

El nuevo mundo del textil

El diseño de autor como método de individualización

Cuerpo B

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Lilián Echeverría
- ▶ Cuerpo B
- ▶ Fecha de presentación | 12-12-2017
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño Textil e Indumentaria
- ▶ Categoría | Investigación
- ▶ Línea Temática | Historia y tendencias

Índice

| | |
|---|------------|
| Introducción | 3 |
| Capítulo 1. Las tendencias y los textiles | 12 |
| 1.1. Convivencia entre el diseño y las tendencias | 12 |
| 1.2. Apertura a los nuevos diseñadores | 14 |
| 1.3. Los nuevos diseñadores apoyan la idea de individualización | 16 |
| 1.4. Las tendencias asociadas a los textiles | 17 |
| 1.5. El rol del diseñador asociado a la creación de nuevos textiles | 21 |
| Capítulo 2. Estilo, técnicas, creación y desarrollo de textiles experimentales | 24 |
| 2.1. Avances en las nuevas materialidades..... | 24 |
| 2.2. Técnicas estéticas vinculadas al textil experimental | 28 |
| 2.3. Creación, confección y procesos innovadores..... | 31 |
| 2.4. La tecnología involucrada en los textiles | 33 |
| 2.5. Fundamentos básicos del diseño de moda y textil..... | 36 |
| Capítulo 3. Los textiles más allá del alta costura | 43 |
| 3.1. El arte en nuevos aspectos del diseño | 43 |
| 3.2. El diseño de autor a nivel mundial | 46 |
| 3.3. Fuente de Inspiración, ¿exclusividad o copia? | 51 |
| 3.4. Creación y demanda de prendas relacionadas con los nuevos usuarios | 53 |
| 3.5. Asociación del textil y el diseño de autor | 56 |
| Capítulo 4. Análisis de diseñadores, distintos procesos creativos | 60 |
| 4.1. Martin Churba, diseñador emergente argentino..... | 60 |
| 4.2. Iris Van Herpen, la tecnología como herramienta | 67 |
| 4.3. Emilio Pucci, marca de estampado por excelencia | 73 |
| 4.4. Nikoline Liv Andersen, material no convencional..... | 76 |
| 4.5. Mary Katrantzou, los estampados y textiles táctiles..... | 79 |
| Capítulo 5. Los textiles como una nueva herramienta para el diseño de autor | 85 |
| 5.1. Los diseñadores emergentes respaldan el arte en la moda..... | 85 |
| 5.2. Gustos e influencias adquiridos por los medios de comunicación..... | 90 |
| 5.3. Influencia de los nuevos usuarios en la construcción del diseño | 94 |
| 5.4. Los textiles como un aporte a la individualización | 98 |
| Conclusiones | 103 |
| Lista de referencias bibliográficas | 108 |
| Bibliografía | 112 |

Introducción

En los últimos años se observa mayor interés en la modificación de las características técnicas y estéticas en los textiles; debido a este aumento, diversos diseñadores, marcas y organizaciones relacionados con la innovación textil desarrollan nuevas materialidades y procesos innovadores. Este avance en la indumentaria genera nuevas expectativas en el consumidor las cuales están relacionadas con las necesidades de identidad e individualización, incluso se revalorizan las ideas de *ecofriendly*, confort y bienestar individual. En el presente proyecto de graduación, bajo el título *El nuevo mundo del textil*, se analizan colecciones y prendas de diseñadores contemporáneos que trabajan la experimentación textil y la innovación tecnológica como un nuevo método de diferenciación en el mercado de la moda. A partir de esto, se pretende aportar la relación entre la identidad, distinción, cultura, arte y el rol social del usuario.

El proyecto nace debido al cuestionamiento de cómo las colecciones de diseño de autor exponen la creatividad y originalidad de diseñadores contemporáneos, por medio del cual se vincula nuevo tipo de individualización que se relaciona a la creación de sensaciones. Esta pregunta surge de problemas que se presentan a cualquier diseñador, como es la originalidad del concepto o idea rectora, la recopilación de datos o fuentes de inspiración que fomenten dicha idea, la utilización adecuada del textil, la falta de conocimiento y disponibilidad de diversas técnicas de confección e inclusive la finalidad de la prenda como objeto de consumo. Actualmente, el diseño de autor se relaciona directa o indirectamente con conceptos como el nuevo lujo, la evolución tecnológica, la conciencia ambiental, la experimentación con lo sensorial y la transformación de los procesos que se utilizan en la indumentaria en la indumentaria. De esta manera se plantea la pregunta problema: ¿por qué el diseño de autor emplea la intervención textil como una técnica para satisfacer las necesidades de distinción, placer y bienestar del usuario sin dejar las cualidades de creatividad y funcionalidad de la prenda?. Si bien este proyecto se plantea como una reflexión sobre un método de diferenciación a través de la manipulación textil,

también se comunica a los nuevos diseñadores sobre la posibilidad de crear prendas creativas e insertarlas en el mercado actual. Asimismo, aporta información técnica y estética sobre los nuevos textiles y como la nanotecnología, los procesos químicos, biológicos y otros métodos se relacionan con la fabricación de los mismos.

Como se mencionó, las colecciones o prendas de diseñadores para analizar, deben estar fuertemente relacionadas con la intervención o transformación textil; las colecciones o prendas que se analizan serán de las últimas temporadas creadas por cada marca o diseñador. Estos diseñadores serán: Martin Churba, Iris Van Herpen, Emilio Pucci, Nikoline Liv Andersen y Mary Katrantzou. Si bien estos diseñadores son reconocidos en el ámbito de la moda debido a las prendas que elaboran, crean en sus consumidores distintas percepciones sobre la identidad de una marca. Donde se enfatiza los cambios de personalización del usuario en la actualidad, en la cual se busca crear, desarrollar y transmitir la identidad de cada persona. Este análisis se regirá por medio de técnicas sugeridas por los autores Richard Sorger y Jenny Udale (2007) donde se plantean descripciones y breves análisis de las áreas que conforman el diseño de moda, además de incluir conocimiento en la creación de tendencias y ventas. Es así como se establecerá parámetros sobre los aspectos técnicos y estilísticos que se asocian al diseño de indumentaria y área textil.

El objetivo general de este proyecto de grado es reflexionar por qué el empleo de textiles experimentales o innovadores son en la actualidad una técnica utilizada por el diseño de autor, de manera que se genere la idea de originalidad e individualización en el nuevo tipo de usuario o consumidor de moda. A partir de lo anterior, se plantea varios objetivos específicos, que ayudarán a la recolección de información, al análisis de diseñadores y el desenlaces del proyecto. Uno de estos será: identificar las causas y conflictos que se puede presentar a los diseñadores a la hora de crear y fabricar algún tipo de textil experimental o innovador. Como se sabe, hoy en día existen marcas, o inclusive solo diseñadores, que trabajan rubros como *pret-a-porter*, *casualwear*, *underwear*, *ready to*

work, además de *haute-couture*, entre otros. Cada uno de estos rubros tienen sus características respectivas y lo que se plantea es comprobar el vínculo de los nuevos textiles a la identidad o imagen que usa cada diseñador en el análisis de casos, sin afectar al rubro al cual pertenecen.

Por medio de este proyecto de graduación se busca establecer parámetros o una guía a los nuevos diseñadores, en donde se dará a conocer el uso y adecuación de las tendencias, con productos de forma seriada pero poco convencionales, apoyando al diseño de autor. Se pretende aportar información en cuanto a materialidad utilizada, manufacturación, proceso de creación, medio de comunicación y productos en donde se distinguen dichos textiles. De esto, se obtiene como resultado, un producto de consumo masivo, el cual busca satisfacer las necesidades y gustos del usuario al que se dirigen y la personalización del mismo. Se tiene la intención de observar las consecuencias que se generan en los nuevos profesionales sobre la incorrecta adecuación del diseño o estilo de una marca dentro del mercado. Se toma en cuenta diferentes aspectos de la sociedad como son los ideológicos, históricos, económicos y sociológicos. De esta manera se demostrará que el diseño de autor se puede plantear desde diferentes perspectivas pero con un fin similar que es crear un producto diferenciador e individual para la marca o para el usuario.

Este trabajo está contenido en la categoría de Investigación y dentro de la línea temática de Historia y tendencias, debido a que dicho proyecto es un análisis y reflexión sobre porque los diseñadores de autor adaptan los textiles experimentales, la cual se adopta como una tendencia ligada a la individualización y estilo de vida del usuario. Además se dará a conocer la evolución de los textiles y como se vinculan con el diseño de autor, la conciencia ambiental, la idea del nuevo lujo, la evolución tecnológica, química, procedimental y artística. Sin olvidar los cambios relevantes que se ha provocado en la innovación textil debido a conceptos moralistas o por avances en otras áreas de investigación.

Para este trabajo, se estudian los proyectos de graduación de estudiantes de la Universidad de Palermo, relacionados con los temas de tendencia, diseño de autor, innovación y textiles. Entre ellos se encuentra el proyecto de Dante Boni (2011) *Tendencias: viaje de producto y armado de colección*, en el que abarca los conceptos relacionados con tendencias, además de tener un enfoque en la creación del producto singular hasta el armado de una colección. Se debe considerar que este aporta conocimientos acerca del funcionamiento de las tendencias y del armado de una colección. También se recurre al trabajo de Kathya Mertens (2015) *Revolución diseño*, el cual estudia la intervención textil por un medio tecnológico y analiza como esto puede generar un producto con valor agregado. Igualmente, explica el concepto de diseño emergente y una lista de materiales utilizados por este rubro. Dicho proyecto es una reflexión acerca de la influencia de la tecnología en el campo de la moda y sobre los procesos de intervención textil.

El proyecto de Sofía Taboada (2011) *Diseño de autor*, estudia e investiga el diseño de autor en la Argentina. De esta manera crea un manual de inserción para los nuevos diseñadores, en el cual se observa los componentes del diseño, espacios de venta y tendencias, entre otras cosas. A diferencia del proyecto de Natalia Audisio (2011) *Diseño con identidad de autor*, que hace énfasis en plasmar la identidad de autor en medios, imágenes, técnicas, propuestas, etc., donde su objetivo es desarrollar una expresando una identidad única a través de las prendas. Se utilizan dichos trabajos para examinar las diferencias de perspectivas del diseño de autor y el producto seriado, además de la asociación con las tendencias e identidad de las marcas. El proyecto de Ailin Elyeche (2015) *La identidad viste a la moda*, demuestra como el diseño de autor se ajusta a las tendencias internacionales exigidas por el mercado de la moda. Se presenta un análisis de los cambios del sistema de la moda hasta donde la exclusividad desplaza a la indumentaria masiva. Por medio de este proyecto se comprenderá como las tendencias influyen en el diseño de autor, observando la necesidad impuesta por el consumidor y la

sociedad.

María de los Ángeles Kees (2012) con su proyecto de graduación *El textil como soporte de expresión*, trata el uso de la estampación como medio de expresión, en donde el tejido puede ser utilizado como materia prima o como un recurso de diseño para la elaboración de prendas. Este trabajo aporta con información acerca de la utilización de diferentes técnicas para intervenir el textil, señalando las características de cada una y el método de aplicación. También se utilizará como fuente de información el trabajo de Sofía Marré (2012) *La propiedad intelectual y el diseño de indumentaria de autor*. Y el documento realizado por la profesora Patricia Doria (2012) *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. También se incluirá como referencia el trabajo de Sofía Araya (2013) *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Este último propone un proyecto de creación y expresión, en donde involucra el análisis de lo que es la innovación en textiles y texturas, las técnicas de creación y aplicación de los mismos. Este trabajo contribuirá para el análisis de los diseñadores ya que propone una futura colección, en donde se involucra la experimentación con los textiles.

A diferencia del libro de Amanda Briggs (2013) *Diseño de estampados textiles*, donde explica los fundamentos del diseño, los tipos de influencias que hay dentro del ámbito de la moda y la creación de un producto final. Este incluye algunos tipos de materiales y procesos de fabricación utilizados en la estampación. Dentro del análisis que se desea plantear se incluirán las técnicas utilizadas por los diseñadores en la creación y fabricación de textiles experimentales, detallando los materiales utilizados y procesos de manufacturación que se encuentren involucrados. Se utilizará el libro de Macarena San Martín (2010) *Futuro de la moda* para un acercamiento sobre el uso de las nuevas tecnologías en la creación de dichos textiles, observando sus ventajas y desventajas acerca de los mecanismos de producción actuales.

A partir de los planteamientos obtenidos en los primeros capítulos, se podrá continuar analizando los casos de los diseñadores y el producto que lanzan al mercado, tomando

como referencia su público, la fuente de inspiración y varios aspectos sobre los principios básicos del diseño. Para esto se utilizara varios libros como el *Diseño de estampados textiles y fundamentos del diseño*, que plantea desde donde parte el diseñador para la creación total de la colección y cuales podrían ser usados como medios de inspiración e influyentes para la misma.

En el proyecto de graduación de Camila Maupas (2012) *El sistema de la moda en Buenos Aires*, examina las nuevas formas de expresión creativa que aporten a la renovación del sistema de la moda, incluye una explicación de los procesos de creación existentes y más utilizados por los diseñadores. Dentro del trabajo se menciona el origen del diseño de autor en Buenos Aires, y como este aporta a la diversidad de la moda, promoviendo los diferentes estilos en indumentaria. Este trabajo reúne los distintos tipos de estilos que se pueden ver presentados en los cinco diseñadores ha analizar.

En relación al marco teórico los textiles experimentales se definen según Susana Saulquin (2014) como materiales inteligentes o nuevos materiales, que son manipulados en su estructura interna pero a través de ellos se puede crear una prenda funcional. Conjuntamente dichos textiles tienen la capacidad de desarrollar funciones en respuesta a la información del medio externo, adaptándose a este. Otro de los términos que se planteará dentro del proyecto será el diseño de autor el cual es la creación de un producto con estilo y creatividad para satisfacer las necesidades del consumidor, dejando a un lado las tendencias que se imponen en el mercado, buscando la identidad del usuario. Si bien, el término anteriormente mencionado no tiene un vinculo con las tendencias, este es parte de una de ellas. Hay que recalcar que las tendencias son los temas más tratados en el mundo de la moda, puede llegar a influir y cambiar los paradigmas estéticos y técnicos desarrollados por los diseñadores. Estos aspectos pueden ser trascendentales para la creación del textil, en cuanto a color, materialidad, funcionalidad o inclusive desde sus raíces como es el concepto y tema abordado por el diseñador o la marca, hasta el proceso de confección.

Se debe entender que la moda parte como imitación de un modelo proporcionado, el cual satisface las necesidades individuales de cada sujeto, sin llegar a desplazarlo de la relación social con su entorno. De igual forma se debe recalcar que existen otros tipos de necesidades que buscan complacer la individualización, diferenciación y aspectos asociados a los sentidos y la emoción de los individuos. Uno de los métodos para crear un producto diferenciado es la innovación textil, a partir del siglo diecinueve las modificaciones químicas en el textil lograron crear nuevas fibras, colorantes sintéticos y terminaciones en tejidos. En el siglo veinte, los textiles se vincularon a la electrónica y la mecánica relacionado con el proceso de manufacturación. Tras esta época, el mejoramiento de los textiles se forma por la nanotecnología, las ciencias de la información y la biología molecular. De esta manera se vinculan los dos términos, logrando dar inicio a una nueva etapa en el diseño, en donde lo que importa es la creación de un producto que vele por las condiciones individuales y de autoestima del usuario o público en general.

El desarrollo del presente proyecto de graduación se verá enmarcado en cinco capítulos. En el primer capítulo, se establecerá el rol que cumplen las tendencias en la actualidad y su relación con los textiles. Asimismo, se debe situar en la realidad actual de los diseñadores, es decir, que las tendencias se involucran e influyen dentro de la industria de la moda, siendo uno de los puntos determinados para la creación de las colecciones. Por ende, este capítulo se analizará e identificará la creación de las tendencias y como estas afectan al desarrollo creativo de los diseñadores y al consumo masivo e individual de las personas. Si bien todos los sectores del diseño y la fabricación textil están dentro del sistema de la moda, esta puede ejercer grandes cambios, en cuando a la creación del producto, los textiles a utilizar, la paleta de color, estampados y estilos desarrollados, teniendo en cuenta que también los diseñadores pueden influenciar dependiendo de la innovación del producto que desarrollan.

En el segundo capítulo, se determinará temas de estilo, técnicas, creación y desarrollo

del textiles experimentales. Así como también se dará hincapié en los principios básicos del diseño. Se plateará la información obtenida acerca de los textiles experimentales, los materiales actualmente utilizados e innovadores y la funcionalidad de la prenda. También se mencionará ciertas técnicas y procesos para la creación y desarrollo de dichos textiles. Además de analizar las ventajas y desventajas de la tecnología involucrada, en cuanto a procesos dentro de la creación del producto hasta el medio de comunicación que se utiliza para su para publicitarlo. Se determinará el proceso creativo que un diseñador debe seguir para la creación de un textil experimental, tomando ciertos parámetros básicos que se obtienen a partir de las características de un tejido normal.

En el tercer capítulo, se expone el tema de los textiles más allá del alta costura, tomando en cuenta el diseño de autor como una nueva tendencia. Aquí los diseñadores y directores creativos de las marcas, están conscientes que los productos que lanzan al mercado, deben tener algún valor agregado, sea esto por medio del textil, la funcionalidad, el precio o cualquier vínculo ideológico para el usuario. En la actualidad, existen varios estudios que han comprobado el incremento del consumo en el área de la moda y la tecnología. Estos cambios, no obstante, lo que producen es la creación de un nuevo tipo de usuario o consumidor, generando nuevas necesidades y expectativas en el mercado. De esta manera, la idea de diseño comienza a expandir, generando una búsqueda exhaustiva en cuanto a funcionalidad, aspectos estéticos y procesos. Es importante reconocer e identificar desde que época y de que manera los desfiles de alta costura han sido fuentes de inspiración para otros diseñadores, logrando entrar en lo que actualmente se conoce como diseño de autor.

En el cuarto capítulo se investigará cinco casos actuales de diseñadores que utilizan el textil como una herramienta de diferenciación en el mercado de la moda. Aunque el producto final es importante para el consumidor, el diseñador y claro esta las ganancias que este produzca en las empresas. Todo el camino que lleva a desarrollar este producto es de gran importancia para los diseñadores, es en esta etapa del diseño donde buscan

fuentes de inspiración, concepto o tema para la colección a diseñar, métodos y recursos , análisis de color, tipologías a utilizar, textiles que incorporen en la colección, temporalidad, tendencias o inclusive el target al que apunta la marca o el diseñador. Por lo cual, los diseñadores que se proponen involucran, no solo el uso de textiles experimentales, sino también las nuevas tendencias basadas en tecnología, métodos de construcción, consumo masivo y otras aspectos que afectan a la moda y sobre todo a la creación del producto final.

Si bien las tendencias analizan todo el contorno sociológico y cultural de la moda y de sus creadores, la tecnología también está involucrada en estas particularidades, sea por los procesos que se van a llevar dentro de la producción o por los medios de comunicación que utilizan las firmas para poder llegar al consumidor. De esta manera para finalizar el proyecto de graduación se plantea el quinto capítulo, en el cual se reflexiona el rol del diseñador actual, el cual genera nuevas tendencias y tipologías creando un producto exclusivo e innovador, además de incluir el análisis respectivo de los usuarios o consumidores. Para finalizar este capítulo, se meditará sobre la forma actual de ver al textil, es decir no solo como un material que cubre el cuerpo del usuario, sino como un objeto que tiene significado para una cultura o sociedad, con un lado creativo, innovador, conceptual e ideológico.

Capítulo 1. Las tendencias y los textiles

En este capítulo se abordan que integran el surgimiento de las tendencias en la indumentaria. Se da a conocer la evolución de la moda y como esta ha ido influenciando a lo largo de los años en diversas áreas. Además se manifiesta nuevos conceptos relacionados con la manifestación de identidad por medio de la indumentaria, la nueva mirada sobre el lujo y la creación de experiencias a través de los sentidos. Según lo anterior, se establece un nuevo mercado en la indumentaria, que deriva cómo diseñadores artesanales e industriales pueden ser capaces de entrar con un productor innovador con ciertas características o particularidades similares a la alta costura en el mercado masivo. Es así cómo los nuevos diseñadores plantean una visión actual sobre la estética, técnica y estilo de la moda, y por medio de la cual se fomenta este nuevo tipo de consumidor y usuario. Para finalizar se plantea de que manera las tendencias están vinculadas a la creación textil, debido a los rasgos visuales y el contenido artísticos que se genera por medio de ciertas predilecciones en la moda.

1.1. Convivencia entre el diseño y las tendencias

En la actualidad, se considera a la moda como una forma de comportamiento que se adopta por una cierta temporada, esta se presenta en un grupo social que tiene un determinado gusto en la indumentaria, la música, la tecnología u otros aspectos, siempre y cuando se considere adecuada para dicha época. Esta concepción de moda se puede aplicar a cualquier área, sea esta moda, política o inclusive religión. La cultura, las costumbres, las religiones y el propio pensamiento suelen fijar la manera de vestirse, haciendo que los gustos y las necesidades se globalicen o formen parte de una comunidad. Según McDowell (2013), afirma que la moda es vestido, aunque no se puede relacionar que el vestido sea moda, debido que para ser moda, no basta con crear un diseño exclusivo, innovador o una posible imitación, sino que es necesario el uso y aceptación del público o futuros usuarios. En la actualidad, se toma al vestido como un

objeto esencial para la autoestima, la búsqueda del placer, identificación con el estilo de vida del usuario y la capacidad de experimentar con los sentidos; más que para vestir su desnudez o como símbolo de igualación social, prestigio, distinción de clases o algún tipo de condicionamiento colectivo.

Si bien la moda es considerada dinámica, posee una continua transformación, debido a que diversos factores económicos, sociales, psicológicos, políticos y tecnológicos influyen constantemente los gustos y las costumbres de la sociedad contemporánea. Esta se convierte en una manifestación de realidad social, la cual estructuraliza los gustos de una población consumista, es decir establece la identidad o estilo que se debe llevar siempre ligado con un determinado tiempo de coexistencia con las tendencias. Patricia Doria afirma en su estudio que la moda no es exclusivamente un vínculo con el consumo y la sociedad, sino que este habita y se relaciona con las particulares de cada individuo, el cual manifiesta en el indumento un valor agregado.

Se podría decir que es una manifestación de nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. Son transmisoras de información social y personal, por las cuales logramos hacer juicios de valor a través del vestuario que utilizan. (Doria, 2012, p.102).

De esta manera se deduce que la moda distingue comportamientos sociales e individuales, en aspectos sociológicos e históricos. Muchas personas utilizan la indumentaria como una forma de diferenciarse en una sociedad y tener reconocimiento en cuanto a profesión como son los trajes militares, una afinidad religiosa en el caso de las túnicas para monjas o curas y otros como el nivel social o el estilo de vida. Aunque la moda puede llegar a los lugares menos insospechados, en donde la elección se va a dar por la reformulación sociológica y el aspecto estético hacia lo que les rodea.

La moda es algo cultural, que interesa a una mayoría en un momento determinado, expresa el espíritu del tiempo, de acontecimientos que han pasado en la sociedad, siendo uno de los indicios más inmediatos de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales de la moda, sin embargo esta no solo adorna el cuerpo como tal, sino que le

da significado y genera valores culturales para llegar a permanecer a un grupo o sociedad, pero al mismo tiempo diferenciarse de él, por medio del estilo único y exclusivo que cada usuario quiera adecuar. A diferencia de la tendencia que puede ser analizada y tienden a organizar el comportamiento de la moda y del consumo.

La moda no puede ser identificada con la simple manifestación de las pasiones vanidosas o distintivas, sino que se convierte en una institución excepcional, altamente problemática, una realidad sociohistórica característica de Occidente y de la propia modernidad. (Lipovetsky, 1990, p.10).

Si bien, la trascendencia de la moda se basará en el acercamiento y difusión que esta tiene en el mundo juvenil. Aunque la primera moda de masas aparece en los años 60, el interés de los adolescentes comenzó, varias décadas antes, luego de desarrollar un pensamiento independiente y urbano con la industrialización. En la actualidad, la mayoría de personas que compran lo primero que sale de las temporadas son los jóvenes,

1.2. Apertura a los nuevos diseñadores

En la actualidad, la mayoría de diseñadores se han vuelto tan famosos como cantantes, artistas o políticos. Hay personas que aseguran que dentro del mundo de la moda puede entrar cualquier diseñador, pero se debe estar consiente que en realidad es un pequeño porcentaje de profesionales que se incorporan al mismo. Existen diseñadores y artistas que se apoderan de una cierta práctica o técnica del pasado y dejan de evolucionar en su trabajo, pero no por este motivo dejan de ser importantes, a diferencia de los diseñadores innovadores, ellos intentan recrear una nueva visión de lo que era el pasado por medio de un indumento con visión en la actualidad, resignificando los elementos de época para proporcionar nuevas objetos.

En varias ocasiones los diseñadores toman el riesgo de crear colecciones o prendas, que no llegan a formar parte de una pasarela, o inclusive de un punto de venta, ya que dichos objetos pueden ser criticados o desaprobados por el sistema de la moda, y así perder la reputación o imagen de la marca o el diseñador. Es necesario que para involucrarse en el mundo de moda se requiere de talento, esto incluye la formalidad de dibujar, o de crear

directamente las prendas, pero sobre todo la habilidad de investigar, planificar, experimentar, asimilar y utilizar técnicas e ideas que se plantean para la realización de una colección. Según Jenkyn Jones declara que: “la elegancia, la belleza y el alto precio no son necesariamente sinónimo de lo que más se lleva”. (2013, p.47).

Se considera que las personas buscan pertenecer a un grupo social, y esto lo desarrollan por medio del vestido. Pero en algunos casos, la indumentaria se postula como rebelión hacia la sociedad o la propia moda. Sin embargo los medios de comunicación tergiversan el diseño creativo e innovador como algo banal, poco utilizable e inclusive muy caro. Y enfatizan en el deseo de comprar y satisfacer alguna necesidad que el consumidor propiamente no tiene, aunque las marcas estén dispuestas a crear una reputación y formar un lazo con el cliente para poder satisfacer sus expectativas. Pero no toman en cuenta acerca de la realidad de las grandes empresas de moda como explica Pierre Lannelongue, “los grandes de la moda ofrecen ellos mismos el látigo para ser fustigados. Si se les imita tanto es porque son fáciles de imitar”. (2004, p.175). Es de esta manera que existen compañías que se volvieron exitosas, logrando establecer el significado del lujo de décadas anteriores.

Uno de los rubros más conocidos y empleados por los diseñadores es el *streetwear*, este hace referencia a lo que la gente lleva en la calle hoy en día, aunque sus comienzos se refirieron a un movimiento juvenil urbano y su forma de vestir, tuvo origen en la década de 1980 en las calles de Nueva York, al finalizar las protestas y el descontento social, buscando la liberación y experimentación en todos los sentidos. Este estilo incluía elementos del *skateboard*, la cultura del surf, el hip hop, el punk y la ropa rastafari, enfatizando un look urbano, deportivo y realmente práctico. La indumentaria no se pretendía de dividir entre ropa de día y de noche, cualquier tipología podía ser utilizada a cualquier hora en distintas ocasiones de uso, transformando la moda de la época.

