos reciban el mensaje, por ende, en su manera en que perciben las cualidades del textil.

Como eje principal de este PG se encuentra la tela, cuya finalidad es la de ser el medio de expresión que tiene el diseñador para representar su visión.

Desde tiempos remotos, los géneros textiles han acompañado la vida de cada uno de los habitantes del mundo desde la llegada de los conquistadores a tierras inexploradas en donde el desarrollo textil todavía no se había explotado. Pero la necesidad por

expresarse se veía plasmada en los aspectos cotidianos de la vida, y se pudo citar varios ejemplos de culturas en las cuales el textil es tomado como arte y forma de partida hacia una manifestación personal. Este punto fue importante de destacar ya que es de donde parte la incertidumbre hacia cómo la tela puede representar la comovisión de un grupo o persona, y reforzar así su identidad.

Cómo el ser humano, sea cual fuera su credo, religión o en qué tipo de tradición y costumbre se formó, pudo exteriorizar su voz a través del textil. Algunos prefieren la funcionalidad, en donde se busca complacer ciertos sentidos o necesidades; y otros eligen la estética por sobre todo.

La indagación del tema por parte de las diferentes fuentes bibliográficas permitieron un basto conocimiento y reafirmación de varias conjeturas que la autora del PG tenía al respecto, por el cual se pudo armar un buen desarrollo sobre esta temática.

La capacidad de generar oportunidades y espacios es una de las cualidades más relevantes que todo creativo tiene a la hora de realizar su labor, lo cual se demostró en cada uno de los componentes que conforman sus creaciones. Desde un material que se encuentre en su estado puro y sin uso, a otro que ya fue manipulado; en todo momento puede generar propuesta y reinventar así el producto para llevarlo a un estado de alteración o significación más alto.

Según el marco teórico presentado en la introducción, el PG se ubica en la problemática actual de la Argentina, en donde la realidad limita el ingreso de ciertos materiales e insumos y el número de diseñadores emergentes fue aumentando. Ambas situaciones se ubican en un mismo mundo globalizado, con diversidad de formas, sensaciones y percepciones, en donde el textil continúa siendo un modo no menor de comunicación y expresión. De este modo se afirma la personalidad de cada persona, el carácter de cada individuo y por ende, su identidad.

Una vez entendido el universo del diseñador, se pasó a conocer las variantes que la superficie textil brinda, donde se ha hecho un acercamiento al género para conocer las

variantes existentes y posibles. De allí se demuestra cómo los tratamientos, acabados, procesos y experimentación, logran adicionar características al material.

Las texturas, por su parte, interfieren en las percepciones táctiles y visuales en donde las sensaciones entran en juego. También pueden servir como señaladores y distintivos por los cuales pueden lograr jerarquizar o legitimar lo que el diseñador pretenda.

Ser representado por algún tipo de tela, calidad y confección es una toma de partido que puede variar según principios, decisiones o filosofía de la persona. Se ejemplificó cómo si una persona es partidaria de cuestiones orgánicas y naturales, optará por elegir productos que vayan con esta creencia, tales como prendas confeccionadas con textiles derivados de fibras naturales, y tratamientos que no perjudiquen al ecosistema.

Luego, la incorporación de adornos o apliques brinda una apariencia distinta a la superficie, con la ventaja de que pueden ser agregados en cualquier instancia del proceso. El uso del bordado, tanto a mano como de forma industrial, sigue el mismo concepto y establece un llamado de atención a los usuarios, ya que tal intervención genera curiosidad, seguido por el atributo de singularidad que le da a la prenda.

Abundante son los elementos que interfieren y componen el diálogo y la voz del profesional. La cantidad a veces implica un desborde de información y es por esto que de todo lo que el mercado ofrece y genera, la persona debe ser fiel a sus principios y convicciones para no ser avallado o desvirtuado en su decisión.

Portar la bandera de la originalidad con orgullo de saber que gracias a esa propia búsqueda incesante de formas y maneras de interpretar diferentes situaciones y sensaciones, generan una confianza plena en el trabajo de cada persona, lo que se vuelve sumamente maravilloso.

En cuanto a los autores que componen la bibliografía, varios de ellos coinciden en la destacable capacidad en que los pueblos ancestrales practican sus técnicas desde hace años. De esta manera, hubo un perfeccionamiento el cual brinda una excelente calidad a sus atributos textiles. Señalar la forma en que narran sus historias es destacable, ya que

afianza cómo un objeto tangible puede continuar con el legado de un pasado, y así mantener los relatos intactos y dignos de ser contados por muchas generaciones más, hasta que su deterioro lo permita.

