

## PROYECTO DE GRADUACION

---

### Trabajo Final de Grado

Cuerpo B

## Diseño Misionero

---

*Diseño en armonía con el contexto.*

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Carolina Pfeifer
- ▶ Cuerpo B del PG
- ▶ Fecha de presentación | 15/09/17
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño textil y de indumentaria.
- ▶ Categoría | Creación y expresión.
- ▶ Línea Temática | Diseño y producción de objetos.

## Índice

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo 1. El territorio y la cultura, como eje para el desarrollo de diseño con identidad</b>	<b>9</b>
1.1 Diseño, Moda y Estilo	11
1.2 El diseño independiente y la identidad	18
1.3 La indumentaria como herramienta del contexto y la cultura	21
<b>Capítulo 2. Sincretismo cultural a partir de los tipos de tejidos de la región Misionera</b>	<b>24</b>
2.1 Las artesanías Textiles Guaraníes	24
2.2 Los textiles y artesanías adoptadas por los Guaraníes	26
2.3 Los textiles y artesanías misioneras en Brasil	28
2.4 Orígenes los textiles y artesanías misioneras en Paraguay	30
2.4.1 Tipo de textiles gauchos	31
<b>Capítulo 3. Textiles y Colores</b>	<b>34</b>
3.1 Textiles adecuados al clima	35
3.1.1 Las fibras	36
3.1.1.1 Las fibras de origen vegetal	37
3.1.1.2 Las fibras de origen animal	38
3.1.1.3 Las fibras manufacturadas	41
3.2 Análisis colorimétrico: colores que mejor se adaptan al clima de la región	43
3.2.1 Incidencia de los colores en los textiles	46
<b>Capítulo 4. Análisis metodológico de la situación actual de consumo y elección de las prendas de diseño de autor misionero</b>	<b>49</b>
4.1 Estado del diseño de indumentaria en Misiones	51
4.2 Carencia de un diseño de indumentaria misionero	56
4.2.1 Los diseñadores de la provincia	61
4.3 Futuro Diseño de indumentaria con identidad misionera	68
<b>Capítulo 5. Indumentaria en armonía con el contexto</b>	<b>72</b>
5.1 Desarrollo de la propuesta creativa	73
5.2 Universo del Usuario	75
5.3 Relevamiento de las tendencias	77
5.4 Herramientas para el Diseño de colección	82
<b>Conclusiones</b>	<b>85</b>
<b>Lista de Referencias Bibliográficas</b>	<b>88</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>92</b>

## **Introducción**

Este proyecto de graduación (PG) pertenece a la disciplina de Diseño de Indumentaria y Textil, está inserto en el ámbito de indumentaria con diseño con identidad, enmarcada en la temática de Creación y Expresión, puesto que se creará una colección, para dar solución a una problemática que tiene que ver con la identidad de las prendas y su confort con respecto a las necesidades culturales y climáticas de la provincia de Misiones. Además, puede enmarcarse dentro de la línea temática de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes, puesto que se trata de la construcción de una colección y de objetos de indumentaria.

Este PG nace a raíz de vivencias y observaciones en relación con costumbres, ambiente geográfico, consumos de mercado y de testimonios sociales recogidos durante 18 años por quien plantea este PG concernientes a un aspecto peculiar de la moda de las mujeres del noroeste argentino, más específicamente de la Provincia de Misiones y, en particular, de las capitalinas posadeñas.

Las observaciones y vivencias condujeron al problema que aborda el PG, esto es, la falta de un segmento de productores en el mercado de indumentaria que se interese por crear un producto de diseño con identidad propia para un público misionero desatendido en su singularidad: mujeres de la provincia de Misiones que buscan reflejar su identidad cultural y geográfica a través de su ropa al tiempo que tener comodidad en las prendas adaptadas al clima y topografía de la región. Dicho esto, la pregunta problema que se plantea es ¿como el diseño de indumentaria puede contribuir o solucionar la problemática que presentan las mujeres capitalinas misioneras, con respecto a la indumentaria, el contexto donde viven y las ofertas del mercado?

Por este motivo la autora del Proyecto de Graduación decidió tomar en cuenta esta situación y diseñar una mini colección de 5 conjuntos de indumentaria, focalizándose en el público segmentado como poseedor de problemática a solucionar. El público objetivo sería entonces mujeres que habitan y se identifican culturalmente con la capital

misionera, Posadas, que tienen entre 25 a 35 años de edad y pertenecen a un estrato social medio–alto.

Esta mini colección tiene como objetivo general, concebir una propuesta creativa en el diseño de prendas con identidad misionera que cumplan con las necesidades funcionales y culturales de las mujeres posadeñas, teniendo en cuenta principalmente el clima de la región y a la naturaleza como fuente de inspiración de la colección. Como objetivo secundario, además, se pretende re interpretar tres de sus tejidos autóctonos en una propuesta moderna urbana, pero con historia e identidad.

Al indagar acerca de esa región del país, podría observarse que, además de la mencionada falta de un producto de diseño con identidad propia del lugar, deberían tenerse en cuenta una serie de variables que influirían directamente en la colección.

Para comenzar, es notorio que las mujeres posadeñas tienen costumbres, hábitos de consumo y una estética peculiar, producto del especial entrecruzamiento de naciones y comunidades culturales de la zona. Misiones posee una mezcla de criollos nativos y extranjeros, tanto de países aledaños como de Europa. A raíz de la observación de esta cultura heterogénea, se piensa en una colección de ropas que cuide la diversidad de orígenes y elementos culturales diversos del que provienen estas mujeres, haciéndolas sentirse consideradas como únicas e incluidas dentro de un mercado actual. La presente colección propuesta también toma en consideración el clima subtropical de la región. De esta manera, la colección del PG une dos necesidades, una de índole cultural y otra de tipo funcional, sugiriendo así una alternativa de vestir diferente a las marcas convencionales del mercado.

Al tomarse conciencia de estas características, se decide para la colección hacer foco en la situación geográfica de la provincia, sus altas temperaturas y humedad propias del clima subtropical, ya que estas condiciones climáticas, exigen una correcta selección de los materiales textiles para una adecuada funcionalidad y confort en las prendas.

Asimismo, se tomará en consideración el color rojizo característico de la zona, tinte natural que mancha y percude fácilmente textiles y otros materiales.

Por otra parte, para poder abordar este proyecto, se utiliza como metodología general de trabajo la recolección de datos bajo entrevistas y encuestas no participativas.

Para este PG han de tomarse en cuenta como antecedentes académicos los proyectos de graduación realizados por los alumnos de la facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo porque manifiestan la perspectiva actual en organización y reseña de información relacionada con el tema a describir.

Generarán aportes los siguientes proyectos de graduación, que estén relacionados a la valorización de lo artesanal, la identidad cultural y el contexto en relación con la indumentaria.

Uno de ellos es el de Santiago (2013) *Un regreso a las raíces*, la autora expone cómo un diseñador puede reinterpretar la cultura, la historia y tradiciones de los antepasados a través de un proceso creativo que genera un producto artesanal que refleja y fusiona a la mujer actual de la ciudad con la mujer que pertenece y vive en una comunidad indígena que se encuentra atada a sus tradiciones y costumbres. Este PG intenta generar un aporte interesante al observar el enfoque que le da la autora a la cultura, las tradiciones indígenas de determinada región y su influencia con la moda.

A su vez, Domínguez (2014) *Entrelazando* propone un su proyecto la revalorización del macramé, a través de una propuesta que combina el diseño de indumentaria con la utilización de ese tipo de tejido. Esta autora también indaga e investiga las raíces del macramé y plasma en una propuesta creativa la reinterpretación del tejido en usos contemporáneos.

Otra de las autoras que trabaja en relación con tejidos de una determinada región y comunidad es Aranda (2015) *Huella Wichí* quien hace referencia, contextualiza e investiga las comunidades Wichí, para luego poner de manifiesto los datos recogidos, en su proceso creativo.

Por otro lado, se la autora de este PG ha tomado en consideración el trabajo de Escobar (2015) *Identidad en el diseño* quien trata el tema de la fenomenología de la identidad contemporánea, cómo ésta influye en la concepción del diseñador textil e indumentaria. Además, analiza la importancia de la identidad del creativo como un factor emergente social. Y como la comunicación de la identidad de un diseñador hace foco en los textiles, resinificándolos y otorgando importancia a las materialidades para la conformación de una prenda.

Otro de los trabajos evaluados para estado de la cuestión es el de Lee Baek (2015) *revalorización de la vestimenta paraguaya*. En cuyo proyecto se estudian los tejidos paraguayos para generar identidad a la propuesta creativa. El proyecto de Lee Baek es particularmente pertinente a este PG teniendo en cuenta que aquí se aspira a profundizar en tejidos del noreste argentino similares, dado que la Provincia de Misiones cuenta con una multiplicidad de culturas, propias de países limítrofes como Brasil y Paraguay. Sumado a ello, se combinan los tejidos nativos con los estilos de tejido de la inmigración de varios países europeos como Suiza, Polonia, Ucrania, España, Italia y Finlandia.

Por otra parte, Burlando (2015) *Indumentaria dual*, genera en su trabajo un aporte interesante en el uso de los principales elementos del diseño, dado que la autora también culmina con una colección de indumentaria y por ende es preciso relevar el diseño como herramienta.

A su vez, Felchle (2015) *My /of*, se toma como referente para los tópicos relacionados a las diferentes fibras textiles, asunto a tratar en este PG.

También aporta Strano (2015) *Diseño de autor: partir del textil*, con el contenido referido al diseño de autor, el estilo y la identidad.

Y finalmente, Oyhanarte (2015) *El valor de lo autóctono* al igual que Strano, aporta desde su enfoque en el diseño, la identidad y la re interpretación conceptual. En el actual PG también se buscar dar una nueva apreciación a los textiles autóctonos mediante la identidad del autor y la búsqueda de valor de los tejidos olvidados.

En cuanto a la metodología de abordaje, en el capítulo uno se explicitará y articularán los diferentes conceptos básicos del área disciplinar para establecer un código e interactuar armónicamente con el lector. Se abordarán conceptos de diseño, estilo, identidad y moda. Otra de las cuestiones a tratar en este capítulo será conceptualizar el diseño independiente y como éste interactúa y se nutre de la identidad. También se observará la relación de la indumentaria con respecto al contexto y la cultura. Se pretende conjugar estos conceptos para luego entender cómo la autora busca articularlos para llegar a su objetivo general. En este capítulo, entonces, se busca mostrar cómo la identidad hace al diseño de autor y desde qué punto de partida se relaciona o aporta el contexto y la cultura a la indumentaria, es decir, cómo el diseñador independiente se nutre de la identidad del contexto.

En el capítulo dos se da cuenta y se valoran los tejidos autóctonos de la provincia de Misiones tanto de los aborígenes así como también de los tejidos aportados por la influencia de la inmigración europea y los países aledaños, como Paraguay y Brasil, que luego serán resinificados en la propuesta creativa.

En el capítulo tres se indaga acerca de qué colores y textiles son los más adecuados al clima y la posición geográfica de la región del noreste argentino, siendo estos pilares fundamentales para tener en cuenta en la realización de la colección para Posadas, Misiones. A tal fin, se tiene especial consideración a la humedad y temperatura cálida que caracteriza a la provincia, desarrollando una búsqueda de materiales con características que ayuden a la comodidad del usuario. También se reflexiona sobre la colorimetría de estos textiles y sus características con respecto a la temperatura y humedad del ambiente.

En el capítulo cuatro se va a describir el estado del diseño de indumentaria en la provincia de Misiones. Se indaga sobre las carreras y cursos relacionados con la moda y formas del diseño. También se hace revisión de los medios de difusión que utilizan los diseñadores para comunicar y dar a conocer sus productos y servicios.

Luego se profundizará en la inexistencia en Argentina de un diseño de indumentaria en armonía con el contexto geográfico y cultural de Misiones, y se dará como solución posible la propuesta de un diseño de autor con identidad misionera. De esta manera se podría difundir la imagen de esa tierra a través de una colección de indumentaria que reflejaría desde su propia concepción a Misiones en toda su majestuosidad.

La metodología y recursos utilizados para evaluar la cultura y estilo de vida del lugar son la observación, entrevistas, encuestas y conocimientos propios de la autora del presente trabajo, que es oriunda de Misiones.

El marco de inspiración se desarrolla en el capítulo cinco, poniendo en evidencia el panel de concepto, en donde se pretende definir con precisión la fauna y flora que se utilizarán para el nacimiento de la colección ya mencionada. En esta etapa del proceso productivo se expone la creación del universo del usuario, en donde se definen cuestiones cotidianas de la vida, es decir, sitios a los que concurre, comida que consume usualmente, música que escucha y baila, estilo de vestimenta, calzados y actividades y hobbies que realiza.

Además de estos aspectos, es necesario estar atento a las tendencias para poder tomar aquella que más se adapte al concepto de identidad del diseñador. Para ello, se realiza el debido relevamiento de éstas, para posteriormente ser anexadas en imágenes al cuerpo C del presente trabajo.

Habiendo ya concluido el panel de inspiración, se explicitan las herramientas de diseño necesarias para procesar la información y concluir en los aspectos que darán nacimiento a la propuesta creativa, como son, el desarrollo de la morfología, la silueta, la paleta de color, las texturas, la elección de materiales, avíos, tipos de costuras, detalles y recursos. Como se ha mencionado anteriormente, se recuerda que el planteo de la colección está abocado a Posadas, Misiones. Aun así, todo el análisis e indagación de este PG puede ser aplicado a distintas regiones aledañas que muestren características análogas especialmente relacionadas al clima.



## **Capítulo 1. El territorio y la cultura, como eje para el desarrollo de un diseño con identidad**

El siguiente subcapítulo pretende explicitar los conceptos de moda, estilo, diseño, identidad y diseño de autor o diseño independiente. Estos contenidos son temas específicos del área disciplinar, por lo tanto, se los definirá y describirá para mantener un código con el lector. Además, son estos aspectos disciplinares los que luego se conjugarán con el contexto y la cultura.

En este capítulo se intentará explicar cómo el territorio, el clima y la cultura de un lugar son elementos que intervienen en la generación de identidad o, mejor dicho, cómo la identidad puede nacer afectada por su entorno, por un contexto dado a partir de sus costumbres y cultura.

Asimismo, se retoma el trabajo de Christopher Alexander (1969), quien define la interdependencia entre el problema y el contexto. Todo problema de diseño se inicia con la voluntad por lograr un acuerdo entre la forma en cuestión y su contexto. El contexto define el problema, y la forma es la solución al problema.

Respaldaría esta teoría Porrúa, quien en otros términos indica que: "El diseño como actividad proyectual, se origina en problemas contextuados." (2014, p.143) Es decir, que resultaría importante tomar su enfoque que enfatiza al territorio como factor de desarrollo. De esta manera, sería normal pensar que las carreras de diseño deberían mimetizarse con el territorio y tomar una forma particular y que ello se postule a través de nuevos paradigmas.

Esta mirada se considera enriquecedora para este trabajo puesto que todas las personas estarían conformadas y marcadas con una identidad que las haría formar parte de un grupo y los distinguiría de otros. Estas diferencias nacerían del entorno sociocultural donde crecen y se desarrollan las personas. Asimismo, estas identidades diferentes dispararían nuevos paradigmas, puesto que habría una multiplicidad de problemáticas diferentes encaradas y resueltas desde otros enfoques.

Por otra parte, Porrúa también acusa al diseño de indumentaria haber dejado de lado su misión disciplinar para abocarse a lo efímero, es decir, a la moda. De hecho, actualmente, gracias a los medios de comunicación y el avance de las tecnologías que generan crecientes posibilidades de capacidad productiva, el diseño de indumentaria puede renovarse constantemente, las propuestas pueden seguir vigentes en el circuito de la moda volviendo rápidamente obsoletos los productos. La moda regula el consumo. Es por esto por lo que se dice que la disciplina del diseño se ha empobrecido, llenándose de estilismo y vaciándose de contenido. Cambios de esta magnitud, según el autor, devastarían a la riqueza cultural.

Lo expuesto dejaría en claro la importancia de la pluriculturalidad. Ésta fomentaría y enriquecería la disciplina del diseño, ya que genera un nicho de necesidad y de mercado alternativo manteniendo una demanda de contenido real. Las redes sociales estarían exponiendo cada vez más rápidamente las tendencias, estas prácticas generarían un consumo global desmedido que obligaría a las marcas a ofrecer permanentemente productos novedosos en pequeños lapsos de tiempo.

Continuando con esta visión, resulta interesante exponer la mirada de Neumeister (1989), quien explica que es necesario una mayor sensibilización en relación al hombre y el medio ambiente, entre entorno cultural y artificial, entre pasado y presente, tradición e innovación, entre identidad cultural y objetivos globales. Con esas palabras el autor, enfatiza el respeto por las tradiciones, una búsqueda por dar valor a lo propio, a los elementos del lugar, a las culturas y tradiciones. Es decir, genera una mirada innovadora sobre ellas, transmitiendo la identidad cultural que, al mismo tiempo, tiene en cuenta la relación con los objetivos globales.

Sería propicia para un diseñador independiente, generador de prendas con identidad y estilo definido por el entorno, entablar una relación directa con situaciones donde el contexto sociocultural presente una problemática a resolver. De esta manera diseñadores

independientes utilizarían como herramienta el indumento para exponer la identidad de un territorio.

### **1.1 Diseño, Moda y Estilo**

Para comprender cómo se conjugan estos 3 conceptos, diseño, moda y estilo, sería necesario definir y ahondar en el manejo de cada uno de ellos, por medio de citas de autores que son autoridad en los temas a tratar.

El diseño estaría presente constantemente en nuestras vidas, en los objetos, en la ropa, en los ambientes. Dichos objetos, ambiente e indumentos habrían atravesado por un proceso creativo que les daría vida propia.

Este proceso se apoyaría en elementos que le servirían de herramientas. En este aspecto es adecuado citar a Salcedo y Cardenal, quienes afirman que: "el diseño se puede definir como la combinación de seis elementos: proporción, equilibrio, línea, forma, color y textura" (2005, p. 37).

Dicho de otra manera, cada uno de los elementos anteriores, serían considerados de vital importancia a la hora de diseñar. Por ende, resultaría necesario detenerse a detallar cada uno de ellos.

Si se habla de proporción, se nombrarán parámetros, en este caso, parámetros que tendrían que ver con el cuerpo humano. En el área disciplinar del diseño textil y de indumentaria estarían establecidos los estándares, que luego se modificarían con el contexto y los hábitos, de los individuos y esto se adaptarían a un sector social o a una demografía y climatología específica.

El segundo elemento mencionado es el equilibrio, el cual se enfoca en la simetría o asimetría de la pieza a producirse. El equilibrio en un producto tiene la capacidad de hacer de ella, visualmente, una pieza fuerte. Según Dondis: "el constructo horizontal-vertical es

la relación básica del hombre con su entorno" (1985, p.36). De ello podría inferirse que es necesario trazar una línea horizontal y otra vertical como ejes visuales con la finalidad de crear una pieza equilibrada. Además de plantear ejes, el equilibrio dispondría el orden de los elementos en un plano y lograría también una armonía visual a través del color, las texturas y las formas,

El tercer elemento es la Línea, su tarea sería delimitar el contorno. Debería ser vital para componer la figura y crear una percepción de la misma. En sus diferentes tipos, ayudaría a plasmar el concepto al que aspira en el diseño de una pieza. También, en el diseño independiente, la línea se elegiría en virtud de la silueta deseada para favorecer a un determinado usuario. Por lo tanto, en la moda las líneas estarían sumamente regidas por la tendencia.

Además, la línea es un elemento de carácter visual fuerte. De acuerdo a sus propiedades, puede producir distintos efectos visuales y de percepción. La proporción también puede ser percibida de diferentes formas de acuerdo a la ubicación de las líneas sobre el cuerpo. Las líneas pueden presentarse como parte constitutiva de una prenda, es decir, costuras, pinzas, cremalleras, entre otros; o como tratamiento del tejido, ya sea estampa superficial o trama del textil. (Jenkyn, 2002)

Saltzman (2004) afirma que la línea es un elemento constructivo de la indumentaria y eje estético del diseño que "describen recorridos sobre el cuerpo y la estructura textil, configurando la silueta deseada y calificando, a su vez, la superficie". (Saltzman, 2004, p.86)

La forma es otro de los elementos que en esta disciplina se comprende como la silueta que tiene una prenda. A esta silueta se llegaría mediante la elección del textil y la definición de la moldería. Según Saltzman: "La silueta es la vía privilegiada para moldear el cuerpo y recrear la anatomía..." (2009, p.69). En consecuencia a lo mencionado, podría indicarse que el cuerpo se modelaría y recrearía la anatomía mediante los textiles que le darían distintas formas, resaltando, ocultando, ensanchando, disminuyendo, prevaleciendo

o acentuando distintas zonas del mismo. Estas maneras de significar la anatomía de las personas generarían juicios de valor determinando el modo de interactuar con los demás, asociándolo a la sexualidad según como se exhiba o resalte la anatomía. Todo dependería de la cultura del medio que los rodea.

*Silüeta*: es la forma que dibuja el contorno de un cuerpo. En relación a la indumentaria, es “la conformación espacial de la vestimenta según el modo en que enmarca la anatomía, define sus límites y la califica”. (Saltzman, 2004, p.69)

Es decir que determinaría las vivencias del usuario, puesto que, como se mencionó anteriormente, el textil delimitaría o daría la forma.

Según Jenkyn (2002), a través de la silueta es posible modelar el cuerpo, modificar su estructura recreando las líneas anatómicas y sus formas, modificando incluso la percepción de las proporciones entre las partes del cuerpo. La alteración de la silueta se relaciona al volumen, ya sea al agregarlo o al quitarlo.

Al diseñar una colección de indumentaria es aconsejable mantener una silueta sin excesivas variaciones, de esta manera, este elemento aportará unidad e identidad al conjunto.