El rubro mencionado anteriormente abrió camino a la expansión de nuevas marcas que ofrecían indumentaria informal, moderna y más juvenil, a un costo menor y con un estilo

underground. Esta tendencia, logro abarcar una mayor clientela y nuevos usuarios, sin restricción de edades, los cuales creían que su estilo de vida estaba lejos de los desfiles de alta costura y las grandes casas francesas pero que las mismas se podían asociar a pequeños comerciantes que involucraban algunas tendencias artísticas, musicales o inclusive deportivas en la ropa.

1.3. Los nuevos diseñadores apoyan la idea de individualización

Después de analizar el concepto de la moda de manera social, hay que distinguir que la moda se distingue por medio de diferentes aspectos y no solo en la indumentaria, como lo expresa Jones, el cual define que: “la moda constituye un lenguaje internacional y un negocio mundial”. (2013, p.10). Esta cita fundamenta lo que se ha dicho anteriormente, la moda puede llegar abarcar ingeniería, arquitectura, tecnología, diseño de interiores y cualquier otra área en donde el objetivo de la misma es crear un producto u objeto para el consumo masivo. Actualmente, las áreas mencionadas y otras poseen sus propios parámetros para que un objeto sea innovador y siga las tendencias, en el caso de indumentaria, los diseñadores vanguardistas son los que optan por realizar sus desfiles en lugares poco habituales para seguir con su imagen de trasgresores, además de la identidad de sus prendas y el uso de nuevas materialidades. Diseñadores como Alexander McQueen o Vivienne Westwood se convirtieron en referentes en el mercado juvenil y sobre todo en la imposición de estilo, ya que estos, por medio de su creatividad e innovación, provocan en el usuario sentimientos y pensamientos encontrados acerca de lo que fue, es y será la moda. Cabe recalcar que la generación de diseñadores que se dieron a partir de 1970, además de los diseñadores nombrados, marcaron un cambio en la moda urbana, la alta costura, la ropa deportiva y otros rubros y su perspectiva acerca de la sociedad.

Tras la mirada de las marcas populares como imitación de las grandes casas de moda, se llegó a la conclusión fundamentada por algunos diseñadores, en la cual consideran

que la moda sería menos creativa que en otras épocas. Disminuyendo la capacidad de elaboración, generando la monotonía de la misma, sin ayudar a fomentar la creatividad y sofisticación del indumento. Los paradigmas de moda se han estancado en la visión de imponer una tendencia que sea acorde y comprensible a cualquier persona, en cualquier estrato social e inclusive en cualquier lugar, reconociendo que pueden afectar valores morales y éticos a la cultura de un país.

Según el autor Lannelongue: “en el 2002, estudios realizados por el IFM (Instituto Francés de la Moda), el 63% de la gente considera que las cadenas ofrecen la misma moda en todas partes y un 70% lamenta esta estandarización”. (2004, p.198). Con el tiempo, este índice ha disminuido, gracias a la creación de marcas emergentes en países orientales y sudamericanos, como es el caso de Brasil, Argentina, China, Rusia, India y Tokio. Los diseñadores, buscan trascender la moda por medio de diseños originales y exclusivos que se han perdido en el transcurso del tiempo, por culpa de la globalización y la industrialización y la fabricación en serie del producto. De esta manera es como los nuevos diseñadores, cambian su estilo de creación, a un diseño emergente e innovador, donde se le otorga la idea de exclusivo, sin la necesidad de ser costoso.

1.4. Las tendencias asociadas a los textiles

Las tendencias como tal aparecieron durante 1946 a 1975, con el nacimiento de consumo de masas, que se generó por un cambio en el sistema económico de la época, además de las nuevas expectativas individuales de las personas. Guillaume Erner manifiesta que, “las tendencias nacieron con la modernidad; son la consecuencia de los grandes cambios observados desde finales del siglo XVIII en los ámbitos económico, tecnológico y sociológico”. (2010, p.34). Cabe recalcar el significado de tendencias asociado a palabras como disposición, orientación, predisposición, estirar, dirigirse a, entre otras. Dicha palabra viene del latín *tendo* o *tentum*, en español tender o tensar. La definición completa de este término se da por medio de la predisposición tanto en las

cosas como en los hombres hacia un determinado fin. Dichas tendencias ofrecen y proveen el conocimiento de movimientos de cualquier tipo que cambian la sociedad contemporánea e influyen en la transformación y evolución de la misma, por diferentes medios.

En el ámbito de la moda, se le denomina tendencia al patrón o forma en que se manifiesta alguna prenda, tipología, zapatos, peinados, color, inclusive un estilo o aspectos asociados alguna cultura urbana, artística o tecnológica de la época. Si bien dichas tendencias deben estar ligadas a la temporalidad que se presente, sea esta otoño–invierno o primavera-verano. Las tendencias se pueden desarrollar en diferentes ámbitos que involucren a la moda y a diferentes profesionales que participen de la misma, desde diseñadores, psicólogos, productores, publicistas, líderes de opinión, bloggers, etc., generando diferentes perspectivas de cada uno de ellos. Muchas tendencias que se han presentado a lo largo de la historia, están determinadas por acontecimientos e influencias mundiales, sean estos de una localidad en particular como son los *cropped pants* en Colombia o una macrotendencia a nivel universal como es la influencia de la psicodelia, sea en colores o estampados. De esta manera es cómo se puede llegar a establecer dentro de una sociedad, cuáles son los accesorios, productos y/u objetos para consumirse a nivel local, global o mundial, sin olvidar el echo de que debe estar adaptado a la sociedad y a sus necesidades.

La relación entre la moda y las tendencias es casi imperceptible. En donde la moda es uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo y en un determinado país, esto puede variar en la utilización de las telas, adornos, colores y diferentes accesorios que los diseñadores lanzan en sus colecciones de dicha temporada. A diferencia de la tendencia que es considerada como una inclinación o propensión hacia determinados fines, incluso se la distingue como moda, en el sentido de una especie de mecanismo social que regula las elecciones de las personas. Dicha tendencia es un estilo o un acostumbre que marca una época o lugar. Continuamente, los diseñadores se fijan

en las formas, siluetas y tejidos que se utilizan en el pasado como fuente de inspiración para crear nuevos estilos. Se toma en cuenta la confección, los detalles constructivos y estilísticos del diseño, además del aspecto emocional que transmite dicha época. En ocasiones el término tendencia puede padecer de percepciones distintas, tomando en cuenta que puede ser designado a fenómenos vanos como también a temas importantes y relevantes que trascienden en la historia, no solo de la moda, sino de la sociedad. Si bien, el término es más considerado para fenómenos comerciales, también puede ser aplicado a cualquier objeto que no posea una la difusión de una expresión y un pensamiento colectivo.

Con el pasar de los años los códigos del vestir van mutando, y con ello la manera de plantearse las prendas y los textiles para el trabajo, el ocio y alguna ocasión en particular. Aunque el desarrollo de los textiles, sean o no una tendencia, no es trascendental que tenga origen comercial, sino que involucra un modo de vida y una manera de pensar. Si bien existen varias formas de tomar la noción de tendencia, los textiles pueden ser parte de las tendencias confidenciales o masivas. De esta manera se establece, que las tendencias pueden llegar a establecerse en un pequeño grupo, como es el caso de los diseñadores emergentes o diseños de autor, y del cual se involucra como tal la noción de diseño, textil, e inclusive un valor sociológico.

Este tipo de tendencias crean una distinción entre los individuos que están incorporando dichas prendas en su armario, a diferencias de las tendencias masivas que hacen que el usuario o cliente se sienta parte de una sociedad o un grupo en particular. Se toma en cuenta que las tendencias de poco alcance han llegado a triunfar a lo largo de la historia de la moda, logrando un alcance de una tendencia masiva y de uso general, como lo fue el vestido mini de la década de los 50. Para Erner, "al tratarse de fenómenos cíclicos, las tendencias pueden renacer varias veces. En concreto, este es el caso en el ámbito de la moda en el que determinados objetos vuelven a vivir un momento de gloria". (2010, p.35). Dentro de las nuevas imágenes del textil, se integran adornos y accesorios que ayudan

en la creación de los aspectos estéticos del tejido. Conforme al autor Jenkyn Jones (2013), los adornos permiten enriquecer los encantos físicos, afirmar la creatividad e individualidad, o señalar la pertenencia o el rango dentro de un grupo o cultura. Cabe recalcar que dicho adornos, pueden o no ir en contra de las necesidades del consumidor, sea en aspectos como comodidad, movimiento o salud. Sin embargo, al igual que la tecnología, los avances en el proceso de confección ayudan a crear tejidos más ligeros, prácticos y accesibles para cualquier persona.

Al igual que las tecnologías, una fuente importante para el mundo de la moda son los canales de comunicación, por medio del cual se propaga la mayoría de influencia en la moda. Una tendencia, se vuelve tendencia, gracias a la difusión que esta tiene en la sociedad. Los encargados de comunicar dichos aspectos, deben estar bien informados y preparados sobre de temas fundamentales sobre el mundo de la moda. Estos periodistas o *branchés*, son aquellos que participan y se involucran en el origen de la moda y cuya influencia no solo se logra en grupos pequeños, sino a nivel global. Todos los acontecimientos de la indumentaria, la música, el cine, la decoración o el arte contemporáneo se concentran y se exhiben por estos medios y a través de dichas personas.

Se puede considerar como tendencia en los textiles, los tejidos realizados por medio de productos petroquímicos, que ayudan a mejorar la durabilidad y el rendimiento, teniendo como consecuencia la reducción de la demanda de fibras de lana o de origen animal con mayor costo. Al igual que involucrar las nuevas tecnologías, ayudando al avance del desarrollo y las estructuras de los materiales, creando textiles simuladores a los tejidos de fibras naturales, sea estas de animales o vegetales, como es el caso del cuero vegetal obtenido por medio del caucho amazónico u otros materiales orgánicos reciclados. Hoy en día, las nuevas maquinarias pueden producir textiles en serie o inclusive prendas completas de manera mucho más rápida, que la confección manual, siguiendo o insertando nuevos procesos que demanden menos energía eléctrica y produzcan menos

desechos tóxicos para el ambiente.

Después del desarrollo industrial, todas las áreas han tenido un cambio constante. Muchos textiles son creaciones realizadas cuando el tejido está ya confeccionado, ha este lo colocan en un proceso de acabado distinto y peculiar. Dichas terminaciones pueden mejorar el comportamiento o las características estéticas de la tela. Uno de los acabados con mayor originalidad, y sobre todo mayor uso dentro del área de la indumentaria, es la estampación textil, aunque este proceso tenga diversos métodos para su realización. Los más conocidos están teñidos en cera, transfer a base de calor y serigrafía, además de involucrar los peculiares motivos de impresión, sean florales, geométricos, abstractas, fotografías, letras, entre otros, dando a conocer que el diseño, no posee de límites, sino es mediante el diseñador y su inspiración que se puede llegar a una colección altamente experimental.

La decoración de las superficies del textil como tal, es una de las maneras más eficaces para vincular cualquier tendencia, ideología o aspecto de la moda. Se logra desarrollar textiles con colores impresionantes, efectos de texturas con materiales poco convencionales, pespunte, patrones, imágenes distintas, al igual que los patrones utilizados para la estampación. Se debe considerar que muchas tendencias no son capaces de ser abordadas desde el ámbito textil, ya que si bien las prendas y tipologías pueden marcar dicha tendencia, el textil aportaría la mitad de dicho trabajo, como señala Jones, “el diseño de las prendas y de la tela no deben competir por llamar la atención, sino ser complemento uno de otro”. (2013, p.156). Una prenda que está bajo algún proceso de confección o acabado precisa un mayor tiempo de entrega, y como se vio las tendencias pueden llegar a ser efímeras y durar un tiempo corto para que el textil salga a relucir.

1.5. El rol del diseñador asociado a la creación de nuevos textiles

El diseñador posee la técnica de desarrollar un producto nuevo e innovador, tomando en cuenta las utilidades de dicha prenda. Como dice Jenkyn Jones: “el tejido es al diseñador de modas lo que la pintura al artista: su medio de expresión creativa”. (2013, p.54). La indumentaria ha evolucionado en cuanto a la utilización y protección a favor del cuerpo, tomando en cuenta más estos detalles que el aspecto estético de la prenda. Sin embargo, se debe considerar que los nuevos consumidores exigen diferentes aspectos como la comodidad, durabilidad o inclusive el fácil mantenimiento de la prenda. Dicha evolución ha traspasado rasgos sociológicos e ideológicos de la sociedad en donde, pensamientos sobre la sexualidad han contribuido a crear un producto con mayor erotización, fomentando el uso de tejidos que simulan la textura de la piel o su color.

El diseñador debe ser capaz de seleccionar la tela más adecuada, según el estilismo, la época y las características del mismo. Se debe considerar varios aspectos sobre el tejido, como es el peso, precio, disponibilidad, rendimiento y calidad del mismo. Las telas que se selección deben estar adecuadas al estilo de la marca siguiendo una combinación de las características como la textura, el color y el diseño o estampado. Para poder crear algún tejido se debe tener primero un conocimiento básico acerca de la estructura del textil. Como se observa las tendencias están ligadas a la moda muy estrechamente, algunos de los factores principales que ayudan a definirla son: el color, los materiales, las texturas y la forma o silueta. El color puede ser elegido por el diseñador y tomar el protagonismo dentro de una colección, en muchas ocasiones, si dicho color ha sido transcendental en las pasarelas, este posee una bajada a las firmas denominadas *lowcost* o firmas de calle. Los materiales y las texturas juegan un papel primordial en varias ocasiones, ya que suelen ser utilizadas de manera reiterativa entre algunos diseñadores, aunque la diferencia sea marcada por el color, la tipología o hasta manera de adecuar dicho textil. Algunos diseñadores son reconocidos por su gran calidad de trabajar el textil a su máximo potencial.

Un diseñador, marca o empresa puede adquirir de manera exclusiva algunos tipos de

tejidos en sus distintas versiones de color. Se debe tomar en cuenta las propiedades visuales, técnicas y de tacto que el textil está aportando a la colección y sobre todo a la imagen de la marca. Para cualquier tipo de colección o prenda, es adecuado conocer los distintos tipos de combinaciones que se desee realizar y con ellos las características de los tejidos a utilizar. Jones (2013) expone que para lograr el diseño de una colección, se debe tomar en cuenta el número de artículos y tejidos ha presentar, de manera que se obtenga un equilibrio entre los tejidos centrales y el tejido culminante, que en este proyecto se lo tomará como textil experimental. Por lo tanto un diseñador de indumentaria debe siempre trabajar en conjunto con un diseñador de tejidos para poder producir materiales especiales y exclusivos. La preocupación que cae sobre los diseñadores, se basa en crear un producto o una marca innovadora, con una creación de formas estéticas experimentales, basándose en una cultura donde el deporte o las actividades de ocio sean cada vez más importantes.

Capítulo 2. Estilo, técnicas, creación y desarrollo de textiles experimentales

En este capítulo se plantea lo que es el textil experimental en la actualidad., dicha definición es tomada desde la mirada de Susana Saulquin (2014a) en la cual señala que los nuevos textiles o materiales inteligentes son estructuras manipuladas de tal forma que den a la prenda un valor funcional y estético. A partir de esta definición se plantean los temas relacionados con la materialidad, las técnicas y los procesos involucrados en el desarrollo de los textiles experimentales. Asimismo, se menciona el nuevo concepto de funcionalidad que poseen las prendas y su cercana relación con la innovación tecnológica. Para finalizar, se establece varios puntos claves sobre los procesos del diseño de moda, enfocado en la creación del textil. Se utilizará estos pasos para analizar a cada uno de los diseñadores mencionados en el capítulo cuatro.

2.1. Avances en las nuevas materialidades

Como se expone, el textil experimental es conocido con un material no convencional el cual se da por medio de técnicas y procesos innovadores, como por ejemplo el quemado, termofijado, foil, vinil, sellos, cloro, sublimación, estencil, bordados, recortes, plisados, deshilado, teñidos, inclusiones, rupturas, desgastes y otros métodos que se puedan derivar de las técnicas de calor, color o algún tipo de manipulación determinada por el diseñador del textil. Estos procesos pueden ser elaborados de manera artesanal o industrial, e involucrar algún procedimiento o característica tecnológica, que afecte a la funcionalidad, estructura o estética externa del mismo. Para crear este tipo de textiles no se requiere de materiales específicos, pero se debe tomar en cuenta la adaptabilidad y utilidad que se busque.

Para un diseñador es fundamental conocer la variedad de textiles y sus respectivas composiciones, para poder realizar una colección o producto coherente en relación con el concepto, inspiración o tema planteado. Este conocimiento previene que se tomen decisiones arbitrarias basadas en el aspecto estético del tejido, dando pie al desarrollo de

la idea que este posee en la prenda. La composición del textil y las posibles técnicas aplicadas al mismo, afectan de manera directa en las características del tejido final o la prenda en su totalidad. Otorgándole efectos visuales o táctiles que sean de alguna manera innovador y exclusivo. Tanto el empleo de un determinado color como un cierto relieve, son ejemplos que pueden influir y generar contrastes tonales o visuales.

El trabajar con nuevos materiales implica elaborar algo innovador y desconocido, dejarse llevar por la imaginación para lograr efectos atractivos e interesante en la propuesta textil.

Sofía Araya establece que:

un textil interesa en gran parte al momento de diseñar tanto el peso como la mano de los mismos: principalmente lo que respecta a su estructura, su rigidez o falta de ella, su brillo o su opacidad, su maleabilidad, su caída, su espesor así como también la posible presencia de transparencias, los módulos trabajados en el diseño generado, su textura y sensación al tacto, su color y sus posibles efectos generados a partir del uso y la combinación de los mismos. (Araya, 2013, p.28).

Todos estos términos y conceptos mencionados son analizados antes, durante y después de la creación del textil, respaldando el propósito de su fabricación. Esto supone que los materiales fueron especialmente dispuestos y de tal forma combinados, para que el tejido obtenga un nuevo tipo de sensación y estructura. Es decir que los materiales son modificados para que ya no sean los de antes, estos quedan ligeramente transformados, pero aún siguen siendo reconocibles y si bien pueden ser identificables, se destaca más las nuevas características y sensaciones que brindan las superficies del tejido.

Dentro de lo que se consideran nuevos materiales se tiene las fibras procedentes de metales como es el aluminio, el acero, níquel y el cobre, además de los ya utilizados, el oro y la plata; de proteínas asociadas a la leche, el maíz y la soja; de la incorporación de la nanotecnología y biotecnología, que transforman la estructura del tejido con nanopartículas, termomoléculas, químicos y ciertos tipos de mezclas celulósicas extraídas de plantas o vegetales que no han sido conocidos en la industria; inclusive la integración de sistemas eléctricos por medio de hilos conductores. Estos diversos materiales pueden ser hilados con fibras de lana, cachemira, algodón, lycra, seda, poliéster, latex, fibras

naturales o sintéticas, por medio de las cuales se busca generar ciertas características y propiedades estéticas y funcionales del tejido final. Una de las empresas que toma como enfoque esta relación entre lo artesanal y la nueva tecnología, es NUNO Corporation, localizada en Tokio. Esta empresa posee de una sensibilidad estética al momento de crear el textil, basado en un enfoque muy creativo de los materiales. Ellos toman la fibra de metal como la materia prima principal en sus proyectos,

las fibras y telas realizadas en los más sofisticados laboratorios nos presentan la posibilidad de una nueva estética. El uso de metales y hasta de vidrio en combinación con los textiles posibilitan la confección de vestidos estructurados de calidad arquitectónica. (Marsal, 2003, p.174).

Si bien, el textil se asocia a la indumentaria, esta empresa otorga diferentes capacidades y características analizadas desde otro área académica como es la arquitectura.

Muchas de las telas mencionadas reaccionan de distintas maneras, por ejemplo los cambios de temperatura, el cual busca la liberación de la humedad o retención de la misma, disminución o absorción del calor que se emana del sol o se tiene en el ambiente y el equilibrio térmico; emisión de luz, a base de la incorporación de luces LED, o filamentos metalizados; la variación del color, dependiendo del estilo de estampación y la composición de las fibras del tejido; modificación en la estructura y superficie, donde se obtiene las características antiadherentes, antibacterianas, de autolimpieza, protección a los rayos UV, hidratación, como una fuente de medicación y el nuevo concepto de tejido interactivo que reaccionan al contacto con el ambiente, las personas o inclusive el movimiento; alimentación por medio de un circuito eléctrico, baterías o inclusive pila recargables.

Se puede afirmar que existen gran variedad con respecto a la materia prima utilizada para la creación de un textil, pero se debe recalcar que no todas estas materialidades poseen de un valor funcional para el ser humano y se pueden llegar a considerarse parte de la Alta Costura hasta llegar a un producto efímero, de un único uso, el cual es creado para demostrar la creatividad del diseñador o su posición ideológica sobre algún tema relevante. Estos materiales usualmente provienen de productos o artículos de diversos

rubros que pueden ser reutilizados gracias a sus características de durabilidad, flexibilidad, impermeabilidad y resistencia encontrados en la materia prima, esto pueden ser afiches publicitarios, banderolas de PVC, gomas de caucho, cámaras de neumáticos, bolsas y botellas de plástico, bolsas de basura, vinilos, entre otros. El papel y sus distintas variedades es uno de los materiales que si bien no cubre con las características mencionadas, este es fácil de moldear y adecuarlo al cuerpo de la persona pero sensible con el paso del tiempo, siendo de esta manera frágil en su utilización.

También se debe tener en cuenta la conservación de la creación artesanal de productos terminados, e inclusive su manufacturación desde la materia prima. La autora Macarena San Martín (2010) por medio de su investigación, brinda breves descripciones de diseñadores y materiales innovadores. Uno de los diseñadores mencionados es Martin Margiela, el cual crea prendas artesanales por medio de la reutilización de artículos ya existentes, entre estos se pueden distinguir paraguas, balones de futbol, gomas elásticas, espejos, entre otras cosas, que son intervenidos y convertidos en nuevas prendas. Aún omitiendo las características que se requiere de una prenda para poder ser usada.

Cabe recalcar que existen investigaciones que aprovechan los recursos que se tiene en pro de lograr mejoras y avances en la indumentaria. Como se mencionó, dichas investigaciones se dan debido a la preocupación por el medio ambiente, los criterios éticos, los avances tecnológicos y la reutilización de materiales, utilizando los residuos de otros productos como materia prima para realizar un nuevo diseño y resignificarlo en su totalidad. Todas estas materialidades están orientadas a cubrir las necesidades de las personas, sean de manera ideológica, estética o biológica. Además de crear un tejido en el cual técnicas y materialidades están integradas, personalizadas o mezcladas con una gran diversidad en su composición. De esta manera, se logra la incorporación de los nuevos textiles o tejidos en diferentes rubros, como es la indumentaria, la alta joyería, la decoración de interiores y las obras de arte.

2.2. Técnicas estéticas vinculadas al textil experimental

Se considera al textil experimental como todo aquel tejido o no tejido que pueda ser intervenido por medio de cualquier método, estos pueden ser aplicados a las fibras, al hilado, al tejido o a la prenda final, ya confeccionada. Se pueden aplicar distintos acabados o tratamientos en cualquier etapa de la producción del textil, por medio de los cuales se busca generar nuevas características táctiles o visuales que jueguen con los sentidos de las personas y generen nuevas sensaciones. Todo textil existente tiene cualidades externas que dan pie a su aspecto estético, estas pueden ser transformadas o añadidas según el estilo y gusto del diseñador. Como se establece en el subcapítulo 2.1. los nuevos materiales y las distintas herramientas tecnológicas han creado nuevos estándares en las técnicas de producción textil, por medio de los cuales se llega a tener las particularidades deseadas, cambiando la naturaleza y el comportamiento del tejido. Dichos métodos tienen un sello y un carácter distinto del diseñador que crea el textil, siendo el consumidor del producto uno de los puntos relevantes para tomar en cuenta.

Los resultados que pueden generar los diferentes procesos experimentales y creativos en el aspecto estético del textil son infinitos, de ello depende la decisión tomada sobre la paleta de color, la intensidad de cada uno de ellos, el tono empleado de los mismos, los posibles contrastes generados o la ausencia de estos, los efectos producidos a partir del peso, el material tratado, la estructura y forma, la aparición de la translucidez y transparencia, entre otras cualidades. Además se puede observar que estos métodos están ligados a la transformación del textil en estructuras rígidas, blandas, duras, esponjosas, ásperas, suaves, homogéneas, heterogéneas, pegajosas, lisas, rugosas, entre otras.

Como se mencionó, el color es uno de las apariencias importantes, que hacen que el tejido sea parte de una tendencia, un usuario o una marca. Existen varias técnicas utilizadas en cuanto a la modificación del color, entre ellas esta el dibujo o la pintura que son los métodos más sencillos para generar una textura visual. Se puede crear fondos

minuciosamente pintados o dibujados, con módulos diminutos, reunidos densamente en estructuras sueltas o rígidas, para la decoración en superficies de cualquier material. Al igual que ciertas texturas espontáneas que pueden ser obtenidas con líneas trazadas de forma libre a mano alzada o bien con pinceladas. Al igual que el uso de la estampación, la cual se basa en la impresión de colores e imágenes sobre telas y esta a su vez puede incluir bordados o procesos de acabado. La técnica de bordado que se menciona, consiste en decorar la tela cosiendo sobre la misma, sea a mano o de alguna forma mecánica. En la actualidad varias marcas y diseñadores utilizan este método para transmitir de manera exclusiva los conceptos que se desean crear. Es decir que frente a la mirada del consumidor, dichos bordados pueden ser innovadores, simbólicos, religiosos, tradicionales y asociados a diferentes culturas.

Asimismo existen técnicas de impresión, copiado o frotado, en donde el dibujo con relieve o con una superficie rugosa pueden ser entintados y luego impresos sobre cualquier otra superficie, con el fin de crear una textura visual, que puede resultar espontánea o decorativa, según como se implemente la técnica. Cualquier imagen pintada a mano sobre una superficie puede ser transferida a otra superficie cuando la pintura se encuentra aún húmeda. El hecho de frotar un papel suave o liso, con lápiz o cualquier utensilio adecuado, sobre alguna superficie rugosa, produce del mismo modo efectos de textura. También se incluyen técnicas de derrame, vaporización o volcado, en donde la pintura pasa de estar en una etapa diluida, líquida o evaporada hasta donde se requiera su consistencia, a ser vaporizada, volcada o derramada sobre una superficie.

Por otra parte está el teñido o manchado donde una superficie absorbente puede tener un tipo de pigmento para lograr una textura visual. De igual modo se hace presente el quemado o ahumado, en la cual una superficie puede ser expuesta sobre una llama para obtener un estilo de mancha específico al dejaste. El raspado o rascado es la técnica en la cual una superficie pintada puede ser rayada con algún utensilio duro o filoso, generando pequeños cortes y desprendimientos del tejido. Las técnicas anteriormente

mencionadas son algunas existentes, capaces de generar y componer una textura visual, lo que no implica que sean éstas las únicas, sino las más comunes y conocidas en el trabajo de los diseñadores.

