

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Sastrería Contemporánea

Intervención textil con calado láser y
materiales no convencionales

Sofia Ana Plaisant

83157

Diseño Textil y de Indumentaria

Creación y expresión

**Diseño y producción de objetos, espacios e
imágenes**

18/07/2019



Facultad de Diseño
y Comunicación

Índice	2
Introducción	3
Capítulo 1: La imagen del diseñador a través del textil	12
1.1 Posibilidades de la experimentación textil	12
1.2 Experimentación textil: el enfoque artesanal	18
1.3 Experimentación textil: el enfoque tecnológico	23
Capítulo 2: Exploración de rubros y líneas	32
2.1 Innovación a través de la indumentaria	32
2.2 Desarrollo de sastrería	39
2.3 La utilización experimental de las colecciones cápsula	44
Capítulo 3: El Diseño de Autor	50
3.1 Surgimiento del Diseño de Autor	50
3.2 Desarrollo del Diseño de Autor en la actualidad	58
3.3 El desarrollo del rubro en Argentina	62
Capítulo 4: Estudios de casos de Diseño de Autor	66
4.1 Variables del Diseño de Indumentaria	66
4.2 Análisis: Matriz de casos de innovación textil	83
4.2.1 Iris Van Herpen	83
4.2.2 Paco Rabanne	85
4.2.3 Tramando	87
4.3 Análisis: Matriz de casos de Sastrería contemporánea	89
4.3.1 Alexander McQueen	90
4.3.2 Céline	91
4.3.3 Nous Etudions	93
Capítulo 5: Creación de colección cápsula	96
5.1 Partida de diseño de la colección: <i>Unapologetic</i>	97
5.1.1 Sukeban	97
5.1.2 Verner Panton	100
5.2 Desarrollo Morfológico de colección	104
5.3 Armado de texturas: procesos y materiales	110
Conclusiones	116
Lista de referencias bibliográficas	121
Bibliografía	129

Introducción

En el presente Proyecto de Graduación titulado *Sastrería Contemporánea: Intervención textil con calado láser y materiales no convencionales*; se investigará cómo el rubro de la sastrería puede desarrollarse en la actualidad, saliéndose de la normativa clásica y experimentando con procesos y materiales ajenos al oficio. A su vez se hará hincapié en el desarrollo textil y las diferentes oportunidades que ofrece a los diseñadores y marcas para hacerse un lugar en la industria de la moda. Se ahondará en la importancia del diseño de autor dentro de una industria que se mueve a pasos acelerados a través del fast fashion y como se puede reivindicar el trabajo del diseñador y el valor en cada prenda creada. Se demostrará como los conceptos de nuevas tecnologías no escapan a la idea del diseño de autor, para reflejar que no solo el trabajo artesanal es lo que representa al slow fashion. Se explicará cómo es que los diseñadores de indumentaria pueden generar nuevos productos a través de la fusión de procesos y experimentación textil.

La pregunta problema que surge para dar inicio a este proyecto es ¿De qué manera se puede generar una sastrería que incorpore elementos ajenos al rubro como lo son los materiales no convencionales y la utilización de la tecnología para volverse un producto contemporáneo y de diseño?. Esto surge a través de la propuesta de experimentar con técnicas y materiales poco explorados en el mundo de la moda, y el planteo de incluirlo dentro de un rubro como el de la Sastrería que está ligado a una estética clásica dentro de las categorías del diseño de indumentaria.

El objetivo principal de este P.G. será desarrollar una colección cápsula de indumentaria que tome elementos de la sastrería femenina, adquiriendo como valor agregado la experimentación con calados láser y materiales no pertenecientes a la familia de los textiles convencionales, como plásticos y metales, y utilizando a su vez experimentación dentro de las técnicas de fusión de las tipologías sastreras y la construcción misma de las texturas diseñadas.

La experimentación por parte tecnológica se hará a través del calado láser en los materiales no convencionales para la creación de *patterns* y *piezas* que a través de distintos procedimientos se colocaran en la prenda, esta segunda parte comprende la experimentación manual o artesanal, aquí se incluye el bordado o la utilización de procesos de construcción propios de accesorios como la joyería. Se piensa optar por una colección capsula ya que estas prendas llevan un trabajo manual y tecnológico minucioso, y se quiere resaltar el diseño de autor a través de un número acotado de piezas.

Para este proyecto se eligió la categoría de Creación y Expresión, así se podrá demostrar cómo materializar las tipologías de sastrería y fusionarlas la experimentación trabajada en las texturas. Se pondrán a prueba de métodos para trabajar la moldería típica del rubro y adaptarla a una visión más contemporánea. A su vez se profundizara en la técnica del calado implementado a la industria textil y se entrevistará y analizara los casos de los diseñadores más relevantes para el proyecto, porque se debe tener en cuenta que se pueden encontrar algunos referentes en el exterior que pueden aportar conocimientos para el marco teórico al proyecto. Para finalizar se explicará a su vez la bajada de diseño donde se mostrará que temas inspiraron materialización, construcción, formas, colores utilizados, y tipologías, así se cerrará el proyecto de grado.