Con respecto a su forma, la silueta puede ser trapecio, recta, ovalada, anatómica, natural, reloj de arena o triángulo y hombros cuña o triángulo invertido, entre otras. Y en cuanto a su línea: adherente, insinuante, lánguida, volumétrica, difusa, geométrica.

Si se habla de textiles, habría muchos y muy variados con diferentes características: rígidos, ásperos, suaves, voluminosos, adherentes, etcétera. Dichas particularidades definirían ocasiones de uso dadas por las necesidades de cada circunstancia. Del examen anterior se advierte que para la realización de un ejercicio físico sería apropiado un material que permita una silueta adherente con un textil con cualidades que proporcionarían confort para dicha actividad. Esta situación se observa y se habría adaptado desde tiempos remotos siendo posible notarlo en las mujeres de la cultura Coya, que lucen trajes tal vez de elevado espesor para las altas temperaturas de su hábitat, pero

con un interesante y llamativo colorido. También, remontándonos a fines del siglo XIX, las mujeres estaban contenidas en trajes de inmensos faldones y ajustados corsés. (Saltzman, 2009) De cada cultura, época y contexto social surgiría una silueta específica. De modo que cada una de las sociedades marcaría el tipo de silueta predominante. Con esto dicho, podría inferirse que con el irremediable avance del tiempo y el enriquecimiento de la disciplina de la moda, se habría dado la existencia de diferentes tipos de siluetas. Cada una de ellas aporta al desarrollo del concepto en una colección, y serán explicadas con detenimiento en el capítulo 5.

El color sería asimismo un elemento importante del diseño. Su presencia puede ser percibida siempre en distintas variaciones o graduaciones, teniendo en cuenta los elementos que lo componen como el tono, la saturación y la escala cromática. El color comunica la atmósfera y el mensaje de la colección. Es decir, los diseñadores utilizan el color como soporte de las emociones. Algunos prefieren usar formas sencillas como lienzo y desplegando sobre el mismo, un espectacular empleo de los colores y las estampas. En cambio, hay otros diseñadores que deciden utilizar los mismos colores - blanco y negro- temporada tras temporada, neutralizando su mensaje.

El color debe ser aplicado en una colección en las proporciones correctas para generar una armonía y que el cliente pueda obtener por separadas las piezas y estas sean combinables a su vez con otras. Es importante el ritmo del color, es decir, como influye la paleta de cromática con respecto a los contrastes o bien como se van coordinando y combinando. Las proporciones de color y las telas deben variar para dar al cliente una idea de cómo combinar los distintos conjuntos. Los colores de contraste son para dar acentos de color a la colección y combinarlos con otros menos brillantes. (Faerm, 2010) sería un fuerte comunicador y trabajaría directamente ligado al concepto general del diseño. En una colección, el color respondería a las temporadas, es decir, a las diferentes estaciones del año y muchas veces al contexto y entorno social al que iría dirigido. Por otra parte, el color transmite un tipo de emoción específica y abordaría con este concepto

el campo de la psicología del color, donde se postulan las sensaciones a la que remitirían diferentes colores y sus tonos.

Sería menester tener en cuenta que cierto rango de edad de los consumidores remitiría a diferentes tonalidades, saturaciones y paletas de color. En un proceso creativo sería posible que las tonalidades elegidas en prendas creadas para los infantes no sean las mismas que para prendas que serán utilizadas por adolescentes. Igualmente, en la actualidad se estarían utilizando saturaciones similares tanto en prendas de adulto como en indumentaria para niños. Antiguamente esto no habría sucedido, en otro tiempo habría sido impensada la utilización de colores saturadamente altos para indumentaria de bebés y niños de 0 a 5 años. Las preferencias de las sociedades han ido mutando y evolucionando al igual que los hábitos y consumos. Asimismo, no debería olvidarse que la tendencia regiría el color y la mayoría de las grandes marcas tomarían ese parámetro.

Como último elemento, no menor, será preciso nombrar la textura. Según Wong: "La textura es la característica de una superficie, en este caso de la prenda" (1995, p.26). Es decir, lo que nos cubre, rodea, contiene, envuelve. Por consiguiente, habría diferentes tipos de texturas, tanto visuales como táctiles, que estarían relacionadas directamente con el textil a utilizar. La textura comunicaría y estaría cargada de importante información, guardaría estrecha relación con lo que los diseñadores buscan proyectar. Nuestra propia piel estaría comprendida por distintas texturas, tal como la de los animales, que tienen, pelos, plumas, garras, pieles lisas, rugosas, de diferentes colores y dibujos. Muchas veces esas superficies podrían ser utilizadas por los diseñadores para expresar un concepto o dar identidad a una prenda. También debería estar pensada cada textura según otros factores que influirán en la usabilidad de la prenda, por ejemplo, aquello que tiene que ver con el tipo de material acorde a un entorno sociocultural y un medio climático en específico. Es decir, que las texturas expresarían la cultura. Históricamente, las tribus usarían los tatuajes a modo de textura y ornamento del cuerpo, los cuales

expresarían infinidad de situaciones de la vida cotidiana, hábitos, mitologías, lugares y demás elementos socioculturales.

Se podría inferir que la superficie, es decir la textura, genera identidad.

Los elementos anteriormente expuestos autorizarían a concluir que no debería poder pensarse en concebir una propuesta creativa prescindiendo de ellos.

Por otra parte, hay muchos enfoques desde los cuales explicar y ahondar en el diseño. Si se aborda como disciplina, el diseño, en el escenario de la crisis social y/o económica, jugaría un rol importante, según expone Porrúa (2014). Podría inferirse que los diseñadores generan capacidades para reconocer problemas, analizarlos y, mediante un proceso creativo, imaginar soluciones que dan lugar a algo nuevo, una alternativa al sistema o posibilidades estructurales. Es decir, que el diseñador podría hacer de su profesión una labor distinguida tomando dimensión de lo social, del contexto, de las tradiciones, de las interrelaciones de los diferentes sectores y propondría soluciones a través de propuestas creativas.

Otro de los referentes bibliográficos que vale la pena retomar en este PG es Alexander (1969), de quien se ha hecho mención en el subcapítulo anterior, exponiendo su definición sobre la interdependencia entre el problema y el contexto. Dicho autor postula que todo problema de diseño se inicia con la voluntad por lograr un acuerdo entre la forma en cuestión y su contexto. El contexto define el problema, y la forma es la solución al problema.

Esta última definición del diseño es la que más conjugaría con la postura tomada en este proyecto. Por consiguiente, el diseño sería la combinación de elementos como la proporción, el equilibrio, la línea, la forma, el color y la textura. Este sistema, mediante una propuesta creativa, vendría a dar solución a un problema en específico, dado en un contexto geográfico con sus condiciones climáticas y respetando sus tradiciones.

Por otra parte, el diseño aparentaría disponerse como una herramienta de la moda. Definir moda no sería un trabajo simple y habría varias definiciones acertadas, en este caso,



resulta adecuado citar a Doria, quien postula que: "la moda es una forma espacial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual o colectiva..." (2012, p.101). Podría inferirse que los individuos adornan sus cuerpos generando una identidad influenciada por el contexto, la cultura y entorno social en el que viven. Por ende, debería decirse que el indumento comunica y genera juicios de valor.

Otro de los autores que se ocupa de definir qué es la moda es Lipovetsky, quien postula a la moda "como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente" (1990. p.101). Efectivamente, la moda es novedad, esta es una condición *sine qua non*. Aparentemente, en consecuencia del desarrollo tecnológico y el excesivo uso de las redes de comunicación, el paradigma de la moda iría cambiando y adaptándose. Puesto que una prenda dejaría de ser novedad muy rápidamente debido, en una de sus causas, a que posiblemente la mayoría de los desfiles en la actualidad serían expuestos en las redes sociales en el mismo instante en el que transcurren.

Por lo tanto, es posible imaginar que miles de personas estarían recibiendo la novedad de manera instantánea, lo que traería como consecuencia que al llegar al usuario, esa prenda de moda, posiblemente ya no sería una novedad.

Por otro lado, para Saulquin (1990) la moda es el resultado de tendencias colectivas y no expresión de sus personalidades. En efecto, este sería otro concepto que haría a una definición más acabada de lo que es moda. Por lo tanto sería posible definir que la moda nacería de las observaciones de las tendencias sociales globales, y que a través de ella, muchas veces sería posible exponer el contento o descontento social o simplemente hacia dónde iría la búsqueda del placer de los individuos más allá de las personalidades y el estilo de cada uno de ellos.

Porque, así como existe la moda, también existe el estilo. Según Doria (2012), el estilo, al contrario de la moda, que es una ilusión efímera, promete atemporalidad y eternidad,

es decir, que perdura en el tiempo. Todos los estilos deberían estar integrados a la moda, ya que podría denominarse al estilo como una pequeña moda que se separa de la esfera dominante para instaurarse en otra de menor amplitud.

Por lo tanto, se podría señalar que la moda se basa en estilos y estos contradecirían a la moda que busca homogenizar a las sociedades.

En palabras de Doria:

El estilo contiene en sí mismo elementos enunciativos que transitan significados, iconicidades, materiales, construcciones y lenguajes [...] los estilos en cada una de las épocas marcan sus estrategias diferenciales (ideal estético, pensamiento, sociedad, historia) construyendo una idea o significación vestimentaria que se incluiría finalmente dentro del llamado Sistema de la Moda. (Doria, 2012. p. 103).

En síntesis, sería sensato desarrollar un diseño, significativo, concreto, con un componente social y en un contexto geográfico específico, que sea un aporte significativo para proporcionar estilo e identidad sin dejar de ser novedad.

## **1.2 El diseño independiente y la identidad**

Como se mencionó anteriormente, en el marco de una crisis el diseño fomentaría la capacidad para reconocer problemas, analizarlos y mediante un proceso creativo de los diseñadores, permitiría imaginar soluciones que dan lugar a algo nuevo, como un sistema o estructura diferentes. Podría decirse entonces que es a partir de estas crisis de donde surgen los llamados diseñadores independientes o el diseño autor, que nacerían mayormente a raíz de problemáticas y necesidades sociales y culturales de un contexto en particular afectado. Estos diseñadores independientes comenzarían a trabajar la indumentaria, pero desde una mirada diferente, es decir, que tomarían la cultura y el territorio como punto de partida para poder lograr un diseño con identidad. Esto surgiría del resultado de la insaciable búsqueda global de la novedad, tanto sería así que la moda, tomaría significación meramente comercial dejando de lado el diseño y las materialidades autóctonas cargadas de valor.

Los nombrados diseñadores de tipo independiente se encontrarían en el sistema de la indumentaria, pero se apartarían de los profesionales especializados en tendencias, para dar lugar a la creación de sus colecciones, donde se podría observar una línea conceptual organizada que daría sentido a su proyecto y lo llevarían adelante disponiendo de sus capacidades y de todos sus recursos para posicionar su estilo.

En vez de basarse en las tendencias globales, representan a las personas según sus gustos, intereses, cultura y creencias. Ponen énfasis en la originalidad, el ingenio, la experimentación de materiales, la inclusión de culturas y utilizan técnicas artesanales como semiindustriales. (Saulquin, 2014).

Cada lugar tendría una historia que le brindaría información y recursos a los diseñadores independientes y mediante una problemática a resolver, podrían tomar diferentes elementos para crear un rector y así desarrollar la propuesta creativa en base a los tejidos autóctonos, el clima, que no sería un detalle menor y que seguramente se vería influido en la cultura de los lugareños y sus hábitos. Lo dicho da lugar a concluir que cada problemática vendría acompañada de una infinidad recursos muy ricos para explotarlos, resinificarlos y resolver el problema.

Saulquin afirma que "Los diseñadores independientes buscan generar identidad a partir de un uso especial de los recursos, trabajando sus conceptos rectores con una coherencia basada en sus propias inspiraciones". (2014. p. 81)

Estas ideas rectoras servirían para definir la metodología de diseño, los materiales y las técnicas que mejor pondrían de manifiesto el concepto rector de manera coherente.

Por lo general, las producciones de los diseñadores independientes suelen ser series cortas, que tienen como objetivo satisfacer necesidades y concentran todo el desarrollo y utilización de los recursos en la elección de los materiales, para llegar a satisfacer esas necesidades desatendidas. (Saulquin, 2014)

En resumen, sería preciso encontrar un equilibrio entre la re interpretación del territorio y las realidades globales.

Por otra parte, habría que refrescar el concepto de identidad, puesto que estaría íntimamente ligado al diseño independiente. De manera que este diseño tendría como columna vertebral a la identidad.

Por consiguiente, podría definirse a identidad según la mirada de Porrúa, quien entiende "la identidad como el conjunto de rasgos comunes que hacen que a las personas que habitan un territorio se las vea como idénticas, parecidas, iguales o semejantes, en relación a "otros" que son diferentes."(2014, p. 146) Dicho en otros términos, un diseño de identidad sería aquel que estuviese compuesto por las diversas identidades de un contexto y que debería cumplir con ciertos patrones en cada una de las prendas de una misma serie o producción creativa.

Para poder plasmar cierta identidad en una colección, sería necesario que este valor cultural sea traducido en lenguajes formales, materiales y técnicos, accionando mediante metodologías que tendrían que ver con los relatos de los diferentes escenarios de identidad. Estos escenarios estarían cargados de información, es decir, materiales, colores, texturas, morfologías, siluetas, simbologías que, al volcarlos a la colección, se crearían piezas con multiplicidad de historias posibles en su interpretación.

Por lo tanto, un buen ejemplo de cómo trabajar la identidad de un lugar es Mariana Porrúa, quien mediante el programa de identidades productivas trata sobre el relato de identidad provincial y postula que:

Se constituye en la suma de los sub relatos, coherentes con el territorio y sus habitantes, su historia y desarrollo cultural, social, económico, político, etc. Los sub relatos de identidad [...] son la manifestación de la diversidad, de las diferentes identidades que confluyen en el territorio provincial. (Porrúa, 2014, p.130)

Es decir, que los diseñadores independientes se inspirarían y tomarían la diversidad de identidades de una provincia, donde se articularían cada una de estas diversas identidades y enriquecería al diseño cargándolo de valor.

En el caso de Argentina, los diseñadores tendrían una amplísima fuente de inspiración, puesto que el territorio es grande y vasto en cuanto a culturas indígenas, inmigración

europea y de países limítrofes. Además, el país cuenta con una inmensurable fauna y flora e infinidad de materiales de donde podrían surgir texturas, colores, morfologías, líneas, simbologías de los indígenas, entre otras fuentes de inspiración. Todos estos recursos serían de gran aporte para el armado de piezas de indumentaria con multiplicidad de relatos de identidad y de culturas. Además, se tendría en cuenta a diferentes tipos de usuario. Argentina es un país con una variedad climática considerable. Al norte presenta altas temperaturas y un clima subtropical cálido y húmedo, mientras que al sur se encuentra un clima frío y seco.

Entonces podría inferirse que sería necesario que los diseñadores independientes argentinos tuviesen muy en cuenta a su usuario. Así como se indica que habría multiplicidad de climas, culturas, e identidades habría también variedad de usuarios con diferentes problemáticas a resolver.

### **1.3 La indumentaria como herramienta del contexto y la cultura**

Para entender la idiosincrasia de los habitantes de un territorio, sería necesario remitirse al pasado, a los inicios que dieron vida a historias, leyendas y costumbres que permitirían explicar cómo fue transformándose el espacio y la configuración social.

Los diseñadores, muchas veces, exploran dentro de sus territorios percibiendo y resiniendo su identidad, para luego mostrarlo al mundo.

Según indica Colzani (2014), los diseñadores crecen, surgen con fuerza e identidad mediante la recuperación de los tejidos y el mejoramiento de los mismos utilizándolos, marcando refinados detalles y luego armonizándolos con las nuevas tendencias logrando resultados excepcionales.

Estos profesionales podrían encontrar en los tejidos indígenas historias que se verían representadas a través de figuras que cuentan sus costumbres, el entorno donde viven, que tipo de fauna y flora que los rodea, es decir, los aspectos más importantes de las comunidades y el territorio.

Además, postula Colzani que "Los diseñadores regionales, sin dejar de tomar sus raíces autóctonas, perfeccionando telas y texturas, las enriquecen en detalles, buscan armonizar lo ancestral con lo contemporáneo". (2014, p.152)

Con esto dicho, puede inferirse que en la actualidad muchos de los diseñadores independientes optarían por volver a las raíces, a los antepasados, a las artesanías, a mirar hacia sus orígenes y rescatar eso que les daría identidad y les permitiría crecer como profesionales desarrollando un estilo propio. Cuidando siempre de que no sería conveniente en la actualidad enneguercerse con la identidad y la cultura local, puesto que estamos insertos en un mundo cambiante, migrante y en el que las comunicaciones han tomado una dimensión difícil de abarcar en su totalidad. Por este motivo resultaría acertado observar las tendencias globales y conjugarlas con el estilo propio del diseñador. De esta manera se podría llegar a estar vigente en el circuito comercial. Este entrecruzamiento de culturas aborígenes autóctonas con la masa urbana genera una mezcla asombrosa en colores, formas y líneas. (Colzani, 2014)

En el territorio argentino se podrán encontrar diferentes comunidades indígenas, cada una con sus tradiciones, costumbres y la idiosincrasia de la cultura argentina, identidades y valores que han permanecido firmes a través del tiempo para representar el entorno que las engloba, la geografía que es su columna vertebral y los datos ancestrales que contiene.

Los distintos altibajos económicos y sociales por lo que con frecuencia transita nuestro país, habrían contribuido a que la producción artesanal, que da vida a la identidad propia del paisaje circundante de cada comunidad, se vea considerablemente disminuida.

El producto artesanal tiene la particularidad de transmitir y representar las características más salientes de cada comunidad en particular. Los diseñadores independientes ven en la artesanía de un país un patrimonio ancestral valioso e insuperable (Colzani, 2014).

En virtud de lo anteriormente expuesto se puede inferir que la indumentaria con la identidad propia de un lugar es transmisora del espíritu y del territorio, en fin, de la esencia de la región.

## **Capítulo 2. Sincretismo cultural a partir de los tipos de tejidos de la región**

Se podría descubrir una gran variedad de influencias en los textiles locales que reflejarían un origen que no sería ni jesuítico ni guaraní. La mayor parte de esas *huellas* corresponderían al acervo cultural que aportarían los diferentes pueblos europeos que llegarían a esta región y que se establecerían como colonos dedicados a tareas agropecuarias. Colonizadores españoles y portugueses que desde el comienzo traerían entre otros aportes textiles, los encajes y los bordados que seguirían tan vigentes como entonces, pero con las adaptaciones lógicas a la época y al carácter de cada localidad.

Este afluir de colonos se enriquecería con gente procedente de otras zonas de Europa, cuya contribución al rubro textil se reflejaría a través de la introducción de distintas técnicas de tejidos, puntos y texturas, además de las diferentes formas de trabajar los hilados y de confeccionar con telas y paños novedosos, los objetos para la casa.

Actualmente, en los mercados artesanales se encuentran por ejemplo, encajes y bordados tan delicados como si recién hubieran llegado de Portugal o Bélgica, sin embargo, son confeccionados en este rincón de Sudamérica y por manos criollas o acriolladas, mestizas o indígenas (Expósito, 2009). Sería necesario reconocer y valorizar que aquellas piezas son el resultado de la herencia europea mezclada con la creatividad del artesano nativo. Éste hecho generaría un nuevo producto resultante del sincretismo de familias culturales muy diferentes. Que posiblemente sería res significado al trabajar con las tendencias, el diseño y bajo un estilo peculiar.

### **2.1 Las artesanías textiles guaraníes**

Todo el territorio del área mesopotámica sudamericana estuvo otrora ocupado por los guaraníes y actualmente ocupado también en regiones por ellos y sus descendientes. Los guaraníes tienen conocimientos muy precarios de las técnicas textiles. Inicialmente habrían tomado dominio de una técnica textil con tejidos de fibras vegetales arrolladas o trenzadas, similares a las técnicas de cestería antepuestas a las empleadas en el tejido



de telar. Habrían usado diversas variedades de mallas sin nudo y varios trenzados, todos ellos realizados sin telar, solamente con una estaca y con la ayuda de una aguja de madera o una espina de pescado.

Los productos resultantes de estas técnicas primitivas, objetos que se producen hasta el día de hoy, son de una gran belleza plástica. En sus composiciones intervienen elementos vinculados con representación de temas y formas de su mitología y de su contexto ambiental: de la selva, los ríos y el monte. En estas interpretaciones se pueden observar figuras de ramas torcidas, vasijas de barro o manchas de yaguareté.

Según Expósito (2009), en el mundo guaraní las mujeres se dedicaban al arte de hilar finamente con la ayuda de un huso las fibras delicadas del *mandiyú* o algodón, con el que tejían telas livianas y frescas. Además, con el mismo textil o con la fibra de palmera, trenzaban cordones para tejer las hamacas o *co'i*, que eran colocadas entre cada par de los postes de madera de sus casas comunitarias.

Hay quienes atribuyen la introducción de la utilización de los tejidos de algodón a los Arawak -pueblo nativo-, o al menos de los husos y los telares verticales, sin los cuales hubiera sido imposible que los guaraníes hubiesen tejido artículos del tamaño de una hamaca.

El algodón nativo de fibras largas y suaves que brindaba abundante materia prima para estos utensilios superó a todas las otras fibras textiles, en especial por su delicadeza.

Entre las escasas prendas de vestir que confeccionaban con esta fibra merecen mencionarse el *emití*, tipo de tanga femenina y el taparrabos o baticola masculino.

...para los guaraníes, el vestido femenino por excelencia era el *typói*, una especie de camisa o túnica sin mangas, usualmente larga hasta las rodillas, tejida con hilo de algodón blanco, fruncida en el cuello aunque muy ancha hacia abajo, con los laterales ampliamente abiertos para pasar los brazos o introducir al bebé para amamantar. (Serrano, 1955. p. 4)

En consecuencia a lo mencionado, es de inferir que los guaraníes utilizaban tipologías confortables, holgadas, frescas generando prendas funcionales y adaptadas sobre todo al clima de la selva. Indica Palavecino (1981) que es posible que este tipo de vestido tejido,

con variantes locales se utilizara antes de la llegada de los europeos en grupos reducidos del Litoral fluvial que podrían haber recibido influencias amazónicas, ya que las comunidades aborígenes del Brasil eran muy competentes en el arte del tejido de algodón.