Cabe recalcar que existen otras técnicas que cambian la percepción estética de un textil, estas son conocidas como texturas táctiles y su característica principal es crear distintas percepciones al momento del contacto con la persona o consumidor. Esta ya no se refiere a una superficie plana y bidimensional sino comienza a surgir la tridimensionalidad del textil, en donde se hace presente el relieve. Ahora bien, una textura táctil puede ser percibida en cualquier superficie, ya que por más suave y liso que sea un material, posee cualidades que lo definen como tal. Aun así los nuevos diseñadores desarrollan la manipulación del textil con gran profundidad, logrando desarrollar técnicas más creativas e innovadoras, entre ellas se puede distinguir el plisado, corte y grabado láser, aplique, acordonado, acolchado, fruncido, volados, texturas tridimensionales por medio de la integración de otros tejidos, bordados, calados, entre otros. Esta manipulación ha logrado llegar a grandes avances en la indumentaria, generando productos finales con varias funcionalidades. Simon Clarke (2011) expone ciertos casos como son las viviendas móviles transportables y fundas de sillas usadas como prendas, si bien estos ejemplos son poco convencionales, de cierta manera apuntan a la creatividad e innovación de los diseñadores, además de buscar la consciencia en cuanto al uso de la materialidad.

Cualquier tipo de manipulación del textil, sea este antes, durante y después de su creación como producto, transforma en distintos grados una tela, logrando enfatizar el proceso creativo y como tal el producto final. Todas las técnicas antes citadas, pueden ser establecidas en diferente disposición, donde se modifican y se manipulan según el diseño que se quiere obtener. Además de estar asociada a las distintas perspectivas creativas de los diseñadores; si bien, dichas técnicas son mayormente observadas en prendas de alta costura y *pret-a-porter*, el desarrollo de los medios productivos ha logrado

la creación de prendas deportivas, de seguridad e indumentaria laboral a bajos costos y sobre todo con la impronta y el nivel de creatividad del diseñador.

2.3. Creación, confección y procesos innovadores

Para la creación del textil es fundamental tener en cuenta además de sus cualidades estéticas, la funcionalidad que se desea otorgarle al mismo como es la adaptación al cuerpo, caída, peso, grosor, textura, tratamiento de la superficie, entre otras cosas. Si bien se toma en cuenta estas propiedades, la creación del textil se da a partir de un concepto inspirador, el cual puede proceder de cualquier tipo de fuente, sea esta fotográfica, artística, arquitectónica, etc. Se puede considerar que el avance de la creación textil esta relacionada con las nuevas tecnologías, las tendencias, los estilos de vida e inclusive la ideología de un grupo social. La frase de la diseñadora Donna Karan, “el futuro de la moda depende de los tejidos. Todo proviene de ellos.” (Hallett y Johnston, 2010, p.8), afirma que cada proceso del diseño esta integrado de tal manera que logra afectar a todo un sistema industrial como es la moda. Si bien, se considera el textil como parte fundamental de la creación de una prenda, el nuevo usuario y su estilo de vida logran afectar e influenciar al mismo en gran medida, e inclusive llegar a establecer ciertos parámetros en el uso del color, tipologías, textura y la composición del mismo textil.

La creación de este tipo de textil y la prenda final, se establecen como una herramienta que permite al diseñador destacarse, mostrando su creatividad y el desarrollo de su investigación el cual involucra el uso de técnicas, materiales y conceptos innovadores en el diseño. Al final del proceso creativo, el producto tiene la capacidad de posicionarse en el mercado y en la mente del consumidor, teniendo como prioridad la diferenciación dentro del mundo industrializado y seriado de la moda. La revolución de la moda a partir de las nuevas texturas ayudo a la construcción de un modelo único, impulsando el diseño de las telas entre los modistos. Cada una de las etapas de creación del textil se

encuentran vinculadas entre si desde el principio, se puede analizar pequeños detalles como es el grosor de las líneas, la paleta de color a utilizar, la escala y tamaño de repetición de alguna imagen u objeto a dentro del rapport, estampado o bordado que se va a realizar en el textil o la prenda.

Pero como tal, el textil surge a partir de una búsqueda de información y un tema conceptual, estos pueden estar inspirados en estilos artísticos, arquitectónicos, películas, músicos, artes plásticas y afines, que a menudo tienen su origen en las culturas populares. En el capítulo 2.1 se mencionan ciertas fibras que están inspiradas en la naturaleza misma, es decir en las propiedades de plantas, flores, frutas, minerales, la metamorfosis, las mutaciones, la biomímesis, etc. Se debe considerar que existe otra postura en cuanto a la creación del textil, la cual establece que dicho tejido fue creado para imitar la funcionalidad o el aspecto estético de uno ya existente, como por ejemplo los trajes de bomberos, policías, astronautas, entre otros. Aunque es muy poco frecuente, durante el proceso de creación de un textil puede no analizarse la funcionalidad del mismo, pero en este caso se debe incluir la búsqueda de lo estético, lo bello y lo innovador.

El diseño de un textil consistirá en aplicar todos los conocimientos y encontrar en ellos algo novedoso, mediante el empleo de mecanismos ya conocidos. Puede suceder que nuevos procedimientos sean aplicados, pero no necesariamente se logra crear un tejido innovador, funcional y creativo, sino plantean la búsqueda de la eficiencia a través de reducir el tiempo de patronaje y confección de la prenda, además de disminuir la cantidad de residuos. Si bien, las técnicas y herramientas citadas en el subcapítulo 2.2 pueden ser utilizadas de cualquier modo, es decir sin ningún parámetro de uso específico, estas pueden lograr la intervención y resignificación de un material, otorgándole nuevas y diferentes características. Del mismo modo, se debe tener en cuenta que dichas técnicas pueden ser combinadas entre sí con el fin de originar nuevos resultados en el textil.

Entre los procesos innovadores, esta la integración de diversas materialidades y

componentes, por medio de las cuales se busca generar prendas sostenibles y amigables con el ambiente, en dicho proceso puede intervenir la biotecnología, nanotecnología y la moda como tal. En estos procesos, se destacan los textiles inteligentes e interactivos que reaccionen al contacto con las personas, al medio ambiente y movimiento, generando distintas funcionalidades, como se citan en el subcapítulo 2.1.

Por otro lado, existen prendas no convencionales, creadas desde la moldería y sus métodos de confección, las cuales buscan una nueva adaptación al cuerpo, reducir la cantidad de costuras, otros accesos a las prendas, la relación con otras disciplinas como es la arquitectura o la medicina, efectos 3D. Estas distintas adaptaciones se plantean desde el uso de productos de otros rubros como el pegamento, de modo que los métodos de confección busquen generar las cualidades del textil de manera funcional, sin interferir en la estética del material y la conceptualización del mismo. Ya que se puede llegar a considerar una obra de arte o inclusive un producto efímero si no es adaptable al uso cotidiano. Aunque dichos procesos han evolucionado, no se ha logrado establecer en el mercado como prendas seriadas debido a los altos costos en la fabricación de los mismos. De esta manera se establece una relación entre la bajada de los distintos procesos y el aspecto estético, es decir que el textil es modificado hasta cierto grado siguiendo las tendencias de la moda, pero permitiendo al diseñador crear con total libertad.

2.4. La tecnología involucrada en los textiles

En la actualidad, la tecnología que se utiliza para la producción del textil es sobrevalorada, diferentes fabricas de tejidos y diseñadores modifican la estructura de la fibra a partir de diferentes tipo de intervenciones. El Director y jefe de la marca Tectextil, Michael Janecke, menciona que:

La integración de tecnologías y materiales innovadores en tejidos y ropa es uno de los principales avances y retos del sector, que, de esta manera, ofrece mucha comodidad al consumidor. Al mismo tiempo, hace que éste sea más consciente de que la moda no se limita al color, la forma y la talla. (San Martín, 2010, p.35).

En la actualidad, la tecnología que se implementa en los procesos textiles trasciende más allá de un producto estético e individual. Las grandes marcas, industrias o empresas textiles buscan conservar los recursos básicos para realizar una producción sostenible y amigable con el medio ambiente. Cada vez más los diseñadores son conscientes de los problemas globales que causan las grandes industrias y los procesos de confección, por este motivo se busca la experimentación e innovación en los métodos de producción, sin perder los aspectos estéticos y creativos del diseño. Por medio de estos procesos se busca crear productos que generen pocos sobrantes, el uso eficaz de la mano de obra en la etapa de confección, la utilización de materiales sostenibles y reutilizables, y sobre todo un producto que sea funcional, estético y con un tiempo de vida útil.

La tecnología puede llegar a integrar varios aspectos requeridos en la indumentaria, desde la estructura, el aspecto estético e inclusive la funcionalidad de la prenda. Esta no solo está involucrada en la materialidad del tejido, sino también en el proceso de creación y confección de la prenda misma. Como es el caso de Martin Leuthold y Cheryl Welsh, los cuales fomentan el uso del corte laser por medio de un software de diseño y producción a nivel industrial, dicho sistema busca proporcionar mayor flexibilidad creativa y un alto nivel de calidad en el producto. Es por este motivo que Marnie Fogg se refiere a la tecnología como una característica trascendental para el avance de la sociedad, según la autora: "...las innovaciones técnicas pueden llevar la moda a nuevas direcciones". (2014, s.p.). Aquí la prenda deja de ser lo primordial, para convertirse en un elemento para la búsqueda del bienestar y la satisfacción personal del individuo.

Se distinguen diversas funcionalidades a partir de la integración de dispositivos electrónicos como iPods y celulares, sensores y otros mecanismos de energía móvil. Y como estos, pueden ayudar en tratamientos médicos, protección hacia las condiciones atmosféricas, adecuación a las actividades físicas, casos particulares de movilidad y bienestar de las personas. De esta manera se genera lo que hoy se conoce como ropa inteligente, estas son prendas y accesorios que no cumplen con las funciones

tradicionales de la ropa, es decir el adorno y la protección, sino que tienen incorporadas pequeñas computadoras o chips en las prendas, las cuales ayudan a realizar diversas funciones a favor del ser humano. Desde finales del siglo veinte, la evolución en la industria textil y las distintas investigaciones en el campo de la cibernética ha permitido la fabricación de elementos informáticos y circuitos eléctricos, de tal forma, que se fabrique un producto innovador.

Uno de los tejidos antes mencionados son los tejidos interactivos o inteligentes, estos se pueden generar a partir de fibras conductoras o integrar un sistema conductor eléctrico, microordenadores o inclusive interruptores. Estos producen diversas reacciones ante estímulos del entorno, los cuales logran que la prenda sea multifuncional, adaptable, receptiva y sensitiva. De la misma forma que los circuitos, dichos textiles poseen cierta vinculación a la nanotecnología a nivel molecular, el cual impulsa la transformación del color o la estructura del tejido. La diversidad de sus características dependerá del grado de implementación en los acabados o procesos de los tejidos, de manera que se otorgue un mejoramiento a las cualidades estética o internas del producto final. La autora Jenny Udale (2008) menciona que por medio del desarrollo de los nanotextiles se pueden satisfacer más funciones y necesidades del ser humano; la autora ejemplifica la utilidad de dichos textiles en diversos ámbitos como la medicina.

En cuanto a la adaptabilidad de la prenda o el tejido, las investigaciones se dan a partir de las propiedades básicas de las fibras y, las mismas, plantean la modificación en el aspecto estructural. Como es el caso del estiramiento o encogimiento de alguna fibra según el grado que se desee; asimismo estas investigaciones buscarán mejorar el rendimiento de las fibras utilizadas en distintos rubros, donde se requiera propiedades de protección, deportivas y de seguridad. Con relación a los avances tecnológicos, no solo están involucrados en el proceso de creación de la fibra y confección del textil, sino también en las técnicas que se ha mencionado en el capítulo 2.2 y 2.3, mediante las cuales es posible combinar métodos, desde la colocación de bordados, ornamentación,

corte laser, estampación digital, características integradas en 3D sobre el textil o inclusive en la integración de paneles solares, eléctricos o dispositivos de música.

En la actualidad, los diseñadores son tomados como los nuevos *influencers*, los cuales pueden cambiar el estilo de vida, la necesidad o la opinión de los consumidores. Baugh insinúa que: “los diseñadores tienen la oportunidad de influir en la responsabilidad medioambiental y social de la industria de la moda a través de un diseño inteligente”. (2011, p.19). Cabe recalcar que dichos profesionales creativos, no solo pueden generar impacto en la población con un diseño inteligente, sino dar ha conocer la perceptiva conceptual e ideológica que tienen acerca de temas trascendentales en el mundo. Todos los acontecimientos socio-culturales, históricos, ideológicos y artísticos generan consecuencias en la sociedad, y esta, a su vez, en la mirada del diseñador. A diferencia de los factores socioeconómicos que pueden llegar a interferir en la creación y reproducción de un textil de forma directa.

Si bien, una de las razones por las cuales la tecnología está siendo integrada en el ámbito de la moda, es el pensamiento ambiental o ecológico. Ya que de esta manera se busca el aprovechamiento de la energía solar, como una fuente de energía renovable y sostenible y por medio de la cual se pueden llegar a reducir el consumo de energía eléctrica. Con respecto a lo planteado, el autor Hallet (2010) menciona que el diseñador debe estar consciente de las distintas repercusiones que puede llegar a tener las decisiones en al área de creación y diseño, ya que estas pueden afectar en cuestiones medioambientales, éticas y de sostenibilidad.

2.5. Fundamentos básicos del diseño de moda y textil

En la actualidad, el diseño dejo de solo embellecer a los objeto exteriormente y se comenzó a pensar en su funcionalidad, durabilidad y practicidad de los objetos o el producto final. Si bien, para llegar a este tipo de integración se debe pasar por una serie de elementos complejos, sofisticados y creativos que busquen el pleno desarrollo del

concepto o idea que se desee mostrar al público. La autora Jenny Udale (2008) menciona algunos términos y características que se debe tomar en cuenta a la hora de diseñar un textil o cualquier prenda, entre ellos están la escala, la textura, el color, el patrón del estampado, la repetición y el peso. Estos principios influyen en la creación del textil, debido a su relación con la funcionalidad, originalidad y comercialización de los mismos.

Se debe mencionar que existen varios autores, como Jenny Udale, Simon Clarke y Sue Jenkyn Jones, que escriben sobre el diseño de indumentaria y proponen diversos principios o pasos a seguir dentro de esta área. Para el desarrollo de este capítulo se ha investigado sobre los distintos procesos y etapas que son fundamentales para la creación, no solo de un textil, sino de todas las líneas o colecciones que conforman la identidad de las marcas. Donde los conceptos que se plantearán, serán utilizados para el análisis de los diseñadores en el capítulo 4, dichos temas son considerados herramientas acordes para la creación del producto final, entre ellos están la idea, pronóstico de tendencias, evolución textil, el color, el tejido, funcionalidad, tipologías, entre otros.

El primer paso en el diseño, es el planteamiento de un concepto o tema, el cual ayudará a la creación de toda la colección. El autor Simon Clarke explica el concepto como “una idea abstracta, un plan o intención. En filosofía, una idea o pensamiento conceptual, una noción que es aplicable al diseño textil, donde el concepto es el resorte que estimula el desarrollo de una nueva colección”. (2011, p.140). Esta idea será el punto disparador para todo el desarrollo de la colección, será el sustento para producir diseños que evidencien una determinada paleta de color, motivos, variedad de tejidos y texturas, tipologías o diversas siluetas y formas inspirados en la idea.

Existen recursos frecuentemente usados y puntos de partida para la toma de partido, a los cuales recurren los diseñadores previamente a la elección del tema inspirador. Entre estos se encuentran las visitas a museos y galerías, la observación de colecciones de trajes históricos y folclóricos, el arte popular, aficiones específicas como por ejemplo los

bordados, como también el conocimiento de flora y fauna de algún lugar exótico. Suelen ser de gran interés entre los diseñadores, movimientos culturales, la música, el cine, literatura y poesía, teatro y danza. También ciertos temas de actualidad; por ejemplo, la arquitectura y el interiorismo, ciertos eventos sociales, los artículos de revistas y los adelantos de moda. Que proporcionen un adecuado contenido visual para manifestar y abastecer de ideas al proceso de diseño. Cabe destacar que los tiempos acelerados que manejan las empresas de la industria textil hacen que el diseñador muchas veces no vuelque estas influencias en la colección, debido a la presión por focalizar en que el producto sea de buen gusto, a la moda y de rápida aceptación por los consumidores.

La primera etapa es la asimilación que implica el orden y el acomodamiento de toda aquella información tanto general como específica que se encuentra relacionada con el concepto y se desea implementar en la colección. El diseñador es quien percibe señales del contexto y se compromete a dar una respuesta a través del diseño, de tal manera que pueda expresar la cultura de una época, su posición e ideología. Otro factor importante a tener en cuenta en el circuito masivo de la moda, es el análisis de tendencias locales y globales. Estas tendencias de consumo ayudan a concentrar al diseñador a realizar una colección de corte más bien masivo y comercial, que sea del gusto del consumidor de común denominador. Existen agencias de tendencias que crean publicaciones sobre temas específicos en el diseño, entre ellos están los textiles, el color y las tipologías.

La observación y el pronóstico de dichas tendencias se da a partir de fotografías *coolhunting*, muestras textiles, hilados, artículos de interés, objetos de arte, pintura, arquitectura e inclusive estilos de vida. Estas investigaciones suelen estar influenciadas en la temporalidad, época y el aspecto cultural del país al cual se quiere llegar. Por lo tanto, el diseñador una vez que plantee el tema y las tendencias a utilizar debe determinar la temporada de la colección. En el año se contemplan dos temporadas: otoño-invierno y primavera-verano y usualmente las colecciones se inician una temporada anterior a la misma. Cuando el diseñador decide su postura frente al tema inspirador, la temporada

elegida y las tendencias a seguir o utilizar, fija cuáles son los objetivos específicos que quiere cumplir y desarrollar en los diseños, generando así una idea rectora, cargada con toda la intencionalidad del concepto, que se utilizara como guía para los demás diseños que compongan las diversas líneas de la colección.

De esta manera se considera la implementación del color como uno de los aspectos principales en la colección el cual debe ser controlado y utilizado, de tal manera que las mezclas generen un embellecimiento de los textiles. Usualmente, los diseñadores trabajan con algunas paletas cromáticas debido a las tendencias, la temporada donde es lanzada la colección, el cliente o inclusive la identidad de la marca. También se debe tomar en cuenta los aspectos subjetivos del color, los cuales generan en el cliente ciertas atracción, percepción, emoción o pensamiento. En ciertas ocasiones, el color pueden llegar a ser un determinante en la creación de una colección o inclusive en todo el proceso de diseño. La característica de colorimetría en el ámbito del diseño puede generar una alta carga creativa o artística, además de enlazarla fuertemente con el concepto o idea inicial, de manera que tenga como fin el enlazar todos los conjuntos de la colección.

Uno de los métodos para expresar el color, es por medio de diseños gráficos, también conocidos como patrones, los cuales son tomados como caracteres que otorgan distinción al producto final. Simon Clarke explica que

El patrón es omnipresente en el diseño textil y tiene el poder de atraer y estimular del modo que el color provoca una verdad de respuestas emocionales. Los patrones digitales, por ejemplo, no son solo la expresión de una nueva estética, sino que plasman el ambiente de los tiempos en que vivimos. (Clarke, 2011, p.155).

De esta manera, se deduce que dicho patrón no solo influencia el aspecto estético de la prenda, sino también en el nivel de consumo de un público en específico. Estos patrones pueden tener una variedad de interpretaciones y producidos de distintas maneras, los más utilizados en la indumentaria son el bordado, el estampado y la manipulación del tejido. Técnicas que se han mencionado en el capítulo 2.2 y 2.3. si bien los patrones

pueden ser de diferentes tamaños, simples o complejos, simétricos o asimétricos, estos están asociados siempre al color y logran representar el concepto en su totalidad.

Para Jenkins Jones es necesario que el diseñador posea “la capacidad en mezclar elementos conocidos con nuevos, por medio de los cuales se busca crear combinaciones frescas y productos innovadores. Los principales elementos del diseño en la moda son: silueta, línea y textura”. (2002, s.p.). Para la moda, la silueta suele estar asociada a las diversas estéticas a lo largo de la historia de la moda, esta es lo primero que se distingue inconscientemente en la prenda. Se denomina silueta al contorno o forma que una prenda crea entorno al cuerpo o al usuario que lo lleva puesta. Si bien esta, esta relacionado con lo volumen, también puede demostrar ligereza o peso dependiendo del tipo de tejido que forme la prenda. Lo que generan estos tejidos es la modificación visual de la totalidad del cuerpo, tomando en cuenta las diversas características del textil, estos establecen el grado de proximidad con el cuerpo, que al combinarse con texturas suaves, mórbidas, rígidas o estructuradas generan diferentes efectos con los que el diseñador logra formas novedosas y atractivas formas para la vista como también para el tacto.

A diferencia de la línea que marca el corte, los pespuntos y las costuras de la prenda, de manera que se logre estilizar el cuerpo de la persona. Esto sirve para dar separación y proporción al cuerpo, el cual puede estar separado por bloques de colores, texturas o distintos tejidos según los cortes propuestos. Algunas de las decisiones que propone el diseñador como la materialidad, carta de color y la silueta o líneas de corte, se modifican según los intereses de la empresa, la aceptación del usuario o la identidad de la marca. Además se pueden incluir otro tipo de variables que se toman en cuenta al momento de diseñar como es la edad, la demografía, el género, las características físicas, la clase económico-social, valores, actitudes, inclusive la religión que profesan del país o de un grupo.

Asimismo se consideran las texturas como parte del diseño o colección; estas, como se estableció en el capítulo 2.2, pueden variar en cuanto a su materialidad, aspecto y forma,

por medio de la materialización, colorimetría, tamaño modular o diseño. La implementación de la textura en la prenda o el tejido, crea la transformación de la superficie del mismo, en cual provoca distintas sensaciones al tacto. La investigación y descubrimiento de estas particularidades, hace que la industria textil disponga de nuevos tipos de acabado. Simon Seivewright plantea que: “las imágenes de materiales de construcción, paisajes y formas orgánicas inspiran tipos de punto o técnicas de manipulación de tejidos”. (2012, p.20). Sin embargo las formas mencionadas anteriormente no son las únicas, ni las exclusivas para que un diseñador parta como fuente de inspiración. La gran variedad de información en medio de comunicación, bibliotecas, galerías, inclusive en el cine y la música, ha logrado que los creativos se abastezcan de conocimiento y puedan generar un artículo con gran carga conceptual y técnicamente artístico.

En conclusión, por medio de este capítulo se conocen los aspectos esenciales, técnicos, compositivos y artísticos que se pueden generar en el textil o por medio de las fibras. Si bien existen una diversidad de técnicas y procesos durante la creación y confección de cualquier prenda, uno de los más innovadores y que tiene auge dentro del ámbito de la indumentaria es la integración de la tecnología en la prenda o el tejido. Los nuevos proyectos y trabajos que se asocian y emplean textiles innovadores, abarcan desde la modificación de la estructura, el proceso de construcción hasta la funcionalidad del mismo, estas son conocidas a nivel mundial, generando en los nuevos consumidores diversos puntos de vista sobre la moda y la tendencia, además de integrar una conciencia social, política, artística o ambiental.

Si bien los materiales que se identifican dentro de este capítulo varían en sus características estéticas, de manera tal, que sean utilizados adecuadamente en el ámbito de la indumentaria, también existe la posibilidad de resignificarlos, para que se adecue a otros ámbitos. Asimismo se establece los parámetros que siguen ciertos diseñadores al momento de comenzar una colección, estos elementos definidos en el capítulo 2.5 serán

parte fundamental sobre la investigación de los diseñadores en el capítulo 4. Estos pasos a seguir estarán manifestados por el método de inspiración de cada diseñador, concepto o idea generadora de la colección o la prenda a tratar, carta de materiales en donde incluye una síntesis de los textiles, texturas, paleta de color, silueta que utilizan los diseñadores o se distinguen en los diseños más representativos. Igualmente se hará un breve análisis de las tipologías, en donde se mencionará el uso del textil en distintos rubros, de manera que se identifique el aspecto artístico diseñados o creados en los textiles como un método diferenciador para cada usuario.

Capítulo 3. Los textiles más allá del alta costura

Como se menciona en los capítulos anteriores, todas las colecciones creadas por diseñadores o marcas parten de un concepto o idea inspiradora. A partir de esto se generan todos los aspectos técnicos y estéticos que se utilizan dentro de la creación de la colección o la pieza de diseño. Este capítulo pretende dar a conocer diversos modos para llegar a esa idea inspiradora, de manera que los conceptos se asocien e incentiven a la creación o intervención de textiles. Los nuevos diseñadores marcan una impronta en lo que se refiere a la estética, técnica o procesos que involucran al textil, si bien el enfoque de cualquier marca o diseñadores es crear un producto para un público determinado, estos se enfocan a satisfacer las necesidades y demandas que están en constante cambio dentro del mercado.

3.1. El arte en nuevos aspectos del diseño

La historia del arte siempre influyó de diversas maneras en áreas creativas y profesionales que se establecieron a lo largo de los años; así mismo el arte aporta diferentes características técnicas y nociones conceptuales. Los diferentes movimientos artísticos, desde la prehistoria hasta el arte contemporáneo, inspiran y modifican los conceptos estéticos y las características técnicas, a favor de la búsqueda de nuevas alternativas que marquen diferencia a sus predecesores. Por ende, gracias a la constante evolución, modificación y el mejoramiento del arte, los aspectos técnicos, conceptuales y compositivos se deben analizar constantemente según su época. El arte como tal, promulga un ideal alternativo de lo que se entiende por el significado de belleza, de modo que, las propiedades que se mencionan padecerán de ciertas variaciones, más o menos significativas, las cuales generan o no una mirada contraria a la que tiene el público en general. Algunos autores expresan que:

Históricamente, los tejidos se han valorado por sus propiedades prácticas y estéticas, pero también por su importantísimo papel como referente cultural. La vestimenta muestra el arte y el ingenio de un pueblo, y sirven incluso para indicar estatus social de un individuo. (Hallett y Johnston, 2010, p.8).

Diversas áreas creativas que utilizan el arte como medio de inspiración como es la artesanía, la arquitectura y la pintura se encuentran desligadas a los métodos de producción en serie debido a la integridad, originalidad e impronta de obras particulares que realizan los artistas o profesionales. A diferencia de otras áreas como la cinematografía o la indumentaria, donde la producción en serie genera el consumo masivo de productos. Es así como, un objeto puede integrarse dentro de una cultura, un grupo social, un movimiento político, una época y un sin fin de cualidades particulares que diversifique el mercado.

Para los diseñadores de indumentaria, los movimientos artísticos que expresan el país de origen, época, religión, propiedades técnicas y conceptuales son ejes inspiradores para comenzar un proceso de diseño, como fue el caso de Stephen Sprou, diseñadores estadounidense de 1980, el cual combino la cultura urbana y el graffiti en sus prendas. Por medio del desarrollo de estampas, en donde se consideró hasta cierto punto alta costura debido a la manipulación y el carácter exclusivo de los materiales. Este diseñador buscó y adaptó un producto con características singulares a las necesidades y gusto de un público que demandaba por las mismas. A lo largo del capítulo 4 se verá como cierto diseñadores toman diversas fuentes de inspiración y logran plasmar esto en sus prendas o en la colección completa.