Con el recopilamiento de datos e información pertinente a este grupo de gente, originaria y nativa de sus tierras, surge el concepto de autóctono, en donde se hizo un pequeño paralelismo con la noción la autenticidad, ya que entre los entrevistados hubo ciertas personas que notaron una similitud o posibilidad de confusión entre éstos dos términos. Lo que se descubre es que dentro del ámbito del diseño local, a veces suelen tomarse prestado nociones de ciertas culturas o grupos étnicos que nada tienen que ver con la ideología de la marca o del diseñador. Es por esto que como sugerencia, puede capturarse este punto como para ser retomado en una próxima investigación.

Respecto a la metodología utilizada para la recopilación de datos, se utilizaron técnicas que permiten acercarse a la realidad y a la contemporaneidad de la situación de los diseñadores que en la actualidad ejercen la profesión. Entre ellas, se elaboró una entrevista modelo en donde cada pregunta fue pensada según los enunciados tratados en cada capítulo. De esta manera la mirada del interrogado ayudó a tener nociones cercanas a los temas a tratar.

Se eligieron diseñadores, egresados de la carrera de Diseño de indumentaria y Textil, de universidades públicas y privadas, entre un rango de edad que va de los 24 a los 65 años. La predisposición fue muy buena, y las respuestas sustanciosas.

Como cualidades en común, se distinguieron la curiosidad y la inquietud como característica primordial a la hora de generar contenido en sus obras, cuya moción les brinda una continua búsqueda y experimentación de materiales y oportunidades.

Muchas veces no basta con ir al mercado o a lo que los comercios ofrecen. La decisión de elección del material comienza desde la mente del creativo para saber hacia dónde ir y qué escoger. La importancia está en no limitarse y siempre tener una alternativa ante la ausencia o escasez de cierto elemento.

Recorrer lugares de otras especialidades o rubros, permiten alimentar las ideas originales para ir en busca de objetos que representen un esbozo que luego se concretará en forma tangible y apto para su uso.

Por otro lado, se conoció la existencia de la reutilización o resignificación, que son dos formas que permiten volver a darle valor o utilidad a algo que tal vez de la manera en que se encuentra no sirve para el mensaje que se pretende dar. Grandes diseñadores vienen trabajando con este concepto hace años y en la actualidad es una de las herramientas preferidas y que muchos utilizan y toman como forma de vida.

Así es como se demuestra la oferta que existe y que el diseñador tiene al alcance de la mano para reinventarse día a día. Es una manera que aparece ligado a la forma en que la inspiración florece. Moverse, recorrer, averiguar, registrar, son acciones que permiten al cerebro despertar nuevas ideas para luego plasmarlas en forma de fotografías, dibujos, anotaciones o bocetos. Se encuentra en todos lados, sólo hay que estar predispuesto y sensible a lo que sucede alrededor.

Seguido a la metodología de la entrevista, se optó por realizar estudios de caso a diseñadoras con mayor reconocimiento y renombre en el rubro, cada una con su marca ya preestablecida y conformada.

Cabe destacar que al principio se pensó en diseñadores con basta trayectoria y con mayor llegada al público, ya conocidos por gente del medio y de otras expresiones artísticas. Pero luego, según como se fue desarrollando el escrito, se decidió hacer una mirada más selectiva y puntual en la elección. Así es como se prosiguió optar por tres mujeres creativas, sensibles y minuciosas en su desarrollo textil.

Para concluir con el ensayo, se puede decir que se llegó a reafirmar todo y cada uno de los objetivos específicos y general que se plantearon al comienzo, seguido por las hipótesis que dieron origen a la tesis.

Cada sección fue conformando un camino hacia el desenlace en donde la autora del PG pudo dar su reflexión y visión respecto a la inquietud que le despierta ver de qué manera los diseñadores pueden demostrar su identidad a través del textil.

Lista de Referencias Bibliográficas

Accornero, M. (2007) *El rol del diseño y los sistemas simbólicos en américa prehispanica*. Buenos Aires: Brujas.