La línea temática es Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. Según esta línea temática se debe formar un marco teórico acorde a los temas pertinentes a la colección que se desea crear, la cual es la finalidad principal de este trabajo. Este marco incluiría un análisis del diseño de autor como tal y la sastrería femenina, hasta lo más específico que es ahondar en la utilización y características de las técnicas y materiales a utilizar, calado laser, plásticos, metales, entre otros. Todo esto se relaciona directamente con el campo profesional de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil. Las materias que según el plan de estudios de la carrera Diseño textil y de indumentaria que apoyan este proyecto de grado son Diseño de Accesorios

I y Taller de modas V. Diseño de Accesorios I, ya que en esta instancia se comenzaron a experimentar con diversos materiales y técnicas. Fue la instancia en la que se propuso experimentar con distintas técnicas para abrir un abanico de posibilidades ante la construcción de nuevas texturas que se encuentra al alcance de todos y pueden ayudar a crear colecciones cargadas de identidad como diseñadores e innovadoras dentro del campo de la moda nacional. Taller de modas V donde se vio moldería, corte y confección. Allí se hizo hincapié en la sastrería femenina, un rubro interesante para fusionar con estas técnicas.

A su vez para llegar a este resultado se plantearon algunos objetivos secundarios significativos. Primero se planteará investigar acerca de la historia de la sastrería femenina y el Prêt-à-porter, siguiendo por una revisión de la situación actual del diseño de autor en el resto del mundo, analizar algunos referentes de la moda con sus técnicas y materiales que se relacionan con el proyecto de grado, ver que progresos generaron a través de las técnicas y materiales que implementan. Se recopilará información técnica acerca del calado así como también se estudiará que marcas hoy en día utilizan técnicas similares y como lo traducen a indumentaria comercial dentro del país. Se buscará información acerca de los materiales a trabajar, ya sean el plástico o el metal, como también se investigarán materiales alternativos. Deberá tenerse en cuenta flujo interdisciplinar de los años sesenta lo cual generó el auge de estas técnicas y materiales, y se va a analizar la impronta personal y de donde deviene esta elección, que ha inspirado la creación de este producto. Por último para complementar las fuentes sobre contenido académico se propone entrevistar a personas que sean pertinentes a la causa, ya sea diseñadores de joyas y accesorios, como diseñadores de moda, como personas que se dediquen a brindar los servicios necesarios dentro de la cadena de producción de estos objetos.

Siguiendo con el desarrollo es necesario poner en contexto analizando los proyectos de grado y publicaciones preexistentes dentro de la institución que conforma la

Universidad de Palermo. Para eso se tuvieron en cuenta los siguientes P.G. en los que se halla temas relevantes por contenido en común con el trabajo a realizar.

El primer trabajo que se encuentra es el de Martínez, Munay (2017). *Experimentación textil. El diseño como manifiesto de identidad*. En este trabajo se toman como conceptos principales la comunicación, el diseño textil y la búsqueda de una identidad propia como diseñador a través de los mismos. Su eje es la identidad Argentina, más específicamente las distintas regiones que existen en el país. Lo que se puede tener en cuenta de este trabajo es la intención de tomar el diseño textil como principal comunicador dentro de una colección de moda. A través de generar o demostrar la identidad que cada uno posee, se crea un canal que es la experimentación textil la cual es el protagonista en la serie de conjuntos que se creará. Todos esos pasos previos ayudan a aportar una estructura al proyecto que se está armando.

Luego se hallaron trabajos como el de Gordon Trigueros, Nadir del Carmen (2016). *La moda del Futuro. Impresión 3d y avances tecnológicos en la industria de la indumentaria*; donde igual que en el trabajo a presentar, la autora de este proyecto de grado se plantea como crear una prenda de indumentaria de manera innovadora. Utilizando técnicas y materiales no convencionales dentro del mundo de la moda, tales como el diseño 3d entre otros. A través del proceso de diseño se propone la utilización de tecnologías que faciliten la construcción de la prenda en cuestión, lo cual se tendrá en cuenta para el proyecto personal. Esto puede aportar nuevas ideas y quizás una base para organizar el trabajo a realizarse, teniendo en cuenta que la intención de la autora era a su vez presentar como a través de nuevas técnicas en la fabricación textil creará un quiebre en la industria nacional, dando lugar a nuevas tendencias.