También eran confeccionados diversos tipos de cintos, que eran fajas de tejido de uno o más colores, utilizadas por los hombres en rodillas, tobillos, muñecas y como pulseras. Eran anudadas en los extremos y a veces estaban ornamentadas con plumas entretejidas u otros elementos de adorno (Expósito, 2009).

El tipo de telar amazónico que utilizaban para confeccionarlos estaba compuesto por cuatro varas o palos, distanciadas según el tamaño de la pieza, formando un rectángulo, dentro del cual se tendía la urdimbre con disposición vertical, y los diversos accesorios permitían movilizar alternadamente el entramado de la misma para concretar el tejido. El producto directo de este tipo de telar era un lienzo en forma de manga. (Expósito, 2009, p.4)

Para realizar los adornos de la indumentaria a saber, cintos y brazaletes, no siempre era apropiada esta elaboración, por lo que solía dejarse parte de la urdimbre sin tejer, entonces por allí posiblemente se cortaba la tela en franjas de distintos tamaños para adaptarlos a las diversas necesidades. Particularmente sería utilizada para los tejidos pequeños utilizados como vestimentas o adornos.

La autora consideraría importante difundir los orígenes de los tejidos, su construcción y las tipologías que serían creadas con ellos, entendiendo la identidad de los textiles misioneros.

## **2.2 Los textiles y artesanías adoptadas por los guaraníes**

Antes de la llegada de los españoles, los guaraníes tenían la costumbre de utilizar mantas tejidas con hilos de las fibras del *karaguatá* (*Bromelia serra* y *Bromelia hieroyimii*) y de otras plantas más resistentes. Estas mantas estaban decoradas con dibujos geométricos y eran utilizadas para cubrirse con ellas al dormir. Mojando estas mantas podían enrollárselas alrededor del cuerpo para resguardarse de las espinas o de las flechas enemigas (Gálvez, 1995). Según lo mencionado, se puede inferir que los tejidos

fueron una de las primeras formas de pensar y obtener tanto objetos de uso doméstico, como accesorios, vestimentas y elementos de protección frente al enemigo. Además, se tiene registro que desde los inicios estaba la idea o necesidad de expresarse mediante dibujos geométricos, es decir, que a través de esas piezas es posible que se buscara comunicar, generar identidad o identificarse de los demás.

Por su parte, cuenta Expósito (2009) que los *chiriguano*s y *chanés*, pueblos que habitaban la región que hoy se llama Chaco, fueron los pioneros en la utilización de las fibras del *Karaguatá* para la elaboración de redes y bolsas, estos desconocían las técnicas del trenzado. Estas influencias chaqueñas, fueron adoptadas por los guaraníes, quienes con el tiempo popularizaron el uso del *Karaguatá*. Con esta fibra los guaraníes fabricaban bolsas, redes, cuerdas que variaban su grosor. En el caso de las redes empleaban prácticamente dos técnicas: el anudado y el enlazado. Esta última técnica tenía variantes, podrían realizarse de manera lateral, terminal, doble, en *cadena vertical* o *en croché*; las realizaban con agujas de hueso o madera, esta técnica lo siguen realizando en la actualidad.

La ornamentación del tejido de las diversas bolsas solía ser bicolor o tricolor, ya que los diferentes hilos eran teñidos con colorantes de origen vegetal como por ejemplo, con la corteza de *nepeña* para el rojizo, el negro extraído del fruto triturado del guayacán, el azul oscuro enterrando las fibras durante un día en el barro de una laguna, el rojo intenso de las cochinillas parásitas de las cactáceas, el amarillo por medio de la maceración de la madera de tipa, entre otros colores que se pueden obtener. A su vez, los diseños de dichas bolsas eran meramente geométricos, motivos como ajedrezada, en diagonal y escalonada que se podían combinar. La inspiración de estos diseños estaba en los animales silvestres. Cada pueblo tenía sus artesanos que reflejaban en sus obras distintos animales como, por ejemplo, *bandas lineales continuas*, las que se interpretan como el lomo del armadillo; *discontinuas*, consideradas como piel de la serpiente yarará; *paralelas* para las semillas de chañar; *quebradas* para el papagayo; *alternadas*,

significando los gusanos; *rombos*, mostrando así los ojos del búho o frutos de la tuna; *triángulos*, las escamas de peces o nidos de avispa; el *hexágonos*, el caparazón de la tortuga o del armadillo; *pentágonos*, ojos de carancho; *grecas*, el lomo de iguana. Así como cada una de estas figuras geométricas nombradas tiene distintos significados. Considérese que lo anteriormente dicho corresponde a prácticas originarias, muchas de las cuales continúan hoy entre los pueblos guaraníes y descendientes en mayor o menor grado de conservación de la tradición.

### **2.3 Las textiles y artesanías misioneras en Brasil**

Como se ha mencionado anteriormente, Brasil se caracterizó por ser una zona propicia para el desarrollo del tejido de algodón. Según afirma Da Costa Pereira (1975) las zonas con mayor actividad fueron los actuales estados de Río Grande del Sur, Santa Catalina y Paraná. Estos territorios brasileños se caracterizaron por su actividad textil popular, aunque reconocen que el origen de esas labores se remonta a tiempos anteriores al cultivo de esta planta, cuando sencillamente era recolectada por los indígenas.

A pesar de la abundante materia prima, la artesanía textil se desarrolló como una actividad común entre los primeros pobladores y colonos, gracias a la experiencia de los aborígenes en hilar y tejer sus redes.

Con el paso del tiempo, las técnicas de tejido fueron mejorando y fueron confeccionados géneros con diversas finalidades. Del mismo modo se fueron introduciendo el teñido de las fibras con tinturas extraídas de las mismas plantas colorantes que usaban los guaraníes tales como *urucúm*, *jenipapo*, *añil*, entre otras.

En la Revolución Industrial de fines del siglo XVIII, en Brasil los primitivos telares indígenas utilizados fueron reemplazados por el telar horizontal con pedales, herramienta tecnológica más evolucionada, de mejores recursos y mayor rendimiento que las empleadas hasta ese momento. Además, sirvió como modelo para la fabricación de telares propios, creados con maderas de la zona muchas veces con tallos de palmera y

realizados en carpinterías de estancias. Generalmente estos telares tenían un mal acabado, estaban formados por dos cuadros que sostenían la urdimbre, unidos a los pedales con cuerdas de fibra de sisal. (Expósito, 2009) Más tarde, en el siglo XVIII, familias llegadas de Azorianas, se instalaron en la isla de Santa Catalina, ubicada en el litoral sur brasileño. Fueron ellas quienes trajeron las *randas*, arte popular que se mantiene hasta hoy y que se dispersó por toda la costa oriental de Brasil. (Soares, 1987) Este tejido surgió del bordado y trabaja con puntos invisibles, sin un soporte preexistente. Se cree que esta técnica surgió en Venecia a fines del siglo XV como una variante de los bordados. Esta misma técnica en Francia adquirió el nombre de *pasamanería*. La *randa o encaje de bolillo o de almohada* se consideró y ha perdurado como un arte femenino, delicado y doméstico. Está calificado en Brasil y Europa como *artesanía folklórica* por haber correspondido a una corporación de artesanos. Además, es un trabajo de tradición secular, con transmisión de generación en generación. Los elementos que se utilizan para su ejecución son: una almohada cilíndrica, cartones agujereados, bolillos de madera, alfileres e hilos o hebras (Expósito, 2009).

Dichos bolillos son pequeños bastones de madera; en el extremo de cada uno se ata un hilo y ellos van a facilitar el manejo de las hebras. El tejido se logra a partir de que esos hilos van siendo trenzados o enrollados sobre sí mismos. Al estar anudados por una extremidad a una de las puntas del bolillo, la otra es fijada con alfileres encima de un cartón que sirve de modelo y que se halla adherido a la almohada; así se va generando una retícula o diseño muy complejo. (Expósito, 2009, p.9)

En la región sur de Brasil, a las *randas* tradicionales se le incorporaron nuevos tamaños, motivos y formas de las piezas, a saber, "los llamados hoja de café, margarita, ojo de buey, randa de pececillo, rueda estrellada, oval de valva, oval minúscula, puntilla de belleza-príncipe, punta de arco, forro de casa, oval de faja, rufina e infinidad de otras más." (Expósito, 2009, p.9)

## **2.4 Orígenes de los textiles y artesanías misioneras en Paraguay**

El especial entrecruzamiento de culturas en la provincia argentina de Misiones tuvo su origen posiblemente a raíz de las múltiples inmigraciones, comenzando con la encrucijada hispana que, según afirma Fogel, (1997) fue una época donde se encontraron dos culturas y cosmovisiones totalmente distantes y diferentes: la europea hispano occidental y la guaraní precolombina.

Sin embargo, no puede negarse que fue proceso de imposición de esquemas culturales, políticos, económicos, sociales y religiosos por parte de España sobre los pueblos amerindios que habitaban este territorio.

En el siglo XVI, aparece el llamado *mestizo*, producto de la unión de los españoles con las mujeres indígenas. Los mestizos fueron los mancebos de la tierra, que conformaron el auténtico fundamento sociocultural de lo que hoy es Paraguay. La vivencia de ese mestizaje predominantemente cultural, se manifiesta en su bilingüismo original y rico, caso único.

Adicionalmente, durante el siglo XVI se instalaron instituciones con una actitud humanitaria, tanto las Reducciones franciscanas como las Misiones jesuíticas.

Barrios Peña (1999) afirma que el arte de Paraguay es mestizo, ya que resulta de los patrones hispanos y la creatividad guaraní. Aquí se puede observar en síntesis el sentimiento cristiano, la creencia indígena y la creatividad artesanal.

Paraguay, al igual que todos los países americanos, enriqueció su tradición cultural con el aporte de los diferentes grupos migratorios tales como españoles, italianos, alemanes, rusos, judíos, polacos, ucranianos y grupos muy pequeños de australianos y japoneses que llegaron al país hacia fines del siglo XIX. La mayoría de ellos fundaron sus bases en colonias rurales y poblados chicos donde pudieron mantener sus propias costumbres y tradiciones, pero también se integraron a la vida del país. Debido a este proceso, llevado adelante por las misiones jesuítico-guaraníes, esta región presenta una mayor diversidad en cuanto a las artesanías que otras regiones con menor flujo inmigratorio.

La provincia de Misiones vivió de manera similar este entrecruzamiento hispano en Paraguay y, además, al ser vecinos e inmigrar a Misiones muchos paraguayos se fueron nutriendo de esta cultura.

#### **2.4.1 Tipo de textiles**

Se pueden dividir en cuatro tipos: trenzados, tramados, bordados y encajes o randas.

Según Expósito (2009), las *randas o encajes* son el efecto de unir y entrecruzar hebras hasta formar un tejido de malla abierta y con textura generalmente delicada, cuyos hilos se entrelazan formando diferentes diseños.

Los encajes más comunes y frecuentes son el croché -randa realizada con agujas de gancho-, filé -compuesto de una red de soporte y un bordado sobrepuesto-, tricot -randa cerrada en partes, ejecutada con dos agujas largas- y macramé -encaje de ascendencia árabe sólo se utilizan las manos para realizar los nudos, se crea un tejido flexible y con volumen. También se elabora el *nhandotí* (o *ñandutí*), el de ganchillo, el de cuadro y el encaje de bolillo. (Expósito, 2009, p.11) Se mantienen vivos los tejidos manuales de lana para uso del gaucho, en diferentes tipos de ponchos, fajas, mantas, entre otros.

Este proyecto tiene sus bases en la identidad, el contexto y la cultura, por ende wa preciso mencionar e indagar acerca de materiales con tradición, identidad y fuerte carácter histórico como lo es el tejido *ñandutí*.

Dicho tejido es una de las variedades de encajes más conocidos, llamado *ñandutí*, el significado literal es “tela de araña”, nombre que se le adjudico por su similitud con el tejido arácnido. (Colombino, 1999)

Según lo que se ha podido investigar, el *ñandutí* es originario de las islas Canarias de España. Es decir, que llega a Sudamérica por medio de los españoles y antes de llegar a Paraguay, por consecuencia de escalas de los europeos en Bahía Brasil, esta técnica fue transformada y reelaborada. En esta región se lo denominó *nhandotí*. Al llegar a Paraguay, fue nuevamente modificado.

En cambio, por otro lado Verón (1989) cuenta que, en realidad, el origen del llamado *ñandutí* en Paraguay, es árabe. Afirma que desde España pasó a las islas Canarias donde lo llamaban “Sol de Tenerife” y al llegar a América se lo conoció como “Encaje Tenerife”. Posteriormente, fue adoptado por los artesanos paraguayos con el nombre de *ñandutí* y considerado como tejido característico de la región.

Este encaje cuenta con un proceso de realización que resulta larga y delicada para su bordado. Es una técnica heredada de generación en generación y necesita de de unas manos hábiles para su construcción y de tiempo para perfeccionarla.

Para comprender su forma de realización se describe a continuación su estructura:

El *ñandutí* se estructura sobre la base de pequeños nódulos circulares, cuadrados o rectangulares que se unen entre sí. En el centro de cada uno se incluye un diseño muy esquemático de flores propias de la vegetación local; entre las más conocidas se encuentran la flor del guayabo y la flor de mburucujá o pasionaria. (Colombino, 1999).

Las tejedoras utilizan este encaje para transmitir parte de su entorno, es decir, que busquen plasmar la naturaleza, las mitologías y los diferentes significados que esconden cada uno de sus diseños. Se utilizan para esta labor agujas de gran tamaño porque los hilos son gruesos.

Según Expósito (2009), el desarrollo de este encaje comienza con la preparación del bastidor de madera en el que se fija y se cose bien un lienzo de algodón. Luego se calcan sobre la tela los dibujos a realizar. Es común tejer motivos fitomorfos y zoomorfos. Además, muchas veces se reproducen cuestiones o elementos de la vida cotidiana. Una vez que se concluye con el trazado del motivo, se procede a tejer partiendo desde el centro hasta llenar todo el espacio delineado. Al concluir con el tejido, se retira delicadamente cortándolo con tijera del lienzo utilizado de base. (Ver en anexo del cuerpo C).

Cuanto más fino sea el grosor del hilo en la realización del *ñandutí*, se obtendrá un producto terminado de mayor calidad y delicadeza. Este encaje puede ser elaborado por



una o varias mujeres dependiendo de las dimensiones de la pieza; si es muy amplia, como en el caso de un vestido de novia o el velo, insume hasta un año de paciente labor. La localidad de Itauguá es la más representativa en la elaboración del *ñandutí* en todo el país. Después le sigue Guarambaré, en donde la mayoría de los hilos utilizados no son de algodón, sino de lino.

También en la tradición paraguaya existe otro producto textil, el llamado *encaje jú*. Es un encaje realizado con aguja e hilos muy delicados. Es la versión popular del llamado *filet* -en francés: hilillo o filamento. Este encaje se realiza sobre un fondo reticulado de mallas hexagonales combinadas con cuadrados más pequeños (ver en el anexo del cuerpo C).

Finalmente, se encuentra el *miñardí* o *mbinardí* -crochet de horquilla. El crochet -en francés: ganchillo- realizado con hilos mayormente más gruesos, es el más sencillo de todos, se trabaja al aire con punto de media vuelta y se van haciendo pasadas sin patrón alguno. Su textura es más rústica que la tela que acompaña.

Se los utiliza para la terminación de prendas de vestir femeninas, manteles, carpetas, cortinas, hamacas y colchas. Este encaje se puede encontrar principalmente en la antigua localidad de Piribebuy (ver en el anexo del cuerpo C).

En fin, esto ha sido un recuento del vasto sincretismo cultural y el acervo de las diferentes regiones, con sus técnicas, textiles, fibras, usos y costumbres.

Hoy en día, en Misiones, aún se siguen empleando estos tejidos y técnicas de tejer.

Además, cabe mencionar que el algodón sigue siendo una fibra empleada abundantemente en la provincia, siendo la más adecuada para el clima de región y de las regiones aledañas.

A través de la re interpretación de estos tipos de tejidos abordados, sería posible transmitir la cultura e identidad del territorio abordado, darle nuevos niveles de lectura y adaptarlos a tipologías, paletas de color y demás elementos del diseño de la actualidad.

### Capítulo 3. Textiles y Colores

En este capítulo se abordará el tópico de cómo los textiles y colores influyen y están ligados al proyecto del diseño. Además, se dará cuenta de los tejidos autóctonos y característicos de la provincia de Misiones. Se hará una breve introducción acerca de la composición de los tejidos, para dar cuenta y observar cómo los distintos componentes que intervienen generan un sin fin de características en los textiles.

Saltzman (2004) afirma que el diseño de indumentaria es materializado mediante el elemento que se denomina *textil*. Las cualidades y estructuras de un textil están dadas por la calidad de las fibras, el modo de tramadas y torsionadas. Así se obtiene un hilado, con un tipo de flexibilidad y resistencia. También, en el proceso influye el tipo de tejido que se utiliza y los métodos alternativos para combinarlos con otras sustancias adhesivas en una lámina de tela.

Existen muchas estructuras textiles, desde mallas abiertas hasta mallas compuestas de hilos delgados; desde la solidez de una sarga hasta la liviandad de una muselina. "Tejidos de trama perpendicular o de fibras apelmazadas, hilados metálicos, redes de hilos de seda, marañas." (Saltzman, 2004, p.37)

Las fibras y técnicas utilizadas en el tramado serán las que darán origen a distintos tejidos, ya sean livianos como pesados, abiertos o cerrados, rígidos o blandos, resistentes o no. Además, la trama podrá ser uniforme o con rupturas, acentos, nudos, trenzas, canelones y demás.

Las fibras que componen los tejidos se pueden clasificar en: *fibras naturales*, como por ejemplo, las fibras provenientes de animales como la lana y la seda y de orígenes vegetales como el algodón y el lino; *artificiales*, como la celulosa o las fibras regeneradas a partir de una fibra natural; o también pueden ser *sintéticas*, derivadas del petróleo.

El textil forma parte de una de las primeras manifestaciones culturales y artísticas de la vida humana. Una de las cualidades simbólicas del textil es que crea lazos con la tradición, la naturaleza, entre las culturas y entre las diferentes etapas de la vida.

Como se ha hablado en capítulos anteriores, el textil en esta colección es muy importante porque además de cumplir las funciones esenciales de una tela, la intención es seleccionar los textiles que mejor confort den al usuario con respecto a las situaciones climatológicas de la región. El objetivo final es encontrar aquellos textiles que establezcan y amortigüen la relación del usuario con el medio.

En la actualidad, la industria textil abarca tanto el área de vestimenta como la industria automotriz, el equipamiento del hogar, la medicina, entre otros. Esto ocurre porque se han desarrollado textiles inteligentes que cumplen distintas funciones, como aislar de la humedad, el frío, el calor y los ruidos, brindando infinidad de texturas, formas y colores de múltiples características. (Saltzman, 2004)

Luego de haber hecho este pequeño recorrido por la conformación de los tejidos, se dará cuenta de otro de los elementos a considerar en cuanto a diseño: el color.

Se abordará la temática relacionada al color mediante el aporte de dos visiones que se complementan: la técnica y la psicológica. Es decir, que se analizará cuáles son los colores que absorben y reflejan más el calor, esto considerando que esta información resulta sumamente importante, ya que la población misionera sufre de las altas temperaturas y la humedad, por lo que cada detalle en esta colección va a tener en cuenta este factor. Además de observar como el color influye en el calor, es necesario relevar los colores a través de las percepciones de cada uno para luego transmitir el mensaje que se desea.

### **3.1 Textiles adecuados al clima**

Al diseñar una colección para la provincia de Misiones, no se debería poder dejar de lado las cuestiones climáticas con las que conviven los misioneros. Estas cuestiones

afectarían a la colección y al usuario. Por ello, se indagará a cerca de qué carta de textiles será la más apropiada para los posteriores diseños de la colección.

Esta carta textil debería necesariamente responder a la función, morfología y materialización del objeto de diseño y se la pretende crear a partir de la idea fundamental de la colección. Esto pretende ser la representación de las guías del proyecto, relacionándolo con los diversos materiales en función a su misión y propuesta estética. Combinando colores, formas, texturas, objetos, dibujos y morfología. A partir de allí, se intenta dar comienzo al proceso de diseño combinando las variables estructurales y superficiales para cada uno de los diseños.

### **3.1.1 Las fibras**

En este subcapítulo se plantea, describir y definir las fibras que se necesitarán para la creación de la colección. Teniendo presente uno de los presuntos factores importantes, como es el clima cálido y húmedo de la región. Este factor marcaría el rumbo de las decisiones que se deberían tomar frente a las elecciones de los textiles a utilizar en la colección. Por ende, se procura buscar textiles que sean nobles, volátiles, traslucidos, con buena absorción y confort.

Para definir los textiles a utilizar se describirán a continuación las cualidades y cuidados de las fibras que mejor se avengan a los objetivos propuestos. Se comenzará por definir lo que es una fibra, ya que los textiles están formados por fibras. Para hablar de los textiles se ha tomado la postura de Hollen (2010), profesional entendida en el tema. La autora postula que las fibras son filamentos cuyos diámetros son muy pequeños en cuanto a su longitud y son las unidades necesarias que se utilizan en la fabricación de textiles. De éstas depende el tacto, textura y aspecto de las telas. Las fibras deben tener resistencia, elasticidad, longitud y cohesión para poder hilarla y constituir el hilo, mediante el proceso de torcer y estirar.

### **3.1.1.1 Las fibras de origen vegetal**

En este subcapítulo se intenta exponer características de las diferentes fibras de origen vegetal que atañen al proyecto. Dicho material se considera amigable con el medio ambiente y con la piel de los usuarios de las prendas confeccionadas con las telas procesadas con este tipo de fibras.