El diseño textil se convierte en un elemento primordial para distintas áreas, además de la indumentaria se encuentra la decoración de interiores, la arquitectura, artes plásticas, entre otras; de manera que se constituye el desarrollo creativo e innovador dentro de estas áreas. Se toma como inspiración primordial, los tejidos históricos y culturales en donde se pueden distinguir la paleta de color, composición del material, funcionabilidad y adaptabilidad del tejido hacia el producto final. Según Simon Clarke (2011) algunas tejedoras como por ejemplo Gunta Stolzl y Anni Albers, fueron personajes importantes para mejorar de la sociedad. Ellas ayudaron a difundir la filosofía de La Bauhaus, la cual consistía en integrar el arte y el diseño, por medio del cual se manifiesta la producción

industrial apoyada sobre una base artesanal. Estos diseñadores lograron reconocer que el arte no solo es una pintura o una escultura, sino también cosas u objetos que se encuentran en la vida diaria y en la mirada de cualquier persona que aprecia la bellas y el trabajo que se elabora en el mismo. Varios artistas que desarrollan grandes avances o transformaciones en cuanto al textil, reconocen que su fuente de inspiración es la tradición y la cultura de diversos países; esto les ayuda a genera una investigación de la cual obtienen diversas tipologías, paleta de color, textiles e inclusive el estilo de la colección que se asociada al de la marca.

El arte ejerce una gran influencia en la producción del diseño textil, pero el arte tradicional toma fuerza cuando se plantean ideas son realmente innovadores y se las ejecutan masivamente, de manera que pueda llegar a diverso público. La autora Norma Potter indica que

la conexión real entre las bellas artes y los diseñadores, surge de la ventaja de compartir una determinada sensibilidad visual y no de una adecuada o indirecta transferencia de técnicas, lenguajes o razonamientos formativos, desde un campo al otro. (Potter, 1999, p.24).

De este modo se establece que el diseño, prenda o tejido como tal, no es exclusivamente lo que el diseñador quiere transmitir, estos se convierten en medios que comunican de manera indirecta el contenido expresivo y conceptual al público. Es necesario conocer el contexto en donde se desarrolla el diseñador y al usuario al que va dirigido la prenda o producto, influyen en la aceptación del mismo. Esto integra la noción de historia y cultura de un país o pueblo, además de temas como las necesidades de los clientes, costo de producción, disponibilidad de material o materia prima, implementación de técnicas o procesos adecuados para el diseño.

El origen, la autenticidad e identidad, que se genera por medio de producto u objeto final, son conceptos importantes en el mundo del arte y el diseño debido a la implementación de todo el proceso creativo en el mismo, pero se deduce que estas características han perdido su valor dentro del ámbito comercial e industrial a gran escala. De manera que el producto que se intenta colocar en el mercado, no tenga características artísticas. En la

actualidad, tras incentivar y fomentar la individualización y customización del producto, los diseñadores más jóvenes buscan implementar procesos artesanales durante el desarrollo de la prenda o la colección. Es así como se compone con un lenguaje visual distinto y lleno de significados simbólicos por medio de las formas o textiles, por medio del cual, su resultado será una prenda con alta complejidad que puede llegar a contener un sentido ideológico, social, político, medioambiental, etc. Algunos diseñadores fomentan esta visión innovadora, dando a conocer los procesos del diseño de toda la colección. Uno de los ejemplos más comunes que presenta Clarke (2011) es el caso del diseñador Issey Miyake, se reconoce a este diseñadores debido a la utilización de dibujos no tradicionales en sus prendas, otorgándole la oportunidad de colaborar con distintos artistas muy creativos para crear y diseñar nuevas estéticas visuales en el tejido de sus diseños. Miyake se lo identifica debido a la manipulación textil, la modificación en cuanto a la silueta, forma de la prenda, además de la carga conceptual de su trabajo.

Desde que se desarrolla una referencia con las bellas artes, estas tienen cierta influencia en tratamiento de la superficie textil, además de las tipologías, largos modulares o diversos aspectos del diseño que afectan en la producción del tejido. Existe una gran importancia en la relación entre el arte y la creación de nuevas tecnologías, por medio del cual los avances benefician a diversas área, además de la indumentaria.

3.2. El diseño de autor a nivel mundial

El diseño de autor es aquella creación donde el diseñador resuelve una prenda a partir de su propia inspiración y estilo, más allá de las tendencias de las capitales de la moda. Las piezas se confeccionan a partir de la búsqueda de la originalidad y calidad, a través de un tratamiento exclusivamente manual, valorando la huella personal y los rasgos distintivos del autor. Estos diseños con identidad propia salen fuera de lo común; dentro de la confección de prendas se enfatiza la forma de operar, los detalles constructivos y el carácter de personalización de la misma.

Un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. Estos creadores ocupan un lugar cada vez más importante y representan el otro polo del nuevo sistema de la moda, con una concepción basada en la personalidad y en la comunicación de cierta identidad. En tal sentido, más que describir al pensamiento global, representan a personas de acuerdo con sus gustos e intereses; por eso, sus prendas se obtienen con criterios de compra y no por deseos basados en el mecanismo de consumo masivos. (Saulquin, 2014a, p.16)

El rol principal del diseñador es saber qué diseñar; sin embargo, cómo presentar la colección dentro del ciclo de la moda no es pura intuición, sino un asunto de compromiso profesional, de buena investigación, planificación, experimentación, inspiración y capacidad de interpretar las tendencias culturales. Actualmente, el profesional de moda debe mostrarse sensible o perceptible a los cambios y eventos que se producen en el contexto. Observar y comprender lo que sucede en el mundo y, en especial, en el consumo más específico de un usuario es una tarea esencial para los diseñadores.

En cuanto a la búsqueda de la fuente de inspiración o idea rectora, el diseñador no toma en cuenta las tendencias, sino que busca desde su lugar o forma de expresión propia, un tema u objeto que lo inspire para realizar la investigación, de modo que su meta será la libertad individual. Se realiza una exploración constante de conocimiento, mediante el cual se encuentran respuestas visuales e intelectuales que de algún modo plantean una nueva aspecto, que se lo acompaña con un color, forma o textura respectiva. Cuando se realiza una investigación creativa, se comienza con información visual y teórica que alimenta a la imaginación e inspira al diseñador.

Los temas como consecuencia de una investigación, ubican al diseñador con una actitud de percepción del entorno y auto-percepción individual, por medio de conceptos abstractos o temas personales. Esto se basa en lo esencial del diseñador y manifiesta en la materia, sus sensaciones e impresiones que se generan. Seguir las tendencias no es una actividad deliberada, sino se asocia con lo que sucede a través del tiempo y con una sensibilidad creativa para cambiar el interés por el gusto. Este talento se adquiere con los años e implica una capacidad para recordar, hacer comparaciones y construir

significados. En estas últimas décadas, la moda sufre diversos cambios debido a la nueva generación de idealistas que se comprometen de manera social. Los diseñadores observan la sociedad y el sistema de la moda con un ojo, de manera que buscan establecer características propias dentro de sus marcas en cuanto al material y las técnicas de confección que se asocian a los sostenible; esto formula la nueva identidad de la moda.

Ahora el diseño de autor, no solo se fomenta a través de diseñadores de Europa o Estados Unidos; la nueva generación de diseñadores sale de África y Lationamérica y buscan reinterpretar los tejidos y ornamentos autóctonos de cada país o región; logran una moda auténtica, con identidad, ética y artesanal. El diseño de autor ya no se enfoca en el gusto estético del creador, ahora observa el entorno en el cual se desenvuelve, la cultura y la sociedad al que se dirige el producto; es así como se define la esencia básica del textil, como materia prima del diseño. Tomar la cultura como centro de partida para una prenda o una colección, implica conocimiento, prestigio y revolución. Debido a que, para crear una colección el tema o concepto que se quiere expresar debe ser bien definido. De esta manera, es como los dibujos impresos pueden llegar ha ser desde figurativos, abstractos, hiperrealistas y tomar un sin fin de concepto artísticos de épocas anteriores.

Si bien, la innovación del textil se refleja en el diseño clásico e innovador de la alta costura; los diseñadores emergentes han contribuido para que las tradiciones y la cultura enriquezcan el diseño, la distribución y aceptación del público en cada sector. La diferencia principal que se encuentra en el diseñador, es el modo de observar, reflexionar e investigar sobre el concepto, además de las características que se vinculan al estilo del mismo, como consecuencia del acoplamiento de estos aspectos se genera un producto final distinto. Los diseñadores como tal, buscan comunicar, innovar y redefinir el concepto de moda. La moda dentro de su transición cronológica se desarrolló como un motivo social, global, que genera libertad, oportunidad y desarrollo personal. Mediante la

combinación de la artesanía tradicional, el gusto y estilo de cada diseñador, se busca impartir una identidad nacional y autóctona. Los diseñadores emergentes emplean de manera distinta el material y las particularidades del mismo, siempre vinculándolas al estilo de cada uno.

Incluso, el sistema de la moda promueve un consumo excesivo de artículos con métodos de producción sostenible, en donde se abarque la utilización de nuevas tecnologías. Según Nicolas Bourriaud (2013), la fijación de orígenes y su relación con la autenticidad y una identidad original tienen que ver con el pensamiento postmoderno que se dio a partir de 1970. El diseñador de autor tiene como una de sus formas de operar no estandarizar su producto, exponiéndolo como una obra de arte, con una curva de precios acorde a su realización única. Sin considerar bajo ninguna circunstancia, la venta en forma masiva del producto, sino de manera exclusiva, el cual se dirige a un estilo de usuario que va en contra de productos comerciales o de consumo masivo.

El diseño de producto en serie es de carácter colectivo y comercial, y se preocupa por respetar claramente el dictamen de la tendencia actual. En la actualidad, el sistema de marcas y el diseño de autor conviven entre sí y se mimetizan. El diseño de autor se encuentra muy diferenciado del diseño en serie, tanto que cada pieza puede resultar una pequeña y costosa obra de arte para usar. La polémica que existe actualmente entre el diseño autor y las marcas, equivale para algunos a enfrentar creatividad y tendencia, u originalidad y copia. Frente a las manipulaciones de una sociedad de consumo con un avance de tecnología descontrolado; el diseñador que busca esa individualidad en sus productos, no debe mimetizarse en cuanto a las elecciones de las prendas respecto con el mercado masivo, debido a que el valor está en la impronta del diseño. Este debe tener un anclaje con un propósito muy claro para no vincularse de manera indirecta con el consumo colectivo. Estos parámetros pueden ir desde el tratamiento de texturas, la creación de diferentes tipologías, la calidad de la materia prima, inclusive la integración de avíos personalizados; el resultado será un diseño que contiene en su estética la

materialidad y calidad acorde a la búsqueda de identidad anhelada por el diseñador. La experimentación es lo que puede incentivar al diseño de autor, ya que descubre diferentes perspectivas que se contemplan para la bajada de la confección de un diseño. No puede regirse por reglas, ni por dictámenes de moda. Conoce las tendencias, está informado de estas, pero no desarrolla el diseño desde de esa posición sino que tiene otra valoración de cómo plantear el proceso creativo. Dentro de este rubro, se valoran los siguientes conceptos: la inspiración personal, el deseo como idea que tensa su creatividad, visión para ver más allá de lo evidente, lealtad para no engañar a sus principios, inteligencia y motivación para permanecer a través del tiempo sin convertirse en un diseñador efímero. Los laboratorios de diseño no son de gran utilidad para el diseñador de autor, si bien se distingue una búsqueda de futuras tendencias dentro de las colecciones debido a que se encuentran inmersas en la sociedad. El creador de moda no debe quedar al margen de lo que sucede en el mundo, pero es consiente y tiene la capacidad de generar un producto diferente que tenga un grado superior de lo que se observa habitualmente.

En general, un diseñador se lo reconoce como vanguardista a partir de la creación de diseños extravagantes y sobre todo la opinión pública sobre los mismos; es simple realizar diseños que aparentan ser vanguardistas sin la necesidad de intervenir el textil. Existe la posibilidad que diseños aparenten ser de autor pero no respeten, ni consideren y solo simulen ser creativos. Para poder discernir si el diseñador expone un diseño real de vanguardia, debería darse a conocer desde un principio, cuales son las formas de expresión que analizó para concretar ese diseño, y si finalmente se logró connotar su idea. Sin embargo, hay una serie de características que no se pueden dejar de cumplir cuando se trata de diseño de vanguardia. Aunque éste último está relacionado con el diseño de autor -en que los diseños son realizados partiendo de la misma base, explorando ideas novedosas diferentes, genuinas y creativas- el diseño de vanguardia se adelanta siempre al menos una temporada, mientras que el diseño de autor si bien puede

predecir la demanda futura, este no es un objetivo específico.

3.3. Fuente de Inspiración, ¿exclusividad o copia?

Como se menciona en el capítulo 2.5, los diseñadores deben abastecerse de conocimientos y una cierta investigación previa al planteamiento de la colección. Esto se debe a la constante modificación en el ámbito de la moda, la música, las culturas y en general de los aspectos sociales. Por ende, los diseñadores contemporáneos deben poseer información actualizada de temas universales o intereses para generar en su trabajo un aspecto de modernidad e incentivar al desarrollo de nuevos conceptos, intervención de textiles, combinación de colores, etc. Para Simon Seivewright, “la investigación sirve para inspirar al diseñador en su faceta de individuo creativo. Es una forma de estimular la mente y de abrir nuevas direcciones al diseño”. (2012, p.13). Mediante esta cita se asume que los diseñadores depende de un proceso de investigación y reconocimiento de diversas referencias, imágenes, artículos u objetos que ayuden a canalizar e inspirar la creación de la colección, además de desarrollar la idea o concepto rector. Dicha investigación puede ser utilizada como una herramienta para profundizar en el tema o generar conocimiento y conciencia sobre el mundo que nos rodea.

Existen diversos tipos y formas de hacer una recolección de datos, los que más se utilizan se dan a partir de una investigación visual en la cual se reconoce el tema, espíritu o concepto que plantea el diseñador para que se genere la colección; a partir de esto, se recopila una simultaneidad de materiales con los que se trabajará y experimentará durante la colección. Asimismo, la investigación de mercado análisis de tipo usuario al cual se dirige la marca o el diseñador, en donde no solo se conoce las características ideológicas de sus consumidores, sino también la competencia y el producto existente en el mercado.

Actualmente, el método de investigación se plantea a partir de dos corrientes de

consumo; en donde la primera, obedece al estereotipo de belleza física que influye sobre diversos ámbitos de la sociedad. En cambio, la segunda prevalece el concepto de individualismo y la experiencia sensorial sobre lo social; se hace evidente la superposición de estas dos formas culturales. El proceso fundamental es convertir a una sociedad industrial y consumista en una sociedad que se adecua al conocimiento de la compra y venta en el mercado. Existe una base de la cultura de masas que necesita de la homogeneización de las prendas para poder subsistir dentro del mercado, pero con el aumento del diseño emergente, estas se pueden desplazar dando lugar a un nuevo nicho de mercado.

Todo tipo de prendas, con confecciones complejas y simples, se convierten en moda una vez que se ubican dentro de un contexto cultura, social, político y económico. Inclusive pueden llegar a representar la estética de otras épocas, pero siempre siguiendo el estilo del diseñador. Desde el siglo veinte, la definición de la propia imagen evolucionó como consecuencia del rechazo de los jóvenes hacia las prendas de los padres, de modo que telas, tipologías, accesorios inclusive estampas fomentaban la rebeldía y la distinción de generaciones. Posteriormente, la uniformidad en el vestir fue fácilmente observable en la adecuación del jean para cualquier momento, siendo ésta la tipología más usada por todo tipo de personas. Sin embargo las tendencias hacia la individualización, la customización y la personalización de los productos llevan a la declinación de esta uniformidad. Los diseñadores encontraron, a partir de la resignificación y la reinterpretación de esa tipología por medio de tachas, strass, lavados, gastados y roturas, el nuevo modo de reinventar el jean adaptado al estilo de cada diseñador.

En la actualidad, esta imagen no solo involucra la vestimenta, sino también el estado anímico y la forma de vida de una persona. El diseño de autor ya no abarcan solo el mundo de la alta costura, los vestidos de gala y el pret-a-porter, en donde se consideraba especial tener un vestido y prenda realizada por ciertos diseñadores. Ahora, dichas prendas, tienen una identidad, que no solo define al diseñador o marca, sino también al

público o usuario que lo porta. Los productos de lujo se consideran productos de primera calidad y con precios asequibles; los diseñadores contemporáneos toman este concepto para reinventar la ropa informal a prendas con sensibilidad, modernidad y creativa.

Según Simon Clarke, “las ideas experimentales y creativas siguen siendo cruciales para el carácter distintivo de un buen diseño textil, que se inspira tanto en temas clásicos como en influencia engendradas por la sociedad moderna”. (2011, p.25). Los diseñadores de indumentaria, así como diseñadores textiles, interpretan de manera personal los diversos conceptos del arte, estos diseñan nuevas versiones que los representaran por medio del estilo y aspecto artístico en el mercado. Todos los conceptos e inspiraciones de diseñadores o de marcas se pueden asociar a diferentes aspectos culturales, ideológicos y éticos. Por ejemplo, se confeccionan prendas con artículos reciclados de distintos rubros, con el fin de entretener, educar, motivar y hasta cierto punto, cambiar el concepto actual del reciclaje. Todos los artistas y diseñadores a su vez buscan derivar los estereotipos de belleza y moda, por medio de la diversidad étnica y estética de las mujeres y los hombres, además de adquirir influencia de las distintas culturas, por medio de las cuales varios diseñadores rinde homenajes a través del estilismo de sus prendas o desfiles.

3.4. Creación y demanda de prendas relacionadas con los nuevos usuarios

Actualmente, se fomenta que el diseño con identidad llegue a nuevos usuarios, de manera que fomenta a emprendedores y diseñadores emergentes que desean entrar en el mercado de la indumentaria. Se plantea una nueva forma de abarcar el diseño, en el cual se establece la individualización y diferenciación por medio de detalles constructivos, avíos, accesorios o incluso el textil que forma parte de la prenda. El diseño y la moda ayudan ha enmarcar ideas, definir grupos sociales y culturales, expresar la individualidad y la estética de una época, como se menciona en la siguiente frase,

Lo original y lo nuevo se calibran cuidadosamente para que la estética existente resulte obsoleta...En respuesta a esto, la moda del siglo XXI

aspira ahora a ser asociada a la sostenibilidad y la artesanía de la confección..., y al mismo tiempo, reconoce la necesidad de sofisticadas estrategias. (Fogg, 2014, p.14)

La ropa y la moda tienen nuevas miradas dentro de la sociedad, tanto ahora como en el futuro. Los diseñadores ya no buscan un estilo auténtico, sino se enfocan en la personalidad e individualidad del usuario al que se dirigen. Ahora los espacios en los que la moda transita ya no son las campañas, la pasarela o la revista de moda, sino las fábricas, ferias de tecnología, centros urbanos y sobre todo las redes sociales y el internet. Este nuevo mercado ha hecho posible que la opinión de las personas sobre los distintos rubros, diseñadores, ideologías, perspectivas, gustos estéticos, colores o cualquier propiedad dentro del diseño se tome en cuenta dentro del mercado. Generando, en ellas una búsqueda de algo que se acople al estilo de vida, su forma de pensar y sobre todo que beneficie de alguna manera al medio ambiente.

Es importante comprender que la identidad en la moda no es un mandato que se construye artificialmente por las acciones de industrias, empresas textiles y comerciantes; sino que se establece como resultado de la conjunción entre los cambios que ejercen estos grupos y aquellos que se introducen por los compradores; simultáneamente surge la importancia de usar marcas que determinaban el grupo social dando lugar a la búsqueda de un look personal, cómodo y que responda a deseos internos y no tanto a tendencias, promulgando el diseño de autor. Los diseñadores comenzaron a recorrer un camino propio de la originalidad, para descubrir cuáles son sus raíces y a partir de estas características generales configurar cual es la esencia y la idea propia que se planteaban. La moda se extendió hacia nuevos horizontes, donde prevalecía la identidad de cada autor con pocos recursos económicos, pero ayudados por la riqueza cultural que impulso su creatividad.

La búsqueda de la identidad se refiere en un principio a entender que hay una aceptación de la diferente, lo diverso, la marcación de una propia individualidad, explica Susana Saulquin (2014b). La situación globalizada no sólo ha segmentado ideologías históricas,

programas de gobierno, leyes de mercado, relaciones internacionales, costumbres, formas de consumo, sino también ha modificado la actitud productiva, el sistema de trabajo y los objetivos particulares e individuales de cada una de los diseñadores que llevan en su esencia la originalidad y creatividad que pone de manifiesto la identidad del autor. Monneyron (2006) menciona que el vestido ocupa un lugar importante y primordiales en la creación, modificación y el pleno desarrollo de identidades sexuales y sociales, en donde la aceptación del mismo completamente psicológico e ideológico.

Sobre la base de la masificación que corresponde a una sociedad postindustrial, posmoderna y masiva comienza a existir el juego de querer diferenciarse a través de las formas del vestir. “La vestimenta funciona como transmisora de ideologías” (Saulquin, 2014b, p.132), a partir de esta idea, en la moda masiva es muy complejo transmitir una ideología debido a la despersonalización y falta de criterios socio-culturales.

Existe una tendencia de olvidar los principios o valores para la educación de un individuo, los cuales generan la falta de identidad. Es aquí donde el diseñador busca en forma creativa reactivar este fenómeno en su interior. Para poder proyectar sus ideas al diseño de indumentaria, mediante la valorización de lo individual y los orígenes de su nación, a través de los diseños.

El individualismo genera una tendencia propia que es la de una conciencia activa hacia la libertad, generando ideas originales que se manifiestan en los diseños y que son notablemente creativos cuando se exponen en un desfile o feria de diseño. La interpretación que se manifiesta o se clarifica, es que da una oportunidad para que estallen las identidades, porque solo la libertad permite la expresión de las diferencias y las respeta. Es la aceptación del derecho del otro a expresarse a través de una silueta, combinaciones, tratado de texturas, nuevas formas de moldería de realizar de forma diferente y particular. (Audisio, 2011, p.51).

La práctica de la identidad en el diseño de autor en un principio es condición para ser uno mismo, reconociendo valores propios, descubrir capacidades y reafirmación de los objetivos para poder proyectar la real diferencia estilística. Saulquin explica: “una creciente espiritualidad, que potenciará la creatividad y permitirá el desarrollo de un diseño individualizado y personalizado, favorecerá también al fortalecimiento de los social

por el desarrollo de una conciencia crítica que se remite a lo universal". (2014b, p.78)

Las diferentes actividades de ocio que se realizan, una de ellas el deporte, desarrollan el incremento de la demanda hacia nuevas telas ergonómicas, flexibles y adaptables a la ocasión de uso. De este modo, existen marcas que se enfocan a la creación y producción de telas que traspiren, ayuden a regular la temperatura corporal, sean impermeables, protectores contra rayos UV y mejoren el rendimiento.

Ebru Kurbak, creador de News Knitter, afirma en una entrevista que:

La moda, los estilos de ropa y en particular los accesorios han sido siempre un medio de expresión. Con las nuevas técnicas de producción, la posibilidad de crear prendas personalizadas, es cada vez mayor. Esto anima a la gente a utilizar la ropa como medio para expresar sus reacciones. (San Martín, 2010, p.91).

Si bien las prendas han sido creadas para que el usuario las consuma, este puede ayudar a las distintas marcas o industrias con diversas opiniones y punto de vista sobre las características que se desea tener en una prenda.

Si bien la prenda fue diseñada para crear un aspecto de intimidad y cubrir el cuerpo de las personas como principal enfoque, estas han desarrollado distintas necesidades en donde la funcionalidad de la prenda y la importancia de la misma dentro de los comportamientos sociales varía según se desee. Ya que, para ciertas personas, con características sociales particulares, no es lo mismo utilizar una prenda para ir al cine, a un restaurante, a una fiesta, o algún sitio específico que tenga establecido un protocolo en cuanto a vestimenta y al comportamiento del individuo.

3.5. Asociación del textil y el diseño de autor

En muchas ocasiones el diseño de moda y la industria textil suelen considerarse disciplinas independientes, es decir que un diseñador de moda no requiere de un conocimiento profundo acerca de la creación y desarrollo del textil, pero si necesita conocer sus propiedades básicas. En muchos centros educativos modernos el estudio de la materia prima y de los procesos industriales o artesanales que se utilizan para la

creación del tejido no forman parte del pensum académico, esto hace que los diseñadores tengan un déficit de conocimiento y que sean capaces de experimentar con lo que está al alcance, sin tener límites, reglas o convenciones de lo que debería ser o llevar una prenda.

Usualmente esta experimentación o modificación en el textil, no tiene una influencia directa en las tendencias y la moda, lo que permite que el diseñador cree el tejido desde su gusto estético, conceptual y hasta en procedimental. Se obtiene como resultado la creación de un diseño o prenda contemporánea y original, con bases artísticas, artesanales y técnicas. Para lograr este tipo de textiles, se debe partir de una fuente de inspiración, varias de ellas mencionadas en ellas citadas en el capítulo 2.5. Sin embargo, es necesario destacar que los temas más tratados en la creación del tejido están relacionados con las tradiciones, costumbres y culturas que el diseñador desee. Clarke (2011) cita algunos métodos para obtener una inspiración y una mirada abierta hacia los diferentes ámbitos, como son las galerías, exposiciones de arte, música, cine, mercados, ornamentación, decoración, historia, fotografía, personas, recuerdos, emociones, sentimientos y experiencias de vida, entre otras cosas. Algunas fuentes de inspiración citadas pueden llegar a plantearse de manera abstracta y conceptual por medio de la materialidad, colorimetría, diseño del tejido, estampado o la morfología prenda. Es así como las prendas que tengan una fuerte carga conceptual o simbólica, además de su contenido creativo y artístico, que les lleva a ser consideradas prendas de diseño de autor, por sus características en cuanto a materialidad, color, estampado, tipología, avíos y otros aspectos que integren el diseño. Por consiguiente el diseño de autor como se conoce en la actualidad está asociado al proceso artesanal, pero con un adecuación y necesidad de venta industrial lo que hace que el producto tenga un valor agregado, resaltando su aspecto funcional y un enfoque creativo.

Uno de los aspectos que motiva, ayuda e incentiva a los diseñadores de autor a realizar la manipulación textil es la oportunidad de tener un taller propio en de donde se pueda

realizar la confección de modelos o muestras del textil y la prenda en general. Se desarrollan prototipos a escala real para probar los detalles y realizar modificaciones en cuanto al tejido, paleta de color, silueta, tipologías, entre otras cosas.

El modo en que los diseños, objetos e inspiraciones basadas en el pasado se pueden utilizar e reinterpretar según el efecto de cada diseñador a la hora de crear una colección.

O en otros casos, puede que se encargue a un diseñador la incorporación de un tema y un estilo determinados en un diseño textil, lo cual influiría en sus motivos y patrones de estampación... el color es un elemento vital en motivos y estampados. El modo en el que este se incorpora puede transformar radicalmente el aspecto de un diseño. (Clarke, 2011, p.56).

Dentro de este capítulo se planteó una mirada sobre las modificaciones de las características técnicas, estéticas y conceptuales del diseño; en donde la noción del arte juega un rol importante en el mismo debido a que es una fuente de inspiración subjetiva que cada diseñador o creativo integra a sus propias ideas. Además se establece cual es el origen del diseño de autor, como se plantea frente a un público o una sociedad que se basa en el consumo masivo de artículos. Este nuevo rubro dentro del diseño, genera en la sociedad una mirada reflexiva y crítica sobre un producto personalizado y con identidad, el cual es valorado por la exclusividad de sus características técnicas y conceptuales. La convivencia entre el diseño y el arte promueven la creación de un producto innovador, consciente de las necesidades sociales, ambientales y éticas que desea satisfacer en nuevo consumidor. Inclusive, los nuevos usuarios, demanda un producto que se asocie a los gustos, la personalidad, los aspectos ideológicos, morales y culturales de cada uno. Sin embargo para que un producto ingrese dentro del mercado, se debe concientizar sobre el valor y el trabajo artesanal del tejido o inclusive de la prenda.