Otro proyecto del que se puede tomar referencias es el de Carullo, Natalia Micaela (2017). *La Alta Costura: ¿Muerte o resurrección? Situación en la Argentina Contemporánea*. El trabajo busca analizar la Alta Costura en el mundo Occidental y si es un rubro viable en la República Argentina. A través de distintas investigaciones que van desde la esencia del diseño de alta costura hasta investigar a los mayores

exponentes del mismo en el país (que son pocos). Se realiza un estudio de la sociedad, la cultura, la política y la economía del país para obtener respuestas, y también como los factores externos en el mundo de la moda afectan, como el flujo de información en las redes sociales alientan a los diseñadores del país. Esta investigación puede aportar un marco empírico y puede ayudar a entender como el producto puede aportar una visión diferente y crearse un espacio dentro del país, investigando acerca de la situación en la que se encuentra uno como diseñador, los factores que influyen y los distintos diseñadores que se encuentran en la región, para saber si el producto que se está creando tiene su cuota de creatividad ante todo.

Se tendrá en cuenta a su vez el trabajo de Rubiano Rodríguez, Paula Catalina (2015). *Imagen e identidad retro. Regresión de tendencias con fusión del presente.* En este trabajo la autora se presenta la pregunta de ¿Cómo tendencias pasadas en la moda junto con lo clásico, se fusiona en el presente manteniendo su identidad?. A lo largo del trabajo ella se propone resolver una colección que fusione tendencias de décadas atrás en el pasado con nuevas tecnologías textiles, y crear una fuerte identidad en su diseño, logrando el encapsulamiento. Este trabajo aporta una nueva mirada sobre los diseños de autor, teniendo en cuenta como adquieren su identidad a través de la resignificación, esto puede aportar nuevas ideas para encontrar las ideas rectoras que caracterizan el diseño personal, dando una mejor presentación a la colección a armar.

Otro proyecto relevante es el de Schneider, Luciana Verónica (2015). *Alta costura, arte en las manos. Técnicas artesanales y experimentales.* En este trabajo se toma como eje la revalorización de las técnicas artesanales en la alta costura, utilizando algunas tradicionales o más nuevas para crear una colección. Se plantea a su vez encontrar nuevos métodos para ornamentación, experimentando con los textiles y diversos procesos. La problemática es como lograr esta revalorización teniendo en cuenta la sociedad en la que se habita y que los materiales sean asequibles. Es de gran ayuda este trabajo teniendo en cuenta que quizás no se piensa en trabajar los mismos

materiales, pero las formas para presentar nuestras ideas o la problemática puede por momentos resultar similar (al menos en los problemas secundarios).

Luego se puede encontrar el proyecto de grado de Kullak, Verónica (2010). *Textiles con identidad. Deconstrucción y reconstrucción de materiales textiles aplicando diversos procesos técnicos*. Como se ha visto en trabajos anteriores, aquí también se basa en la modificación textil. Lo particular es el planteo del autor sobre la historia de los textiles, englobando desde los comienzos hasta su evolución, lo que trae a la actualidad. Su eje será la innovación continua y acelerada, frente a técnicas artesanales que permanecieron durante siglos. Si bien las técnicas a utilizar en este trabajo son más recientes, el desarrollo y la investigación que se sostuvo en este trabajo pueden servir como eje para investigar el tema a trabajar.

Se sigue con el proyecto de grado de Strano, Lucrecia (2015). *Diseño de autor: a partir del textil. El textil y las intervenciones*. Si bien en este trabajo también se plantea el diseño textil como rector, se tiene en cuenta una nueva variante que es la aptitud de los mismos para su comercialización, es decir venta a un público. Es decir que se sostenga un nivel de creatividad sin dejar que la prenda se convierta en una pieza excepcional y deje de ser producto. Tiene como ejes también investigar acerca del estilo y la identidad del diseño de autor generado. También se plantea investigar acerca de los diseñadores dedicados al rubro que se encuentren en el mercado nacional e internacional. Como en los otros trabajos si bien a través de su diseño en particular la autora de este PG no ha aportado algo, sería la estructura de su investigación y la organización de su trabajo lo que deja algo. A su vez el hecho de tratar su colección como un producto más que una pieza artística del alta costura da el pie para plantear lo mismo con este trabajo.