Las fibras de origen vegetal provienen de frutos como algodón, coco, kapoc; de tallos, a saber, el lino, yute, cáñamo y ramio; de hojas, como el sisal, formio, abacá o esparto.

Se dará aquí especial atención a las fibras de algodón y lino, y se ahondará a continuación en cada una de ellas según la mirada de Hollen. (1993)

El algodón es una fibra muy fresca, flexible, suave al tacto, confortable y no acumula electricidad estática, debido a su gran capacidad de absorción de la humedad. Tiene alta resistencia al rasgado y al frote, no se apelmaza y es muy duradera. Resiste bien la plancha. Encoge si se lava a excesiva temperatura y tiende a arrugarse. Para evitar la pérdida de la luminosidad de los colores, el apresto y el encogimiento, se recomienda el lavado en seco. Además, admiten el blanqueo y el teñido con excelentes resultados en cuanto al grado de blanco y a la intensidad del color respectivamente

Por otra parte, el lino, después de la fibra de algodón, es la más difundida y explotada comercialmente por ser resistente, fresco, absorbente, agradable al tacto y fácil de teñir.

Muchas de estas características se deben a que absorbe mucha humedad y, por lo tanto, no acumula electricidad estática. Esta tela tiene una fuerte tendencia a arrugarse.

Se debe lavar siempre a mano, nunca debe centrifugarse ni lavarse a altas temperaturas.

Según lo antes expuesto por Hollen, las fibras de algodón y lino, ambas naturales de origen vegetal, presentan excelentes características para prendas utilizadas en climas cálidos y húmedos, puesto que absorben la humedad y son frescas.

### 3.1.1.2 Las fibras de origen animal

Las fibras de origen animal también se caracterizan por ser amigables con el medio ambiente. Estas fibras serían: la lana, los pelos y la seda. A continuación, se describirán cada una de ellas según Hollen. (1993)

La lana es la fibra animal más importante y difundida en todo el mundo. La raza ovina Merino es la de mejor calidad, si bien sus cualidades varían según su procedencia.

En climas fríos, se genera una lana más fina y rizada. Es una fibra fácil de hilar.

El revestimiento de escamas da a la lana resistencia a la abrasión y la propiedad de afieltrado. Es mala conductora del calor, pero el microrizado de las fibras genera espacios de aire entre sí que le otorga poder aislante y propiedades de abrigo.

Esta fibra puede absorber hasta el 40% de su peso en seco, sin dar sensación de humedad. Además, es muy elástica, resistente a las arrugas, sensible a altas temperaturas y de fácil teñido con solidez en los colores. La lana no es tan resistente como el algodón y el lino.

Debido a su vellosidad, los tejidos de lana pueden provocar bolitas en las prendas.

Con respecto a las fibras procedentes de los pelos existen tres subdivisiones.

En primer lugar están los caprinos, mamíferos rumiantes bóvidos que habitan zonas montañosas y desérticas, un ejemplo es la angora o mohair y la cachemira.

En segundo lugar se encuentran los camélidos, mamíferos rumiantes de mayor tamaño, longevidad y rusticidad, ejemplo de ello son los camellos, vicuñas, alpaca, llama y guanaco.

En tercer lugar se encuentran los lepóridos, mamíferos roedores, como ser el conejo y la liebre.

La *Angora o Mohair*, cabra de pelo fino, brillante y levemente rizado, se utiliza para hilados peinados o mezclas con lanas.

La *Cachemira*, se elabora a partir del pelo fino, suave y brillante de una cabra.

El tejido de cachemira o cashmere es ampliamente usado en suéteres por su calidez y en ropa infantil por su suavidad, aunque con ella se realizan otras prendas, desde abrigos hasta ropa interior. Se puede utilizar solo o mezclado con lanas muy finas.

El pelo del camello también es fino, suave y lanoso. Es utilizado principalmente para realizar sobretodos, tejidos de punto y mantas finas. Además, posee pelos más largos y gruesos utilizados para alfombras.

Las vicuñas son camélidos silvestres con pelos de distintos colores según las partes de su cuerpo. En el lomo presentan un color beige o marrón claro rojizo y blanco en la zona del vientre y en las patas. Tienen el pelo con la fibra más fina, brillante, sedosa, suave y delicada de todo el mundo. Es denominada *lana de vicuña* y su espesor es muy fino, de 10 a 15 micrones (Hollen, 1993). Es utilizada para producir prendas de alta calidad, requeridas por países desarrollados donde es posible acceder dado su alto costo. Las prendas elaboradas con pelo de vicuña son: suéteres, chalecos, cárdigan, polleras y pantalones, trajes, capas, sobre todos, ponchos y pañuelos entre otros.

La alpaca tiene un pelo suave, brillante y fino. Presenta una fibra de espesor semi fina de 22 a 27 micrones, lacia, sedosa, lustrosa y brillante. (Hollen, 1993).

Estos animales se cuidan y se aprecian por sus pelos que son de muy alta calidad, abundantes y naturalmente coloridos. Poseen cuatro tonos: gris, marrón, negro y blanco. Las fibras de alpaca son utilizadas para la fabricación de telas livianas y con mezclas de otros pelos de camélidos o con lana. Se confeccionan prendas como bufandas, chalinas, ponchos, chalecos, entre otros.

La llama, es un animal de vellón abundante y fino. Presenta un espesor de 20 a 80 micrones, es decir, que es una fibra gruesa y de regular calidad.

Se utiliza para la confección de telas que reciben el nombre de bayeta, con las que se realizan costales, alforjas, arneses para caballos y otros utensilios de gran durabilidad.

El guanaco es un animal de pelo grueso, brillante, largo y de color rojo claro, ligeramente anaranjado.

La fibra posee un espesor de 14 micrones, es decir, que es muy fina y se utiliza en mezclas con alpaca. Es pelo muy costoso. Hollen (1993).

En lo que respecta a los pelos de conejos, el pelo de angora es el más apreciado por la extrema suavidad y brillo. Estas son fibras que absorben bien el agua, son ligeras y se secan con facilidad. La lana de angora se suele mezclar con lana de oveja con el fin de proveerle mayor densidad y peso, excepto para aquellos casos de alergia a la lana, donde se la utiliza pura.

Las prendas confeccionadas con esta lana son generalmente géneros de punto empleados para bufandas, suéteres, ropa de niños, medias y guantes.

La liebre, en cambio, tiene un pelo más lanoso que es especial para mezclas con lana.

Así como existen las fibras naturales también existen las fibras manufacturadas, que apuntan a mejorar las propiedades de las fibras naturales, brindando valores funcionales, estéticos y económicos. En su mayoría estas fibras son de fácil cuidado, resistentes, de larga duración y confortables.

Luego, existen las fibras animales de glandulas sedosas como la seda natural, producida por el gusano denominado *bómbix mori*. Es la única fibra natural que se presenta como filamento continuo y es una de las más valiosas.

El espesor de la misma es considerado súper fino de 8 a 12 micrones en las sedas chinas y de 12 a 15 micrones en sedas europeas.

Esta fibra es tenaz, flexible, brillante, suave, lisa, cálida y elástica, pero no tanto como la lana.

La seda es absorbente, tiende a desarrugarse, se amarillea y pierde resistencia. Es muy mala conductora de calor pero ofrece aislamiento térmico.



Estas fibras serían utilizadas por los diseñadores independientes en sus procesos creativos, pero debido a sus características de especiales, son costosas y por ende suelen estar mezcladas con otras fibras menos costosas, lo que posibilitaría su uso.

### **3.1.1.3 Las fibras manufacturadas**

Dentro de la categoría de las fibras manufacturadas se encuentran dos grandes ramas, las fibras con materia de origen artificial, como el rayón, la viscosa, el acetato, el triacetato, el modal y el lyocell; y de origen sintético como, por ejemplo, la poliamida, el poliéster, el poliacrilonitrilo, las modacrílicas, fibras elastoméricas, las aramidas, las olefinas, el sarán, las vinílicas y el vinal.

El rayón viscosa, al tener la misma composición molecular que el algodón y el lino, los imita, posee las mismas propiedades químicas, es decir, son dañados por ácidos, atacados por polillas y por moho, pueden limpiarse en seco y son resistentes a los álcalis diluidos. Estas fibras son buenas absorbiendo el agua, se arrugan fácilmente pero resisten la plancha caliente, es decir, no son termoplásticas. Cuando está mojado, el rayón se rompe con facilidad. Por esto no debe frotarse fuertemente ni torcerlo al lavarlo.

El rayón viscosa es una fibra de fácil teñido no acumula electricidad estática. Las telas de rayón tienen buena caída, se utilizan en verano para prendas de vestir, telas de uso doméstico, para productos médicos y quirúrgicos.

El Modal es una fibra de buena intensidad cromática, inclusive después de varios lavados. Las telas de modal tienen brillo, una mano suave, gran estabilidad dimensional y poseen alta absorción de humedad.

Estas fibras son utilizadas especialmente para tejidos de punto, lencería, prendas de vestir, tejido plano y ropa de cama.

El Poliéster se obtiene de la reacción de un ácido con un alcohol. "Las fibras se hilan por fusión, se estiran en caliente para orientar las moléculas y lograr una mejoría notoria en la resistencia y la elongación." (Hollen, 2010. p.90) Es una fibra de alta tenacidad, resiste al

uso, al estirado, al encogimiento y a la mayoría de los productos químicos. Bastante resistente a la degradación térmica, permaneciendo a temperaturas de 150° C, también resiste a la luz solar directa y permite el plisado permanente. Es totalmente inarrugable, muy poco absorbente y no es atacado por polillas ni mohos.

Estas fibras se utilizan para la fabricación de telas para prendas de vestir, textiles para el hogar, etcétera. Además, se la utiliza como fibra cortada con mezcla de algodón al 50%.

Algunos nombres comerciales del poliéster son acrocel, dacrón, dicronele, entre otros. (Hollen, 2010)

Las fibras elastoméricas, también llamadas spandex, nunca se usan solas en una tela, se combinan con hilos de otras fibras que otorgan a las telas el tacto deseado. Generalmente se recubren con lana, algodón poliéster, acrílico, viscosa o poliamida, teniendo como alma el hilado elastomérico y luego, sobre éste, se encuentra enrollado el otro hilado; dando lugar a los hilados entorchados.

El spandex es fácil de teñir, tiene buena resistencia a los aceites de los cosméticos, a las lociones, a los álcalis, a los blanqueadores y disolventes usados para la limpieza en seco. Es sensible a la luz y con el fuego se funde.

Se emplean en la fabricación de prendas de corsetería, trajes de baño, vestuario deportivo, entre otras. (Hollen, 2010)

Ésta, como bien afirma Hollen, se utilizará en combinación con otras fibras, por lo tanto formará parte de la composición de las telas seleccionadas para la colección.

Se podría concluir que las fibras artificiales no son fibras que componen telas aptas para el clima cálido y húmedo, como el de la región en subtropical de Misiones, pero su mezcla con fibras de algodón, en la actualidad es lo que abundaría en el mercado. Además, generarían la posibilidad de proporcionar a las telas distintos aspectos, acabados, texturas, tactos, efectos de teñidos, hasta uniformidad en el producto.

Por su parte, las fibras naturales presentan una alta absorción de la humedad y buen confort, ya que absorben la transpiración.

Las telas con fibras de origen vegetal son frescas, por lo tanto se utilizarían con mayor frecuencia en primavera y verano. Por el contrario, las fibras de origen animal proporcionan calidez y deberían emplearse para la temporada otoño e invierno.

### **3.2 Análisis colorimétrico: colores que mejor se adaptan al clima de la región**

El tema del color se puede abordar desde distintas perspectivas y enfoques, según lo que se quiera decir de o a través de él. Para este caso, en el que se busca determinar el uso de los colores correctos para el clima misionero subtropical cálido y húmedo, resulta competente el enfoque físico acerca del color, se indagará acerca del color desde una orientación técnica, es decir, de cómo funciona el color respecto a la luz y la superficie.

Se dará comienzo a este análisis, analizando sobre los aspectos técnicos del color, la luz y su interacción.

El color se define como la parte visible del espectro electromagnético que puede ser captado e interpretado por el sentido de la vista. Cuando la luz toca alguna superficie, ésta refleja una parte. La parte que se refleja de la luz es captada por el ojo humano e interpretada como color. Cada color tiene variantes y matices, diferentes intensidades que permiten captar una amplia gama de colores, texturas y espacios. (QuimiNet, 2014)

El ser humano ha intentado reproducir los colores que le rodean e inventar otros nuevos o dar variedad a los ya existentes desde la antigüedad. Para poder representar un color sería necesario estandarizarlo, conocer su intensidad y la forma en que la luz debe reflejarse para obtener el color deseado. También sería necesaria dicha estandarización para poder clasificar y colocar los colores en una u otra posición en las escalas de colores.

Según el artículo publicado en *Basculas Balanzas*, (2014) un método que asiste a la clasificación de los colores es la colorimetría, ciencia encargada de medir los colores para obtener la cuantificación de los mismos, ayudando así a su estandarización.

Para llevar adelante las mediciones colorimétricas sería necesario tomar como punto de comparación la denominada *curva espectral codificada* que permite asignar valores

numéricos a la respuesta de estímulos de los colores. Una vez determinados los valores se realiza una suma de los mismos y se obtiene la cuantificación del o los colores.

Estas pruebas de colorimetría se realizan mediante un instrumento denominado colorímetro, que ayuda a llevar a cabo una medición más precisa. Las principales aplicaciones del colorímetro son en la clasificación de colores, pruebas de absorbencia, corrección de errores en monitores y pantallas, calibración de colores de impresoras, entre otras.

Álvarez (2014) afirma que los humanos detectan visualmente como luz blanca o visible casi el cincuenta por ciento de las radiaciones que el Sol envía a la Tierra, en forma de ondas electromagnéticas.

Se puede dar cuenta de que el ojo humano no visualiza toda la energía que atraviesa la atmósfera, ya que existen las ondas de baja frecuencia o las llamadas infrarrojas y las de frecuencia muy alta o denominadas ultravioletas, que tampoco se pueden observar ya que dañarían irremediablemente la vista.

Una vez comprendidas las ondas electromagnéticas que los humanos pueden observar a luz blanca, se procederá a dar cuenta del color en los objetos.

Se sabe que el color de un objeto depende de lo que le ocurre cuando la luz incide sobre los objetos. Los distintos materiales absorben algunos colores y reflejan otros. Los colores que se pueden observar son los reflejados por el objeto. A saber, una manzana de color verde absorbe todos los colores excepto el color verde. La manzana refleja el color verde, que es el color que se ve. Los objetos de color negro absorben todos los colores y no reflejan ninguno. Los objetos de color blanco, por el contrario, reflejan todos los colores.

Los colores primarios de la luz son el rojo, azul y verde. Al mezclar estos se pueden producir todos los del espectro. La retina del ojo tiene células sensibles a los colores de la luz, es decir, que algunas células responden sólo al rojo, otras al verde y hay otras células que responden únicamente al color azul. Si sobre la retina inciden cantidades

iguales de luz roja, azul y verde, se puede ver blanco. Por ejemplo, cuando solamente incide el rojo y el verde, se puede visualizar el amarillo.

El magenta, el cian y el amarillo son llamados pigmentos primarios. Los colores que resultan de mezclar pigmentos son diferentes de los colores que resultan de mezclar luces de colores. Cuando uno de estos tres pigmentos primarios se presenta en un objeto, éste absorbe un color primario de la luz y refleja los otros dos. La mayoría de los colores que se observan diariamente son combinaciones de dos o más colores.

La luz se refleja de forma diferente dependiendo del color o de la superficie. Esto resulta muy interesante a la hora de elegir los colores con los que fabricar la ropa, los autos, los techos y otros objetos de la vida cotidiana. A saber, si se utiliza ropa de un color que refleje lo suficiente la luz, no se tendrá tanto calor en verano, por el contrario si el color no refleja demasiado, se tendrá más calor.

Como ya se ha mencionado, el color es una cualidad de la luz, la misma es la que contiene todos los colores que se conocen. Sin embargo, ese concepto corresponde a la percepción sensorial, en este caso mediante el ojo humano, de un cierto rango de la energía que el Sol nos envía.

El ojo y la piel son sensibles al rango visible del espectro electromagnético. Por ende, son sensibles a ciertas temperaturas de los objetos. Estos, a causa de su temperatura, emiten energía. Ésta es la responsable de las sensaciones de frío o calor que el humano puede percibir y experimentar. (Álvarez, 2014)

Cuando un objeto emite por sí solo luz, significa que está a una temperatura que la piel, del ser humano pueden sentir desde cierta distancia, pero que el ojo humano ya no puede ver y resulta imposible de tocar, ya que haría daño.

Entonces, se puede afirmar que es muy distinto el color de la luz que emite un objeto, lo cual es proporcional a su temperatura superficial, que es reflejada por el objeto y que corresponde a su pigmentación. El color de un objeto iluminado por una luz blanca corresponde a aquellos colores de luz que llegan a nuestra vista.

Por tanto, si un objeto se ve de color blanco, significa que su pigmentación superficial es capaz de reflejar todos los colores de la luz, o sea, luz blanca. Esto provoca en el cerebro esa sensación de color blanco.

Por otra parte, la síntesis aditiva de color, que corresponde a las mezclas de colores de la luz, no tiene relación con la síntesis sustractiva, absorción, que se logra mezclando pinturas de color.

Otra de las características de la luz y color según los estudios físicos es que todas las luces mezcladas dan como resultado la luz blanca y todos los pigmentos mezclados dan como resultado el color negro. Por otra parte, si un objeto no refleja ningún color, la sensación que se percibe es de negro.

Una vez definido y explicado el color en función de las ondas electromagnéticas, se indagará acerca de la captación de la energía solar por parte de los objetos dando cuenta de porcentajes con respecto a la absorción y reflexión de la luz de los distintos colores.

### **3.2.1 Incidencia del color en los textiles**

Para tener datos exactos acerca de la incidencia de los colores, en este caso, en los textiles, se recurrió a la investigación realizada por La Fundación de Amparo a la Pesquisa en el Estado de Sao Paulo (FAPESP) en el año 2007. Ésta publicó un artículo en el diario *La Flecha*, titulado *Identifican los colores que pueden ayudar a ahorrar energía en los países tropicales*, donde se hace referencia a que entre un 90 a 98% el negro absorbe casi toda la radiación solar, es decir, no refleja ningún color. En la vida cotidiana, como se ha expresado anteriormente, se aprovecha esta propiedad cuando las personas optan por vestirse con indumentaria de colores oscuros en invierno; y en el verano, de color blanco, ya que refleja casi todas las longitudes de onda, entre un 15 y un 40%. Los demás colores están en porcentajes intermedios en proporción a su tono y brillo.

En síntesis, el color de una superficie da una buena indicación de la absorción de la radiación solar. La absorción mengua y la luz reflejada aumenta con la claridad del color.

Para la absorción y la reflexión de los rayos de onda larga, es decir, térmicos, tienen mayor importancia el estado de la superficie que el color. Independientemente del color, la reflexión de las superficies lisas y pulidas es muy superior que el de las rugosas.

Entonces, el color de una superficie influye en la capacidad de reflexión y de absorción de la radiación solar. El estado de la superficie, lisa o rugosa, influye en la capacidad de reflexión y absorción de la radiación del infrarrojo lejano.

En el caso del color negro, la luz que recibe es absorbida por el objeto pigmentado que se podría decir que atrapa la energía aumentando su cantidad de calor y, por consecuencia, su temperatura. El negro opaco es excesivamente usado en los captadores de energía solar, por ende, si llevamos este concepto a la indumentaria, un textil de color negro y superficie opaca será de gran eficacia en el invierno, pero sumamente perjudicial para las prendas de la colección en verano, ya que este proyecto no puede dejar de tener en cuenta el clima subtropical, húmedo y cálido de la provincia de Misiones.

No obstante, como en la realidad la pigmentación no es perfecta, solamente un porcentaje de la luz es reflejada o absorbida. Este porcentaje se conoce como *coeficiente de absorción* o *coeficiente de reflexión*, según el caso. Es decir, un coeficiente de absorción de 0,9 significa que 90 % de la luz que incide en un objeto será absorbida por el mismo.

La FAPESP, (2007) en su artículo publicado, daba a conocer estudios realizados para identificar los colores que pueden ayudar a ahorrar energía en los países tropicales. En dicho estudio, se evaluaron los 78 diferentes colores y tipos de tintas, como acrílicas, brillantes y opacas.

Según los informes que arrojó el estudio realizados por FAPESP, los colores que más absorben calor son los de tonalidad oscura, como el negro, que como se había

mencionado anteriormente, absorbe el 98% del calor que llega a la superficie. Luego le siguen el gris oscuro con un 90%, el verde oscuro con un 79%, el azul oscuro 77%, el amarillo oscuro, el marrón y rojo oscuro, 70%.

Por el contrario, los que menos calor absorbieron fueron el blanco en un 20%, el amarillo claro en 28%, el perla en 28%, el marfil en 28%, el desteñido en 30%, el blanco hielo en 33% y el azul claro en 3%. Este estudio resulta totalmente válido y aplicable a los colores en la indumentaria, serán tomados muy en cuenta a hora de seleccionar la paleta de color de los textiles y materiales a utilizar en la posterior colección.

Por otro lado, color según su tono y saturación. Según Lurie, (1994) el color es el signo que causa mayor impacto en las personas. Se ha descubierto que ver ciertos colores puede generar en el ser humano distintas sensaciones y maneras de percibirlos. Por ejemplo, los colores más vivos pueden dañar la vista y por el contrario, los más suaves y armoniosos pueden generar calma.

El color, está ligado a las distintas convenciones sociales de un determinado lugar, momento y época.

Éste análisis, sería una herramienta más a tener en cuenta en el momento de la creación y disposición de la paleta de color, instrumento que va a ser útil para una propuesta creativa donde el clima sea un factor importante a tener en cuenta y defina o sea parte del mensaje. Es decir que, en climas subtropicales y húmedos se deberían tener en cuenta los aspectos técnicos de los colores, empleando aquellos que absorban menos calor, es decir que reflejen más la luz. Asumiendo que los blancos, marfiles, amarillos claros, azules claros, mantecas son los colores que menos absorben el calor.