El diseño se plantea como una mirada subjetiva que porta cada creativo al momento de comenzar una investigación, un trabajo de campo o el análisis de tendencia. Cada inspiración se origina a partir de los conocimientos y experiencias de cada diseñador; por lo tanto, el origen de una prenda con características que se asocien al diseño de autor

son netamente establecidas a partir de la identidad del diseñador. Por otro lado, se debe considerar que, en la actualidad debido a los medios de comunicación, la búsqueda de identidad del usuario, los estereotipos que establece la sociedad y diversos conceptos que se instalan acerca de formar parte de grupo social, modifican el modo de producción y proceso creativo de las marcas, el cual se liga a la copia de productos. Asimismo dentro el capítulo se establece el vínculo entre el diseño de autor y la industria textiles, primordialmente porque el textil es la materia prima de la prenda, a través de este se establece las características básica, la funcionalidad y el carácter de usabilidad de la prenda; del mismo modo se reconoce como la experimentación y manipulación del tejido puede lograr este aspecto diferenciador de la tipología.

Capítulo 4. Análisis de diseñadores, distintos procesos creativos

Este capítulo consiste en un análisis de casos de cinco diseñadores, los cuales generan o transforman un textil para crear un producto innovador que tenga como principio un contenido conceptual, artístico, técnico y sobre todo la vinculación directa con la identidad de la marca o el estilo del diseñador. Los diseñadores que se irán analizar a lo largo de este capítulo serán Martin Churba, Iris Van Herpen, Emilio Pucci, Nikoline Liv Andersen y Mary Katrantzou, estos se asocian de diversas maneras con los textiles experimentales y con el objetivo de este proyecto de graduación, ya que se considera necesario reflexionar sobre la implementación y desarrollo de colecciones creadas por diseñadores de autor contemporáneos. De esta manera, se presenta una breve reseña biográfica de los diseñadores, el estilo del diseñador, la idea rectora o inspiración de la cual parte para crear la colección del 2016 - 2017, la transformación textil que involucra una identificación de materialidades utilizados y texturas, además de la paleta de color, la tendencia asociada, estampado, morfología, silueta, tipologías y en particular se estudiará una prenda de cada diseñador que se considere con más carga conceptual e informativa.

4.1. Martin Churba, diseñador emergente argentino

Un gran precursor en el aspecto de intervención textil, es el diseñador argentino Martin Churba, nació el 3 de Octubre de 1970 en Buenos Aires. Su trabajo como diseñador y sobre todo como artista textil comenzó en la década de los 90`s y desde entonces trabaja en la innovación sobre las superficies textiles, esto incluye la utilización de texturas bidimensionales y tridimensionales. Si bien se formó como diseñador gráfico, fotógrafo, e inclusive como actor, su origen familiar lo llevo a crear una marca con un gran identidad en el sector de la indumentaria. Actualmente se lo considera uno de los mayores referentes en la indumentaria argentina y la decoración para el hogar; a pesar de la falta de educación formal en el área de diseño textil e indumentaria, este diseñador logra desarrollar la marca Tramando. Esta marca no solo se encuentra ubicada en Argentina,

también ingreso en el mercado de Francia, Estados Unidos, Países Árabes, Italia y Japón debido a las creaciones originales en cuanto al diseño textil y las nuevas técnicas en la confección de la prenda.

La historia de este diseñador comienza desde muy pequeño, por medio de la integración de telas, hilos, redes, elásticos, fundas de almohadones y cualquier material que se pueda moldear, cortar o transformar de cualquier manera para en los juego infantiles Inclusive se menciona en ciertas entrevista la afinidad a las telas, como se menciona en el reportaje de Soledad Vallejos, “su casa era un universo de telas, tanto que el jean solía ser el material preferido para sus collages en la escuela” (2012, s.p.). Además de su interés desde niño, el entorno familiar le ayudo ha asociarse con los textiles rápidamente, debido a que trabajó en el taller de su tío León, en donde desarrollaba serigrafía y experimentación sobre telas de tapicería. Fue ahí donde surgió la idea de innovar en el textil, tras haber conocido a dos estudiantes y diseñadoras, Florencia Vitón y Carla Bonifacio. Con la ayuda de ellas, creó el primer estudio de diseño textil en Argentina, el cual se desempeñaba en crear estampas con identidad para marcas ya establecidas en el mercado, pero debido a la falta de consumidores tuvieron que cerrar el emprendimiento.

El inicio de su carrera como diseñador se dio cuando comenzó la marca Trosman Churba a finales de los 90’s junto a su ex socia Jessica Trosman, si bien antes vendía las ideas de colecciones a distintos diseñadores como Romeo Gigli o Roberto Cavalli, la asociación con Trosman fue la más trascendental en su vida como diseñador. Pero uno de sus principales logros, luego de la ruptura de la marca, fue en el 2002 cuando comienza con emprender la marca Tramando, nombre que hace referencia a las tramas de las telas; esta tiene como fin ser un laboratorio de ideas, fomentar la investigación textil y el desarrollo estratégico del diseño. Al mismo tiempo, intenta desarrollar productos de diseñador de autor; toda una colección con un valor esencial en el tratamiento del textil, los cuales hacen que las superficies tengan diferentes aspecto estético e inclusive otra

percepción al tacto. Esta constante exploración confieren a las prendas creadas por este diseñador una personalidad muy singular, con una impronta personal muy fuerte, que es fácilmente distinguible a primera vista.

Como se menciona en el capítulo 2.5 y 3.3, la idea o concepto inspirador para generar una colección o inclusive una sola prenda debe partir de la mirada del diseñador hacia el entorno en el que se rodea o inclusive su ideología o punto de vista sobre un tema en particular de la sociedad. De esta manera una de las fuentes de inspiración que Martin Churba utiliza, parte desde el conocimiento y la cercana vinculación con el arte; en la entrevista con Vaneza Lopez, el diseñador manifiesta que: “abrimos nuestra casa y la vinculamos al arte porque nos alimentamos de arte y porque nuestros clientes y amigos también se alimenta de arte.” (2010, s.p.). Esta frase expresa que todo el público o clientes que el desea para su marca y que va con su estilo, saben, conocen o se vinculan de alguna manera al arte, debido a que sin ella no se podría dar razón del porque de ciertos estampados o colores que se encuentran en las colecciones de Churba. Además de involucrar en su ideología y en la marca la preocupación por temas sociales, el promover la creatividad, la creación de puestos de trabajo para desocupados y el impulsar la identidad del diseño argentino.

Además de los temas mencionados anteriormente, para el diseñador es importante el carácter abarcativo de los recursos o materiales en el diseño, mediante la escases o disposición de los mismos, busca relacionar, combinar y generar un producto innovador. Pero sobre todo es conocido como un pionero en la experimentación textil, desde estampas sobre seda natural, plisados, entre otras cosas. Para este diseñador el textil es como la piel externa, sobre la cual se puede trabajar de distintas modos, por medio de la cual un diseñador debe ser lúdico, versátil y pueda utilizar a favor la ambigüedad de las dos caras de las telas. La propuesta del diseñador es crear un objeto o indumento que tenga un valor distinto, que no sea descartable y sea atemporal, además de fomentar la experimentación de diferentes materiales orgánicos y sintéticos.

La colección realizada para primavera - verano 2017, parte del concepto abstracto y subjetivo de lo que es el valor, donde se vincula el aspecto monetario, la autenticidad, el diseño y la identidad como características generadoras. Cada proyecto o colección se origina por medio de un concepto previamente trabajado por Churba y su equipo de diseño, es aquí donde se crean prendas o conjuntos rectores, los cuales han estado o no predispuesto en colecciones anteriores de la marca, además de la integración de imágenes que sirven como inspiración a la creación de la colección. En el reportaje realizado por Pablo Fabris (2010) al diseñador se establece que existen diversas etapas del diseño, una de ellas es la creación de dibujos o bocetos a partir de la prenda, concepto e imágenes rectoras y de manera conjunto se trabaja sobre la experimentación textil. Este método de realizar bocetos y experimentación textil al mismo tiempo, traspasa los límites del diseño y no se rige a parámetros establecidos para la creación del producto final. Ya que presentan una creatividad e innovación que no este ligada o vinculada a las características solo morfológicas de la prenda, sino también en cuanto a creatividad e innovación.

Según lo establecido anteriormente, la idea de la colección toma forma a partir de la vinculación e integración del textil y los bocetos establecidos adecuadamente. Pero si bien, este proceso es innovador y tiene como finalidad el lado creativo de la marca, también requiere de costos extras, debido a la participación constante y personalizada de todas las ramas del diseño, los cuales establecen y certifican el control de calidad, calce, *fitting*, colorimetría, diseño de estampados, técnicas de lavado, entre otras cosas. Esta colección bajo el título Valores, como se menciona anteriormente, busca recrear la iconografía de monedas y billetes por medio de estampas, las cuales representan una alegoría moderna del sentido del dinero que busca generar el diseñador, además de la utilización de prints orgánicos, con insinuaciones tribales en ciertas tipologías.

Según lo establecido en el capítulo 2.5, los aspectos de la colección relacionados técnicamente con el diseño, parten de una silueta *oversize*, el cual consiste en crear

contornos con prendas sobredimensionadas, sea por el uso de talles grandes, telas vaporosas o cortes sueltos; hasta la integración de siluetas rectas y anatómicas. Para generar este tipo de siluetas, el diseñador confecciona camisas holgadas y largas, pantalones de botomanga ancha, kimonos y vestidos estilo túnicas. Si bien algunas prendas mencionadas son utilizadas en la indumentaria de calle o *Streetwear*, estas pueden llegar a generar aspectos de elegante y sofisticado según el estampado, materialidad, color de la prenda, inclusive la transformación morfológica de la misma. En la figura 1, p.4, cuerpo C, se observa algunos conjuntos que son considerados posibles rectores para la creación de otras prendas, a partir de esta imagen se analizara, diversos aspectos técnicos de la colección.

En cuanto a los tejidos presentados en la colección se diferencian linos, gasas, voile, seda y algodón. El contraste de estas materialidades provoca en el usuario un discurso visual innovador, un juego simultaneo por medio de transparencias, brillos, tejidos tornasolados y volúmenes por medio de tejidos volátiles pero adecuados en diversas capas. Si bien la mayoría de las prendas de esta colección poseen diversas intervenciones en cuanto a texturas táctiles o visuales. Entre ellas la que genero mayor impacto conceptual y artístico es la implementación de la estampa en diferentes tamaños y motivos, siempre vinculado con el concepto de valor monetario. Además de la utilización de estampas tradicionales como son las rayas en diferentes direcciones. La estampa representativa de la colección fue creada por el mismo diseñador en 1989, lo que da referencia de cómo existen varios artículos, prendas e inclusive tejidos que según los cánones de la moda, han dejado de ser útiles o considerados modernos; pero gracias a la resignificación, se pueden utilizar de diversas maneras y así relanzar las piezas, estampas, tipologías, inclusive una paleta de color en una colección actual.

Al igual que las texturas visuales, también se observa dentro de la colección texturas táctiles que generan un valor agregado en cuanto al diseño del producto o prenda final. Estas intervención se da por medio de tejidos adicionales estampados previamente o

diversas texturas trabajadas de manera modular para crear prendas completas o complementos de las tipologías principales, como se observa en la figura 2, p.5, cuerpo C. Este conjunto se ha tomado como punto de partida para el análisis de estilo, y técnica del diseñador, debido a que se puede distinguir el concepto o idea rectora de la colección, el cambio de tejido y como este interactúa con el cuerpo de distintos modos, la textura principal asociada al valor monetario, las texturas táctiles que son los íconos que representan la ideología y estética de la marca, además de la utilización de color. Tanto el kimono como el vestido de material traslucido, son tipologías que han marcado tendencia en la temporada de primavera – verano 2017, si bien el kimono es una tipología de origen oriental y utilizada en diversos tipos de ceremonias, la transformación de la tipología a logrado que muchas marcas la integren dentro de colecciones, sean estas de invierno o verano, como es el caso de Tramando. La implementación de esta y muchas otras prendas logra que la mirada del público sea abarcativa en cuanto a los distintos referentes culturales, de manera que se genere una aceptación para catalogarlo como vestimenta cotidiana.

Por otro lado, los tejidos traslucidos son aquellas que dejan ver el interior de la prenda, estas provienen de la ropa interior y por este motivo se las ha considerado prendas que se vinculan con mayor grado a la intimidad del ser humano o la persona que lo porte. Si bien existen diversas formas de llevar esta prenda, la más común es en tipologías como vestidos, faldas, blusas y camisones. Más allá de lo polémico que puede representar la prenda debido a su carácter insinuante, este diseñador busca relacionar el lado femenino y elegante con la adaptación de este material en prendas completas o zonas específicas de las mismas, sin la necesidad de llevar al producto a algo vulgar. Dentro de la colección este diseñador utiliza piedras, lentejuelas e inclusive la superposición de estampas para ocultar las zonas más íntimas de la persona. En la figura 1, p.4, cuerpo C, se puede observar como el diseñador trabaja la superposición de capas para que el prenda de segunda piel no sea lo más relevante del conjunto, pero sí que aporte al uso de la

materialidad y vínculo con el diseño de autor. Esta prenda es un vestido largo de manga corta, con diversos módulos del bordado, pero de una similar materialidad; en cuanto al tamaño o forma del mismo, el diseñador logra una armonía por medio de los componentes del diseño, la adecuación de espacios aislados, un bordado extenso pero repetitivo, colorimetrías con tonos neutros y la combinación de las diversas pieles.

La colorimetría o paleta de color dentro de esta colección es importante debido a que posee contrastes fuertes y colores que cambian a la mirada del espectador pero que corresponde al tipo de tejido utilizado. Se puede observar colores como el blanco, celeste, crudo, gris, negro, varias mezclas con tonos flúo en naranja, amarillo, verde y azul, además de los colores metalizados como dorado y plateado. También se observa la utilización de tejidos tornalosos que pueden parecer verdes o azules al mismo tiempo. Con respecto a la figura 2, p.5, cuerpo C, se puede destacar que la intervención textil que Martin Churba crea puede ser utilizada para cualquier rubro de la indumentaria. Existen ciertos conjuntos dentro de la colección que parte de camiones estampados en su totalidad por caras que se encuentran en los billetes; además de conjuntos conformados por dos prendas, un vestido básico y un saco de igual manera totalmente estampado. La diferencia de estos es que cumplen diversas funcionalidades, las cuales se adecuan al tejido y tipología de la prenda; el camión es una prenda para el uso cotidiano o semi formal, a diferencia del vestido y la campera que son prendas enfocadas para entrenamiento debido a la materialidad del tejido.

Existen diversos tipos de dificultades que se presentan durante el proceso de creación de la colección, estos pueden llegar a influenciar en la inserción de ciertas prendas en el mercado. Para este diseñador uno de los problemas, enfocados al aspecto creativo de la marca, fue el cambio cultural y la identidad de la mujer que se tiene en diferentes países, incluyendo Argentina. En la entrevista con Vallejo (2012), el diseñador menciona que no es lo mismo vender para la mujer argentina y la mujer japonesa, en argentina la mujer se siente limitada por el entorno social y el estereotipo físico implantado en la sociedad, a

diferencia de Japón, en donde las prendas con mejor sentido artístico son más admiradas y utilizadas. Este diseñador es un claro ejemplo de que los obstáculos sociales, pueden ser utilizados y moldeados a la identidad de la marca, y por medio de los cuales se puede establecer una bajada más personalizada y menos creativa de una colección innovadora o experimental.

En definitiva se puede distinguir el trabajo artesanal de Martin Churba desde el planteamiento de la idea con la que se lleva a cabo toda la colección y se involucra en el aspecto estético de la prenda. De esta manera, la utilización del bordado y estampa sobre las prendas de segunda y tercera piel, generan un valor artístico, experimental, conceptual y técnico que se plantea en la colección y se desarrolla en las múltiples etapas del diseño. Como se ha mencionado, tanto en la tabla 1, p.14, cuerpo C, las prendas tienen un valor agregado en cuanto a lo establecido del diseño de autor, en donde si bien la tipología y el tejido base ha sido utilizada de manera masiva, la intervención textil sobre ellas por medio del color, la estampa y el bordado, le otorgan exclusividad y originalidad. Este diseñador a fomentado en Argentina la creación de una colección con un fuerte contenido artístico, conceptual e innovador en cuanto a la intervención textil, partiendo de la realización de un producto con características artesanales pero desarrolladas de manera masiva.

4.2. Iris Van Herpen, la tecnología como herramienta

Iris Van Herpen nace en un pueblo pequeño de Holanda en 1984, en una familia fuera del ámbito de la moda, excepto por su abuela, a quien le gustaba coleccionar prendas, zapatos, joyas entre otras cosas. Antes de dedicarse completamente a la indumentaria, había pasado por diversos cursos de pintura, escultura, dibujo y dibujo. Su relación con la alta costura comenzó en el estudio de Alexander McQueen y en el 2007 crea su propia marca de diseño. Esta diseñadora comparte un discurso similar a Coco Chanel, el cual enuncia que la moda no tiene que ver únicamente con la vestimenta que un individuo

porta, sino que trasciende a una forma de explorar el cuerpo, el movimiento, los materiales, la identidad e ideología de la sociedad, el estilo de vida de cualquier persona y los acontecimientos sociales y culturales actuales. Ella busca la trascendencia de la indumentaria que se da a partir de transformar el concepto establecido por la industria de la moda, a un reflejo de la sociedad. Se considera que no es un trabajo conceptualizado en el futurismo, sino que busca que la gente reflexione sobre el futuro, además de exhibir lo que se puede hacer actualmente.

Todos los conceptos que abarca la diseñadora dentro de sus colecciones, se rige a una ideología sobre la moda; en una entrevista realizada por Malu Barnuevo, la diseñadora señala que: “todo su trabajo es un intento de dejar claro que la moda es una expresión artística y no un simple objeto funcional carente de sentido o una herramienta comercial.” (2016, s.p.). Algunas de sus fuentes de inspiración es el arte, danza, tecnología, filosofía y la ciencia, pero sobre todo es la integración de varias áreas artísticas y trabajo interdisciplinario, lo que ayuda a plantear una propuesta de diseño, inclusive colaboran a generar un concepto totalmente abstracto. Van Herpen ha colaborado con científicos, arquitectos, diseñadores, artistas de manera que las diversas áreas generen nuevas perspectivas sobre una idea en particular. Para esta diseñador, el proceso de investigación previo ha bocetar los diseño para la colección, debido a que aquí es donde se encuentran nuevas técnicas, materiales, colaboradores y sobre todo el espacio para experimentar.

Con respecto a las colecciones o prendas que esta diseñadora realiza, todas van encaminadas con su filosofía anteriormente planteada. Estas prendas son consideradas piezas de alta costura cuando la elaboración parte de manera artesanal, en donde se incluyen todos los aspectos de confección, diseño, acabados, elección del textil y costura de las prendas. Si bien se deben respetar la calidad de los materiales y procesos de confección, la exclusividad en cuanto al diseño y al portador de la prenda son aspectos importantes y trascendentales para marcar la imagen o identidad de la marca un

referente en la sociedad y en los consumidores. En el 2009, inicio su primera pieza en colaboración con el arquitecto Denia Widrick y todas las prendas de la colección eran trabajadas bajo la técnica de impresión en 3D en conjunto con técnicas tradicionales de la costura. Si bien la tecnología en 3D, comenzó su popularidad en el campo de la arquitectura, la experimentación que realizó la diseñadora logró mejorar distintos procesos hasta poder llevarlo a la indumentaria por medio de la impresión 3D.

Los textiles o prendas confeccionadas directamente están formadas por alrededor de 5000 piezas impresas según el diseño, modulo, proporción y densidad que se requiera. Estas tienen un proceso de diagramación e identificación por pieza para luego ensamblarlo directamente según el diseño establecido al principio; gracias a la disposición de un trabajo artesanal y una prenda única e individual, mientras se confecciona la pieza, la diseñadora puede generar cambios o adecuar ciertos materiales según lo desee. La diseñadora menciona en una entrevista a la revista One (Barnuevo, 2016), que los vestidos que se imprimen actualmente están generados por medio de materiales más refinados y flexibles, además del aumento de distintos tipos de materiales y tamaños para poder imprimir vestidos completos sin necesidad de montarlos.

Debido a la interacción que esta posee con profesionales de algunas áreas, antes mencionadas, se ha elaborado diversas prendas que han transformado el aspecto conceptual, técnico, estético y artístico. Entre los ejemplos más destacados se observa la colección *Hybrid Holism* como una reflexión sobre la vida de la materia; la utilización del corte laser en las colecciones como *Radiation Invasion*, *Synesthesia*, *Voltage* y *Science Chic*; materiales alternativos que se observan en las colecciones de *Wilderness Embodied* y *Chemical Crows*, algunas de las piezas más importantes se observan en la figura 3, p.6, cuerpo C. También incluye prendas con sensores que emiten música al momento del tacto, la integración de dispositivos eléctricos y actualmente trabaja con la experimentación de la nanotecnología y la biotecnología que ayude a optimizar las funciones de una prenda en específico. Los materiales son inusuales en el ámbito de la

moda masiva, los más utilizados por esta diseñadora parte de materiales metálicos como el cobre, acrílico, cuero, resina, silicona, que son materiales que puede ser transformados con cualquier tipo de proceso o tecnología y recontextualizada en diversas formas. Pero sobre todo lo que se propone es que los clientes observen el producto y reconozcan su materialidad pero adaptada a un diseño específico.

La colección que se plantea para el análisis estético y técnico en proyecto de graduación es *Between the lines*, presenta para la temporada de primavera-verano 2017 el alta costura, con la colaboración de la artista Esther Stocker, la cual es conocida por la manipulación de las dimensiones geométricas. En la página web de Iris Van Herpen (2017) se menciona que esta colección explora la imperfección de los sistemas y la estructura tanto en el mundo físico como en el digital. Igualmente integra la distorsión visual, en la cual los modelos interactúan y evolucionan entre las luces y sombras de los espacios. Como se indica anteriormente, la diseñadora parte de una ideología nueva sobre la moda, en la cual no solo se debe vestir al cuerpo sino interactuar con este, es así como busca llegar a una imperfección que trasmita belleza, lujo, identidad y la sensación de unicidad en el usuario.

Las prendas están generadas a partir de la diversidad de propiedades en los materiales utilizados, los cuales si bien tienen una composición y estructura determina, se busca transgredir estos parámetros por medio de la configuración y modificación por patrones que interactúen directamente con la anatomía del cuerpo, de esta manera la diseñadora propone prendas que sigan con la silueta femenina. Es necesario mencionar que las ideas en cuanto al producto final, piezas, tejidos o accesorios se crean de manera conjunta entre el equipo de Iris Van Herpen y Beesley, los cuales inician con la fabricación de prototipos de manera digital, maquetas de prueba y bocetos comerciales. Las tipologías más utilizadas por esta diseñadora son vestidos largos y cortos de coctel, con cinturas definidas y faldas de diferentes largos modulares y enterizos. Aunque en ciertas piezas lo que propone es la experimentación directa sobre el material para luego

irlo ensamblando y obteniendo una similitud a una tipología planteada. En la figura 4, p.7, cuerpo C, se presentan varias piezas que están diseñadas a partir de la consolidación de patrones y después distorsionar los mismos; la diseñadora plantea la manipulación óptica en las prendas que se base en repetitivos patrones hipnóticos con un paleta de color mínima pero contrastante. Algunas piezas se obtienen mediante el ensamblado de diversas capas de materiales con distinta creación en cuanto modulo o texturas táctiles utilizadas; a diferencia de otros conjuntos los cual son intervenidos por corte laser a lo largo de toda la prenda.

En cuanto a las características estéticas y técnicas de la colección, se observa distintos tipos de cambios, desde la utilización de materiales innovadores, morfología, técnica y la utilización del color. Los aspectos que más se destacan y forman la base para crear esta nueva perspectiva, antes mencionada, en la mirada del usuario, son los cambios en cuanto a las líneas visuales y los contrastes fuertes que se da por textil o el color. Como se menciona la paleta de color que utiliza en esta colección va entre el blanco al negro, distintas tonalidades de grises, beige o el uso de la piel como parte del color en la prenda, pero siempre con el mismo fin de delinear la silueta y los contornos de las texturas. En conjunto con lo que se desea plantear en la colección, se encuentra la inserción de telas suaves con intervenciones a mano que generan características en 3D, además de seda, vinilo, organza, crinolina, poliamida, vidrio, filamentos de plástico, cuero, entre otras; estas son pintadas a mano a través del moldeo por inyección y luego intervenidos con corte láser. Laura Jordan (2017), explica en un artículo para la revista *Another* cuál es el proceso que sigue Van Herpen para modelar ciertos materiales, como el poliuretano (PU) que es pintado a mano y moldeado por inyección, el PETG (funciona como un plástico invisible para dar ciertas propiedades a un material) y el papel iridiscente.

De las creaciones de esta diseñadora se puede destacar que todos los diseños están integrados por algún tipo de intervención, pero para el ojo humano estas propiedades

suelen ser asociadas con objetos o elementos cotidianos, como por ejemplo las prendas con ondulaciones que se asimilan a las olas, el estilo del corte laser que da apariencia de esqueleto, e inclusive la utilización de plástico intervenido para generar una textura visual de vidrio roto. Gracias a la innovación y experimentación para generar una diversidad de tejidos, la diseñadora ha logrado que más allá de que la prenda tenga un parámetro artístico y altamente conceptual, también sea funcional para el usuario. Suzy Menkes, señala en un artículo para Vogue España que,

La clave para la confección de estos vestidos etéreos era, a saber, 'piezas en 3D fundidas a mano'. Y en adición a ese proceso, "colores hechos a mano mediante moldeado por inyección". Así era un vestido que por fuera estaba compuesto de tul de seda; pero para el público era imposible detectar esta mezcla de tecnología y tejido tradicional, efecto que en realidad suaviza las líneas y hace los diseños más comfortable para la piel. (Menkes, 2017).

En conclusión esta diseñadora a través de su trabajo intenta generar el concepto de que la moda ejerce un valor diferencial al mundo o a la persona que lo porta, además de integrar el aspecto atemporal que puede tener una prenda, hasta conjeturar la idea de que el consumo masivo es más trascendental que la concepción y creación ideológica de la prenda. Dentro de todo el concepto rector que parte para diseñar es fundamental el trabajo experimental y tecnológico que utiliza para la creación de los textiles. Esta diseñadora es tomada como un referente en el diseño debido a la evolución constante de sus ideas y la manera en que ve al diseño integrado a la realidad de la sociedad, en una entrevista para Vogue, la diseñadora menciona que: "la ciencia es bella porque es flexible como entiendo que cualquier forma de creencia, pensamiento y expresión debería serlo. Justo como lo es nuestra mente". (Barnuevo, 2016, s.p.). Mediante esta nueva forma de ver el diseño, se crea una innovación en el desarrollo e investigación de la materialidad textil, además de la búsqueda en conjunto de un patronaje moldeado y adecuado para la creación y confección de la prenda. Pero sobre todo, los diseños creados del equipo de Van Herpen, han logrado que el proceso de diseño sea más importante que el resultado final.