Se tomará en cuenta para revisar el proyecto de Ferrara, Carolina (2012). *Indumentaria multifuncional*. A través de este PG el autor se plantea crear una colección en la que sus diseños tengan cierta ambivalencia de uso. Su trabajo consta de un paso a paso de investigaciones que van creando un marco para que el lector

comprenda las características del diseño de indumentaria y su historia. Esto se une con la investigación paralela acerca de conceptos de la arquitectura, mobiliarios y objetos de uso cotidiano, para hacer que las prendas estén diseñadas de tal manera que cumplan distintos roles, y se adapten a las necesidades de las personas a lo largo del día. La finalidad surge de cómo crear un bienestar al usuario a través de la indumentaria y así resolver problemáticas que se le presentan a diario, como cambio climático, de escenario o de situación, y como a través del vestuario se puede facilitar todo. Si bien a través del PG no se trabajará problemáticas como los cambios climáticos, si se presentan otras como la fusión de rubros y la experimentación textil. Por eso se cree que este trabajo aporta una gran ayuda desde la estructura general hasta la fundamentación o el paso a paso que conlleva sostener (a través de distintas investigaciones e información recolectada) la finalidad, que es encontrarles otros usos a nuestras piezas de indumentaria.

Uno de los proyectos más relevantes para el estudio realizado es el de Litwak, Florencia (2015). *Calado láser y estampa en cuero. Técnicas innovadoras en el diseño de autor.* En este PG la autora se propone investigar nuevas técnicas como el calado láser y el estampado del cuero para crear una colección de indumentaria. Se investiga y decanta el proceso de estas técnicas novedosas para presentar su identidad como diseñadora. Se opta a su vez por la recopilación de información pertinente al caso, para poder conocer la situación actual en el mundo de la moda de las técnicas y materiales elegidos. Otro punto a tocar es el proceso que lleva adelante para reconocer que técnicas (en sus distintas variables) funcionan mejor frente al textil elegido. El aporte que resulta importante es el de la utilización del calado, ya que a través de este PG será una de las técnicas utilizadas para trabajar los textiles/materiales elegidos. Se puede obtener la recopilación de los resultados obtenidos y pueden funcionar como material de apoyo a la información que se quiere brindar en este caso.

Otro proyecto relevante es el de Allami, Melanie (2011). *Acerca de la inspiración y el proceso creativo.* A través de este trabajo se plantea como comprender los procesos creativos, la inspiración, las etapas de desarrollo en el campo (moda) a investigar y la importancia. Se pone como fin encontrar maneras de refinar y mejorar este proceso a través de distintos ejercicios que serán presentados a lo largo del proyecto, como ejemplo habla de crear un diario de sueños así poder tomarlos como inspiración. Esta investigación puede ayudar a crear un proceso previo para si bien quizás no llegar a conseguir un tema que inspire, poder desmenuzar esa idea de producto final de la que se partió y así poder explicarles a los lectores como es que surgió esta propuesta creativa de colección. Por último se revisará el proyecto de Mertens, Kathya (2015). *Revolución diseño. Intervenciones textiles digitales como herramienta para diseñadores que emprenden una marca de indumentaria.* Este trabajo aborda como los nuevos diseñadores pueden valerse de los avances de la tecnología para darle un valor agregado a sus diseños. Sugiriendo a su vez que esta nueva era facilita un montón de herramientas con las cuales se puede experimentar y crear tendencias y avances en el mundo de la moda.

Por otro lado entre los antecedentes generales, es decir por fuera de la Universidad de Palermo, se hallan trabajos como el de Muñoz, Marta Martin (2017). *Paco Rabanne ¿Arquitecto sin arquitectura?* Este trabajo consiste en la investigación de dos campos como la arquitectura y el diseño de indumentaria que según el autor se fusionan en ciertos trabajos como los que realiza el diseñador de indumentaria Paco Rabanne (con estudios de arquitectura), quien encuentra su inspiración y ha colaborado con arquitectos que son figuras dentro de su campo para generar colecciones rupturistas. Lo pertinente en esta investigación es que una de las figuras que más inspiraron a las técnicas de esta colección es el mismo diseñador Paco Rabanne, el cual en los 60's comenzó esta tendencia que se intenta resignificar en la actualidad a través de este proyecto. A su vez el paralelismo con la arquitectura puede brindar más información para sostener el trabajo y más herramientas e ideas para llevar a cabo esta colección.

También el desarrollo en cuanto a los materiales utilizados por el diseñador resulta importante para la recopilación de información en torno a la utilización del plástico y metal.

Este PG se distribuye en cinco capítulos, en el primero se hará un recorrido para poner en contexto al lector, estableciendo los comienzos y el desarrollo del diseño de autor. Primero se hablará de cómo se fue creando este oficio a través de la historia, se seguirá por hacer un análisis de la situación actual de esta rama del diseño y finaliza con una descripción del rubro dentro de la Argentina.

Luego en el segundo capítulo se ahondará en contenido explicando la división de rubros, lo que califica a cada uno y los diferencia entre sí, para así poder establecer el concepto de fusión de rubros, que es un elemento que define a las piezas a crear para la instancia final.