Araceli Pourcel. Ficha personal (11 de mayo de 2008) Buenos Aires: INTI y Fundación ProTejer. Disponible en: http://www.xlacalle.com/d_araceli_pourcel.php

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

Carpintero, C. (2007) *Sistemas de identidad*. Buenos Aires: Editorial Argonauta.

Cecilia Gadea, texturas para una moda con historia (2014) Noticias. Buenos Aires: Facultad de diseño y comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/moda/detalle_noticias.php?nota=911

Cicero, G. (2013, 21 de abril) Científicos a la pasarela. *La Nación Revista*. p. 62-63.

Cicero, G. (2013, 19 de mayo) Juntos pero separados. *La Nación Revista*. p. 62.

Clarke, S. (2011) *Diseño textil*. Barcelona: BLUME

Corcuera, R. (1998) *Herencia textil andina*. Buenos Aires: CSA

Esparza, L. (1999) *Teoría de los hilados*. México DF: Limusa.

Fernández Irusta, D. (2013, 28 de abril) Hilos de la tierra. *La Nación Revista*. p. 30-32.

Grimson, A. (2011) *Los límites de la cultura: críticas de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Harvey, A. (1998) *Fashion: great designers talking*. Londres: MQ Publications. Citado en: Udale, J. (2008) *Diseño textil: tejidos y técnicas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.

Hollen, N. (1995) *Manual de los textiles*. México DF: Limusa.

Hollen, N. (1997) *Introducción a los textiles*. México DF: Limusa.

Juana de Arco: entrevista con Mariana Cortés (8 de septiembre de 2009) [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.zarpado.com/?p=203>

Juana de Arco. (2010) [Página Web] Disponible en: <http://juanadearco.net>

Lanus, C. y Piña, A. (2014, 21 de agosto) *BAF segunda parte*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1720190-baf-segunda-parte>

Lanus, C. (2015, 19 de marzo) *Mariana Cortés: "Las sutilezas son parte de mí"*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1777443-mariana-cortes-las-sutilezas-son-parte-de-mi>

López Salon, M. (2013, 10 de marzo) El artesano de la moda. *La Nación Revista*. p. 64.

Mitsuko Alemany, E. (2007) *Diseño Argentino #1: creadores de influencias*. Buenos Aires: Papers Editores.

Piña, D. (2012, 27 de diciembre) *Cecilia Gadea: "Vivo un despertar de proyectos"*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1540427-cecilia-gadea-vivo-un-despertar-de-proyectos>

Russell, A. (2013) *Principios básicos del diseño textil*. Barcelona: Gustavo Gili.

Saltzman, A. (2009) *El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Sudjic, D. (2009) *El lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner Publicaciones S.L.

Udale, J. (2007) *Principios Básicos del diseño de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.

Udale, J. (2008) *Diseño textil: tejidos y técnicas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.

Vision Cultural (Ed.). (1996) *Diccionario Enciclopédico Ilustrado*. Córdoba: Visión Cultural.

Wells, K. (1998) *Teñido y estampación de tejidos*. Barcelona: Acanto.

Bibliografía

Accornero, M. (2007) *El arte y el diseño en la cosmovisión y pensamiento americano*. Buenos Aires: Brujas.

Accornero, M. (2007) *El rol del diseño y los sistemas simbólicos en américa prehispanica*. Buenos Aires: Brujas.

Araceli Pourcel. Ficha personal (11 de mayo de 2008) Buenos Aires: INTI y Fundación ProTejer. Disponible en: http://www.xlacalle.com/d_araceli_pourcel.php

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

Batista, C. y Stengel, M. (2013, 08 de septiembre) Todo lo que no sabemos...que no sabemos. *La Nación Revista*. p. 30-31.

Baugh, G. (2011) *Manual de tejidos para diseñadores de moda: Guía de las propiedades y características de las telas y de su potencial para el diseño de moda*. Barcelona: Parramon.

Botinelli, M. y Colaboradores (2005) *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Grafika Hels.

Brown, S. (2010) *Ecofashion, moda con conciencia ecológica y social*. Barcelona: Editorial BLUME.

Candau, J. (2008) *Memoria e identidad*. Buenos Aires: Del Sol.

Carpintero, C. (2007) *Sistemas de identidad*. Buenos Aires: Editorial Argonauta.