4.3. Emilio Pucci, marca de estampado por excelencia

Emilio Pucci diseñador de origen italiano, conocido por la prensa como el príncipe del tejido estampado. Nació en Florencia el 20 de noviembre de 1914, durante el comienzo de la Primera Guerra Mundial. Su campo de educación estaba relacionado con las Ciencias Sociales y Políticas tras un recorrido educativo entre Estados Unidos y Florencia y pasar por las Fuerzas Aéreas italianas, hasta su expulsión de la aviación por problemas personales. De esta manera termino por mudarse a Zermatt, ofreciendo clases de Italiano y esquí; en este lugar fue donde conoció a la fotógrafa de moda de Harper's Bazaar, Toni Frissell, a la cual le había prestado un atuendo creado por el mismo. Según el reportaje realizado por Gala Mora (2016) en Vanity Fair sobre la vida del diseñador, menciona que fue en 1948 cuando los primeros diseños de Pucci aparecieron en Haper's Bazaar, otorgándole la oportunidad de ingresar a lo que se considerada el glamour de la posguerra en Italia. En 1949 crea su primera tienda de ropa en Capri y a partir de esta época Emilio Pucci se convierte en una figura crucial dentro del ámbito de la moda, asimismo rompió con los límites de la colorimetría de la época, dando un giro a las prendas de *pret-a-porter*; este diseñador fue en contra de los cánones impuestos para la vestimenta de la mujer, integran el concepto de libertad para realizar cualquier tipo de movimientos.

Su fuente de inspiración va más allá que solo la tradición y los paisajes naturales del Mediterráneo y regiones exóticas como la India, Brasil o Bali, comenzó por interesarse en la abstracción del color y los patrones geométricos, de manera que se genere movimientos visuales en las prendas en conjunto con las experiencias artísticas contemporáneas, tomadas como fuente de inspiración. Si bien uno de los principales temas del diseñador era crear un producto de gran creatividad e inspiración artística, que simulara y formara parte de la alta costura, logro integrar su conocimiento sobre la psicología del color, la tecnología textil y la liberación del cuerpo. La escritora Vanessa Friedman, señala que Emilio Pucci era “un hombre singular que trabajaba abrazando la

vida. Siempre me han encantado sus diseños y la sensación de felicidad y libertad que simbolizan". (Mora, 2016. s.p.). Este diseñador logro insertarse en el mercado de manera ideológica y social; la marca se vinculaba directamente con el poder, el éxito social, el estilo y el buen gusto por la moda, de manera que ciertas prendas se volvieron fundamentales en el armario femenino.

Los tejidos más utilizados en sus colecciones son las sedas, el algodón stretch, sargas, telas de punto, pero también llegó a experimentar con diversos tejidos y utilizar las propiedades de los mismos en ámbitos que aun no se habían integrado, como el terciopelo, cáñamo o la lana. A partir de este diseñador se generó un nuevo punto de vista sobre el diseño y la confección de prendas por medio del cual se simplificaron procesos sin dejar de ser piezas elegantes y sofisticadas, en donde la importancia de las mismas se daba por medio de los tejidos innovadores y creativos que se diseñaban a partir de la estampación. La marca Emilio Pucci, incluye diversas líneas de productos que están fuertemente posicionadas en el mercado, estas líneas varían desde indumentaria para mujer, bolsos, marroquinería, calzado, gafas, ropa de playa, accesorios. Asimismo cada una de ellas sigue la insignia de la marca que se formó a partir de una silueta holgada, una paleta de color con tonos saturados y mezcla con pasteles, los diversos motivos de estampados, textiles, materialidad y sobre todo el conocer y valorar el estilo de usuario. El diseñador implemento la utilización de la parka en la indumentaria femenina y generó una nueva perspectiva sobre la mujer libre, audaz, deportiva pero al mismo tiempo elegante.

Actualmente la marca trabaja bajo la dirección de LVMH, quien la adquirió en el 2002 y como director creativo, el diseñador Massimo Giorgetti, el cual guía la visión y la propuesta de diseño de la marca, aunque este renunció a seguir trabajando para la firma en Abril del 2017. El análisis de la marca se guiará a partir de la colección creada por Giorgetti, debido a los cambios en cuanto a la implementación y creación del textil por los diversos director creativos como el predecesor Peter Dundas, además de otros

diseñadores, entre ellos Julio Espada, Christian Lacroix y Matthew Williamson. La colección ha estudiar será Resort Primavera - Verano 2017 que posee diversas técnicas en cuanto al uso de color, estampado y bordado sobre las prendas y accesorios de la marca. Esta colección combina la esencia tradicional de los estampados de Emilio Pucci con la modernidad y excentricidad de la estética del nuevo director creativo. Como resultado de esta combinación se observa conjuntos con formas fluidas que crean una textura visual asociada al movimiento.

Uno de los conceptos que fluye a lo largo de los diseños creados es la ligereza y el optimismo de la temporada, como se ha mencionado la marca no sigue tendencia impuestas pero a diferencia de otras marcas utiliza la temporada para poder expresar diversas tonalidades de colores y motivos en cuanto al estampado, además de la inspiración legítima de la marca en países exóticos anteriormente planteados también adecuada la década de los 50's a la actualidad. Esta inspiración se traduce al uso de estampados de líneas ondulantes con fuertes contrastes de color, motivos de las hojas de bambú, formas de torbellinos y hojas, como se observa en la figura 6, p.9, cuerpo C. Además de integrar una paleta de color en tonos vivos y brillantes que se encuentra en varias colecciones de la marca, entre ellos se incluye el azul, violeta, naranja, celeste, amarillo, verde, rosa, blanco, negro y algunas variaciones en los tonos de los mismos.

Las tipologías utilizadas para esta colección fueron vestidos, monos, tops, parkas, sacos faldas, blusas, pantalones, chaquetas con plisados, camisas, shorts y los accesorios. Aunque este tipo de tipologías son diseñadas y confeccionadas por diversas marcas, la transformación e intervención textil que logra el diseñador crea una perspectiva distinta de lo que es la prenda en su totalidad. Una de las características que se puede destacar de esta colección es la transformación morfológica de la prenda por medio de asimetrías en mangas y faldas, diversos largos modulares y cortes circulares de las prendas que enfatizan el efecto de movimiento de la prenda, además de incluir volados como un agregado adicional a la tipología pero separa por medio del color y estampación en el

mismo. En la figura 6, p.9, cuerpo C, se observa diversos aspectos constructivos que ha utilizados la marca para la creación de la colección. Se debe reconocer que actualmente, las marcas de indumentaria se enfocan en la creación de complementos, accesorios, perfumes entre otras cosas. Y la marca Emilio Pucci, ha implementado la creación de bolsos con la misma impronta y diseño textil, para crear conjunto exclusivos y con impronta.

Si bien la etiqueta de Pucci conserva su identidad por medio de los atrevidos estampados de moda, también llega abarcar distintos rubros como es el mobiliaria. La marca representa una ideología distinta sobre el nuevo rol que ejerce la moda, en donde todos los productos son creados a partir las tendencias y los estilos impuestos; Pucci mantuvo su esencia como marca y estilo, además de tener la ideología de que la moda no es un fenómeno de consumo sino una método para volver a recordar aquellas cosas que se quedaron en el pasado. Pero uno de los problemas trascendentales que tiene esta marca, además de integrar el estilo del director creativo a la identidad de la marca, es el avance tecnológico y la accesibilidad a diversas técnicas en cuanto a confección y terminado del producto, para la marca una de las desventajas competitivas que tiene es la el uso de la impresión digital para crear estampados modernos, sin ser importante el rubro o el mercado al cual se dirigen las distintas marcas asociadas a la estampación.

4.4. Nikoline Liv Andersen, material no convencional

Nikoline Liv Andersen nació en Copenhague, Dinamarca; estudió diseño de vestuario en la Escuela de Diseño de Dinamarca y se involucró profesionalmente con los estudios de John Galliano, Christian Dior y actualmente trabaja en colaboración con Fendi. Esta diseñadora se enfoca en un trabajo polifacético, del cual también surgen ideas conceptuales como inspiración para diversas piezas o prendas de diseño, pero toda su carrera la ha desarrollado de manera artística y con un arduo trabajo experimental, de cual se debe destacar su falta de interés al destinatario o la posibilidad de venta del

mismo. Esta diseñadora no crea colecciones en ninguna línea que sea de producto masivo, su relación con la indumentaria se logra por medio de proyectos para exposiciones o eventos de diversos rubros artísticos, aunque de preferencia sus diseños se presentan en trabajos teatrales y obras con gran identidad.

Uno de los aspectos que caracteriza a esta diseñadora es la crítica a la sociedad de consumo masivo, a la moda desechable y al *fast fashion*. La diseñadora genera mediante sus obras diferentes contraposiciones en su ideología y estética del diseño, presenta un lenguaje orgánico y natural por medio de las propiedades de los textiles para generar una similitud con pieles de animales o insectos, y por otro lado construye fuertes simbolismos los cuales ayudan a crear historias con las diversas piezas de diseño. De esta manera, sus colecciones y diseños artísticos dejan de ser solo prendas y pasan a adquirir un contenido técnico y estético. En cuanto a la creación del producto final y la propuesta de una imagen editorial, se distingue un mundo de fantasía adaptado a la indumentaria, pero que reflejan una cierta ambigüedad entre lo oscuro y lo bello, lo natural y lo artificial, lo ficticio y lo real.

El desarrollo y experimentación textil, además de la generación de formas esculturas en el espacio son los principales proyectos que esta diseñadora de vestuario realiza. Si bien utiliza diversos conceptos para crear los diseños, uno de las fuentes de recopilación de información es la ciencia ficción, la filosofía y sobre todo la experiencia propia relacionada con sueños, miedos, dudas; independientemente del concepto o fuente de inspiración que se plantee, los diseños siempre tienen un impacto visual por medio de texturas táctiles y visuales creadas manualmente, sin ningún tipo de intervención tecnológica. De esta manera la diseñadora señala en una entrevista con para The Wonderland, su manera de trabajar con los textiles.

Me paso mucho tiempo, en un proyecto sobre el desarrollo de técnicas. Me encanta esta parte de un proceso. A pesar de que siempre hay una fecha límite, trato de no centrarme demasiado en ello cuando experimento con las telas, ya que para mi es muy importante hacer todo lo posible para llegar a un cierto punto en el proceso que parece inesperado, pero totalmente adecuado. (Armita, 2017).

Esta diseñadora muestra que el proceso desde la creación del concepto hasta la confección del producto es esencial debido a que se genera una búsqueda de algún elemento inspirador, esta búsqueda constante lo que provoca son momentos artísticos los cuales son utilizados por diseñadores para crear las mejores piezas, pero para llegar a esto se debe tener un trabajo constante en todo el proceso del diseño y armado de la pieza. Si bien este trabajo es puramente artesanal no llega a concebirse como un producto de alta costura debido a las necesidades de venta y consumo de la industria de la moda.

Con respecto a la materialidad de sus proyectos, se debe destacar el uso de materiales poco convencionales y asociados a la producción industrial pero intervenidos y transformados de diversos métodos hasta conseguir que dichos materiales sean orgánicos, moldeables y artísticos. Entre los materiales que se distinguen son las bombillas de bebidas, clavos, globos, cuerda, sorbetes, uñas postizas, lanas, lentejuelas, telas de punto, piezas de encaje, hilos, pieles, cuero, plástico entre otros elementos utilizados de manera superpuestos para armar la base de las piezas, sobre estas se pueden observar distintos decorados en las superficies, por medio de perlas o lentejuelas bordadas.

Entre sus obras más conocidas esta *Slowly Seeping through my Hands* y *Only Angels can Fly* presentadas en otoño del 2011 en la exposición del museo de arte moderno de Horsens, al igual *The Dance with the Deaf and Dumb Eye* que estuvo presente en la muestra de *Mindcraft Exhibition 2014*, en la Semana de Diseño de Milán. Este último es uno de los proyectos más populares de la diseñadora que se basa en tres esculturas realizadas a mano en base de papel maché, lana, telas, vidrio y pintura acrílica entre otros elementos, como se observa en la figura 8, p.11, cuerpo C. Aquí se representa el rostro de tres mujeres con pelucas de lana y un mono encima de la cabeza de cada una de ellas, estos monos tienen los gestos de representación de ciego, sordo y mudo, los cuales según el simbolismo de la imagen intentan ocultarse del mundo que les rodean.

Más allá de la representación simbólica dirigida por la presencia de la gestualidad, se debe conocer el contexto de la creación de este material, ya que lo coloca en una época, lugar y con personajes determinados, como Mara Antonieta o Luis XVI, de tal modo que se genere una crítica a la aristocracia francesa del siglo XVIII.

Usualmente las piezas diseñadas por esta artista, son producidas para crear fotos editoriales, mediante las cuales se pueda representar un entorno romántico pero oscuramente siniestro, lo cual hace referencia al interés de la diseñadora por el período del arte barroco.

4.5. Mary Katrantzou, los estampados y textiles táctiles

Mary Katrantzou diseñadora ateniense criada en una familia de artistas y padres diseñadores. Su carrera profesional comenzó en Estados Unidos como arquitecta y se especializó en diseño textil para interiores en Londres, que luego la llevaría a experimentar con el textil en la indumentaria. A partir de su primera colección creada en el 2008 y galardonada por los premios Harrods y L`Oreal, se posiciona en el mercado de la impresión digital para la indumentaria, de manera que logra marcar un sello distinto dentro de la industria. El estilo de esta diseñadora se acentúa en la mezcla de características gráficas y conceptuales además de lograr una conexión entre la historia del arte y la tecnología, de esta manera es como obtiene colecciones versátiles en cuando a la funcionalidad de la prenda e inclusive la identidad que genera la misma dentro de un rango social.

Las colecciones de esta diseñadora incorporan referencia de diversos movimientos artísticos como son el Constructivismo Ruso, Art Deco, surrealismo, la psicodelia, el futurismo y el Op Art, entre otros. Y si bien cada uno de los movimientos que se mencionan poseen un estilo definido con características distintas, la diseñadora crea fusiones entre estos movimientos y el arte contemporáneo, la arquitectura y las artes decorativas. En la entrevista publicada en La Gaceta (2017), la diseñadora menciona que

si bien la carrera de arquitectura fue una imposición de su padre, esta la instruyó en la búsqueda del balance, los trazos perfectos y las líneas puras y simétricas, los cuales la ayudarían a crear estampas y motivos más armónicos y originales. Katrantzou propone complejas y llamativas estampas donde se integra el avance tecnológico y el diseño digital, además de crear un nuevo lenguaje visual el cual busca liberar a la mujer del convencionalismo minimalista y destacarse entre la multitud por medio del indumento.

En cuanto a los textiles utilizados en sus colecciones la mayor prioridad es cumplir con el estilo que la define entre lo conceptual, la tecnología, lo gráfico, la perspectiva y los estampados. Para esto, la diseñadora crea diversas formas de ilusiones ópticas basadas en la unión de imágenes reales y estampas psicodélicas con el fin de confundir lo real y lo imaginario. Las imágenes mencionadas anteriormente pueden ir desde objetos realizados con porcelana, goma, acetato, lápices, máquinas de escribir, pinturas de arte, esculturas, fotografías de lugares o elementos cotidianos que se encuentran a disposición de cualquier persona. Estas prendas además de ejercer una amplia visión del aspecto artístico también logran romper los fundamentos básicos del diseño como la durabilidad y la funcionalidad, por lo cual se busca representar cierto carácter de teatralidad y surrealismo, además de un nuevo tipo de tridimensionalidad en la prenda. En el recorrido de sus colecciones, se puede apreciar la evolución de la diseñadora en cuanto al uso del tejido, la estampación e inclusive cualquier tipo de textura. De esta manera, las nuevas colecciones poseen intervenciones con bordados, uniones de diferentes tipos de telas, colores, recortes y formas en general.

En definitiva, las colecciones realizadas por esta diseñadora buscan acoplar el concepto de femenino, creativo, con influencia y carácter arquitectónico, además de un exceso de decoración por medio de las texturas y el color en cada prenda. Habitualmente las siluetas corresponden a una forma de establecer o presentar la prenda adaptada a un cuerpo que acopladas con una paleta de color, texturas, cortes, avíos o accesorios logran un estilo casual o de alta costura. La silueta que manejaba esta diseñadora al inicio de

su carrera era en forma triangular, donde se marca el busto por medio de corpiños ajustados y cualquier prenda inferior amplia, en donde se integre objetos y accesorios que generen una ilusión óptica. Poco a poco, Katrantzou transformó su forma de ver el vestido como una prenda que se moldea al cuerpo, de manera que la nueva silueta la adecua a las necesidades estéticas y físicas de las personas; incorporó recortes para generar una nueva estructura en sus tipologías, además de aplicar innovadoras técnicas en cuanto a la manufacturación de la prenda. Los objetos cotidianos fueron una constante en sus colecciones, en donde los objetos como las máquinas de escribir, teclados, lápices, gomas, cuadernos, etc., estaban modificadas según color y dirección.

Estos cambios de transición en cuanto a morfología, paleta de color, silueta e inclusive el estampado se puede observar en la colección de primavera/verano 2018, aquí la diseñadora parte de un concepto inspirado en los recuerdos de la infancia, la nostalgia por aquellos juguetes y pasatiempos en donde la imaginación formaba parte de lo habitual para cualquier niño. Se tomó como referencia desde las actividades al aire libre con amigos, acampadas, juegos de mesa, inclusive objetos que refuercen los momentos infantiles como cometas, Legos, libros para colorear, números, globos, canicas, entre otras cosas. Si bien los objetos cotidianos son el punto de partida e inspiración para esta diseñadora, en estas prendas se plantea una nueva forma de ver cada objeto, para crear siluetas, texturas, e inclusive transgredir la paleta de color por medio de combinaciones extravagantes e innovadoras. Es así como la diseñadora crea una colección lúdica pero sin perder la esencia femenina de su estilo.

De igual manera, se distingue una silueta trapecio y óvalo que se asocia con los contornos de globos y tiendas de campaña que plantea la diseñadora en el concepto inicial; se genera el volumen por medio de frunces, elástico y tirantes que logran una especie de globo en la parte inferior de la prenda o en la cintura. Este tipo de siluetas se asocian con los vestidos de muñecas de porcelana; sin embargo, se plantean a través de vestidos, faldas, tops, chaquetas y abrigos, que toman un nuevo sentido y dimensión

sobre el cuerpo debido a los detalles constructivos de la prenda. La diseñadora afirma en una entrevista para la revista Vogue que, “imaginé los globos de helio y las acampadas de cuando era una niña y los apliqué a una silueta, restringiendo y soltando las formas para jugar con el equilibrio”. (Menkes, 2017c). Si bien las prendas, se establecen debido al alto impacto de la intervención textil como alta costura o *pret-a-porter*, al momento de desvincular cada tipología al conjunto vestimentario creado en pasarela, se lo considera dentro del rubro de *casual wear*, que se puede adaptar a cualquier entorno y para cualquier usuario.

El principal tejido dentro de la colección fue el nylon, el cual se intervino con diversas texturas; además, se incluyó el uso del algodón como tela apta para el verano según sus propiedades. En cuanto a las texturas, la diseñadora aplica diversos recursos asociados al tema, estos están dispuestos sobre las tipologías o inclusive propone prendas básicas, en las cuales su innovación se deriva de la manipulación y experimentación textil. Se observan estampas de gran tamaño que representan las flores de los libros de pintura, además de reafirmar el concepto de infancia por medio de los trazos espontáneos de color que dan vida y movimiento a estos motivos; simultáneamente, se enmarca la colección dentro del estilo de esta diseñadora, dando paso a los estampados emblemáticos, que son la insignia de su marca. Por otro lado, se distingue la utilización de bordados de Hama y efectos que simulan ser Legos por medio de bloques coloridos que se forman mediante placas de acrílico; la disposición de estos objetos genera que la prenda se observe visualmente como si fuera del material.

Esta diseñadora sin duda se involucra constantemente en la innovación de las características del textil, sea a partir de la creación de estampas, bordados o la intervención de nuevas técnicas sobre un tejido base, como las aplicaciones flocadas que consisten en aplicar directamente fibras de diversos colores, composiciones y medidas sobre una base para generar una textura aterciopelada y suave al tacto. Igualmente, se plantea los bloques de colores y las estampas lunares que se asocia con una

investigación de tendencias actuales. La paleta de color que predomina en la colección es vibrante, se asocia con el concepto y la temporada que se estipula; los colores que conviven dentro de la colección son el amarillo, celeste, rosa, naranja, verde militar, azul marino y caqui, los cuales están inspirados en los uniformes de *Boy Scout* o en los colores de crayolas. Dentro de esta sutil y explosiva combinación de colores se establece el gris como conector y un punto de descanso dentro del conjunto vestimentario. Esta colección expresa el estilo de la diseñadora y la necesidad de crear algo innovador y extravagante, mediante la unión entre el concepto, los datos de información y el carácter artístico que el diseñador establezca. Katrantzou propone y redirige el nuevo vínculo entre las estampas, los bordados y la prenda como un bien individual o de consumo masivo. La versatilidad en sus colecciones, propone una nueva forma de diseñar, el cual abarca a diferentes rubros y con el a nuevos usuarios.

Este capítulo plantea diversos casos de diseñadores de indumentaria asociados directamente con la intervención y experimentación textil, cada uno de ellos aporta un conocimiento en diversas áreas, técnicas, procesos y recolección de datos para poder dar inicio a una colección o una pieza de autor. Mediante este análisis de casos se puede distinguir que cada proceso creativo con lleva un tiempo determinado, fuentes y conocimiento previo sobre ciertos temas vinculados directa o indirectamente con la indumentaria, en varios casos se vuelve trascendente las experiencias previas, el estilo de vida, afinidades y gustos del diseñador, sin hacer un fuerte énfasis en el carácter formativo que este debe tener. En cuanto a los temas que son tratados en las colecciones, se observa que pueden ser totalmente abstractos, generales, de influencia social, con respecto a objetos, lugares, tendencias, inclusive la identidad utiliza de cada marca o de cada diseñador desde un inicio se transforma en algo esencial para ser distintos frente al mundo y dentro del mercado de la moda. Todos estos aspectos se transforman y bajan a la pieza o colección por medio de la creación y experimentación con los textiles, paleta de color, silueta, tipologías, intervención textil, entre otras cosas.

Si bien las tipologías y las paletas de color pueden ser similares o inclusive las mismas, en cualquier marca o diseñador la implementación de las mismas en las prendas pueden variar, según motivos, tonalidades, volúmenes e inclusive transformaciones en cuanto a los materiales básicos para realizar cierto tipo de tipologías. Lo que es necesario destacar que, el diseño de autor, se da por medio de la estética, técnica y aspecto artístico que desee plantear el diseñador en la marca y sobre todo en el trabajo del mismo. Lo cual es necesario reconocer que existen diseñadores que pueden abarcar desde diferentes miradas, sean estas de consumo masivo o fuera de lo funcional.

Capítulo 5. Los textiles como una nueva herramienta para el diseño de autor

En este capítulo se presenta la diversidad de situaciones que logra desarrollar un diseñador dentro del ámbito de la moda, entre ellos esta la incorporación de nuevas técnicas y estilos en fusión de las propiedades y características del arte. Por otro lado, se da a conocer el nuevo estilo de consumidor o usuario el cual busca satisfacer necesidades sociales y de bienestar individual; es así como los medios de comunicación forman un rol importante en la influencia de gustos y necesidades de estas personas, de manera que replantean su estilo de vida. Tanto los usuarios y los medios de comunicación son los que logran producir diferentes perspectivas de la moda e insertan una cierta afinidad por el consumo de las tendencias, de manera que los individuos relacionen el tejido, color, silueta o tipología como parte de su personalidad. Por ende, los textiles experimentales, tecnológicos e inteligentes comienzan a desempañarse dentro como un método de diferenciación e individualización para aquel que busca trascender dentro del consumo masivo de la moda. Si bien, este capítulo se enfoca en el usuario, también se añade como los diseñadores que se analizaron en el capítulo 4, pueden integrarse a este nuevo tipo de usuario.

5.1. Los diseñadores emergentes respaldan el arte en la moda

Desde el momento en el que la moda se expande a nivel global, los límites culturales comienzan a difuminarse, pero por consiguiente la moda se transforma de manera constante; actualmente los consumidores y productores son los que guían este recorrido de la moda, pero se considera que aquellos que satisfacen sus necesidades son nuevos artísticas y creativos que se vinculan de cierta manera a una nueva forma de ver las relaciones sociales y con el entorno. Es así, como se plantea que los diseñadores pueden originarse e influenciarse desde las bases de sus orígenes; a estos se les considera diseñadores emergentes los cuales pertenecen directamente al diseño de autor e inclusive integran indirectamente a la creación de una nueva prenda, tipología, silueta,

estilo, tendencia o moda en general basada en sus gustos, afinidades, experiencias estéticas y técnicas. Susana Saulquin expresa que el diseño de autor se da cuando:

El diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. (...) En tal sentido, más que describir al pensamiento global, representan a las personas de acuerdo con sus gustos e intereses; por eso, sus prendas se obtienen con criterios de compra y no por deseos basados en el mecanismo de consumo masivo. Además, revalorizan la actividad artesanal que desconoce las series industriales, y ponen al alcance de las personas modas múltiples que descreen de mandatos únicos. (Bauza, 2009, p.37).

A partir de esto, se deduce que el diseño de autor no requiere cumplir parámetros estéticos o técnicos que se asocien a las tendencias o la moda actual, pero se pueden llegar a expresar mediante un nuevo método de acercamiento al público, el cual se deriva del arte, a través de este se genera características conceptuales o inclusive una forma distinta de producción e inserción en el mercado de la moda. Continuamente, diseñadores resignifican y transforman cualquier tipo de información que corresponde a otras culturas o épocas; de manera que el indumento al asociarse con otros elementos de la vestimenta, generan una nuevo concepto.

La moda sufre de una constante transformación y el diseño de autor se encuentra en el margen de esta temporalidad, es así como las prendas de autor suelen cumplir con ideas de autenticidad, creatividad, personalidad e identidad. Dentro de cualquier área artística y creativa, se debe considerar que existen una infinidad de combinaciones de carácter técnico, estético y sobre todo conceptual a la hora de crear un objeto o prenda. Esta diversidad de posibilidades se debe a que cada individuo posee su propia forma de ver, idealizar, analizar y crear un objeto; el diseñador que crear cualquier tipo de indumento o accesorio de forma artística o conceptual expresa su personalidad, ideología y espiritualidad a través de este. Puede que una idea inicial sea la misma para varios diseñadores, pero estos lo adecuaran a sus experiencias, conocimientos y gustos estéticos. Además de estas diferencias, se puede observar un aporte referencial de la época según la paleta de colores, texturas, estructura textil, fibras, hilados, tecnología del material, motivos, métodos de producción, confección, funcionalidad, entre otras cosas.

Por lo tanto, la manera de usar o combinar una prenda sufre de una transformación según el contexto en la que se desempeñe.

Como se estudió en el capítulo 3, el arte además de expresar diferentes estilos estéticos, técnicos e ideologías, se asocia con una cierta temporalidad, época, momento social y político. En cada década, siglo o año, los diseñadores se forman en base a un tiempo histórico, con una ideología y pensamiento asociado a los constantes cambios de la vida cotidiana; esta trayectoria genera en el diseñador un estilo estético basándose en sus creencias, costumbres, pensamientos. En cierto modo, los diseñadores emergentes surgen como una manera de expresar el arte a través del vestido, en donde la personalización del indumento es fundamental para marcar diferencia con respecto a un producto básico y de consumo masivo. La nueva perspectiva de imagen que desea adquirir cada diseñador va de la mano con la forma de presentar las prendas o conjuntos de vestimenta; desfiles, videoclips, fotos del producto, campañas o cualquier tipo de medio digital se transformó en el sistema de publicidad para llegar a un nuevo tipo de consumidor.