En el tercer capítulo, que es el más extenso, se hará una descripción detallada de los procesos de transformación textil a trabajar, que será todo lo que se realiza a través del calado laser. También se hará una revisión detallada de los tipos de materiales con los que se va a trabajar y aquellos que también son una posibilidad de acuerdo a las técnicas seleccionadas, y todas sus cualidades.

En cuanto al cuarto capítulo, se intentará a través de casos reales, de diseñadores establecidos poder extraer información, evidencia o fuentes para poder sostener lo que se va a crear, para poder demostrar quienes fueron los exponentes que influenciaron las decisiones artísticas a llevar adelante en este PG y también para obtener información de primera mano, que ayudará para el resto del proyecto.

Finalizando con el último capítulo, el quinto, se hará una detallada explicación de la metodología llevada a cabo para concretar la colección y se mostrará evidencia de lo que se materialice, para darle un cierre al proyecto de grado.

1- La imagen del diseñador a través del textil

Uno de los enfoques más relevantes para este Proyecto de Grado son los ejes o variables troncales del diseño. En este caso se hará una búsqueda de los conceptos que están ligados a la experimentación textil. El estudio y trabajo sobre los textiles resulta ser de los conocimientos básicos a tratar en la Carrera de diseño de textil e indumentaria de la Universidad de Palermo, por lo tanto el desarrollo a través de las colecciones realizadas es un aspecto vital a considerar para cada alumno.

1.1 Posibilidades de la experimentación textil

Para comenzar se halla la definición de Volpintesta de textura como “cualidad visual y, especialmente, táctil de una superficie” (2014, p.140). Eso luego se explica con más profundidad estableciendo que

El tejido es la materia prima de la moda, y los ojos y la piel son los receptores. Por ello, la superficie tiene un doble papel. Visual y táctil por naturaleza, la superficie seduce al tacto, comunica las cualidades, y acaricia a quien lleva la prenda (2014, p.185)

Por lo tanto establece que las texturas suelen ser más que un agregado técnico a los trabajos de un diseñador sino que aportan la poética de cada colección el cual es el fin primordial del diseño de autor. Para esto se suelen evaluar o discernir gracias a la utilización de dos de los cinco sentidos que poseen los humanos, la vista y el tacto.

A su vez se agrega otro concepto que establece los límites de lo que anteriormente sugiere como una de los aspectos de la textura, y este concepto es el de superficie, el cual Volpintesta define como “límite exterior o superior de un objeto” (2014, p. 184).

Otros autores como Sposito agregan que “En el marco de la moda es importante considerar lo que la tela, material que acompaña al producto de moda en todas sus fases, aporta en los aspectos estéticos, psicológicos, productivo-industrial y comercial” (2014, p. 3). Así se logra entender como el textil influye en numerosos aspectos del producto final, por eso deben de tenerse en cuenta el análisis previo y preguntar cuál es la mejor manera de la que pueden ser utilizados para beneficiar la producción a

largo plazo. Esto sobrepasa la mera intención de incrementar la percepción positiva de la calidad estética que las personas tienen al ver los productos. Por lo tanto se deben incluir en la evaluación de la materia prima, que resulta ser el textil, requisitos para impulsar el producto desde distintos aspectos, como la calidad, la belleza, el mensaje personal del diseñador, los costos, y la posibilidad de experimentar con el mismo e implementar distintos procesos o técnicas.

Centrando el análisis en la mirada estética y técnica, algo importante que surge mientras se pueda estar en contacto con las telas, son los distintos pasos a seguir recomendados para el testeo que ayuda a comprobar el aporte de cada textil, ya que muchas veces el efecto visual no permite detectar sus cualidades táctiles.

Cuando los diseñadores analizan los tejidos para una pieza o un grupo de piezas, no solo miran las muestras, sino que también las tocan, las pellizcan, las curvan, las sienten, las enrollan, las estrujan y las doblan con los dedos para estimar cuantitativa y cualitativa su combinación de características: rigidez o fluidez, peso, calibre, grosor, elasticidad y acabado mate, brillante o satinado (Volpintesta, 2014, p.141)

Esto logra reafirmar como cada aspecto del textil juega un papel importante en la utilidad y conforma decisiones de suma relevancia al momento de crear una colección, dado que no todos los textiles según sus características van a brindar el mismo resultado para trabajarlos. Porque aunque el diseñador encuentre un muestrario con las descripciones de cada textil, cuestiones como el peso es algo que debe ser evaluado personalmente, al igual que el cuerpo y el movimiento que tenga cada uno de los materiales (Calderin – Volpintesta , 2013, p. 127).