#### **Capítulo 4. Análisis metodológico de la situación actual de consumo y elección de las prendas de diseño de autor misionero**

En este capítulo, se consideró importante el planteo de llevar adelante un sondeo a las mujeres misioneras, para luego poder ahondar acerca de los factores que influyen en las decisiones que se deberían tener en cuenta para plantear una colección de indumentaria y cómo estas decisiones, muchas veces, no formarían parte de los planteos principales de los diseñadores de la provincia. Lo que llevaría a indagar acerca de los valores y bases de las instituciones misioneras que generarían y fomentarían nuevos profesionales de la moda.

Para la recolección de datos de los sondeos, el presente PG utilizó una muestra simple y cualitativa a través de internet. El sondeo realizado permitiría estimar cuáles serían los datos de interés de una parte de la población femenina posadeña misionera. Es decir, este sondeo de opiniones en campo se realizó mediante encuestas. Obteniendo una mirada concreta sobre la situación social de las mujeres posadeñas entre 25 a 35 años pertenecen a un estrato social medio–alto, se ha procesado la información para luego plasmarla en la colección de indumentaria de manera tal que pueda ser una posible solución a la problemática planteada en el presente PG. A través del sondeo se podría obtener información sobre los aspectos subjetivos de las personas, creencias, actitudes, opiniones, valores, conocimiento, consumos y gustos. Las entrevistas realizadas ahondaron sobre la situación actual del consumo y elección de prendas de diseño de autor por parte de las mujeres de la provincia y en especial las posadeñas. Lo que se pretendería es que los datos alcanzados le dieran soporte a la propuesta principal de este proyecto que es el desarrollo de una colección de indumentaria con identidad misionera para mujeres posadeñas que se encontrarían desatendidas en su singularidad. Ese diseño de autor, estaría enfocado a un cierto target, mujeres profesionales con un nivel socio económico medio alto, de 25 a 35 años.

Los datos resultantes de las entrevistas fundamentarían los próximos subcapítulos; donde se plantea que existiría una carencia del diseño de indumentaria en la provincia, y eso sería a causa de diferentes aspectos. Pero además sería sustento, para generar una propuesta de un futuro diseño que contemplaría las necesidades de las mujeres entrevistadas.

El sondeo se realizó a través de un sistema de encuestas *online* [www.e-encuesta.com](http://www.e-encuesta.com). la mencionada pagina web es una herramienta de recolección organizada y confiable, donde permite plantear encuestas par que las entrevistadas accederán a un link, donde encontrarán la encuesta y un vez concluida la enviarán completa haciendo solamente un click.

Las preguntas se plantearon a través de una serie de variables en base a la problemática ya mencionada. Los temas sobre los cuales se indagó en la encuesta son: la existencia de un diseño de identidad misionera; el consumo en cuanto al indumento de las mujeres de la provincia, sobre todo, posadeñas y cómo éstas manejan las consecuencias que produce la tierra típica de la región de color rojo debido al hierro presente en la misma, asimismo que hábitos y precauciones toman frente a este fenómeno.

El objetivo de las entrevistas sería averiguar si en este universo de mujeres se utilizan prendas de diseño de autor. Sabiendo esa respuesta principal se podría apreciar de dónde proviene y a dónde podría apuntar su consumo, cuáles serían sus inquietudes y gustos por los tejidos autóctonos. Además, indagar a cerca de como se manejarían en cuanto a la problemática de la topografía. El propósito fundamental del sondeo sería obtener respuestas esclarecedoras sobre cuáles son sus necesidades, consumos, hábitos, grado de satisfacción y que aspectos son fundamentales tener en cuenta para el diseño de la colección. Esta encuesta generaría datos que reflejarían vivencias cotidianas del grupo humano que interesa estudiar en este PG.

Una vez obtenidos los datos, se analizaron mediante gráficos de torta, de barra y de tabla, qué porcentajes predominarían entre las opciones planteadas, estaría lográndose

así la recolección de datos valiosos para trabajar en el proceso creativo y se podría brindar un producto altamente satisfactorio para las destinatarias de mismo.

En relación a los datos demográficos; para realizar las entrevistas se ha elegido el universo de las mujeres posadeñas de diferentes edades y profesiones. Las entrevistadas compartirían principalmente la característica de ser profesionales y necesitar prendas que se adapten a la demanda propia de la región si dejar de lado la elegancia el confort y el estilo casual de las prendas.

Las encuestadas se dedican a diferentes tareas, siendo algunas estudiantes, comerciantes, administrativas, docentes, y profesionales universitarias. A su vez todas las entrevistadas pertenecerían al mismo nivel social clase media y media-alta al cuál sería dirigida la colección de indumentaria.

#### **4.1 Estado del diseño de indumentaria en Misiones**

Los datos obtenidos de las entrevistas se hallan en el Cuerpo C del presente PG, volcados mediante gráfico de barras, de torta y de tabla.

Una de las preguntas más importantes de la entrevista, puesto que fundamenta el objetivo del PG fue: “¿Crees que hay un diseño de indumentaria con identidad misionera? que tenga en cuenta, el clima subtropical cálido y húmedo, la tierra colorada y la cultura de los tejidos autóctonos. El 81,23% de las mujeres entrevistadas contestaron que no creen que haya un diseño con identidad misionera, a diferencia del otro 18,77% que respondió que si cree.

En cuanto a la segunda pregunta: “¿Conoces marcas de diseñadores /as misioneras?”

De las 285 encuestadas, un 22,42% respondió que sí conoce, en cambio un 77,58% dijo que no.

Por otro lado, en cuanto al nivel de consumo de indumentaria de las entrevistadas, se realizaron varias preguntas, para analizar y evaluar de donde proviene el mayor consumo de ellas. Las preguntas realizadas fueron: “¿Consumes indumentaria de las diseñadoras

de la provincia?” Tan solo el 17,73% de las misioneras respondieron que sí. Otra pregunta fue: “¿Consumes prendas del país vecino Paraguay?” a la que un 62,12% respondió que consume prendas de Paraguay, en cambio, el restante 36,88% afirma que no. En cuanto a consumo, una de las preguntas con mayor importancia con respecto a la colección planteada fue: “¿Consume tejidos autóctonos como ser crochet, *ñandutí*, encaje *jú*, etcétera?” El 49,12% de las entrevistadas admiten haber utilizado prendas con tejidos autóctonos, por el contrario, un 50,88% dijo no consumirlas. Otra pregunta relacionada al consumo interroga sobre la posibilidad de utilizar prendas de la Capital Federal, más específicamente, de los barrios Once o Flores. El 72,70% de las mujeres entrevistadas respondió que sí utiliza prendas de Capital Federal, mientras el 27,30% restante de las entrevistadas respondió que no las consume.

La pregunta siguiente indagó acerca de si existiría la posibilidad de que consumieran indumentaria con identidad misionera, en caso de que en Misiones hubiera, es decir, indumentaria que represente culturalmente a la provincia y tenga en cuenta sus características como su suelo rojizo y el clima. El 93,99% de las mujeres respondieron que sí consumirían, y tan solo el 6,01% expresó que no.

También se interrogó acerca de las preferencias y características que buscaban en una prenda, comodidad y funcionalidad, con un estilo determinado, originales y con diseño, clásicas, entre otros aspectos. De las 285 encuestadas, 201 mujeres respondieron que buscaban prendas tanto cómodas como funcionales, y además 68 de ellas dijeron que también preferían indumentaria con estilo. Luego 82 posadeñas afirmaron que buscaban prendas originales y con diseño. Las prendas clásicas fueron elegidas por 83 mujeres y tan solo 27 de ellas prefieren otros tipos de cualidades en las prendas.

Es decir que estas mujeres buscan varias cualidades en una prenda. El requisito principal planteado fue el confort y la funcionalidad. En la actualidad, este tipo de prendas estarían ganando mercado, se podría observar que las tendencias cada vez más apuntan hacia

prendas con una estética abocada a lo deportivo y tejidos de punto que generan confort, por la caída, elasticidad y peso de la tela.

Por otra parte, podría decirse que estas mujeres también estarían en busca de prendas originales y con diseño sin dejar de lado los clásicos.

Otro interrogante ahondó sobre las tramas, pregunta acerca de si le dan valor a los tejidos nativos del lugar a saber, el crochet, el macramé, el *ñandutí*, el encaje *jú*, la cestería aborigen, etcétera. El 86,67% de las entrevistadas afirmaron que valoran los tejidos nativos, mientras el 13,33% de ellas advirtieron que no. Sin embargo, el 92,20% de ellas aseguró que si encontraran prendas que tuvieran los tejidos antes mencionados, pero de manera resignificada, hacia un producto actual y con estilo, estarían dispuestas a consumirla.

Otros de los temas planteados en la entrevista fue la satisfacción general con la indumentaria de la provincia. El 2,11% asegura estar totalmente satisfecho, pero el 52,98% revela que está satisfecho; en cambio, el 13,33% se encuentra insatisfecho y el 0,70% está totalmente insatisfecho. Estos dos últimos grupos dejaron sus comentarios acerca de su disconformidad y la respuestas fueron variadas. Por ende, resulta importante exponerlas y analizarlas, para obtener mayor información del público objetivo. Entre las respuestas hubo quienes hacían hincapié en la calidad de los productos. Explican que no habría relación en cuanto al precio calidad, manifestaban que hay prendas pocas accesibles por sus altos costos y que no tienen coherencia con el producto que se ofrece, por esta razón muchas veces optan por consumir prendas del país vecino Paraguay. Además postulan que existe una escasa oferta en cuanto a variedad de prendas y la mayoría confiesa no conocer marcas misioneras que trabajen con productos autóctonos o diseñadoras independientes. Con esto relevado, se puede deducir la falta comunicación del diseño independiente misionero.

En virtud de que una de las encuestadas afirma que las diseñadoras independientes, por prestar especial atención a las tendencias de la moda, terminan creando una prenda

análoga a la de otras marcas, entonces ocurre que escasean las prendas que se diferencien por su originalidad y exclusividad.

Otro de los puntos comentados se refiere a las prendas que se traen desde Buenos Aires, señalan que la mismas no cumplen con las funcionalidades que se necesitan para la provincia. En síntesis, opinan que no se aprovechan los recursos autóctonos que ofrecen Misiones y que las pocas prendas que se pueden encontrar con algún detalle de identidad de la provincia están dirigidas al turista con precios que exceden enormemente los márgenes de costos de producción. En resumidas cuentas, los tejidos autóctonos que se encuentran se presentan carentes de modernidad.

Como último y no menor asunto a mencionar es el tema del faltante de talles de indumentaria que tenga en cuenta y comprendan la anatomía de las misioneras, dicha anatomía tan particular es el resultante de la mezcla un crisol de razas con cuerpos sumamente diferentes. Dicho en otras palabras, a través del sondeo se obtuvo una posible hipótesis a ser planteada y nuevo problema a resolver, que en este proyecto no se desarrollará puntualmente, pero que algunas de las entrevistadas dejaron en claro.

En resumidas cuentas, hay un grupo de mujeres misioneras capitalinas que estarían desatendidas en su singularidad. Según el sondeo, estas mujeres estarían en busca de otro tipo de consumos en cuanto a la indumentaria que se puede encontrar en la capital misionera. Es decir, pantalones con otra curva de talles para mujeres con caderas pronunciadas, de diferentes estaturas, puesto que se encuentran anatomías muy diferentes desde altas y esbelta o grandotas, a mujeres de estaturas más bajas y voluptuosas. Lo ideal sería una propuesta que sea versátil y se adapte a ambas fisonomías.

Por otra parte, la siguiente pregunta de la entrevista, se trata de una pregunta abierta, en la cual las participantes podían dejar su opinión sobre la influencia de la tierra colorada en la compra de indumentaria o calzado, específicamente en el tema de los colores y materiales a elegir. Veintinueve entrevistadas señalaron que no tienen en cuenta la tierra

colorada a la hora de elegir una prenda o calzado. En su mayoría la respuesta fue que priorizaban estar cómodos, a gusto y con un producto de calidad. Es más, algunas de las entrevistadas afirmaban que le resultaba satisfactorio comprarse prendas o calzados blancos. El resto de las mujeres declaró que afirmativamente tienen en cuenta la tierra colorada a la hora de elegir un zapato o prenda, en especial los colores y materiales. Una de ellas comenta que considera importante adquirir prendas de telas frescas y de colores que no permitan que se note tanto la suciedad que genera el exceso de hierro en el sustrato presente en la región.

Otra de las preguntas centrales para el análisis de consumo del público objetivo, fue si una vez que la suciedad se hace presente en el calzado o las prendas, es fácil o no quitar la mancha de ellas. El 100% de las mujeres afirmó que es imposible o casi imposible quitar la mancha que ocasiona la tierra colorada en sus objetos. Hay entrevistadas que afirman con certeza que no se puede quitar. En cambio, otras cuentan que a veces se puede quitar la mancha, pero con mucho esfuerzo y quedando casi siempre las prendas quedan amarillentas o marcadas, por ese motivo la mayoría prefiere colores más bien oscuros.

En líneas generales a raíz de las entrevistas realizadas a las posibles consumidoras, se podría observar que las misioneras están dispuestas a aceptar y consumir la colección que se plantea en este PG.

Tanto los problemas observados a través de la investigación sobre la provincia de Misiones y su centro, Posadas, como las vivencias personales de la autora del presente proyecto son reales y comprobadas empíricamente. Teniendo en cuenta lo dicho precedentemente consideraría que se pueden enumerar tres problemáticas que afectarían a la provincia en cuanto al diseño de indumentaria. La primera problemática sería la falta de un diseño con marcada identidad propia, es decir, aquel que representaría a la población del lugar, teniendo en cuenta las necesidades en el tipo de

vestimenta que imponen las realidades del contexto geomorfológico, fitogeográfico y climatológico.

La segunda cuestión conflictiva que afectaría el desarrollo del diseño de indumentos, se vería reflejada en la idiosincrasia de la población de la provincia. Misiones, por ser una provincia, sufriría lo que otras en lo que a falta de federalismo nacional en la circulación de bienes culturales concierne, es decir estaría muy ligada al centralismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Como se observó en el sondeo anteriormente analizado, la población misionera, considera importante o más acorde a su economía, prendas, calzados y accesorios país vecino del Paraguay.

A raíz de los conflictos expuestos en el párrafo que antecede, este capítulo buscará centrarse en indagar en las propuestas de diseño de modas de la provincia de Misiones, afirmando la hipótesis sobre la inexistencia de un diseño de indumentaria en armonía con el contexto que se adecúe al concepto de prendas casuales y confortables, considerando fundamentalmente las cuestiones climáticas y características de suelo. Por este motivo y para finalizar, se propondrá un diseño con profunda y auténtica identidad de esta provincia.

#### **4.2 Carencia de un diseño de indumentaria misionero**

Misiones carece de un diseño de indumentaria que esté en armonía con el contexto, y cuando se habla de armonía con el contexto se refiere a todo lo que rodea a las mujeres de la capital misionera. Es decir, indumentaria cómoda y adaptada al calor, humedad, tipo de tierra y accesibilidad acorde a la usabilidad, nacida de la necesidad y código de uso, como también de la identidad del mismo entorno.

La identidad de un diseño nacería del contexto que lo envuelve, que lo hace propio, necesario y funcional. Por ende, a continuación se pretende dar cuenta de cómo influye el contexto tanto en los diseñadores como en las vivencias cotidianas de la población.



Un tema importante que considerar son las diferencias semánticas que arrojaron las comunicaciones personales con las diseñadoras de la provincia. Uno de los primeros conceptos que se pudieron observar fue lo que en las instituciones de moda de Capital Federal denominan “colección”. En Misiones no está institucionalizado el concepto, siendo lo más cercano a esto lo que se denominan “líneas”, que serían una serie de conjuntos de 5 a 15 prendas aproximadamente. Éstas son bastantes impersonales, puesto que presentan talles únicos, bastante amplios y adaptables a distintos cuerpos. Esta particularidad se debería a que Misiones está en pleno crecimiento con respecto al Diseño de Indumentaria y Textil, por lo que indican que se dificultaría solventar los presupuestos necesarios para el desarrollo de una colección y de la promoción de la misma. Por este motivo, las ferias serían la única forma de promoción en relación a la cantidad de producción de los diseñadores, quienes afirman que sueñan en el futuro, con un desfile propio.

Como se ha observado en el sondeo analizado en los subcapítulos anteriores, el público misionero estaría acostumbrado a consumir prendas de producción en serie de distintas marcas de la Capital Federal que, por lo general, son prendas más económicas y de diseño estándar.

Uno de los comunes denominadores que se pudo observar entre las entrevistas a varias diseñadoras misioneras fue su observación acerca de la escasa comprensión y el poco valor que le da el público misionero al diseño local. Según las mismas diseñadoras misioneras, esta falta de comprensión por parte del público radicaría posiblemente en la escasa información que manejan acerca de qué piezas de indumentaria se consideran un objeto de diseño, el porqué de su precio, el valor de la originalidad y la diferencia entre un diseñador y un modisto, confusión que se observaría a menudo. En otras palabras, podría inferirse que es necesario dar valor a lo propio del lugar a través de la comunicación de la existencia de diseñadores independientes y el nacimiento de nuevas marcas, inculcando así el valor de los diseñadores. Esto posiblemente generaría un

posicionamiento del diseño en general y, en este caso, del diseño de indumentaria en el mercado Misionero.

Otro de los temas no menores para comprender el contexto y las dificultades que presentan los diseñadores sería el déficit importante en proveeduría, acceso y distribución de textil. Afirman las entrevistadas que carecen de proveedores textiles y que lo más cercano para la obtención de materia prima es el país vecino Paraguay. Esto traería como consecuencia una variedad en los tejidos limitada a la adquisición de proveeduría escasa en Misiones y de lo que cada diseñador puede conseguir por medios propios en otros lugares. De esta manera, para sumar diseño y propuestas innovadoras en las prendas de la mayoría de los diseñadores, éstos realizan trabajos manuales como la pintura sobre tela para poder ser originales y diferenciarse.

Por otra parte, habría una relación importante con mantener vínculo con el legado cultural e identitario ancestral en el desarrollo de tejidos artesanales. Una de las diseñadoras que se dedican exclusivamente a estas tramas es parte del grupo de creadoras de la marca de autor Las Devoradoras, quienes intervienen las telas con tejidos autóctonos.

En síntesis, se pudo indagar y concluir que los trabajos y detalles manuales, son lo que diferencian a la mayoría de los diseñadores de la provincia.

Al hablar de Misiones y de las inquietudes sobre cómo se percibe y vive el diseño, se consultó con la diseñadora misionera Rosaura Silveira, autora de la marca Pasionaria, quien vive en la provincia y convive con la respuesta de la población frente al diseño de indumentaria. En la comunicación personal, Silveira decide exteriorizar su mirada a cerca de qué es el Diseño de Autor y explicaba que:

El Diseño de Autor es el diseño típico de Argentina, que consta de tres puntos importantes: lo primero es que en algún momento del proceso del diseño se potencia la originalidad; lo segundo es que tiene una intervención tecnológica y otra manual; y por último, que de manera consciente o inconsciente se diseña inspirado en el territorio o en la cultura en que se vive. (Rosaura Silveira, conversación personal, 6 de noviembre de 2013).

Cuenta esta diseñadora que ella está en constante crecimiento y búsqueda de la perfección a través de cursos que dicta el INTI Misiones y también mediante su propia experimentación. Fue valiosa la entrevista con Silveira, quien permitió indagar y observar cómo se vive y se piensa el diseño en la provincia.

Para concluir, se podría afirmar que Misiones está en etapa desarrollo, con posibilidades de crecimiento en el área del Diseño de Indumentaria y Textil, siendo un campo propicio para comenzar a desarrollar una marca de diseño y lanzar una colección. Por lo tanto, es de inferir que si se poseen buenos contactos, recursos económicos, gran creatividad y capacitación, se tendrían las herramientas necesarias para triunfar en el mercado misionero.

Otra de los temas en el que Silveira hizo hincapié en la entrevista fue el rol que juega la mirada de los demás sobre el gusto por el estilo, el diseño, lo diferencial. Se podría deducir que en la provincia, la mirada del otro tiene su peso, puesto que es un territorio medianamente pequeño y es habitual que se conozcan entre ellos los habitantes.

Al tener un poco público reacio al cambio y a lo nuevo, los diseñadores priorizan, para una mayor aceptación, la creación de prendas que sean cómodas y funcionales, mediante la búsqueda de textiles confortables.

Posadas, la capital, a diferencia del resto de la provincia, tiene un público mucho más consumista y dispuesto a vestir con diferentes propuestas y a adoptar nuevos hábitos de consumo.

A pesar de esto, sería necesario que el crecimiento del diseño vaya de la mano de la aceptación de lo nativo y despertando un nuevo movimiento de misioneros con identidad y orgullo de serlo. Se trataría de un cambio de mentalidad, trabajar la moda desde un costado sociológico contando como principal instrumento con la ayuda de los medios de difusión. Este cambio de subjetividad debería estar acompañado desde las políticas de Estado, quienes desde la educación faciliten, favorezcan y promuevan el amor por la propia tierra.

Tal como se ha expuesto en el subcapítulo anterior, hay varios diseñadores/as que se están desarrollando a través de una pequeña marca o línea. Sin embargo, en muy pocos casos contemplan el tema del clima tan característico y avasallante de la provincia.

Posiblemente, por carecer de los textiles adecuados para la zona. La variedad textil, que es muy escasa en la región, los obliga a trabajar de manera creativa, pero artesanal, siendo ésta la mayor dificultad para la producción en gran escala, afirman las diseñadoras en las conversaciones personales.