Esta nueva forma de diseñar y llegar al consumidor no se vincula a un rubro en especial, sino a la capacidad de que la prenda sea funcional para cualquier persona y en cualquier ocasión. Este enfoque crea diversos inconvenientes al momento de considerar un indumento como arte o parte de ella; la editora Suzy Menkes, expresa en la sección de moda del International Herald Tribune que: “La moda genuina debe ser funcional y por consiguiente, puede ser solo clasificada como arte aplicado o artesanía. Si una prenda no es usable no es moda pero puede que sea arte” (Crocchi y Vitale, 2011, p.129). Esta escritora, señala que una prenda por más que sea planteada como un objeto artístico, si es funcional deja de serlo. Pero en la actualidad, si bien existen muy pocos diseñadores que logran crear algo innovador y sobre todo artístico, se llega a considerar arte por la técnica, estilo y el concepto que se desarrolla en el mismo. Se toma como ejemplo el estilo y estética de Martín Churba, con respecto a Iris Van Herpen, cada diseñador

plantea un indumento distinto, en cuanto a la intervención textil, tipología, ocasión de uso de la prenda, inclusive el costo de la misma afecta la mirada del usuario. Pero sobre todo, cada prenda creada se distingue por el nivel de creatividad independientemente de su funcionalidad o costo.

Considerar una prenda estéticamente correcta y con una intervención de alto nivel como arte o no, es un pensamiento subjetivo de la persona quien lo observa. Si se toma como referencia la frase de Suzy Menkes, se puede considerar que una persona puede usar una prenda para una fiesta, ropa de día o en alguna ocasión y otra usar la misma prenda como parte de un cuadro en forma de admiración o por el gusto estético de la misma. En cada caso, la prenda es un objeto de admiración y gusto individual, de dos personas distintas con bases, ideologías, costumbres y necesidades distintas o similares. De modo tal que en la actualidad, el criterio de no funcional se descarta para establecer o no un objeto como arte. La moda para estos nuevos diseñadores es una forma de expresar la belleza que se observa en el cuerpo humano, una reflexión consciente sobre el mundo, lo que nos rodea y el futuro de una sociedad consumista.

Como tal, el diseño emergente surge como una nueva manera de crear una prenda única y de calidad, en el cual las investigaciones sobre las nuevas tecnologías e intervenciones textiles y telas inteligentes modifican continuamente el significado de moda y con ella el de arte. Por consiguiente, se plantea que la moda y el arte pueden ser fusionadas, sin necesidades que alguna de las dos pierdan su sentido estético o técnico. Es así como las prendas que se realizan y se confeccionan a mano generan exclusividad a la prenda, como es el caso de la diseñadora Nikole Liv Andersen, Mary Katrantzou o Martin Churba. Dentro de lo que se considera como fusión entre el arte y la moda, se observa el ejemplo de la prenda estampada con cuadros de Marilyn Monroe pintados por el artista Andy Warhol en la exposición de inauguración del mudero del *Fashion Institute of Technology de Nueva York*, en el cual la exposición buscaba vincular la historia de la moda con su época, ver lo bello y estético de cada época y como el arte logra insertarse en la

indumentaria para congeniar y adecuarse a un solo objeto en su totalidad. Aquí se compara y sobre todo se expone como congenia cada prenda con el tiempo histórico en el cual se creó.

La autora Andrea Saltzman señala que: “El fenómeno de la moda se vale de la transformación como dinámica y subiste en virtud del cambio que genera mediante la incorporación periódica de la novedad.” (2009, p.120). Esta novedad trasciende más allá de las tendencias incorporadas y establecidas cronológicamente, actualmente los parámetros que se establecen dentro del diseño son ideas rectoras que pueden complementarse con los diferentes estilos, estos se modifican por medio del color, largos de las prendas, recursos constructivos, intervención textil, entre otros. La perspectiva que se adquiere sobre las personas y el entorno experimenta una desarticulación crucial que propone nuevos modos de concebir el sistema de producción y consumo al cual se esta expuesto. De esta manera la sociedad, se encuentra prevaleciendo a un legado de homogenización propuesto por una estructura postindustrial deseosa de intensificar el consumo de forma masificada. Irónicamente, este proceso de propagación consumista impulsó una creciente segmentación del mercado, dando como resultado la proliferación de tendencias apuntadas a individuos cada vez más diferenciados, el cual se fomenta a partir del diseño de autor o diseño emergente; con una nueva perspectiva sobre concepto ya establecido y el deseo de dar a conocer esta mirada. Es así como los rituales que apuntan a la creación de un ser colectivo disciplinado por normas homogéneas, se desvanecen ante un proceso de individualización extrema caracterizado por la descentralización de las necesidades y un mayor contacto con el cuerpo y el espíritu propio, los cuales llevan a fomentar la autenticidad, sea por medio de la tipología, el color, el textil, la silueta u otras características a fines a la vestimenta.

Antiguamente la distinción de clases era el engranaje principal a partir del cual se renovaba la moda, siendo las clases más bajas las que intentaban imitar a las clases más poderosas, lo mismo ocurre con los países en vías de desarrollo que intentan imitar a los

más avanzados y se abalanzan para conseguir aquello que está de moda en el extranjero. Es el caso de los países Latinoamericanos quienes, desde siempre, han mirado con gran admiración a los países desarrollados, principalmente europeos, y han adoptado e imitado sus formas vestimentarias como también las tendencias que desde allí provenían con el ánimo de sentirse parte de su cultura.

El diseño de autor rompe con esta estructura rígida de pensamiento de que todo lo que proviene del extranjero es mejor y sienta sus bases en la identidad nacional. A partir de esta nueva concepción de la moda y el diseño de indumentaria, en Argentina, se comienza a valorar la cultura y, por lo tanto, a reflejar en la indumentaria los hechos sociales, culturales, políticos y económicos propios de país, sin necesidad de recurrir a tendencias extranjeras o modas pasajeras carentes de sentido. De esta manera, el vínculo entre la cultura, la sociedad y la moda toma fuerza y se percibe el reflejo de los acontecimientos nacionales en el vestir argentino, revalorando y tomando como punto de partida para la creación de colecciones técnicas de tejeduría ancestrales propias de los aborígenes locales, como también se retoma el valor de lo autóctono inspirándose en el tango o personajes inspiradores de las tierras gauchas, asimismo se destaca el valor de la identidad nacional por sobre la globalidad.

5.2. Gustos e influencias adquiridos por los medios de comunicación

El vestido como tal, es una forma de reflejar las condiciones y estilos de vida de los individuos, a su vez están pueden llegar a influenciar a quien lo porta, debido a que determinan el comportamiento en diversos contextos sociales. Actualmente, los medios de comunicación, las redes sociales o cualquier tipo de comunidad interactiva en donde los recursos multimedia como imágenes o videos sean el contenido primordial, ejercen una influencia en los estilos de vida de las persona y con ellos en el mercado de la moda. Si bien, la posmodernidad fue un periodo caracterizado por el surgimiento y la supremacía de medios audiovisuales, los cuales sirvieron como herramienta de

comunicación y expansión cultural. Este tipo de comunidades interactivas creó el medio para forjar estereotipos que sean aceptados por las masas. Susana Saulquin (2014b), plantea que la propagación de una cultura visual fue la base para establecer nuevas y crecientes aspiraciones consumistas; de manera que los individuos están a disposición de la compra constante de productos que eleven su estilo de vida.

El tipo de referencias que se plantean dentro de los medios de comunicación no comprenden exclusivamente a la indumentaria, cualquier ámbito que este relacionado con el estilo de vida o inclusive con la compra y venta de productos esta a disposición en los medios digitales. Aunque la moda es considerada dinámica y sobrevive a partir del cambio que genera debido a la incorporación constante de lo que se considera actual o novedoso. Esta genera en individuos y grupos sociales el deseo de tener una identidad propia, diferenciada y exclusiva. Debido al crecimiento de la divulgación de productos en las redes sociales, los productos exclusivos o de alta gama pasaron a ser objetos de deseo para cualquier persona indistintamente de su rango social o económico. A partir de los medios de comunicación, las personas dan sentido a su identidad y crean un ámbito moderno en cuanto a las relaciones interpersonales, a través de esta se ve afectada su manera de percibir, entender, escuchar o ver el mundo que los rodea. Es un nuevo tipo de comunicación y relación con los medios tecnológicos y de comunicación crean un usuario que además de consumir, produce contenido audiovisual con el fin de mostrar un estilo de vida.

El cambio de paradigmas en la sociedad crea métodos para expresar las necesidades, gustos, ideologías y la identidad de la persona. De cierta manera, las redes sociales, blogs, páginas de contacto y comunicación en línea, crean un sentido de pertenencia, no dentro del grupo familiar, sino es un espacio donde la intimidad pasa a segundo plano y la característica principal es ser visible en la red o cualquier tipo de medio de comunicación. Esto a su vez, se traduce como una nueva forma de valorar y escuchar al otro individuo portador de información. He aquí lo que sucede con los medios de

comunicación, estos portan información a cualquier individuo en cualquier parte del planeta; como se observó cada individuo posee de un estilo y pensamiento distinto, por lo tanto la manera de adaptar la información dependerá de cada uno de ellos, pero se considera que el público juvenil y adolescente buscan satisfacer esta necesidad de ser significativo, importante o popular a nivel social.

Por lo tanto los medios de comunicación identifican a determinadas personas, grupos sociales y acontecimientos más significativos que otros; estos señalan el nivel de importancia y trascendencia de una tendencia, subcultura, color, silueta, tipología mediante lo que se publica o se aumenta como modo de publicidad. Los medio de comunicación contribuyen a construir las distintas miradas del usuario, además de reforzar los valores y modelos de vida que se busca obtener a nivel personal, social o de consumo. Este tipo de globalización en la comunicación circula de manera masiva los bienes culturas, además de impactar en la subjetividad de cada individuo, proponiendo imágenes, formas de ser, actuar o hablar y sobre todo el consumo de marcas que definen el lugar de cada persona en la sociedad. En la actualidad, los gustos que se desarrollan en las redes sociales o los medios expresan una afinidad sobre la juventud eterna, la ecología, la conciencia medio ambiental, el lujo a través de la posibilidad de descubrir y conocer culturas, países o lugares exóticos; generan una cultura urbana asociada al deporte, a los nuevos artistas, a la rebelión de la distinción de género, entre otras cosas.

Se debe tener en cuenta que en la búsqueda de conocer las necesidades del usuario y vincularlo de manera dinámica en el proceso de creación de los objetos, empresas de medio realizan sondeos de opinión al público que va destinado el productos; estos estudios se basan en la investigación de gustos y valores colectivos, cuyo resultado suelen condicionar la elaboración y al mismo tiempo guiarla de manera que cree una nueva tendencia o producto rápido de insertar en el mercado. Por ende, es necesario conocer y tomar en cuenta los canales por los cuales se difunde los parámetros de la moda en la sociedad; cualquier medio de comunicación permitirá que la información corra

instantáneamente, independientemente del lugar donde se encuentre. La prensa especializada como revistas o publicación de Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Para Ti, etc., permiten revisar en cualquier momento las publicaciones sobre tendencias actuales, pasadas, diseñadores, prendas, inclusive sobre los nuevos acontecimientos dentro de la moda como son las prendas de los diseñadores mencionados en el capítulo 4.

Cualquier tipo de medio de comunicación, sea este prensa, internet, cine, televisión permiten la globalización de la indumentaria en diferentes lapsos, momentos, lugares y crean nuevas maneras de generar contenido. Estos medios facilitan la aceptación y expansión de los diversos parámetros y valores sociales o culturales, gracias a los cuales se logra una inserción e imitación en la sociedad; la publicidad es un elemento que trasmite la cultura y el consumo de la población actual. Hoy en día, los medios son indispensables para las empresas que generan cualquier producto, sea este de consumo masivo o personalizado, debido a que actúa como herramienta para la socialización de lo novedoso, contemporáneo, creativo y artístico. La autora Natalia Rojas señala que: "En la cultura de masas se revaloriza la expansión del consumo, el ocio, el erotismo y se desplazan los aspectos trágicos de la vida, remarcando los ideales de belleza, juventud, salud y felicidad." (2005, p.41.).

A partir de lo que se plantea, se debe considerar que más allá de la forma o el medio de comunicación, uno de los aspectos primordiales es el contenido, las personas involucradas en el mismo, los productos, marcas, diseñadores, inclusive el atractivo de la imagen gráfica de cualquier tipo de nota; como fue el caso de Gucci en el 2004 en la cual presentaba una modelo rasurada con una G en su pubis, los videos con las diversidad de prendas de Iris Van Herpen, los cuales detallaban con exactitud la textura y forma de la prenda, el aspecto creativo y artístico tanto de la prenda en concordancia con la imagen gráfica de Nikoline Liv Andersen; inclusive la asociación con la época y las tendencias contemporáneas se presentan dentro del diseño de una imagen que integran la identidad de la marca, el estilo de las prendas y el tipo de usuario al cual va dirigido la misma,

como es el caso de las campañas realizadas por la marca de Emilio Pucci. Tanto el marketing y la publicidad de cualquier producto es importante hasta cierto punto, pero este producto o indumento debe ser adecuado en cuanto a calidad, creatividad, funcionalidad y precio para poder generar una mirada de identidad en el consumidor. De esta manera, es como entra a desempeñar un papel importante, el indumento o accesorio realizado artesanalmente que contenga una historia y un valor que se vincula con la historia de la marca.

5.3. Influencia de los nuevos usuarios en la construcción del diseño

La moda como tal se considera un medio de comunicación en donde las personas pueden reflejar la personalidad, aun de manera intencional. Es un fenómeno social y, por tanto, tiene influencia directa sobre las decisiones estilísticas de cada época puesto que refleja lo que sucede tanto a nivel social, político, económico y cultural. En la actualidad, el análisis de los usuarios y consumidores de las marcas esta en auge, a través de ellos se observan las costumbres de la sociedad y como estas influyen en el estilo de la persona. Si bien las empresas se interesan en satisfacer las necesidades del consumidor, estas a su vez las crean, de tal manera que cada particularidad del diseño como la tecnología, la paleta de color, tipologías, texturas y formas se adapten como nuevas tendencias de manera cíclica. Esta búsqueda de satisfacer las necesidades del usuario en relación a sus actividades cotidianas interfiere en la creación de la prenda. La diseñadora Andrea Saltzman (2009), señala que los usuarios pueden interactuar y definir el diseño una vez integrado en el mismo, debido a que existen prendas que poseen diversas formas pero que a su vez necesita de la intervención de la persona para que las mismas se produzcan. En este caso los puntos de unión y desarticulación de la prenda juegan un rol importante para adecuarlo a las necesidades del usuario. Es así como diversos diseñadores han aportado en la creación de un diseño interactivo por medio de superposición de capas o la creación de diversos accesos o engranajes de la prenda.

Hoy en día, este tipo de desarticulación de la prenda ha logrado que las tipologías se transformen y tengan diversa funcionalidad; una prenda de segunda piel puede ser alterada hasta llegar a una prenda de tercera piel, siempre y cuando la materialidad de dicho indumento se adecue a otro fin.

Desde el siglo 20, la inserción de diferentes tipologías a marcado el cambio para las décadas sucesiva; las mujeres adecuaron el pantalón para la jornada laboral y tras ello la independencia económica de las mismas; luego surgió una forma de expresar la rebeldía y juventud por medio de minifaldas, todas estos cambios en cuanto a la vestimenta se dieron con un cierto significado, el cual fue en contra de las normas y valores adoptados a la época. Los cambios continuos que marcaron los jóvenes en su apariencia, fueron formas de expresar lo que pensaban, sentían, sus afinidades y gustos musicales. Es así como el replanteo de las vestimenta incluyo cualquier tipo de accesorios como maletas, zapatos, joyería y objetos del estilo de vida acorde para cada individuo. De este modo el nuevo planteo y modificación constante de la vestimenta se da debido a las nuevas necesidades del usuario, su rol social e inclusive los gustos y hobbies de cada individuo en una época y cultura determinada. Por lo tanto, una mochila puede integrar una campera rompevientos para días de camping o dentro de la ciudad para días de lluvia, adaptarlo para mujeres debido a su textura física o inclusive ideológica.

Actualmente la nueva forma de vincular cualquier objeto con el individuo aporta sofisticación y una manera de romper el límite entre lo decorativo y lo funcional. Según la autora Saltzman (2009), estas prendas son consideradas medias prendas, las cuales generan una identidad al vestido, además de otra utilidad y a partir de la forma en que se porte dicho elemento se puede definir el estilo de vida de una sociedad o un individuo. Esta forma de incorporan directamente al cuerpo y disminuir la cantidad de objetos y artefactos en el conjunto del vestido atribuye nuevos valores y generar en el usuario un nuevo tipo de nomadismo urbano, en donde la miniaturización de los elementos tecnológicos y la liberación del usuario para realizar movimientos se vuelve prioridad. El

vestido siempre significa y transmite información en relación a los hábitos, el grupo étnico al cual la persona pertenece, independencia, creatividad además del vínculo con lo que se considera la sexualidad y la expresión mediante el cuerpo.

Todos los elementos de la vestimenta crean una perspectiva a partir de la relación que se establece entre el cuerpo y el modo de uso de la prenda. La forma de usar cada pieza de la vestimenta juega un rol importante a la hora de generar un significado hacia quien lo observa; no es lo mismo usar un traje con zapatillas o con zapatos de vestir, al igual que ir con chaleco o con la camisa por fuera del pantalón. Es así que el individuo esta en la disposición de producir su propio estilo a través de su peinado, maquillaje, postura, expresión corporal, paleta de color, etc., de modo que junto con la prenda terminen de dar sentido y particularidad al diseño. Si bien se hablo de la moda, como algo dinámico y constantemente en cambio, también se la considera un sistema que opera a partir de ciclos; da inicio con la creación de ciertos estereotipos o lideres de opinión, los cuales crean tendencias, replantean las formas estéticas limitadas y genera nuevas que estén acorde a la época. Si todas estas nuevas normas y aspectos son aceptadas, ya no solo por los diseñadores, sino por el público, los usuarios, los *influencers*, o cualquier individuo ligado a la estructura y demanda de la moda, comienza una fase de difusión y consumo; luego de este tiempo, cuando el público este satisfecho por el consumo de este objeto comienza la fase de declive y reinserción de una nueva tendencia.

Sin embargo existen prendas que se producen según las expectativas de los usuarios y dejan a un lado el vinculo lineal con las tendencias; este proceso se adapta a los gustos del usuario creando un producto duradero, sostenible, funcional, con nuevas materialidades y aspectos artísticos factibles de conseguirlos en el mercado. Actualmente las prendas deportivas se vinculan de cierto modo a un estilo de vida más dinámico y juvenil, las prendas interiores comienzan a exponerse a la superficie, al igual que las prendas del armario masculino se adaptan a las mujeres como signo de igualdad, de manera que las modificación a nivel textil, morfológico y tecnológico debían ser parte de

la nueva perspectiva en cuanto al gusto del usuario. Por consiguiente, las prendas son establecidas y adaptadas hasta un cierto punto al estilo de vida, funciones, pensamientos y creencias de una sociedad que evoluciona constantemente; diseñadores como Christian Dior, Coco Chanel, Alexander Wang, Elsa Schiaparelli y algunos cuantos más, perciben comprenden los cambios de actitud de los hombres y mujeres de sus respectivas épocas. Estos diseñadores proponen nuevas morfologías y siluetas las cuales se ajustan a un nuevo tipo de función, gustos estéticos, tendencia en cuanto a tipologías, detalles constructivos de la prendas, la utilización del tejido el cual sale de lo convencional. Estos ejemplos demuestran que la mirada del diseñador debe estar en concordancia con las necesidades y demandas de los usuarios, ellos se pueden anticipar a los cambios sociales de una cultura vinculada a los medios de comunicación; las nuevas creaciones serán en respuesta a la transformación de los vínculos y los roles de cada individuo con su entorno, esta es la nueva relación entre el cuerpo, el textil y el contexto del mismo.

Como se establece anteriormente, los medios de comunicación crean nuevas formas de ver la moda, de manera que generan otros tipos de necesidades vinculadas al estilo de vida, además de crear estas necesidades, generan en el usuario mayor conocimiento sobre el manejo de la publicidad. Ahora los compradores y usuarios son los que crean su estilo, de manera que combinan productos de marcas de lujo, así como también prendas que se insertan en el mercado con estándares altos de calidad. Consecuentemente de esta obtención de información de parte de los usuarios, se desvinculó la fidelidad de los consumidores hacia las grandes marcas, el *fast fashion* o moda rápida genera una demanda de artículos desechables y que van acorde a las tendencias de la temporada. Estos nuevos usuarios con la capacidad de distinción del producto, ahora compran prendas de diversas cadenas, piezas vintage, de remate o en oferta, siempre y cuando estas se acoplen al estilo personal de cada individuo. Los consumidores de moda, en este nuevo carácter de estilistas y productores, demandan una mayor capacidad de

elección con respecto a productos originales y que aporten a su identidad o ideología; de manera que los diseñadores emergentes tienen la posibilidad de crear tejidos y los diseños más innovadores y llamativos. Esta búsqueda de originalidad, en conjunto con las tendencias y el carácter de innovación tecnológica impulsa el regreso de la costura y sastrería artesanal; esta nueva forma de mirar el diseño enfatizan la creatividad y dan paso a la diversidad del indumento en cuanto a la transformación de sus características esenciales como el textil, el color o la tipología. Esta variedad crea una nueva identidad y resignifica las apariencias estéticas de la vestimenta, de manera que se asocien con principios ecológicos y la conciencia ética.

5.4. Los textiles como un aporte a la individualización

En la actualidad las prendas y accesorios, que forman un conjunto vestimentario para un individuo, expresan diversos significados sobre sensaciones, pensamientos, gustos estéticos, afinidades, posición social, profesión e inclusive estilos de vida. En ocasiones si el objeto o indumento se presenta de manera singular no prevalece en la memoria del individuo, debido a su falta de significado estético, ideológico o simbólico del mismo. Sin embargo existen prendas que debido a sus características técnicas trascienden en el ámbito social, de manera que origina una sensación de exclusividad para aquel que lo porta. Así, el vestido forma parte y representa los hábitos y costumbres que se establecen en un grupo social o inclusive en una cultura; la indumentaria y la conducta de las personas se utilizan como métodos para que el resto de individuos lo perciban y generen un estereotipo.

En cuanto al textil se debe considerar que este cumple con múltiples funciones además de cubrir el cuerpo humano, proporcionar protección de diversas maneras y momentos; incluso existen tejidos que gracias a sus propiedades de aislamiento, adherencia, antibacteriana, hidratación y demás; las cuales se adaptan y se utilizan dentro de otras industrias como la decoración, lo automotriz, la construcción, la medicina, etc.

Si bien los textiles son una de las primeras manifestaciones culturales y artísticas de la vida humana, mediante las cuales se expresan emociones, momentos, pensamientos e ideologías a través del color, la forma y las múltiples texturas que se incorporan en el mismo. La autora Saltzman (2009) señala que en ciertas culturas antiguas como los tuareg, la utilización de la tintura en tejidos se transformó en un signo de libertad, rol social, expresión estética, religiosa, incluso llegaron a transmitir mensajes por medio de los motivos o figuras representadas en los tejidos; si bien el textil era un medio de protección hacia el entorno también adquirió un valor simbólico que daba a conocer el estilo de vida, no solo de un individuo, sino de toda una tribu. Es así como la superficie textil logra ser un medio de expresión, que da identidad y valor al diseño, cualquier tipo de vestimenta tradicional con ciertos cambios en cuanto a color, posición o uso puede generar un signo de transgresión e innovación. Asimismo, la elección del textil, además de generar cierto significado dentro de un grupo social, definen los aspectos funcionales, estéticos, económicos y tecnológicos que se vincula al indumento.

La superficie textil tiene una infinidad de variables en su estructura estética, están pueden ser aplicadas por medio de estampación, tintorería, adición de elementos ornamentales, entre otras cosas. Pero existen diferentes tipos de materiales y texturas que generan sensaciones al usuario que lo porta o inclusive a las persona a su alrededor, esto dependerá de la intervención del diseñador sobre el material o la creación de tela por medio de procesos químicos o biológicos; en cualquier caso, los gustos estéticos y conceptuales del diseñador se plasman sobre la prenda, así es como un indumento se individualiza en el mercado de la moda. Según la mira de Colin Gale y Jasbir Kaur “el vínculo entre la moda y el textil es de dependencia mutua e influencia recíproca; un destino compartido basado en nuestra necesidad de vestirnos.” (Hallett y Johnston, 2010, p.8). En la moda todos los procesos creativos, estéticos y procedimentales intervienen e influyen a los mismos para una adecuada realización. Los tejidos tienen una gran importancia en la imagen distintiva de la marca o del diseñador, y en muchas ocasiones

llegan a definir aspectos de su identidad, como es el caso de Chanel con su tela chenile o inclusive Adidas con su nueva inserción de telas tecnológicas fomentado un espíritu deportista.

Ebru Kurbak, creador de News Knitter, expone que:

la moda, los estilos de ropa y en particular los accesorios han sido siempre un medio de expresión. Con las nuevas técnicas de producción, la posibilidad de crear prendas personalizadas es cada vez mayor. Esto anima a la gente a utilizar la ropa como medio para expresar sus reacciones. (San Martín, 2010, p.91).

Las personas tienen una vinculación directa con la indumentaria o inclusive con los accesorios, ya que mediante estas, se muestra la identidad individual de cada uno. A partir de conocer el estilo e ideología de Martín Churba, se afirma que la prenda o el indumento se convierte en una analogía a la piel social, ya que es la primera imagen que caracteriza a las personas y las vincula con su entorno. La ropa como tal es un símbolo que nos representa, nos da identidad e integración, por lo tanto a partir de todo el *look* de cualquier individuo se puede obtener una basta cantidad de información sobre la cultura, costumbre, gustos, afinidades, clase social, inclusive con lo que uno aspira a ser o es en la sociedad. En la entrevista con Mariana Arias (2017), Churba menciona que se desarrolla la identidad por medio del vestir diario y la integración con el componente lúdico de utilizar prendas que muestren la ideología del usuario.

Los diversos métodos para crear una textura visual o táctil se relacionan, no solo a las propiedades técnicas de la prenda o inclusive a su relación con identidad de diversas marcas, sino también a la vinculación con las marcas en el mercado. En cuanto se refiere al estampado digital, este apoya la demanda de estos clientes, permitiendo la producción de lotes más pequeños, así como tiempos de producción más reducidos y estética de diseños mejorados tales como un mayor número de colores, detalles finos de la línea, gradientes e imágenes de tipo fotográfico. La habilidad de la producción del estampado a demanda ofrecida por el estampado digital apoya los diseños individualizados, conduce a una disminución en el tiempo de entrega al mercado, y ofrece una reducción en los costos y una mayor satisfacción del consumidor. Las demandas de los consumidores

están forzando los cambios dentro de las industrias de manufactura. Los consumidores están demandando una mayor transparencia en los géneros y servicios usados en la manufactura de sus productos, con una mayor seguridad y calidad, un aumento de los atributos funcionales, y una amplia variedad de productos que llegan al consumidor con una gran rapidez.