La relación entre diseñador y el material con el que va a formar las prendas debe ser premeditada a su vez para que el mensaje sea acertado. Por lo tanto la generación de texturas es una de las herramientas más utilizadas que permiten a las personas avocadas al diseño de autor el poder diferenciarse de la competencia y sobre todo de las grandes empresas que obtienen beneficios de lucro con la propuesta de generar diseños contemporáneos. Plaza entrevistada por Saulquin en 1996 expresa sus ideas acerca de en qué se deben enfocar los nuevos diseñadores.

En un mundo donde el valor pasa por aquel que tiene la información, el nuevo diseñador debe experimentar con la personalización de la carne, con la piel en su dimensión simbólica, como superficie de contacto con el cuerpo y la sociedad (2014, p.193)

Por ello el diseño de indumentaria agrupa numerosas categorías que pueden ser exploradas, no solo se encuentra la moldería, sino que las texturas pueden ser quienes logren elevar el trabajo de una colección y hacen que las personas reconozcan al autor.

La textura puede ser la respuesta que buscan las personas para diferenciarse, como aspecto característico de las prendas que elijan adquirir.

La heterogeneidad estará dada por la idea personalizada que quiera manifestar el mismo usuario de la prenda, ya que podrán imprimir en esta vestimenta su originalidad. Pero, como no todos los usuarios tendrán la oportunidad de ejercer su creatividad, o la fuerza de conectarse con su yo profundo y su origen, lo heterogéneo y personalizador podrá muy bien ser la respuesta de la cosmovisión del diseñador (Saulquin, 2010, p.199).

Por lo tanto el diseñador debe elegir la forma a utilizar para llegar a su público, es decir como diferenciarse y darse a conocer para poder hacer que las personas eligen ser representadas por sus trabajos y no los de otra persona. Lo interesante en este punto es que se puede lograr a través de técnicas de diseño que llevan un análisis detallado como la elección de la calidad de los textiles, texturas y la confección con los mismos, a veces el peso en la historia de la moda que puedan tener sus textiles pueden crear en el cliente una imagen de gran relevancia, el fanatismo detrás del logo imagen de marca o la innovación a través de la creación de texturas.

Se hallan tres casos que pueden ser aplicados como ejemplo, estos serían la casa legendaria de *Chanel*, la colaboración entre las marcas *Louis Vuitton* y *Supreme*, y por último la diseñadora de alta costura *Iris Van Herpen*.

Muguerza (2014) cuenta que “Mademoiselle Chanel, pionera en tantas cosas, quería ofrecer a las mujeres comodidad y modernidad, y se apropiaba de aquellos elementos más relajados de la ropa de los hombres para ‘liberar’ a la mujer de las rigideces de su vestuario”. Sin embargo ella seguía sintiendo que el material podría mejorarse, es así

como enseñó a los escoceses a hacer que el famoso *Tweed* se enriqueciera perdiendo la pesadez y aspereza que tenía en los años veinte.

Producido originariamente en Escocia, donde se tejía a mano, el tweed es una tela hecha de lana cardada y de apariencia voluminosa y fuerte. Se cree que su nombre se debe al río Tweed, que fluye en la región. Sin peinar, el material muestra sus irregularidades (los llamados 'botones') que le confieren un aspecto más natural (Muguerza, 2014, par. 2)

Esto significó un cambio en la casa de moda que había creado Gabrielle, "Coco fue, sin embargo, la precursora de esta moda y el tejido se convirtió rápidamente en sello distintivo de la casa Chanel " agrega Muguerza (2014, par. 5), así fue como sus prendas, gracias al sello que creó bajo su nombre, se volvieron icónicas para el mundo de la moda, y de gran valor y deseo para las generaciones hasta el día de hoy. En la actualidad el diseñador Karl Lagerfeld es quién lleva la dirección creativa de la casa Chanel "Él amplió considerablemente el repertorio de uso del tweed y no solo lo aplicó a la ropa de diario moderna, también a vestidos de noche y hasta de novia " (Muguerza,2014, par. 8)

Luego se pueden encontrar el caso de los logos de marcas como estampado, una de las estrategias de diseño fusionado con el marketing, que se encuentran hoy en día latentes en la indumentaria. El mejor ejemplo es el de la firma Louis Vuitton quien ha logrado establecer su famoso monograma como icono diferenciador de sus diseños.