Cecilia Gadea, texturas para una moda con historia (2014) Noticias. Buenos Aires: Facultad de diseño y comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/moda/detalle_noticias.php?nota=911

- Cerimedo, C. (2010) *1000 trucos para diseñadores de moda*. Barcelona: Editorial Promopress.
- Cicero, G. (2012, 06 de mayo) Toques de magia. *La Nación Revista*. p. 58.
- Cicero, G. (2013, 21 de abril) Científicos a la pasarela. *La Nación Revista*. p. 62-63.
- Cicero, G. (2013, 19 de mayo) Juntos pero separados. *La Nación Revista*. p. 62.
- Cicero, G. (2013, 04 de junio) Dos iniciales marcan una movida barrial. *La Nación Revista*. p. 84.
- Clarke, S. (2011) *Diseño textil*. Barcelona: BLUME
- Combis, M. (2006, 07 de mayo) *Las manos sin tiempo*. [Suplemento en Línea]. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-810-2006-05-07.html>
- Corcuera, R. (1998) *Herencia textil andina*. Buenos Aires: CSA
- Eco, U. (1993) *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.
- Esparza, L. (1999) *Teoría de los hilados*. México DF: Limusa.
- Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (2010) *Definición*. Buenos Aires. Disponible en: http://www.fadu.uba.ar/academica/car_dit.html
- Fernández Irusta, D. (2013, 28 de abril) Hilos de la tierra. *La Nación Revista*. p. 30-32.
- Fernández Irusta, D. (2013, 28 de julio) Un impresionista llamado Dior. *La Nación Revista*. p. 34-38.

- González, L. (2014) *Manual de producción de moda*. Buenos Aires: Dunken.
- Grimson, A. (2011) *Los límites de la cultura: críticas de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Hollen, N. (1995) *Manual de los textiles*. México DF: Limusa.
- Hollen, N. (1997) *Introducción a los textiles*. México DF: Limusa.
- Juana de Arco: entrevista con Mariana Cortés (8 de septiembre de 2009) [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.zarpado.com/?p=203>
- Juana de Arco. (2010) [Página Web] Disponible en: <http://juanadearco.net>
- Klimovsky, G. (1998) *La inexplicable sociedad*. Buenos Aires: Editorial AZ.
- Lanus, C. y Piña, A. (2014, 21 de agosto) *BAF segunda parte*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1720190-baf-segunda-parte>
- Lanus, C. (2015, 19 de marzo) *Mariana Cortés: "Las sutilezas son parte de mí"*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1777443-mariana-cortes-las-sutilezas-son-parte-de-mi>
- Lescano, V. (2013) *Followers of fashion*. Buenos Aires: Interzona.
- López Salon, M. (2013, 10 de marzo) El artesano de la moda. *La Nación Revista*. p. 64.
- Leontic Parot, V. (2004) *El tratamiento textil como potencial creativo y funcional*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Lurie, A. (1994) *El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona: Editorial Paidós.

- Mitsuko Alemany, E. (2007) *Diseño Argentino #1: creadores de influencias*. Buenos Aires: Papers Editores.
- Mombrú, A y Margetic, A. (2002) *El hacedor de tesis*. Buenos Aires: Editorial Pragma.
- Piña, D. (2012, 27 de diciembre) *Cecilia Gadea: "Vivo un despertar de proyectos"*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1540427-cecilia-gadea-vivo-un-despertar-de-proyectos>
- Planeta Diseño (2011) *El diseño textil*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.xn--planetadiseo-khb.com/disenio-textil/>
- Pourcel. (2008) [posteo en blog] Disponible en: <http://www.aracelipourcel.blogspot.com.ar>
- Russell, A. (2013) *Principios básicos del diseño textil*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Saltzman, A. (2009) *El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Samaja, J. (1996). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Saulquin, S. (2004) *Moda argentina*. Buenos Aires: CommTOOLS.
- Sudjic, D. (2009) *El lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner Publicaciones S.L.
- Udale, J. (2007) *Principios Básicos del diseño de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- Udale, J. (2008) *Diseño textil: tejidos y técnicas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- Vision Cultural (Ed.). (1996) *Diccionario Enciclopédico Ilustrado*. Córdoba: Visión Cultural.

Wells, K. (1998) *Teñido y estampación de tejidos*. Barcelona: Acanto.

WordReference.com (2014) *Online Language Dictionaries*. [Diccionario en Línea].
Disponible en: <http://www.wordreference.com/>

Wright Mills, C. (1986) *La imaginación sociológica*. México DF: Editorial FCE.