El clima es un tema que se bordea sin tomarlo como foco de atención. Lo mismo sucede con las cuestiones topográficas, geomorfológicas y fitogeográficas. Si se habla de la topología, ésta influiría directamente en el indumento y el calzado misionero. Según los datos obtenidos en las encuestas realizadas a las posadeñas, la tierra roja o colorada, como se la denomina comúnmente, provocaría que las prendas se laven a diario, ya que se impregnan con gran facilidad y muchas veces, dependiendo del textil, quedan manchadas sin posibilidad de quitarla.

La geomorfología es otra de las cuestiones a tener en cuenta, si se toma un mapa caligráfico o se observa una fotografía de los paisajes y caminos Misioneros se podría observar, que esta provincia tiene un paisaje con subidas, bajadas, curvas y contra curvas, caminos de tierra, empedrado y asfalto, en fin, un relieve de mesetas que dificulta su transitar.

En conclusión, según lo antedicho se podría afirmar que debido al clima subtropical cálido y húmedo, las personas que transitan sus calles sufrirían del calor y la transpiración. Esta humedad se debería a la exuberancia suma de plantas que tiene la provincia. Es decir, a la fitogeografía que cautiva y captura a las miles de especies faunísticas autóctonas y selváticas de la zona.

Estos ítems anteriormente explicados dan cuenta de lo necesario que es hacer foco en estos factores que cotidianamente afectan la vida de las mujeres misioneras para luego

tener en cuenta en la elección de los textiles, tejidos, colores y tipologías adecuadas a la región.

#### **4.2.1 Diseñadores de la provincia**

En este subcapítulo se pretende dar cuenta de las diseñadoras de la provincia y cómo trabajan sus colecciones, para ello fue preciso entrevistarlas.

Una de las diseñadoras que afirma estar comprometida y poner atención en el clima y la relación de éste con los textiles es Natalia Badie, diseñadora gráfica, una de las integrantes de la marca Las Déboras Guerreras del Tejido, quien cuenta que comenzó a mediados del 2009 con una amiga, Andrea Ibarra diseñadora de indumentaria. Comenta que la marca empezó como un juego, un desafío y también como consecuencia de la búsqueda de independencia económica. El nombre de la marca está ligado directamente a su eslogan y a los usuarios objetivo. La marca está pensada para mujeres que saben enfrentar los desafíos siendo guerreras de su vida con estilo y audacia. Además, está en relación con la leyenda que relata que Débora fue una juez de la época antes de Cristo, es decir, como una primera Juana de Arco, que encontró su lugar en un mundo difícil de hombres y supo ser honrada, leal y necesaria en cada batalla, porque Dios iba con ella. Su fe siempre pudo más que las circunstancias adversas del mundo en que vivía.

Antes de que Badie e Ibarra tomaran la decisión de registrar su marca, concurren a cursos de emprendedores, ferias, exposiciones, desfile y varios eventos más. Actualmente, se dedican a realizar indumentaria femenina con diferentes técnicas de tejidos y bordados, generando texturas únicas en prendas urbanas.

Realizan dos colecciones por año, siendo la de verano la más extensa debido a las temperaturas de la provincia. Además, aseguran que generan una complicidad con las clientas, quienes luego vuelven por prendas únicas para ocasiones especiales. Y es allí donde las diseñadoras las asesoran según su cuerpo o intención de uso.

Trabajan con personas externas a la empresa, que se dedican a bordar, tejer y coser. Afirman que no poseen empleados contratados, pero sí de una lista de excelentes colaboradores disponibles.

El target de Las Déboras Guerreras del Tejido es de clase media-alta. Mujeres de carácter fuerte que buscan diferenciarse y disfrutan de exponerse, pero también de estar cómodas y resaltar su silueta. Las diseñadoras creen que de alguna manera sus clientas, al ver y sentir el crochet, los bordados, el macramé y demás texturas, la relacionan con su juventud o niñez.

Textiles planos como el algodón y la gabardina forman parte de sus colecciones, además de distintos materiales como, por ejemplo, las lanas -naturales o teñidas de forma artesanal-, el fieltro, el crochet, el macramé y los telares. Tienen en cuenta que sus tejidos sean frescos, suaves y posean elasticidad. En el diseño tienen presente el clima y su público, por ejemplo, al ser mujeres de hasta 40 años, quieren detalles de mangas a pesar del calor. Las telas son claves y, por lo general, las consiguen en el país vecino Paraguay o en la provincia de Corrientes, donde hay buenos algodones lisos. Otro de los inconvenientes que afrontan son los costos de producción, puesto que el envío de telas desde los lugares anteriormente mencionados es más económico que pedir las telas desde Buenos Aires. Paraguay tiene más variedad de textiles que Corrientes, pero como estas diseñadoras utilizan géneros lisos que luego los trabajan de manera artesanal, lo adquieren en donde el precio sea más conveniente.

Las diseñadoras afirman que miran tendencias y hacen su interpretación propia, teniendo en cuenta a las clientas, sus edades y sus ganas de mostrar su cuerpo.

También dan cuenta que, en comparación con las provincias de Corrientes y Chaco, Misiones está un paso atrás en cuanto a hábitos de consumo, pero de a poco la gente va expresando su espíritu de individualidad o de ser únicos mediante el interés por conocer las marcas comprometidas con el diseño. Además, las favorece el apoyo que les brinda

la Secretaría de Cultura de la provincia que proporciona la posibilidad de visibilizar las diferentes marcas de diseño de indumentaria. (Comunicación personal, 28 de abril, 2014)

Otra de las diseñadoras de la provincia trabaja también con materiales naturales, sea esto de manera consciente o inconsciente, los cuales son aptos para el clima de la región. Se trata de la señora Miryam Millán, que afirma estar atravesada por sus raíces, al recordar a su abuela en el campo que esquilaba e hilaba, tejía telar, crochet, frivolité, bordaba y cosía. De esta manera, ella se formó viendo sus diseños de bordados calcados en papel manteca que aplicaba en manteles para la venta. Su devoción por el oficio de artesana, su capacidad de ver y transmitir la sensibilidad del mundo que la rodea se pueden observar en sus prendas que interactúan en perfecta armonía con la riqueza de su entorno. Millán comunica de manera fiel su contexto natural y cultural mediante un proceso creativo donde reinterpreta las imágenes del medio, especialmente del pueblo originario Mbya guaraní y las misiones jesuíticas, con quienes más se identifica.

Trasmite su mensaje a través de un lenguaje que se expresa en dos técnicas. Por un lado, la experimentación artística mediante la pintura a mano, representando a gran escala un arte figurativo de la abundante vegetación y fauna misionera, que lo mezcla con una sinopsis gráfica representativa de tejidos y guardas originarias, provocando prendas de formas simples, con una gran carga visual.

Los tejidos que utiliza son de fibras naturales, como sedas, lanas, algodones, cueros y pieles. Por otro lado, emplea el tejido en telar para la producción de accesorios y blanquería, con la mezcla de hilados rústicos de diverso diámetro y materiales no convencionales como la totora.

La paleta de Miryam Millán se impregna de su entorno, corresponde a la fauna y flora misionera junto con las guardas originarias de la cestería de los aborígenes. Por ende, su paleta de colores está compuesta por los verdes, marrones, negros, ocre amarillo, rojo cerámica (Acosta, 2013)

En contraposición con Las Déboras Guerreras del Tejido y de Myriam Millán, hay diseñadoras que no tienen muy en cuenta los textiles y su relación con el calor. A continuación, se mencionarán algunas de ellas exponiendo su forma de trabajar.

Alejandra Calzon, afirma que comenzó el 5 de mayo del 2012, cuando abrió las puertas de su atelier en departamento de Oberá. Allí empezó a trabajar con clientes que ya no eran sus amigos y/o familiares. Alejandra cuenta que se dedica al Diseño de Autor, pero dice que es difícil dedicarse a lo que la marca es intrínsecamente, ya que el Diseño de Autor aún no tiene adeptos en la ciudad. Razón por la cual realiza trabajos a pedidos, diseñando y confeccionando indumentaria personalizada en base a una lista de películas, libros, música, estaciones del año, colores, fisonomía y demás aspectos y gustos del usuario.

Afirma que su marca se identifica con textiles planos con intervenciones convencionales y no convencionales.

Su target son mujeres de 20 a 40 años con carácter y personalidades fuertes, independientes y rebeldes, pero no se enfoca exclusivamente en las mujeres misioneras.

Asegura Calzon logra un estado de inspiración mediante música clásica, instrumental y electrónica, que la transportan más allá de la realidad, con mucha energía. Ama las películas de fantasía o ciencia ficción. Busca imágenes reales, imaginarias o gráficas, olores y sonidos como disparadores. Mira tendencia, pero no las sigue.

Indirectamente la provincia la influye porque vive allí. El monte, los arroyos, los pájaros, las mariposas y sobre todo la diversidad cultural y religiosa existente en Oberá, por las inmigraciones que conviven con lo autóctono. Afirma que tiene tierra colorada en las venas, pero que además investiga mucho otras latitudes porque forman parte de sus conocimientos y vivencias. Cree que todo lo que se absorbe directa o indirectamente termina influyendo en los diseños (Comunicación personal, 26 de abril, 2014).

Maimo Romina, es otras de las diseñadoras que afirma no tener muy en cuenta los textiles con relación al clima.



Comenta que la marca es muy reciente y comenzó cuando fue dando los primeros pasos en la carrera de diseño. Empezó experimentando con los materiales, las molderías y fue buscando en cada prenda una historia y un estilo propio.

La marca se basa en el diseño de indumentaria femenina, para mujeres misioneras de aproximadamente de 21 a 50 años, con un nivel económico promedio.

Desarrolla dos líneas, una casual formal y otra de alta costura. Se inspira básicamente en lo vintage, la música, la pintura, la arquitectura y en el arte en general, influyendo de algún modo el ámbito donde vive.

Se identifica con textiles planos, pero actualmente está incursionando con textiles de punto.

Afirma Maimo, que observa e investiga tendencias y que está actualizada con respecto a la moda europea (Comunicación personal, 25 de abril, 2014).

También en la provincia propone sus diseños, Grecia Kibitz Técnica en Diseño de Indumentaria y Textil, quien es la responsable y diseñadora de la marca Grecia Diseño Independiente. Cuenta que comenzó en el año 2010 y asegura no tener muy en cuenta los textiles con respecto al clima, puesto que se dedica específicamente al diseño y confección de vestidos de fiestas como ser novias, madrinas, graduaciones, fiestas de quince años, cocteles y eventos en general.

Son diseños inspirados en la mujer actual, femenina, elegante y sensual. Narra que si bien para cada nuevo diseño busca un medio de inspiración, el producto terminado está apuntado a ese tipo de mujeres y confeccionado en base al tipo de silueta del cliente. Destacando las curvas de la mujer.

Sus diseños están influidos por la provincia, asegura que siempre trata de buscar, algunas herramientas, tanto de la cultura como de las costumbres y también de la naturaleza, su flora y fauna.

Usualmente, suele utilizar textiles planos como gasas, sedas, encajes, brocados y guipures.

Por otra parte, Grecia, también realiza asesoramiento a sus clientas en cuanto al peinado, maquillaje y accesorios dependiendo la ocasión.

En cuanto a sus usuarios, son mujeres estudiantes e independientes, de la provincia de Misiones, particularmente del departamento de Oberá, su ciudad de residencia. Son de clase media-alta y poseen entre 15 y 25 años. Pero afirma que muchas veces hay mujeres de más de 25 años que solicitan vestidos en especial de novia o de Coctel.

En palabras textuales de la entrevistada Grecia Kibitz, afirma que observa tendencias, tanto mundiales como nacionales. Le interesa estar informada sobre cuáles son las nuevas herramientas y técnicas usadas, tanto en géneros como en colores y formas. Para luego aplicarlas en algunos aspectos de sus productos.

De manera complementaria posee una línea de accesorios de Autor, que incluye aros, pulseras, hebillas y sobres, realizados con retazos reciclados. (Comunicación personal, 23 de abril, 2014).

También en Misiones se puede encontrar a la diseñadora Linda Marilyn Kachuka, técnica en Diseño de Indumentaria y Textil, descendiente de ucranianos, responsable de la marca de nombre ucraniano Veleca Suquenka, que tuvo sus inicios a partir de la organización de una feria, por parte de la diseñadora.

Asegura diseñar prendas únicas y cómodas. Una de las tipologías por la cual se destaca, son sus calzas, por estar adaptadas para mujeres de piernas largas y por el diseño de las texturas que posee.

Además de las calzas, también incursionó en el diseño de sacos de hilos y camisas con recortes, aplicaciones de texturas y estampados. Linda describe que realiza una mezcla de sastrería, chaquetas acompañadas de jeans.

Su usuario son mujeres urbanas de 20 a 30 años que busquen disfrutar de prendas cómodas de uso diario.

Trabaja con varios textiles, por lo general utiliza tejidos de punto porque le resulta más flexible y moldeable. Dice no tomar en cuenta particularidades misioneras como

inspiración, porque no tuvo una crianza regional, ya que en su familia conviven varias culturas.

Por otra parte, comenta que ve tendencias, pero no las aplica a sus diseños.

Cuenta que su público, por lo general, es misionero, pero que está incursionando en provincias como Santa Fe y Corrientes (Comunicación personal, 1 de mayo, 2014)

Otra de las diseñadoras y artesanas es la señora Mirta Pérez, quien habla en sus prendas de una tradición regional, se evidencia su unión con el entorno y se descubre una labor artesanal como valor diferencial.

Una de sus inspiraciones creativas corresponde a la naturaleza de El Dorado, Misiones, su lugar de residencia y trabajo. Generalmente, la diseñadora, para sustentar su lenguaje, selecciona los hilos, define las texturas, colores, formas y materiales para realizar sus diseños y luego tejerlos con su mano experta en telar María, telar Guaraní y telar de 4 cuadros, crochet y a dos agujas.

Sus piezas se destacan por su exploración compositiva, la aguda experiencia cromática, la delicadeza en el diseño y su confección con materias primas de gran calidad, de origen natural o industrial.

Pérez incorpora técnicas de bordados *ñandutí* y encaje *jú* para concretar detalles y terminaciones que terminan de completar su discurso conceptual (Acosta, 2013).

Las encuestas mencionadas anteriormente prueba que la mayoría de estas marcas y diseñadoras independientes se instalaron y comenzaron hace relativamente poco tiempo. Muchas de ellas todavía siguen mutando y en busca de reacomodar su estilo y la línea, casual, *pret a porter*, *demi couture*, *read to wear*, alta costura, entre otros a la cual se quieren dedicar. Por las descripciones que las mismas autoras realizan acerca de sus trabajos, puede observarse que aún hace falta una o varias marcas de indumentaria que se ocupen de la funcionalidad y confort que debería ofrecer las prendas para la mujer misionera.

Sin embargo, todas aseguran tener tierra colorada *en las venas*, es decir, que no pueden negar alguna influencia de la provincia en sus propuestas de diseño.

Concluyendo se podría afirmar que, a través el análisis de los relatos de las diseñadoras y las fotografías de sus diseños, se pudo apreciar que dos de ellas trabajan con tejidos autóctonos de la provincia. Según lo relatado anteriormente, podrían ser tomadas como futura competencia, aunque estas mujeres profesionales de la moda trabajen con una estética más artesanal, puesto que realizan esta labor desde un costado tradicional.

Por el contrario, el presente PG se plantea tomar solamente tres de estos tejidos autóctonos, el *ñandutí*, el encaje *jú* y el *chochet*. Se busca la re interpretación a través del planteo de diseños vanguardistas, es decir, que estén intervenidos a través técnicas textiles y mediante el diagrama de un nuevo diseño dentro del tejido en sí mismo, en tanto que, en el caso del *ñandutí*, se plantarán diseños donde no se empleen los típicos diseños fitomorfos haciendo alusión a la flor de guayabo, de maíz, de coco, de espiga de arroz, y también diseños zoomorfos como la uña de gato, costilla de pescado, termitero, mariposa y araña.

Este proyecto intentaría aportar modernidad a esos tejidos con tradición e historia, ampliando el público consumidor, por cuanto que ya no solo lo consumirían los usuarios típicos y tradicionales, sino que, al tener un *look* moderno, se conectaría con un rango de consumidores mucho más abarcado. Esto ayudaría a promover y difundir parte de la identidad, las raíces y el valor por lo propio de la Provincia de Misiones.

#### **4.3 Futuro diseño con identidad misionera**

Para generar un diseño con identidad misionera es necesario tener en cuenta varios aspectos. Lo más frecuente es que los diseñadores se sientan atraídos por las culturas de las regiones, en este caso, la de Posadas, Misiones. Pero se puede ir más allá de la cultura y lo ancestral para buscar una identidad, en un diseño que los represente, teniendo en cuenta el tiempo y el espacio.

Tomar el clima, la fitogeografía, la geomorfología y la topogeografía, como punto referencial de identidad, es otra variante válida, más aún en este caso donde el clima juega un rol muy importante, en el indumento y el quehacer de las mujeres misioneras. Dando cuenta que la personalidad de las regiones se perciben en el paisaje, el objetivo es descubrir los rasgos del entorno geográfico transformándolos en herramientas para el diseño de la colección de indumentaria.

Entonces, por un lado, se poseen los aspectos observados del entorno geográfico, de los cuales se tomaron a modo inspiración las características que remiten a la región. Además, al observar y analizar este entorno geográfico, se puede inferir que es necesario tenerlo en cuenta, puesto que influye en un cien por ciento en la vida de los habitantes de la provincia.

Por otro lado, las costumbres de las mujeres de Posadas, Misiones, son necesarias para comprender el quehacer de estas mujeres y así diseñar prendas que se adapten a las distintas ocasiones de uso.

El entorno geográfico afectará de dos maneras a la colección. Primero, dándole identidad misionera y, luego, como un factor que condiciona a la colección por sus aspectos, como ser el color de la tierra, la humedad, generada como consecuencia de la extensa fitogeografía. Aspectos que serían sumamente importantes. Por ende, los textiles serían una pieza importante en la creación de la colección. Por este motivo, se dedicó un capítulo exclusivo para analizarlos y buscar los mejores textiles y colores para arman una colección novedosa en cuanto a su diferencial con respecto a la re interpretación de los tejidos autóctonos, con identidad y conciencia del contexto y el clima.

Al mismo tiempo que se generaría una colección que tenga en cuenta tantos aspectos de la región y que posea una identidad propia, sería necesario trabajar para promover ciertas ideas en los consumos vinculados a la valorización de la identidad cultural. Como ya se había comentado en el subcapítulo anterior, las mujeres y la sociedad posadeña en general, tienen puesto el juicio de valor en que lo que viene de afuera del país o de la

capital federal, es lo último en cuanto a moda. También sería preciso recordar que la producción de indumentaria en la provincia es muy escasa.

Entonces, como esta población está acostumbrada a consumir productos en serie de baja o mediana calidad y a un bajo costo, es necesario comunicar a los usuarios, la importancia de consumir y apoyar el diseño de indumentaria en la provincia. Ésta medida sería necesaria para que el futuro público consumidor adquiriese el gusto por lo propio, por lo del lugar, construyendo un orgullo por el crecimiento de los profesionales de la zona. Esto se lograría con la ayuda de los medios de difusión que logran, muchas veces, instar ideas en su público.

Además, consumir los productos que se ofrecen en la zona no solo beneficiaría a la autora del PG, sino a sus colegas y emprendedores de distintos rubros que ofrecen otros productos.

Para saber si la colección cumplió el objetivo, es necesario tomar una prenda de la colección con identidad misionera y analizarla. Se deben poder identificar los elementos culturales que describan rasgos de manera consciente o inconsciente, en las prendas que estarán en contacto cotidiano con el hábitat geográfico, en donde la fauna, flora, hidrografía y geomorfología puedan actuar como referentes estéticos. Y pueden estar representados en formas, texturas, colores, materiales y tejidos autóctonos.

Misiones tiene una multiplicidad de escenarios naturales que dan lugar a infinitas posibilidades de inspiración y creación. Además de su historias, creencias e imaginarios que indagan en los orígenes, temporalidades, raíces étnicas, europeas y hermanos latinoamericanos de otras comunidades (Mon, 2013).

En resumen, sería necesario configurar el proceso de diseño y las estrategias viables para un producto con identidad propia. Es decir, las soluciones a las necesidades de confort y funcionalidad de las prendas con respecto a las costumbres, clima y relieve de la provincia por parte de las mujeres posadeñas, re interpretando los tejidos autóctonos mediante la intervención y combinación de procesos textiles. Se gestionará a través de

las herramientas de diseño y de los textiles. Además, se utilizará el patrimonio productivo y simbólico misionero, para re interpretararlo en colecciones de vestimentas casuales y urbanas. Las diferentes técnicas de tejido industrial y artesanal serian combinadas y podrían ser aplicadas a las tipologías elegidas. En algunos casos, permitirán la exploración de la morfología de los productos. También, se pretende experimentar con materiales no convencionales y diversos hilados.

## **Capítulo 5. Indumentaria en armonía con el contexto**

En este capítulo se creará lo que se llama, en diseño de indumentaria, panel de concepto o partido conceptual, en donde se expresan los temas de inspiración, es decir, se plasmarán en este caso, aquellos animales y plantas que representen una inspiración para la autora del PG, desencadenando luego en texturas, colores, tejidos, materiales, tipologías, detalles técnicos, morfologías. El proceso de composición es el paso más importante para la resolución de un problema visual. El resultado de la toma de decisiones en el proceso compositivo narrará el estado de ánimo que se quiere transmitir en la colección. En la confección del mensaje visual no solo intervienen los elementos ya mencionados sino que también se deben tener en cuenta los mecanismos perceptivos de los órganos del ser humano. (Dondis, 1985)

Otros de los temas que se pretende tratar en este capítulo, es el perfil de las usuarias o los potenciales clientes. Esto ayudará a centrarse y tener coherencia a la hora de la elección de los textiles, texturas, colores y estampados, además de buscar las líneas que más se adecúen al estilo de vida de los clientes en función de la utilización de los diseños.

Además, se pretende realizará un relevamiento de las tendencias, dando cuenta de las macro tendencias y micro tendencias, para luego conjugarlas y asociarlas con el tema de inspiración, estilo de vida y como van variando las tendencias de consumo del usuario.