"Adelantándose varias décadas a la logomanía, Vuitton dio el primer paso en la creación de una identidad visual, aspecto básico de la moda contemporánea" cuenta Cárcel (2018, par.7). Lo cual refiere a lo visionario que fue Vuitton al crear su famoso logo y afianzar su sello al crear la estampa que hasta el día de hoy sigue siendo un objeto de deseo. Tanto es así que una marca tan moderna como lo es Supreme especializada en "Las gorras, los bolsos, las camisetas, las cazadoras bomber... El estilo *skate* se lleva más allá de los *skate parks*" (Herce, 2017, par. 10) logró fusionarse para crear unas piezas en conjunto. "En Enero de 2017, la colección masculina de otoño/invierno 2017-18 de Louis Vuitton hace público al fin el resultado de su entente con Supreme y se desata la histeria" (Rodríguez, 2018, par.5). Así es

como una marca de Street wear como lo es Supreme fusionándose con la casa de marroquinería y alta costura que es Louis Vuitton lograron crear una colección de objetos con tendencia urbana y posicionaron estos productos en el mercado como piezas de lujo. “La camiseta más sencilla, la que lleva el mix del logo de Supreme y Louis Vuitton, cuesta 350 dólares. A las pocas horas ya se estaba revendiendo por 7.732 dólares” (Arbat, 2017, par.7). Así es como no solo se encuentra una beta en la colaboración a través del intercambio de miradas en torno a la estética, sino que se halla una oportunidad para atraer beneficios comerciales a través de la fusión de públicos.

Este concepto ya no tiene tanto que ver con el poder adquisitivo sino con el hecho de querer ser ‘cool’, de demostrar carisma y actitud. La exclusividad del lujo se ha juntado con el fanatismo característico de los adolescentes. Un fenómeno que se traduce en colas kilométricas y días de espera para hacerte con esa colección (2017, Arbat,S., par.5)

Como consecuencia Supreme llevo a su público, el cual demográficamente está catalogado en su mayoría como jóvenes adolescentes, interesados por mostrarse entre sus pares con los productos de la marca para pertenecer y lograr presentar una imagen aceptable para los estándares que manejan entre ellos. Por otro lado se encuentra el público de Louis Vuitton, caracterizados por tener un rango etario más elevado, lo cual está ligado al legado de la marca. Esto funcionó para lograr una colaboración que benefició a ambas partes, por un lado Louis Vuitton logró abrir sus puertas a una nueva categoría en cuanto a su público, y por otro lado Supreme logró darle peso a la marca, siendo sustentado por una de las marcas de lujo más importantes de la historia. Así es como ambas marcas a partir de un recurso estético por el que se caracterizan, como lo es el estampado, lograron crear un producto deseado por un público extremadamente amplio dándole a ambos una un rendimiento lucrativo que superó las expectativas de todos.

Por último se encuentra el caso de la reconocida diseñadora Iris Van Herpen, quien desde su debut en 2007 se ha enfocado en crear nuevas formas y trabajar con nuevos métodos para crear sus colecciones con materiales tradicionales y materiales no

convencionales, al mismo tiempo que utiliza técnicas de construcción de prendas únicos que se logran a partir de su visión artística, algo a lo que ella llama “Nueva Costura”, así lo relata en la biografía de su plataforma en línea (Equipo de Relaciones Públicas Iris Van Herpen,2018, par.1) y se debe agregar que a partir de su primer desfile “ha lanzado colecciones de alta costura con piezas que adoptan la forma de obras de arte por su elaboración, aspecto y simbología” (Farled, 2018, par. 4)

La diseñadora encontró su sello en la experimentación textil como tal, la utilización de nuevas técnicas y materiales no convencionales, al mismo tiempo que utiliza materiales convencionales atravesados por técnicas innovadoras. Todo esto conforma el sello personal de su marca, lo que la llevo a ser reconocida mundialmente. Van herpen en entrevista con Hurtado de Mendoza realiza una reflexión acerca de su estilo.

En mis diseños, que pueden parecer muy del futuro, la vanguardia y lo clásico están en partes iguales. Ese balance del que hablaba hace un momento sobre la búsqueda de la esencia entre pasado-presente-futuro es también la clave de mi trabajo como diseñadora (2016, par.21)

Una de las finalidades de la diseñadora es retratar a través de sus trabajos una unión entre el pasado, presente y futuro. Por eso una de las variables de las cuales se vale son las herramientas que le brinda la ciencia, ya sea desde un lugar ideológico o poético, hasta algo visible y táctil como lo son las texturas creadas a través de procesos innovadores, texturas creadas con materiales ajenos a los textiles convencionales y la bajada de diseño aplicada a la realización de las tipologías en conjunto con las texturas.

Sus piezas esculturales evocan enormes formas fosilizadas, extraños seres futuristas que parecen salir de un mundo de juego virtual o estructuras moleculares, a través de complejos ensamblajes de elementos en materiales no textiles: pechera en gasa de metal tejido, vestido-esqueleto de madera, barba de ballena montada como armadura, combinación de hojas de cuero entrelazadas con cadenas de motor. (Sanudo, 2013, par.2)

Así es como Iris Van Herpen, a través de su curiosidad, amor por la experimentación y la ruptura de barreras que se han impuesto en el diseño de indumentaria, logró

posicionarse y cultivar la imagen que lleva su marca homónima. Esto culmina en el reconocimiento mundial por la combinación de factores que resultan en sus piezas de alta costura, y gracias a que sus trabajos tienen un alto nivel de complejidad suelen exponer sus piezas. Las mismas son consideradas dignas de estar en museos, así lo afirma Sanudo quien expresa que “Las barreras entre el arte y la moda son cada vez más flexibles”, y esto es gracias a las nuevas generaciones de diseñadores.