El estampado digital permite la individualización masiva y provee una ventaja competitiva para aquellas compañías que desean realizar su manufactura más próximos al punto de venta. Debido a que los diseños textiles son almacenados en un formato digital y se pueden estampar a demanda, el estampado digital permite la fabricación de productos altamente individualizados que se pueden producir en procesos más avanzados de la cadena de suministro y por lo tanto más próximos al consumidor. Los tiempos de fabricación más cortos para la producción doméstica proveerá a los clientes con acceso a un producto de calidad e individualizado, a un precio bajo en los mercados online y de ventas al detal. Además, los vendedores al detal pueden proveer una marca más cohesiva de productos. Los procesos de estampado industrial permiten a las marcas una manufactura más fácil y efectiva en costos de productos individualizados, así como de diseños de edición limitada, y empacados únicos y de mayor calidad, al mismo tiempo que comprometen al consumidor con una experiencia de compra más interactiva, al permitir el diseño colaborativo por parte del cliente.

Este capítulo cierra el análisis de los diseñadores que se plantea en el capítulo 4, se busca sintetizar las particularidades que deben seguir los diseñadores según las necesidades, gustos y el nuevo estilo de vida de los consumidores de la nueva era tecnológica y la relación con el arte. Si bien, esta asociación con el arte se presenta en cualquier carrera creativa, esta va de la mano con la indumentaria y coexiste con ella; la paleta de color, los textiles, la silueta, tipologías, accesorios o cualquier detalle constructivo simboliza o emite un significado de valor que puede ser representativo para el usuario en el momento de identificarse con el indumento, debido a que se comienza

apreciar los detalles artesanales, ideológicos y artísticos de la misma. Sin embargo, es necesario observar los diversos factores que interfieren en esta fusión entre la moda y el arte; los medios de comunicación a través de la evolución de la tecnología, el incremento de las redes sociales y el nuevo pensamiento del ser humano sobre darse a conocer, juega un rol primordial en la creación de tendencias, estereotipos, necesidades, gustos, afinidad por marcas y una variedad de aspectos que afectan directa o indirectamente a la indumentaria y a la moda en general. A partir de la gran capacidad de generar y recibir información por medio de estos sistemas de comunicación, las personas generan gustos más exigentes en cuanto a las características de la prenda, de esta manera, diseñadores como Martin Churba, Iris Van Herpen, Nikoline Liv Andersen y Mary Katrantzou desarrollan y establecen el principio de experimentación con el textil, de modo que establecen una nueva fuente de valor conceptual, artística y técnica en la historia de la indumentaria.

Conclusiones

A lo largo de los años, la moda marcó una relevancia fundamental dentro de diversas áreas de la sociedad, de manera que establece y guía ciertos parámetros culturales y sociales. Inclusive una perspectiva correcta del rol que ejerce la moda en el individuo, se comprueba a partir de la cultura de consumo y del desarrollo de la imagen personal de cada individuo. Se la considera uno de los pilares que ayuda a establecer las apariencias por medio del carácter simbólico que ejerce sobre las personas. Al mismo tiempo, la moda en conjunto con las características sociales, políticas, económicas e ideológicas de cualquier persona, sustenta el estilo, los gustos, afinidades, el rol social y el estilo de vida de quien porta un indumento con ciertas particularidades. Por lo tanto, la moda es imitación y distinción; el primero surge para generar dependencia a un grupo social, el cual satisface las necesidades de relaciones sociales y cohabitar con un entorno aparentemente lleno de estereotipos y por otro lado visualiza las necesidades de distinguirse, mientras que el segundo se asocia con los aspectos más cercanos al individuo, como es la personalidad, hábitos o estilo de vida, que busca destacar y contrastar en un entorno.

Esta nueva forma de imposición, instaura un orden con carácter de diferenciación entre los individuos, grupos y generaciones que buscan establecer su personalización por medio de la vestimenta. De esta manera, el ser humano examina una manera de evitar la exclusión social y lo lleva a adaptarse a la imitación que se genera por diversos medios de comunicación, los cuales promueven diferentes estereotipos, ahora no solo de belleza, sino de estilo de vida. A esto, se debe incluir la perspectiva que se adquiere sobre el adecuado uso de las tendencias que involucran la modificación del estilo o vestimenta, que constantemente se renuevan y formulan nuevas expectativas en cuanto a la calidad y funcionalidad de la prenda, además de los paradigmas estéticos, técnicos e inclusive los cambios morfológicos que se observa en la misma.

Por otro lado, debido a la expansión de medios de comunicación, el vestido no se lo toma

más como objeto protector, sino como comunicador de lo que se desea expresar, sentir o manifestar a otras personas en un mismo entorno. Hace algunas décadas la combinación entre la creación de prendas y los gustos o afinidades del usuario, no se tomaban en cuenta dentro del proceso creativo; el diseño emergente ha vuelto la mirada a un público que busca expresar lo que siente y piensa por medio de una prenda funcional y estéticamente adecuada; usuarios con capacidades de distinguir prendas realizadas de manera artesanal, artística e inclusive tecnológica en comparación con productos de consumo masivo, que detrás de campañas, medios de comunicación y publicidad, se observa la mala calidad del producto, la explotación laboral y el constante despilfarro de materia prima ocasionando problemas medio ambientales.

Este nuevo surgimiento de diseñadores que se inspiran en la cultura, las costumbres, los pensamientos, gustos, ideologías, experiencias y conocimientos, que se vinculan con el entorno intelectual, generan nuevas perspectivas en cuanto a los gustos de los consumidores, los procesos de confección y las técnicas que emplean en la realización del textil. Gracias a la incorporación de diseñadores emergentes, la innovación en cuanto a la estructura técnica y estética del textil, una amplia paleta de color, diversidad morfológica, variación y unión de diversas texturas, además de procesos técnicos dentro del diseño de indumentaria progresan de manera exponencial y evolucionan constantemente, buscando innovar y desarrollar nuevos productos. La adecuación de estas características dentro de la identidad y el estilo del diseñador se debe a partir de los gustos personales y a la capacidad de adaptación a problemas contemporáneos que crean nuevas necesidades en los usuarios. Temas relacionados con el reciclaje, el ecosistema, la individualidad, el lujo por medio de los sentidos, los gustos estéticos derivados de aspectos artísticos y conceptos abstractos, son puntos de partida para que el diseñador establezca las propiedades técnicas, estéticas y valores que se desea generar en la sociedad o el usuario que portará la prenda vestimentaria.

Este proyecto establece una relación entre esta nueva generación de diseñadores, el

nuevo tipo de usuarios que se construyen a partir de la sociedad de consumo y la influencia de los medios digitales, de manera que se investiga una forma de adaptar los recursos del diseño, como es el textil, en busca de satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores. Con respecto a este último, se debe considerar que antiguamente los tejidos y textiles eran fácilmente reconocibles debido a las características de sus fibras y ligamentos los cuales se identificaban por medio del tacto u observación del mismo; hoy en día, debido a la implementación de procesos químicos, biológicos y las nuevas técnicas de acabado y tintorería se fabrican materiales inteligentes que son difíciles de distinguir desde el origen de la fibra. Como consecuencia, los diseñadores de alta costura, el diseño de autor o diseño emergente está utilizando estas investigaciones a favor de crear una prenda funcional, estética e innovadora, que no esté involucrada al consumo masivo y que aporte a las ideas de individualización.

Esta transformación de las cualidades primarias crea un nuevo aspecto en la apariencia externa del tejido, además de las distintas funcionalidades que puede llegar a cumplir; la innovación de las características genera en el mercado un acercamiento a nuevas áreas, en donde la implementación de la indumentaria no era requerida hasta estos hallazgos. Áreas como la arquitectura, diseño interior, medicina, ingeniería automotriz, ingeniería aeronáutica se adaptan a la nueva faceta de la indumentaria. El progreso de adaptación dentro de cada medio se da a partir de los avances tecnológicos y experimentales que generan mayor libertad para el desarrollo y creación de tejidos y prendas; por ende, es de gran importancia que el proceso de diseño se inicie en la investigación del material, sus cualidades estéticas y funcionales que logran crear el indumento final de manera potenciada. Si bien existe una infinidad de posibilidades para experimentar sobre los textiles, se debe analizar hasta qué punto dicha intervención puede crear un objeto funcional y sobre todo dentro de qué rubro se puede establecer dicho hallazgo.

Diseñadores como Nikoline Liv Anderse o Iris Van Herpen han evolucionado dentro del campo textil, debido a sus investigaciones de carácter artístico, artesanal o digital,

respectivamente. Si bien estas diseñadoras son consideradas creativas e innovadoras, existen productos que no son vendibles en el mercado de la moda masiva debido a que no son funcionales o se adaptan a las características de un cierto rubro. Como consecuencia de la creación de este tipo de indumentarios, se plantea el concepto de la moda como arte, más allá que sea una prenda funcional o no. Arte, por el hecho de ser innovadora, artística, perteneciente a un estilo e identidad de quien lo crea y sobre todo ser observada o admirada con cierta hermosura. Dentro del trabajo de campo, estas dos diseñadoras se las plantean con un alto grado de adaptabilidad al manejo de materiales y conceptos rectores los cuales ayudan y aportan a la creación de la prenda.

Para aquellos estudiantes o nuevos diseñadores que están incursionando dentro del mundo de la indumentaria, es aconsejable conocer todos los ámbitos de la moda; cada proceso dentro del diseño puede ayudar a transformar un objeto simple en algo innovador. Las cualidades que se puede intervenir y modificar son infinitas, solo se debe conocer la estructura y el método a seguir. Si bien, se estableció los principios básicos del diseño para la creación de colección, estas pueden modificarse según el criterio del diseñador y su método de trabajo. Por ejemplo, Martín Churba realiza una investigación de materiales y textiles a la par que va generando el concepto de la colección. Esto le brinda la posibilidad de interactuar directamente sobre el material observar las características del mismo.

La moda debe ser comprendida como un fenómeno que está compuesta por varios factores y que afectan a la sociedad global de distinta manera, direcciones y crean factores que se vinculan con la sociedad, la historia y el arte. El diseñador, independientemente del rubro o el segmento de mercado al cual apunte, debe ser capaz de desarrollar productos innovadores, creativos, con identidad. De esta manera, los principios básicos del diseño, se integran consciente o inconscientemente en el diseñador y su deber es estudiar y analizar los materiales para realizar una colección o prenda en función de satisfacer las necesidades del consumidor y sus propias necesidades de

expresión e ideología. Tanto el textil, la paleta de color, morfología, el estilo y el segmento de mercado guían y definen la imagen de la marca; los aspectos con respecto a concepto, fuentes de inspiración, ocasión de uso de las prendas, avíos, tipologías u otros detalles constructivos se los considera importantes en la colección, pero no dan origen a la misma.

Por lo tanto, dentro del diseño existen diversas características que se establecen en pro de satisfacer las necesidades de los consumidores o usuarios, estas pueden derivar desde las tipologías, largos modulares, sensaciones de texturas, experiencias sensoriales, carácter artístico de la prenda, la autenticidad y el valor de creación de la misma. Los diseñadores están más conscientes del público al que dirigen su producto, de los daños medioambientales que ocasiona la industria de la moda, la innovación de procesos técnicos que ayudan a la creación de prendas con mayor calidad y menor costo. Los usuarios, así como los diseñadores se los considera productores de moda que aportan y establecen parámetros en cuanto a gustos estéticos, paleta de color, tipologías y la funcionalidad de la prenda. Es necesario que estos dos individuos cohabiten y se relacionen entre ellos, para dar a conocer sus necesidades y gustos actuales.

Lista de referencias bibliográficas

- Araya, S. (2013). *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 08/10/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1562
- Armita. (2017, abril 22). Nikoline Liv Andersen, elaboración de moda en el arte expresivo. The Wordeland. [Posteo en blog]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://beckswunderland.com/nikoline-liv-andersen-crafting-fashion-into-expressive-art/>
- Audisio, N. (2011). *Diseño con identidad de autor*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 04/10/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=25&titulo_proyectos=Dise%F1o%20con%20identidad%20de%20autor
- Barnuevo, M. (2016, septiembre 16). Iris Van Herpen, tecnología y diseño para revolucionar la alta costura. *One*, creativa, estilo de vida, tecnología. [Archivo de video]. Recuperado el 05/06/17. Disponible en: <http://one.elpais.com/iris-van-herpen-tecnologia-diseno-revolucionar-la-alta-costura/>
- Boni, D. (2011). *Tendencias: viaje de producto y armado de colección*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 27/09/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=46&titulo_proyectos=Tendencias:%20viaje%20de%20producto%20y%20armado%20de%20colecci%F3n
- Bourriaud, N. (2013). *Estética relacional*. (3ª ed.). Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Churba, M. (2015). Colección Valores SS17. Lookbook. Recuperado el 17/04/2017. Disponible en: <http://www.tramando.com/es/lookbook-detail/valores-ss17/12>
- Clarke, S. (2011). *Diseño textil*. Barcelona: Blume.
- Croci, P. y Vitale, A. (2011). *Los Cuerpos Dóciles*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Doria, P. (2012, septiembre). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Cuaderno del Centro de Estudio de Diseño y Comunicación, 42, 101-106. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 17/08/16. Disponible en:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=378&id_articulo=8207

Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Gustavo Gili

Fabris, P. (2010, junio 7). Ciclo de conversaciones: Martin Churba – Tramando. Fabris. Espacio Entrepreneur. [Revista en línea]. Recuperado el 21/05/17. Disponible en: <http://pablofabris.blogspot.com.ar/2010/06/ciclo-de-conversaciones-martin-churba.html>

Fogg, M. (2014). *Moda, toda la historia*. Santiago de Chile: Contrapunto.

Hallett, C. y Johnston, A. (2010). *Telas para moda*. Guía de fibras naturales. Barcelona: Blume.

Jones, J. (2013). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume.

Jordan, L. (2017, febrero 1). Los experimentos en la imperfección: Costura de Iris Van Herpen. *Another*. [Revista en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/9495/experiments-in-imperfection-iris-van-herpens-couture>

Lanelongue, M. (2008). *Los secretos de la moda al descubierto*. Barcelona: Gustavo Gili

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.

Lopez, V. (2010, octubre 15). Martin Churba: “La tendencia se construye”. *Clarín*. Entremujeres. Recuperado el 27/05/17. Disponible en: https://entremujeres.clarin.com/entremujeres/Martin_Churba-disenador-moda-ropa-arte-tendencia-Mike_Amigorena-vidriera-intervencion_0_HJgmleqDXI.html

Marsal, S. (2003). *Moda y cultura*. Buenos Aires: Nobuko.

McDowell, C. (2013). *The Anatomy of Fashion*. Why we dress the way we do. Londres: Phaidon.

Menkes, S. (2017a). Emilio Pucci, Otoño Invierno 2017-2018, Milan Fashion Week. *Vogue España*. [Revista en línea]. Recuperado el 08/06/17. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/otono-invierno-2017-2018-milan-fashion-week-emilio-pucci/13803>

- Menkes, S. (2017c). Mary Katrantzou, Primavera Verano 2018, Paris. *Vogue España*. [Revista en línea]. Recuperado el 20/11/17. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2018-londres-mary-katrantzou/14560>
- Mora, G. (2016, noviembre 18). Pucci, el diseñador que cambió para siempre el concepto de glamour. [Revista en línea]. *Vanity Fair*. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.revistavanityfair.es/la-revista/articulos/emilio-pucci-disenador-historia-revolucion-color/23117>
- Potter, N. (1999). *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós.
- Pucci, E. (2017). Primavera – Verano 2017, Ready to wear. Recuperado el 04/05/2017. Disponible en: <http://home.emiliopucci.com/collections/spring-summer-2017/ready-to-wear-10>
- Rojas, N. (2005). *Moda y Comunicación*. Taller Proyectual Guiado. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana. Recuperado el 10/11/2017. Disponible en: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC063896.pdf>
- Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado*. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. (3ª reimpr.). Buenos Aires: Paidós.
- San Martín, M. (2010). *El futuro de la moda*. Tecnología y nuevos materiales. Barcelona: Promopress.
- Saulquin, S. (2014a). *La muerte de la moda, el día después*. (reimpr.), (ed. rev.). Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014b). *Política de las apariencias*. Buenos Aires: Paidós.
- Seivewright, S. (2012). *Diseño e investigación*. Manuales de diseño de moda. (2ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Sorger, R. y Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili
- Vallejos, S. (2012, octubre 27). Martín Churba: “El arte es como el primo cool de la moda”. *La Nación*. Recuperado el 21/05/17. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1521090-martin-churba-el-arte-es-como-el-primo-cool-de-la-moda>

Van Herpen, I. (2017). *Between the lines*. Recuperado el 05/06/2017. Disponible en:
<http://www.irisvanherpen.com/>

Bibliografía

- Araya, S. (2013). *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 08/10/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1562
- Arévalo, M. (2014, junio 17). Moda y arte: experimentación artística en los vestuarios de Nikoline Liv Andersen. *Viste la calle*. [Posteo en blog]. Recuperado el 10/06/17. Disponible en: <http://vistelacalle.com/112800/moda-y-arte-la-experimentacion-artistica-en-los-vestuarios-de-nikoline-liv-anderson/>
- Arias, M. (2017, abril 3). Martin Churba: "A veces el límite es el recurso y ahí me pongo más creativo. *La Nación*. [Archivo de Video]. Recuperado el 25/05/17. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/2003940-martin-churba-en-tramando-hoy-llego-un-tiempo-de-desemprender>
- Armita. (2017, abril 22). Nikoline Liv Andersen, elaboración de moda en el arte expresivo. *The Wordeland*. [Posteo en blog]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://beckswunderland.com/nikoline-liv-andersen-crafting-fashion-into-expressive-art/>
- Aubert, M. (2012, julio 5). Iris Van Herpen y organismos invisibles. *Standard Magazine*. [Revistas en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.standardmagazine.com/iris-van-herpen-et-les-organismes-invisibles/>
- Audisio, N. (2011). *Diseño con identidad de autor*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 04/10/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=25&titulo_proyectos=Dise%F1o%20con%20identidad%20de%20autor
- Barnuevo, M. (2016, septiembre 16). Iris Van Herpen, tecnología y diseño para revolucionar la alta costura. *One, creativa, estilo de vida, tecnología*. [Archivo de video]. Recuperado el 05/06/17. Disponible en: <http://one.elpais.com/iris-van-herpen-tecnologia-diseno-revolucionar-la-alta-costura/>
- Barthes, R. (1978). *El sistema de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Baugh G. (2011). *Manual de tejidos para diseño de moda*. Guía de las propiedades y características de las telas y de su potencial para el diseño de moda. Barcelona: Parramón.

- Bellone, R. (2016, agosto 7). Martin Churba presenta "Valores" la nueva colección de Tramando. Fashion and Wine. [Posteo en blog]. Recuperado el 05/06/17. Disponible en: <http://www.fashionwine.com.ar/2016/08/martin-churba-presenta-valores-la-nueva.html>
- Boni, D. (2011). *Tendencias: viaje de producto y armado de colección*. Proyectos de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 27/09/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=46&titulo_proyectos=Tendencias:%20viaje%20de%20producto%20y%20armado%20de%20colecci%F3n
- Bourriaud, N. (2013). *Estética relacional*. (3ª ed.). Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Braddock, S. y O'Mahony, M. (1999). *Techno textiles: Revolutionary fabrics for fashion design*. (2ª ed.). Nueva York: Thames and Hudson.
- Briggs, A. (2013). *Diseño de estampados textiles*. Barcelona: Blume.
- Cappelli, E. (2007). *Gestión de tendencias en productos de Moda*. Facultad de Comunicación y Diseño. Montevideo: Universidad ORT Uruguay. Recuperado el 22/09/16. Disponible en: <http://www.ort.edu.uy/fcd/pdf/productosdemodas.pdf>
- Churba, M. (2015). Colección Valores SS17. Lookbook. Sitio web recuperado el 17/04/2017. Disponible en: <http://www.tramando.com/es/lookbook-detail/valores-ss17/12>
- Clarke, S. (2011). *Diseño textil*. Barcelona: Blume.
- Colchester, C. (2008). *Textiles: Tendencias actuales y tradicionales*. Barcelona: Blume.
- Croci, P. y Vitale, A. (2011). *Los Cuerpos Dóciles*. Buenos Aires: La Marca Editora
- Doria, P. (2012, septiembre). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Cuaderno del Centro de Estudio de Diseño y Comunicación, 42, 101-106. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 17/08/16. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=378&id_articulo=8207
- Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Gustavo Gili

- Fabris, P. (2010, junio 7). Ciclo de conversaciones: Martin Churba – Tramando. Fabris. Espacio Entrepreneur. [Revista en línea]. Recuperado el 21/05/17. Disponible en: <http://pablofabris.blogspot.com.ar/2010/06/ciclo-de-conversaciones-martin-churba.html>
- Fogg, M. (2014). *Moda, toda la historia*. Santiago de Chile: Contrapunto.
- Ginsburg, M. (1993). *La historia de los textiles*. Madrid: Libsa
- Gonzalez, F. (2015, marzo 20). Massimo Giorgetti, nuevo director creativo de Pucci. *Vogue España*. [Revista en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.vogue.es/moda/news/articulos/massimo-giorgetti-deja-msgm-nuevo-director-creativo-de-emilio-pucci/21993>
- Hallett, C. y Johnston, A. (2010). *Telas para moda*. Guía de fibras naturales. Barcelona: Blume
- Hernandez, L. (2017). Entrevista a: Nikoline Liv Andersen la diseñadora que vistió a Bjork. *Zurda Magazine*. [Revista en línea]. Recuperado el 10/06/17. Disponible en: <http://www.zurdamagazine.com/entrevista-la-disenadora-nikoline-liv-andersenmoda/>
- Hollen, N., Langford, A. y Saddler, J. (1990). *Introducción a los textiles*. México: Noriega
- It Fashion. (2015, mayo 19). El proceso creativo de Iris Van Herpen. [Archivo de Video]. Recuperado el 08/06/17. Disponible en: <http://www.itfashion.com/moda/videos/el-proceso-creativo-de-iris-van-herpen/>
- Jones, J. (2013). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume.
- Jordan, L. (2017, febrero 1). Los experimentos en la imperfección: Costura de Iris Van Herpen. *Another*. [Revista en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/9495/experiments-in-imperfection-iris-van-herpens-couture>
- Katrantzou, M. (2017). Primavera – Verano 2018. Recuperado el 15/11/2017. Disponible en: <https://www.marykatrantzou.com/collections/spring-summer-2018/#looks>
- La Gaceta. (2017, julio 10). Mary Katrantzou, la reina del maximalismo. [posteo en blog]. Recuperado el 11/11/2017. Disponible en: <http://lagaceta.elpalaciodehierro.com/2017/07/10/mary-katrantzou-la-reina-maximalismo/>

- Lannelongue, M. (2008). *Los secretos de la moda al descubierto*. Barcelona: Gustavo Gili
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lookea Editorial. (2016, Noviembre 24). Martin Churba, un diseñador que apuesta por lo nuevo, para innovador en moda. [Revista en línea]. Recuperado el 26/05/17. Disponible en: <http://editorial.lookea.me/2016/11/24/entrevista-martin-churba-un-disenador-que-apuesta-por-lo-nuevo-para-innovar-en-moda/>
- Lopez, V. (2010, octubre 15). Martin Churba: “La tendencia se construye”. *Clarín. Entremujeres*. Recuperado el 27/05/17. Disponible en: https://entremujeres.clarin.com/entremujeres/Martin_Churba-disenador-moda-ropa-arte-tendencia-Mike_Amigorena-vidriera-intervencion_0_HJgmleqDXI.html
- Marsal, S. (2003). *Moda y cultura*. Buenos Aires: Nobuko.
- McDowell, C. (2013). *The Anatomy of Fashion. Why we dress the way we do*. Londres: Phaidon.
- Menkes, S. (2017a). Emilio Pucci, Otoño Invierno 2017-2018, Milan Fashion Week. *Vogue España*. [Revista en línea]. Recuperado el 08/06/17. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/otono-invierno-2017-2018-milan-fashion-week-emilio-pucci/13803>
- Menkes, S. (2017b). Iris Van Herpen, Primavera Verano 2017, Londres. *Vogue España*. [Revista en línea]. Recuperado el 08/06/17. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2017-paris-iris-van-herpen/13428>
- Menkes, S. (2017c). Mary Katrantzou, Primavera Verano 2018, Paris. *Vogue España*. [Revista en línea]. Recuperado el 20/11/17. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2018-londres-mary-katrantzou/14560>
- Michaud, Y. (2015). *El nuevo lujo. Experiencias, arrogancia, autenticidad*. Barcelona: Taurus.
- Monneyron, F. (2006). *50 respuestas sobre la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mora, G. (2016, noviembre 18). Pucci, el diseñador que cambió para siempre el concepto de glamour. *Vanity Fair*. [Revista en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.revistavanityfair.es/la-revista/articulos/emilio-pucci-disenador-historia-revolucion-color/23117>

- Mujer. (2016, diciembre 4). Nikoline Liv Andersen, la alquimista. [Revista en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.revistamujer.cl/2016/12/04/01/contenido/nikoline-liv-andersen-la-alquimista.shtml/>
- Potter, N. (1999). *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós.
- Pucci, E. (2017). Emilio Pucci, primavera – verano 2017, ready to wear. Sitio web recuperado el 04/05/2017. Disponible en: <http://home.emiliopucci.com/collections/spring-summer-2017/ready-to-wear-10>
- Rojas, N. (2005). *Moda y Comunicación*. Taller Proyectual Guiado. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana. Recuperado el 10/11/2017. Disponible en: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC063896.pdf>
- Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado*. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. (3ª reimpr.). Buenos Aires: Paidós.
- San Martín, M. (2010). *El futuro de la moda*. Tecnología y nuevos materiales. Barcelona: Promopress.
- Saulquin, S. (2014a). *La muerte de la moda, el día después*. (reimpr.), (ed. rev.). Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2014b). *Política de las apariencias*. Buenos Aires: Paidós.
- Seidler, B. (2013, diciembre 13). Mary Katrantzou: La revolución de los estampados. *El País*. [Revista en línea]. Recuperado el 12/11/2017. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2013/12/13/eps/1386937228_994235.html
- Seivewright, S. (2012). *Diseño e investigación*. Manuales de diseño de moda. (2ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Sorger, R. y Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Spirou, K. (2014, abril 8). El intrincado (y no-usable) Moda de Nikoline Liv Andersen. *Yatzer*. [Revista en línea]. Recuperado el 10/06/17. Disponible en: <https://www.yatzer.com/nikoline-liv-andersen>

- Stoppard, L. (2013, julio 10). In Fashion: Iris Van Herpen Interview. SHOWstudio. [Archivo de video]. Recuperado el 08/06/17. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bjp8uxXEZHI>
- Tungate, M. (2008). *Marcas de moda*. Marcas estilo desde Armani a Zara. Barcelona: Gustavo Gili.
- Udale, J. (2008). *Diseño textil*. Tejidos y técnicas. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vallejos, S. (2012, octubre 27). Martin Churba: "El arte es como el primo cool de la moda". *La Nación*. Recuperado el 21/05/17. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1521090-martin-churba-el-arte-es-como-el-primo-cool-de-la-moda>
- Van Herpen, I. (2017). *Between the lines*. Recuperado el 05/06/2017. Disponible en: <http://www.irisvanherpen.com/>
- Villalba, E. (2015, julio 22). Ciencia chic: 10 logros de Iris Van Herpen. *Código*. [Revista en línea]. Recuperado el 09/06/17. Disponible en: <http://www.revistacodigo.com/ciencia-chic-10-logros-de-iris-van-herpen/>