En la actualidad, las tendencias de consumo van cambiando a pasos agigantados, gracias la instantaneidad de las redes sociales y el avance de las nuevas plataformas de tecnologías, todo podría conseguirse con tan solo un clic. Podría inferirse que los consumidores de este milenio buscan compartir experiencias, ya no quieren poseer cosas materiales, sino que necesitan sentir, vivir la experiencia tan solo por un momento. Tanto es así que se ha puesto de moda el alquiler de prendas y accesorios como carteras.



Entonces, sucede que las personas se van de viaje y de forma online alquilan guardarropas completo con los conjuntos para cada día.

Además, son consumidores que se cuestionan los valores de las empresas y se preguntan si realmente van a usar cada cosa que compran. Es, decir, que realizan consumos pensados y con conciencia.

Una vez planteado el partido conceptual, analizado a los usuarios, observado e indagado las tendencias, se pretende plantar el desglose de la colección utilizando las herramientas de diseño para concluir en un producto integral donde finalmente se logre la solución a la problemática planteada en la hipótesis. Este paso sería donde realmente nace la colección, puesto que sería aquí donde cada decisión que se tome determinarían el rumbo de la colección.

### **5.1 Desarrollo de la propuesta creativa**

Es preciso dejar en claro que, al iniciar un proceso de diseño, se comienza con una idea o un objeto que dispara el imaginario y finaliza al materializarse. Por ende, la idea que se propone materializar en este proyecto a través de la colección, nace a raíz de la observación del futuro consumidor y de los recursos y riquezas culturales que lo rodean.

Para llevar a cabo las ideas es necesario investigar, estudiar, indagar, planificar y tener un amplio panorama de los elementos con los que se cuenta, para luego llegar a concretar con éxito la idea planteada. Es por ello que en los capítulos anteriores se buscó indagar sobre varios aspectos que guardan relación con el usuario, el contexto cultural del mismo, sus consumos en cuanto a tejidos autóctonos, las ofertas del mercado y demás aspectos que suman a la hora de construir la colección.

El diseñador, mediante el análisis de temáticas o tendencias, manifiesta la idea o concepto que debería responder a la pregunta de qué se quiere comunicar. Esta idea

sería una primera instancia donde se la presenta a veces de manera abstracta y no grafica.

Por consiguiente, se busca comunicar por medio del proyecto la revalorización y re interpretación de 3 tejidos autóctonos de la provincia: el *ñandutí*, el encaje *Jú* y el *crochet*, generando un nuevo concepto en cuanto al código de uso de estos tejidos. Se reitera que esto se lograría a través de la actualización de los tejidos utilizando diseños modernos y combinándolos con otras materialidades y técnicas.

Por otra parte, continuando con el desarrollo del proceso creativo, la siguiente tarea sería establecer la toma de partido o partida conceptual. En este caso se explicita cuál es el concepto, es decir, que la pregunta aquí sería de qué forma y qué estrategias se utilizarán.

Luego, la toma de partido va tomando forma a través del panel de inspiración, *sketchbook*, *mood board* o cuadernos de ideas, donde se encuentran bocetos, texturas, imágenes abstractas o literales y se conforma una composición que tiene como objetivo contar la idea.

La fuente de inspiración puede ser una sola o varias, mientras más historias, bocetos, texturas, fotografías, décadas, vivencias, ideas, culturas, textos y demás temas de inspiración intervengan, más enriquecedor será el concepto y podrán disponerse de herramientas con distintas identidades que suman al desarrollo del proceso creativo.

En estos casos en donde el tema de inspiración es la naturaleza, la cultura autóctona guaraní, el clima de la región, los tejidos propios de la provincia y producto del entrecruzamiento de etnias, se crea una amplia posibilidad de combinatoria de elementos y temas a ser utilizados como musa. Más aun cuando la flora y la fauna de la provincia son tan diversas, bastas y se presentan con variedades de tonos verdosos, acompañado de una infinidad de distintas gamas pertenecientes a flores, aves, insectos, mamíferos, piedras preciosas y la tierra colorada con sus matices de colores producto del hierro que

la compone, además de todo el ecosistema que habita en las selvas y montes misioneros.

En fin, la inspiración se plantea desde el contexto del usuario, es decir, la provincia en general con su identidad cultural autóctona, su composición geográfica, climática, topológica y de su amplia fitogeografía. Para el armado del panel de inspiración se recurren al relevamiento de fotografías de su cultura natural geográfica, sus tejidos, y demás imágenes que generen sensaciones que ayuden a transmitir el concepto planteado.

## **5.2 Universo del Usuario**

El conocimiento y definición del usuario es uno de los aspectos importantes a tener en cuenta en la colección, ya que ayudará a tomar decisiones relevantes para el armado de la mini colección.

Para todo proceso creativo, es necesario tener en cuenta y analizar el segmento del mercado al que se pretende llegar. En otras palabras a través de este análisis, se puede recopilar información para conocer el usuario al que se apunta con la colección. Para ello, es adecuado hacerse unas cuantas preguntas necesarias para conocer a fondo al público consumidor, a saber: ¿cuál sería su género si es que lo tiene?, ¿a qué rango etario se dirige?, ¿a qué se dedican?, ¿cuáles son sus hábitos de consumo en cuanto a la moda?, ¿dónde viven?, ¿estudian?, ¿de qué trabajan?, ¿qué lugares frecuentan?, ¿cuáles son sus costumbres?, ¿y sus preferencias?, ¿cuánto le importa la tecnología?, ¿cuál es su relación con el medio ambiente?, ¿cuál es su nivel económico? y demás cuestiones que puedan sumar información relevante para conocer el usuario.

El segmento del mercado al que se apuntaría con este proyecto son las mujeres posadeñas misioneras, es decir residentes de la capital de la provincia que estudien o trabajen, mujeres cosmopolitas que disfruten de viajar, conocer otras culturas y costumbres, con un nivel socio económico medio-alto o alto, que sean profesionales o

estén concluyendo sus estudios universitarios y específicamente mujeres de 25 a 35 años de edad, mujeres amantes del mate y el tereré, bebida presente y arraigada en la cultura local, asimismo la típica, conocida y sagrada siesta es también aprovechada por la mujer que responde a este *target* para relajarse y descasar unas horas después del almuerzo. Esto es posible debido a los horarios que se manejan, en virtud de que la mayoría de las personas hacen una pausa a las 12 hs del medio día para ir a sus hogares a comer. Esta costumbre se debe principalmente al aumento de la temperatura en el horario de 12 a 16 horas. (Servicio Meteorológico Nacional, 2017)

Esta usuaria podría vivir tanto en barrios de casas bajas o en los edificios construidos en el centro, dado que muchas de ellas serían oriundas del interior de la provincia y tras llegar a la capital para estudiar se instalaron allí, donde aún permanecen.

Por otro lado, como se ha mostrado a través del sondeo en capítulos anteriores, las usuarias ponen mucho énfasis a la hora de elegir su guardarropas, porque la tierra colorada se hace presente de todos modos, tal es de esta manera que aunque utilice el transporte urbano en muy pocas ocasiones y se maneje en auto, la problemática de la presencia de hierro en el sustrato sigue siendo principal a la hora de la elección del indumento.

La usuaria prevista para esta colección disfruta de asistir a fiestas típicas de la provincia, donde suenan melodías de la región, se observan bailes y degustan las deliciosas variedades gastronómicas. A pesar de ser una mujer joven, aprecia la cultura del lugar. Se trata de una mujer que disfruta de hacer planes con amigas, por la noche saliendo algún restaurante, bar y/o cine o por la tarde yendo de compras, a la peluquería o disfrutando del río, el sol y la costanera. Una mujer amante de la naturaleza, el relax, los animales y del compartir tiempo con la familia. Además tiene un gusto especial por el arte y/o lo artesanal, es decir, que disfruta y valora desde una sofisticada obra de arte hasta la artesanía local. Le encanta pasar su tiempo libre tomando fotografías donde la naturaleza se convierte en una de sus musas de inspiración.

Esta usuaria es una persona que disfruta de cuidarse haciendo ejercicios diarios, manteniéndose en forma a través de comidas saludables, pero también, de vez en cuando, disfruta de los sabores típicos de la región.

Son mujeres que pueden estar en pareja o no, son independientes, responsables y seguras de sí mismas.

Buscan estar arregladas, vestir piezas únicas con materiales nobles y formas orgánicas con diseño, pero confortables, que le proporcionan singularidad, elegancia y personalidad desde una postura más relajada.

Esta profesional está constantemente a la vanguardia y capacitándose (ver figura 2 en anexo del cuerpo C).

En fin, se puede notar, que la usuaria de esta colección es una mujer moderna de la nueva generación, que vive en Posadas, Misiones, profesional que ha estudiado o se ha profesionalizado y experimenta el consumo de prendas que posea una calidad diferenciadora y exclusiva.

### **5.3 Relevamiento de las tendencias**

En este subcapítulo se plantea exponer las macro tendencias y micro tendencias para luego volcarlo al proceso creativo.

Sería preciso dejar en claro la diferencia entre macro tendencia y micro tendencia, pero antes se pretende definir brevemente la palabra tendencia. Dicha palabra puede definirse como propensión, inclinación o preferencia, a lo que se tiende. (Doria, 2012)

Las *macro tendencias* se determinarían a través de las observaciones y el análisis de distintas esferas de la realidad, de lo que está ocurriendo en las principales ciudades del mundo. Están afectadas por los eventos sociales, políticos, culturales y hablan de las grandes preocupaciones de la humanidad que los traduce en tecnología, ecología y poder. (Doria, 2012) Es decir, las macro tendencias estarían modeladas por una serie de

patrones a nivel global que permiten obtener conocimientos sobre futuros comportamientos que caracterizan a la sociedad, organizaciones e individuos orientados al diseño. Estos últimos necesitarían estar informados sobre las macro tendencias para prever aspectos fundamentales que se van a destacar en una temporada.

Uno de los aspectos importantes en el análisis de las tendencias sería llegar a determinar si es pasajera o si influirá intensamente en la cultura. Dicho de otro modo, si la sociedad se adaptará a las tendencias que surjan. Éstas indican cuáles serán las motivaciones de compra y qué productos o servicios serán los más aceptados por los consumidores.

Los productos y servicios que le proporcionen seguridad reduciendo las preocupaciones y el estrés, serán los más receptivos por parte de los consumidores.

Prado (1993) señala diez macro tendencias que se expondrán a continuación.

La primera de ellas llamada *el encapsulamiento*: las personas se encapsulan y refugian en sus hogares, en donde tratan de tener todas las cosas a su alcance, a saber, la tecnología. De esta manera encuentra protección, tranquilidad, privacidad y control.

La segunda de las macro tendencias es la que denomina *la fantasía de aventura*. Son prácticas de consumo fuera de lo habitual donde el cliente puede disfrutar desde la comodidad de su hogar sin arriesgarse a salir a la calle.

Las *pequeñas gratificaciones*, tercer caso, es una macro tendencia trata de darse lujos pequeños para obtener un momento de felicidad. No es necesario comprar algo costoso. Lo importante es la calidad y no un gasto excedido, ya que la satisfacción pasa por disfrutar y compartir los momentos.

Por otro lado, está el *individualismo*. Es la era de la diferenciación, por lo tanto, si hay en el mercado un producto, diseño o servicio que posea esta cualidad diferenciadora y exclusiva, tendrá ventajas competitivas. A causa de lo mencionado se podría decir que los productos artesanales están en auge, sin embargo tiempo atrás, cuando se comenzó la fabricación en serie, eran considerados toscos.

Por otra parte, se puede concluir que aquellos proveedores que ofrezcan a los consumidores productos cada vez más especiales y únicos triunfarán en el mercado, que se amplía cada vez más con nichos más pequeños.

Otra de las macro tendencias expuestas por Prado (1993) es la *liberación*, la cual plantea recuperar la confianza y vitalidad. Las personas cada vez más se disponen a seguir sus sueños, que muchas veces implica dejar todo lo que hace a su vida cotidiana, ir a otra parte, trabajar en lo que tanto se deseó, fijarse los propios términos y condiciones. Este proceso es difícil y se asumirían riesgos, pero la gran recompensa es la confianza en uno mismo.

Por otro lado, la *regresión* es la búsqueda de la eterna juventud. Cada vez menos personas quieren asumir su edad, las responsabilidades y preocupaciones que el ser adultos conlleva. Por ende, cada vez que pueden intentan sacar el niño que llevan dentro para poder disfrutar, reír y sentirse bien, sin preocupaciones.

Será necesario tener en cuenta que los productos deberán poseer algo que libere al niño interior, ese que compra guiado por los impulsos. Esta generación envejecerá con elegancia y se gastará lo inimaginable en intentarlo.

Otra de las macro tendencias que se encuentran es la *supervivencia*. Las personas que adoptan esta práctica buscan una vida mejor a través de la prevención de enfermedades, la vejez, la muerte, además consultan a expertos y siguen sus indicaciones. Es decir, que las enfermedades son el resultado de la elección de vida que se hacen.

Por otra parte, está el *consumidor vigilante*. Los consumidores comenzaron a comprar a la defensiva e investigando la calidad de los productos, en esta búsqueda encontraron proveedores y productos fraudulentos. Pues esto despertó su enojo. Pues ahora el punto del problema no radica en verificar la calidad del producto sino la ética. Es decir, que las empresas pueden cometer errores pero lo que le interesa al consumidor es cómo responde ésta a dicho error.

Otra de las ideas que expone la autora son *Las 99 vidas*. Esto quiere decir que las personas pretenden mantenerse jóvenes y saludables para realizar sus ambiciones, superar inseguridades y además salvar el planeta. Pretenden realizar muchos objetivos para muy poco tiempo.

Estas personas trabajan el doble de tiempo, ya sea para progresar o por motivos económicos. Otra de las cuestiones que sucede es la gran cantidad de padres solteros, lo que implica responsabilidades inesperadas y múltiples tareas. Además del avance de la tecnología, obliga a llevar una vida en donde todo transcurre rápidamente y no se llega a asimilarlo.

Al estar invadidos de tantos estímulos, los individuos buscan reducir, simplificar y actualizar la información que reciben e interesa. Afirman que la manera de hacer frente al stress es mediante la fantasía, la aventura, la liberación o pequeñas gratificaciones. En síntesis, lo que quieren es ahorrar tiempo, por tanto las empresas que lo logren serán las beneficiadas.

Y por último, *S.O.S -Salvemos al Organismo Social-*, es una tendencia a hacer el bien, a ayudar al prójimo. Cualquier esfuerzo que ayude a generar una responsabilidad social con respecto a la protección del ambiente, la educación y la ética. Se plantea que el cambio tiene que comenzar por la educación en los hogares, para luego pasar al ámbito empresarial y en toda la sociedad. Ahora la acción solamente individual no sirve ya que se necesita del respaldo del poder, es decir, empresarios honestos e interesados por generar un mundo mejor y con una mejor calidad de vida. Es decir, tiene valor el hombre ético por sobre el rico, atractivo o poderoso.

Un vez que están definidas las macro tendencias, sería necesario generar lo que se denomina en el área del diseño una bajada conceptual, práctica, es decir que se plantarían las *micro tendencia*, las cuales se observan, mediante el análisis de los desfiles de los diseñadores que se presentan en las pasarelas más importantes del mundo a saber, Milán, New York, Londres y París. La función de las micro tendencias es



interpretar esas macro tendencias plasmando esa información en conceptos claro que serían comunicados y se traducen en siluetas, tipologías, colores, materiales y detalles técnicos, estos están en constante en evolución temporada tras temporadas.

Dicho en otras palabras, a raíz del nacimiento de nuevos usuarios, se desarrollan micro tendencias que atiendan las necesidades de dicho usuario.

Por otro lado, además de los desfiles, se analizan también, las ventas, los *coolhunting*, las editoriales y publicidades, todos estos elementos se utilizarían para un resultado a corto plazo, es decir, una temporada de moda.

En el caso de los diseñadores de autor, la mayoría de las veces no les interesa tomar las macro tendencias y micro tendencias sino que siguen su estilo.

En este PG se decidió tener en cuenta las macro tendencia y micro tendencias para generar un producto moderno, pero con historia, identidad y tradición. Esta conjugación pretende crear resultados enriquecedores para el público objetivo.

Por lo tanto, se consideró importante y relevante aplicar a la colección la macro tendencia del individualismo. El mercado del diseño de indumentaria en Posadas está en sus inicios por ende, se considera que sería una buena oportunidad para ofrecer productos con una cualidad diferencial y exclusiva, que en este caso, sería el confort que brindan los textiles utilizados, puesto que están pensados para el clima y el contexto en donde viven y se desarrollan estas personas. Además del desarrollo cultural en cuanto a los tejidos autóctonos re interpretados en una prenda moderna con gran carga de identidad.

Lo que se busca es ofrecerle a la mujer capitalina un producto que la haga sentirse única, moderna sin dejar de lado sus orígenes, es decir, el objetivo sería sorprenderla con pequeños detalles de su entorno en una prenda moderna pensada para las vicisitudes de los quehaceres diarios.

Luego, estas macro tendencias se traducirán a micro tendencias mediante la elección de los materiales y las herramientas de diseño.

#### **5.4 Herramientas para el Diseño de colección**

En el subcapítulo 1.1 de este proyecto se ha indagado y explicitado la funcionalidad de cada una de las herramientas de diseño que se utilizarán para proyectar esta colección. Pues ahora, se definirá el tipo de silueta, línea y morfología que se empleará. Está claro que la inspiración de esta colección está abocada a la naturaleza de la provincia de Misiones en relación con sus habitantes mujeres jóvenes. En dicha inspiración las principales piezas que hacen a la composición son: las mariposas, elegidas por su fragilidad, su colorido y alas muchas veces translúcidas, seguido por pájaros, vegetación, hongos, musgo, tierra colorada, las famosas orquídeas con sus diferentes matices, el guambié con sus hojas asimétricas, las tacuaras con sus nudos que rayan su estructura larga, fina y lustrosa, las lianas que generan esos tejidos irregulares, las palmeras que con sus hojas dan formas a un calado irregular y las maderas de los troncos con sus grietas, nudos. Algunas de superficie lustrosas y otras corrugadas, las piedras preciosas con su misticismo, su geometría irregular y sus brillos naturales.

Esta serie de objetos en el panel de inspiración dan paso a definir una silueta lánguida, con movimiento, holgada, liviana, irregular, con una geometría asimétrica que ayude a representar la naturaleza misionera desde el punto de vista ya planteado anteriormente desde el inicio del trabajo.

En consecuencia, a la silueta se tomará la línea A y línea recta, que se identifican con el estilo de la autora y además se complementan con el tipo de silueta que se requiere para la colección, tanto para transmitir el mensaje, como para brindar el confort a las prendas con respecto al clima subtropical cálido y húmedo.

Por otro lado, la morfología elegida buscaría hacer referencia a las formas de aquellos elementos que integran la composición tomando sus formas y aplicándolo tanto a la moldería como al diseño de los tejidos, además emplearlos en estampas, calados, tejidos pliegues y recortes, generaría así una nueva textura mediante la combinación de colores y formas .

Con respecto a las tipologías que se emplearán en la colección, se utilizará la prenda típica del Paraguay llamada *Typóí*, ya mencionada más arriba, al igual que el Poncho *Paraí* que es a dos colores. Estas prendas, al igual que las que se mencionarán a continuación, servirán de base para realizar modificaciones y adaptarlas para transmitir el mensaje.

Para las zonas *top* -extremidades superiores- se utilizarán: Blusas largas, blusas con sisas tipo cascadas y top trapecio.

En cambio, en las zonas *bottom* -extremidades inferiores- se trabajará con: pantalón ancho, *leggings*, pantalón vaquero, mini pantalones, falda acampanada de vuelo *enevasé* y la falda campana. Además como primeras pieles se incluyó, el vestido recto y en línea A, en capas superpuestas y vestido largo.

Por otra parte como segunda piel, se escogió chaleco y capa corta. Sin embargo como tercera piel se seleccionó bléiser tres cuartos con distintos largos modulares, además del poncho ya mencionado.

Estas prendas fueron elegidas porque acompañan a la línea y silueta por su versatilidad en relación al clima de la región. (Ver figura en anexo del cuerpo C).

El panel de inspiración presenta una enorme riqueza, que lleva a la autora a inspirarse y traducirlas tanto en texturas visuales como táctiles, con las cuales se identifica.

Se tomarán los diseños de las alas de las mariposas, las orquídeas y las hojas como inspiración para la creación de estampas visuales. Además, se observará el diseño del plumaje de los pájaros para generar texturas táctiles como calados y tejidos.

El panel de inspiración se verá reflejado en el diseño e intervención de los tejidos autóctonos a resignificar, a través de técnicas textiles como aplicación de engomados, estampados manuales y abstractos. Además, tomaría la textura visual de estos tres tejidos tradicionales, encaje *jú*, crochet y *ñanduti* para re interpretarlos mediante un diseño actual.

Los textiles como el lino, algodón y la viscosa, en sus derivados sumarán su textura a la colección (ver figura en anexo del cuerpo C)

En cuanto a los colores seleccionados esta paleta estaría inspirada en la naturaleza y cultura misionera.

Para la elección de los colores de la colección se tomó en cuenta el análisis desarrollado en el capítulo tres del presente proyecto.

En primer lugar, cabe destacar que se utilizarán colores claros, ya que son los colores que según estudios realizados, menos absorben el calor y ayudarían a afrontar el clima cálido y húmedo de la región. Pero además se tendrá en cuenta la influencia de tierra colorada en las prendas, puesto que fue un tema analizado en capítulos anteriores.

En consecuencia a lo antes mencionado, se decidió utilizar una paleta cromática un tanto más saturada para las prendas bottom. Por lo tanto los colores que serán protagonistas en esta propuesta será el propio tono que tienen las fibras e hilos, combinados con algunos acentos de color inspirados en la naturaleza, además de trabajar con manchas y teñidos con tierra colorada que actuaría como tinte natural, siendo esta un punto en contra para las posadeñas se pretende usar a favor de la propuesta haciéndola parte.(ver figura en anexo del cuerpo C).

## **Conclusiones**

Cuando se planteó la propuesta de este PG, se trazaron objetivos que se concretaron a lo largo del desarrollo de cada uno de los capítulos con la finalidad de alcanzar el objetivo rector, o sea, crear un producto de diseño con identidad propia para un público misionero desatendido en su singularidad, mediante la re interpretación de tres de sus tejidos autóctonos en una propuesta moderna y urbana pero con historia e identidad.

Esta finalidad surgió del supuesto y posterior relevamiento de que la provincia de Misiones tenía pocos diseñadores o marcas que brindaran una indumentaria que tuviese en cuenta el clima de la región, su tierra colorada, las costumbres, creencias y hábitos del público que habita en Posadas, la capital misionera. Tanto el lugar de pertenencia, como el estilo de vida requieren de una colección de indumentaria que responda y se adecue a la situación y al contexto donde estas mujeres desarrollan sus tareas diariamente.

Por lo mencionado anteriormente, para abordar el objetivo general, se plantearon y desarrollaron lineamientos específicos que consistieron en indagar acerca de las características de la población misionera, su historia, inmigración, cultura, costumbres, hábitos de consumo y estética peculiar.

Otro capítulo se ocupó del tema de la descripción de las características de los diseñadores que emergen de esta provincia, para así poder comprender su manera de pensar y de elegir, haciendo visibles sus intereses, valores y prioridades. Esto es fundamental porque, si bien la sociedad capitalina es más elástica con respecto a la recepción de nuevas ideas y cambios de distinta índole, tienen una historia que deviene de una tradición y formas culturales rígidas que debió ser reconocida para poder comprenderla y reflejarla en la colección.

Posteriormente, fue preciso hacer un recorrido por la fitogeografía, climatología y geomorfología de esta provincia, para luego poder relevar los materiales textiles, tejidos y paletas de colores que brindaran una correcta funcionalidad y confort en las prendas pensadas para un público compuesto por las mujeres capitalinas de la región.

Para poder diseñar la colección y como factor de inspiración, se propuso hacer honor a la madre naturaleza. Se seleccionó la singularidad del suelo rojizo, la selva con sus variaciones de verdes en sus árboles, musgos y en contraste las flores del mburucuyá y la orquídea con sus tonos violetas. La paleta de color, las texturas y las formas inspiradas en los diseños de las alas de las mariposas, el plumaje de los pájaros con su variedad de tonos y estampas, tan etéreas y coloridas, que reflejan la vida variopinta de la fauna y flora misionera.

Por otra parte, a partir de la indagación de las carreras y cursos relacionados con la moda y formas del diseño, se contactó a diseñadores independientes de la provincia que están en pleno desarrollo. Mediante sus relatos se pudo inferir que se apoyan solo en algunos fragmentos de la realidad misionera, como ejemplo, el tema del clima de la región que se vio reflejado en el uso de determinado tipo de textiles. A diferencia de estos profesionales, a lo largo de este PG, ha sido posible tomar distancia y mirar al público usuario potencial desde una perspectiva más amplia, lo que llevó a comprender que, además de hacer énfasis en la elección de los textiles y el tema de inspiración basado en la naturaleza misionera, era necesaria la creación de *un diseño con identidad misionera*, o sea, un diseño que contemple todos los aspectos culturales del ser misionero. Fue este el nicho que se planteó tomar en cuenta en este PG y que se logró subsanar con la propuesta de colección.

Con respecto a los textiles, se llegó a la conclusión de que eran indispensables aquellos géneros que tuviesen un mayor porcentaje de fibras naturales y presentasen una consistencia liviana, vaporosa, volátil y de textura suave.

En el caso de los colores, se ha indagado exhaustivamente y se han considerado aquellos colores que poseían la capacidad de reflejar la luz, es decir, aquellos que no absorbían el calor por ser colores claros y más bien neutros, como el blanco, el hielo, el amarillo claro, el blanco marfil, el azul claro o el beige, conjugados con tonos más saturados para hacer frente al suelo particular de Misiones. Estos tonos se emplearon de

base para luego, plasmar el resto de los colores que, aunque no sean los específicamente recomendados para el calor, son los que esbozan la majestuosidad de la naturaleza misionera que da identidad, energía, alegría, ritmo y carácter a la colección, función que los convirtió en imprescindibles.

Además de tener en cuenta los textiles y los colores que ayudan a afrontar las altas temperaturas y humedad de la provincia, otro factor a considerar es aquel que viene de la mano de la cultura y los tejidos artesanales. Para ello, debió indagarse acerca de los tejidos heredados tanto de los pueblos aborígenes como de los inmigrantes que llegaron de Europa. También, debió tenerse en cuenta que Misiones presenta un sincretismo cultural muy particular, en el que se pueden observar desde tipologías básicas de los guaraníes hasta tejidos en telar desarrollados por paraguayos y brasileños, además de amplias variedades de tejidos, entrelazados y entramados con distintas fibras naturales y técnicas ancestrales.

La colección presentada en este Proyecto de Graduación podría considerarse como pionera en cubrir la necesidad de un segmento de mercado conformado por las mujeres posadeñas, ofreciéndoles un producto de diseño de indumentaria con identidad propia y en armonía con el contexto misionero.

De todas formas y para finalizar, no debe olvidarse que, dado que la cultura está en constante restructuración y crecimiento, este trabajo queda abierto a nuevas indagaciones y maneras de abordar dicho tema.

Además, este proyecto posiblemente servirá de ejemplo para que en un futuro, otros diseñadores se animen a indagar a fondo la cultura y contexto de una población para crear una identidad ya sean en indumentaria o en otros ámbitos del diseño.

## Lista de Referencias Bibliográficas

Acosta, A. (2013). *INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor*. San Martín: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

Álvarez, M. (2014). *El color y el calor*. Recuperado el 28/04/14 de: <http://www.cubasolar.cu/biblioteca/energia/Energia17/HTML/articulo08.htm>

Arias, C. (2010). *Significado, sensación y aplicación del color*. Chile: XLFNT

Bartolomé, L. (2010). *Nuevo comienzo*. Desandando el ADN de los misioneros. Posadas, Misiones: El territorio digital. Recuperado el 28/03/14 en: <http://www.territorioidigital.com/Nota2.aspx?c=1320847991520114>

Basculas balanzas, (2014). *Colorimetría*. Recuperado el 28/04/14 disponible en: <http://www.basculasbalanzas.com/instrumentos-de-medicion/colorimetria.html>

Barrios Peña, J. (1999). *Arte mestizo en América Latina*. Argentina. Ed. Fénix. 19. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Bertonatti, C. (2012). *Por esos Caminos de la Tierra Colorada*. Cosas Nuestras S.A (nº28). Recuperado el 05/09/13 en: [http://www.cardoncosasnuestras.com.ar/principal?seccion=revista-cosas\\_nuestras&numero=28](http://www.cardoncosasnuestras.com.ar/principal?seccion=revista-cosas_nuestras&numero=28)

Brandolini, A. (1989). *International Design Yearbook 5*. Abbeville Publishing Group. Citado en: Burdek, B. (1994) *Diseño. Historia y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gili.

Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas, (2010). *Resultados provisionales: cuadros y gráficos*. Disponible en: [http://www.censo2010.indec.gov.ar/preliminares/cuadro\\_misiones.asp](http://www.censo2010.indec.gov.ar/preliminares/cuadro_misiones.asp)

Colombino, C. (1999). *Oro y plata en el Paraguay*. Museo del Barro. Asunción. Ed. Arte Nuevo. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Da Costa Pereira, J. (1975). *Artesanato e Arte popular*. 1(3) Bahia - Brasil. Livraria Progresso Editora. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.



Daviña, L. (2010). *Una comunidad plurilingüe*. Desandando el ADN de los misioneros. Posadas, Misiones: El territorio digital. Disponible en: <http://www.territorioidigital.com/Nota2.aspx?c=1320847991520114>

Domínguez, V. (2014). *Entrelazando. Proyecto de graduación*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación

Dondis, D. (1985). *La sintaxis de la imagen*. Editorial Gustavo Gili S.A.

Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Buenos Aires, Argentina.

Ecu Red, (2014). *Tejidos a dos agujas*. Recuperado el 5 de mayo, 2014 en: [http://www.ecured.cu/index.php/Tejido\\_a\\_dos\\_agujas](http://www.ecured.cu/index.php/Tejido_a_dos_agujas)

Erlhoff, M. (1987) *La cultura corporativa y la cultura tribal*. Darmstadt. Burdek, B. (1994) *Diseño. Historia y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gili.

Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Faerm, S. (2010). *Moda curso de diseño*. Deleatur, S.L. y Parramón Ediciones, S.A.

Fogel, G. (1997). *Evolución y perfiles de la cultura paraguaya*. Editores En Paraguay, país de maravillas. Buenos Aires. Martínez Zayago. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Gálvez, L. (1995). *Vida cotidiana. Guaraníes y jesuitas*. Buenos Aires. Ed. sudamericana. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Hollen, N. (1993) *Introducción a los Textiles*. Grupo Noriega editor Méjico.

Identifican los colores que pueden ayudar a ahorrar energía en los países tropicales. (12 de noviembre, 2007). La Flecha [Diario de ciencia y tecnología en línea]. Disponible en: <http://laflecha.net/archivo/canales/ciencia/noticias/identifican-los-colores-que-pueden-ayudar-a-ahorrar-energia-en-los-paises-tropicales>

Innatia, (2014). *Origen del tejido a crochet*. Recuperado el 5 de mayo, 2014 en: <http://manualidades.innatia.com/c-puntos-de-ganchillo/a-historia-tejido-crochet.html>

Instituto provincial de estadísticas y censo (2010). *Gran atlas de Misiones*. (cap.7)  
Disponible en: <http://www.ipecmisiones.com/w1/>

Jenkyn Jones, S. (2002). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume.

Lafayette Sports (2014). Textiles de Alto Desempeño. Recuperado el 20 de abril, 2014  
en: <http://www.lafayettesports.com.co/nuestras-telas-es/>

Lipovetsky, G. (1990) *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama. Citado en: Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Buenos Aires, Argentina.

Lourie, A. (1994). *El Lenguaje de la moda*. Paidós Ibérica.

Misiones vive, (2013). *Los Inmigrantes*. Posadas Misiones. [1parrafo] Disponible en:  
[http://www.misionesvive.com.ar/historia\\_misiones.html](http://www.misionesvive.com.ar/historia_misiones.html)

Mon, L. (2013). *Diseño en Argentina: hacia la construcción de nuevos paradigmas*. (44). Buenos Aires: Argentina.

Mon, L. (2011). *Las cosas del que hacer*. Córdoba: Centro Cultural España-Córdoba. Poujade, R. (2010). *Regreso al Pasado*. Desandando el ADN de los misioneros. Posadas, Misiones: El territorio digital. Disponible en:  
<http://www.territorioidigital.com/Nota2.aspx?c=1320847991520114>

Neumaister, A. (1989). *La identidad cultural y el diseño: Conferencia IF6*. Burdek, B. (1994) *Diseño. Historia y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gili.

Palavecino, D. (1981). *Arte y Tejido en la Argentina*. Buenos Aires. Ministerio de Cultura y Educación. Citado en : Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Porrúa, M. (2014). Diseño con identidad local. *Cuaderno 47*. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación. Disponible en:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/459\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/459_libro.pdf)

Prado, L. (1993). *Lo que vendrá*. Editorial Granica.

QuimiNet, (2012). *El análisis del color: colorimetría y colorímetro*. Recuperado el 28/04/14 de:  
<http://www.quiminet.com/articulos/el-analisis-de-color-colorimetria-y-colorimetro-2704601.htm>

Red Textil Argentina, (2014). *Propiedades funcionales de las fibras textiles*. Recuperado el 25/04/2014 en: <http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/fibras/f-diseno>

Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.

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

Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Ciudad autónoma de Buenos Aires: Paidós.

Serrano, A. (1955). *Los pueblos y culturas indígenas del Litoral*. Santa Fe, Argentina. Ed. El Litoral. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Soares, D. (1987). *Rendas e rendeirias da Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis. Edições Fundação Catarinense de Cultura. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Tejidos al crochet, (2011). *Origen del tejido al crochet*. Recuperado el 5 de mayo, 2014 en: <http://tejidosalcrochet.wordpress.com/2011/06/27/31/>

Verón, V. (1989). *Paraguay. Informaciones generales y turísticas*. Asunción - Paraguay. Industrial Gráfica Comuneros. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Viajo por argentina, (2014). *Flora*. [10 párrafo] Disponible en: [http://www.viajoporargentina.com/misiones/flora\\_e.htm](http://www.viajoporargentina.com/misiones/flora_e.htm)

## Bibliografía

Acosta, A. (2013). *INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor*. San Martín: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

Álvarez, M. (2014). *El color y el calor*. Recuperado el 28/04/14 de: <http://www.cubasolar.cu/biblioteca/energia/Energia17/HTML/articulo08.htm>

Arias, C. (2010). *Significado, sensación y aplicación del color*. Chile: XLFNT

Bartolomé, L. (2010). *Nuevo comienzo*. Desandando el ADN de los misioneros. Posadas, Misiones: El territorio digital. Recuperado el 28/03/14 en: <http://www.territorioidigital.com/Nota2.aspx?c=1320847991520114>

Barrios Peña, J. (1999). *Arte mestizo en América Latina*. Argentina. Ed. Fénix. 19. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Basculas Balanzas, (2014). *Colorimetría*. Recuperado el 28/04/14 disponible en: <http://www.basculasbalanzas.com/instrumentos-de-medicion/colorimetria.html>

Bertonatti, C. (2012). *Por esos Caminos de la Tierra Colorada*. Cosas Nuestras S.A (nº28). Recuperado el 28/03/14 en: [http://www.cardoncosasnuestras.com.ar/principal?seccion=revista-cosas\\_nuestras&numero=28](http://www.cardoncosasnuestras.com.ar/principal?seccion=revista-cosas_nuestras&numero=28)

Brandolini, A. (1989). *International Design Yearbook 5*. Abbeville Publishing Group. Citado en: Burdek, B. (1994) *Diseño. Historia y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gili.

Clavijo, C. (2012). *Revaloración del tejido artesanal Wichi en la alta costura*. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/907.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/907.pdf)

Colombino, C. (1999). *Oro y plata en el Paraguay*. Museo del Barro. Asunción. Ed. Arte Nuevo. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina

Colzani, G. (2014). *Entramando: moda y diseño en Latinoamérica. Cuaderno 47*. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/459\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/459_libro.pdf)

Da Costa Pereira, J. (1975). *Artesanato e Arte popular*. 1(3) Bahia - Brasil. Livraria Progresso Editora. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Daviña, L. (2010). *Una comunidad plurilingüe*. Desandando el ADN de los misioneros. Posadas, Misiones: El territorio digital. Disponible en: <http://www.territorioidigital.com/Nota2.aspx?c=1320847991520114>

Dedier, N. (11 de septiembre de 2006). Pluralismo Social y Cultural, Crisol de Raza y Multiculturalismo en el Estudio de las Migraciones Masivas a la Argentina: Una Mirada Histórica Retrospectiva 1· Astrolabio [Revista en Línea] del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. Disponible en : <file:///C:/Users/Carolina/Desktop/tesis/Astrolabio%20%20Revista%20virtual%20%20C%20entro%20de%20Estudios%20Avanzados%20de%20la%20UNC%20%20N%20FAmero%204%20%20%20septiembre%202007%20%20%20ISSN%201668-7515.htm>

Dondis, D. (1985). *La sintaxis de la imagen*. Editorial Gustavo Gili S.A.

Dominguez, V. (2013). Entrelazando. *Proyecto de graduación*. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/3097.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3097.pdf)

Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 15 de mayo, 2014 en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/378\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/378_libro.pdf)

Ecu Red, (2014). *Tejidos a dos agujas*. Recuperado el 5 de mayo, 2014 en: [http://www.ecured.cu/index.php/Tejido\\_a\\_dos\\_agujas](http://www.ecured.cu/index.php/Tejido_a_dos_agujas)

Erlhoff, M. (1987) *La cultura corporativa y la cultura tribal*. Darmstadt. Burdek, B. (1994) *Diseño. Historia y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gili.

Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 24 de mayo, 2014 en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/16\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/16_libro.pdf)

Faerm, S. (2010). *Moda curso de diseño*. Deleatur, S.L. y Parramón Ediciones, S.A.

Fogel, G. (1997). *Evolución y perfiles de la cultura paraguaya*. Editores En Paraguay, país de maravillas. Buenos Aires. Martínez Zayago. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Gallero, M. y Krautstofi, E. (2010). *Proceso de poblamiento y migraciones en la Provincia de Misiones, Argentina (1881-1970)*. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-16942010000100013&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-16942010000100013&script=sci_arttext)

Gálvez, L. (1995). *Vida cotidiana. Guaraníes y jesuitas*. Buenos Aires. Ed. Sudamericana. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Hollen, N. (1993) *Introducción a los Textiles*. Grupo Noriega editor Méjico.

Identifican los colores que pueden ayudar a ahorrar energía en los países tropicales. (12 de noviembre, 2007). La Flecha [Diario de ciencia y tecnología en línea]. Disponible en: <http://laflecha.net/archivo/canales/ciencia/noticias/identifican-los-colores-que-pueden-ayudar-a-ahorrar-energia-en-los-paises-tropicales>

Innatia, (2014). *Origen del tejido a crochet*. Recuperado el 5 de mayo, 2014 en: <http://manualidades.innatia.com/c-puntos-de-ganchillo/a-historia-tejido-crochet.html>

Instituto provincial de estadísticas y censo (2010). *Gran atlas de Misiones*.(cap.7) Recuperado el 12/10/13 en: <http://www.ipecmisiones.com/w1/>

Instituto provincial de estadísticas y censo (2010). *Historia*. Gran atlas de Misiones. (cap.3) Disponible en: [http://www.ipecmisiones.com/GranAtlasMisiones/Gran\\_Atlas\\_de\\_MisionesCap\\_3\\_Historia.pdf](http://www.ipecmisiones.com/GranAtlasMisiones/Gran_Atlas_de_MisionesCap_3_Historia.pdf)

Jenkyn Jones, S. (2002). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume.

Lafayette Sports (2014). Textiles de Alto Desempeño. Recuperado el 20 de abril, 2014 en: <http://www.lafayettesports.com.co/nuestras-telas-es/>

Latre, A. (2011). *Diseñar desde la moldería*. Universidad de Palermo. Recuperado el 23 de mayo 2014 en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=187](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=187)

Lipovetsky, G. (1990) *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama. citado en: Doria, P.(2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Buenos Aires, Argentina.

Lee Baek, R. (2015). *Revalorización de la vestimenta paraguaya. Proyecto de graduación*. Facultad de diseño y comunicación,

Lourie, A. (1994). *El Lenguaje de la moda*. Paidós Ibérica.

Misiones vive, (2013). *Los Inmigrantes*. Posadas Misiones. [1párrafo] Disponible en: [http://www.misionesvive.com.ar/historia\\_misiones.html](http://www.misionesvive.com.ar/historia_misiones.html)

Mon, L. (2013). *Diseño en Argentina: hacia la construcción de nuevos paradigmas*. (44). Buenos Aires: Argentina.

Mon, L. (2011). *Las cosas del que hacer*. Córdoba: Centro Cultural España-Córdoba.

Municipalidad de Posadas. (2013). *Características población*. Disponible en: <file:///C:/Users/Carolina/Desktop/tesis/Caracter%EDsticas%20%20Municipalidad%20de%20la%20Ciudad%20de%20Posadas.htm>

Neumaister, A. (1989). *La identidad cultural y el diseño: Conferencia IF6*. Burdek, B. (1994) *Diseño. Historia y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gili.

Oyhanarte, A. (2015). *El valor de lo autóctono. Proyecto de graduación*. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación

País Población Inmigrante. (2013). disponible en: <file:///C:/Users/Carolina/Desktop/tesis/Argentina.htm>

Palavecino, D. (1981). *Arte y Tejido en la Argentina*. Buenos Aires. Ministerio de Cultura y Educación. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Poujade, R. (2010). *Regreso al Pasado*. Desandando el ADN de los misioneros.

Porrúa, M. (2014). Diseño con identidad local. *Cuaderno 47*. Buenos Aires. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/459\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/459_libro.pdf)

Posadas, Misiones: El territorio digital. Disponible en: <http://www.territorioidigital.com/Nota2.aspx?c=1320847991520114>

Prado, L. (1993). *Lo que vendrá*. Editorial Granica.

QuimiNet, (2012). *El análisis del color: colorimetría y colorímetro*. recuperado el 28/04/14 de: <http://www.quiminet.com/articulos/el-analisis-de-color-colorimetria-y-colorimetro-2704601.htm>

Red Textil Argentina, (2014). *Propiedades funcionales de las fibras textiles*. Recuperado el 25/04/2014 en: <http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/fibras/f-diseno>

Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.

Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.

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

Serrano, A. (1955). *Los pueblos y culturas indígenas del Litoral*. Santa Fe, Argentina. Ed. El Litoral. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Servicio Meteorológico Nacional, (2017). Disponible en: <http://www.smn.gov.ar/mostrar.php?var=./ozono/imagenes/region13.jpg>

Soares, D. (1987). *Rendas e rendeirias da Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis. Edições Fundação Catarinense de Cultura. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Tejidos al crochet, (2011). *Origen del tejido al crochet*. Recuperado el 5 de mayo, 2014 en: <http://tejidosalcrochet.wordpress.com/2011/06/27/31/>

Verón, V. (1989). *Paraguay. Informaciones generales y turísticas*. Asunción - Paraguay. Industrial Gráfica Comuneros. Citado en: Expósito, E. (2009). *El diseño en las artesanías textiles misioneras. Primera parte. Los textiles*. Buenos Aires, Argentina.

Viajo por argentina, (2014). *Flora*. [10 párrafos] Disponible en: [http://www.viajoporargentina.com/misiones/flora\\_e.htm](http://www.viajoporargentina.com/misiones/flora_e.htm)