1.2 Experimentación textil: el enfoque artesanal

En el subcapítulo anterior se ha hecho una introducción a la experimentación textil hablando de la importancia y lo vital que es su uso en el diseño de indumentaria. Esto puede ayudar a crear una impronta de marca, lo que puede dar reconocimiento y valoración positiva en el área del diseño de indumentaria. En este subcapítulo se resaltarán la relevancia de los procesos que se aplican para generar los textiles, enfocando en como el diseñador plantea esta elección. Se establecerán dos categorías, en las cuales se pueden dividir los métodos empleados. Aquellos que se enfocan en la experimentación tecnológica, y los que emplean la experimentación artesanal.

Saulquin (2014, p. 211) comenta que “En un contexto donde conceptos hasta ahora contradictorios, como autenticidad y artificialidad, individualidad y pluralidad, realidad y virtualidad, naturaleza y sociedad, se muestran como distintas etapas de un proceso continuo, el vestido responde al desafío”. Esto hace referencia a los retos que se le presentan para el diseñador, donde no solo los aspectos técnicos los ponen a prueba sino que los temas relacionados con el avance que plantea y la metodología aplicada lo cual todo culmina en la expresión a través de su trabajo.

El concepto de funcionalidad hace una aparición cuestionando los métodos que se toman para generar un cambio con lo que se crea, para así realizar algún avance en el área. Saulquin agrega que “la tendencia a la funcionalidad también implica poner al vestido en posición de ser apto para relacionarse con el entorno, valiéndose de pautas

humorísticas y lúdicas”(2014, p. 208). Allí es donde entra en juego la impronta del diseñador, y el criterio de belleza que quiere desplegar en su trabajo, al mismo tiempo que le da al usuario un espacio en donde poder expresarse libremente sin tener que representar únicamente la idea del vestir por funcionalidad.

Hoy en día se encuentran numerosas marcas posicionadas o diseñadores emergentes que se diferencian por los métodos que implementan en el momento de materializar sus diseños. Esto forma parte del concepto valor agregado. Por lo tanto, para este P.G. resulta importante hablar de la contraposición que se encuentra en aquellos diseñadores que optan por la utilización de técnicas artesanales y aquellos que encuentran que su misión es la experimentación a través de los avances tecnológicos. Esto ayudará a entender la posibilidades que otorga cada método y como pueden convergir en un diseño balanceado entre las dos opciones.

Según la RAE (2018) la palabra artesanal deriva de la palabra artesano la cual por definición significa “Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico”. Luego agrega que “modernamente para referirse a quien hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril “. Spinetta cuenta que “Los oficios son la síntesis del trabajo de una época determinada. Cambian según los tiempos, pero casi siempre logran mezclar lo sentimental con el razonamiento” (2014). Se hace referencia a aquellas actividades que significan avances para cada época y, por su uso y popularidad en cada instancia de la historia, se desarrollan a fondo y se perfeccionan hasta convertirlas en oficio. Es decir una actividad que solo puede desarrollar una persona que se entrena para hacerlo. Spinetta (2014) concluye en que “Cada uno de los avances supuso la pérdida de las manualidades frente al avance de las máquinas, aunque luego la artesanía fue rescatando ese valor para convertirlo en original”, haciendo referencia a como los avances en el sector industrial y la producción en masa alienaron las tendencias quitándole el valor agregado por el diseñador o aquellos dedicados a un oficio, quienes trabajaban en los productos para materializarlos.

Hoy en día ese concepto está siendo reivindicado, y se lo encuentra aplicado en el diseño de indumentaria en base a distintos planteamientos.

Si bien la industria de la moda siempre ha tenido una gran devoción por lo bello, pareciera ser que recientemente se ha redescubierto el valor del trabajo artesanal con más fuerza que nunca, aquel que les confiere autenticidad a los productos (Straschnoy, 2018, par. 1)

Por ejemplo se pueden hallar las casas de moda legendarias o de lujo, quienes por medio del trabajo artesanal realizado en sus *ateliers* apuntan a inculcar el valor del oficio en las nuevas generaciones de compradores y promover el esfuerzo de quienes trabajan para llevar a cabo las colecciones que se muestran al mundo. A su vez intenta ir en contra de la idea de que las marcas venden por sí mismas, por la historia o por lo que el logo genera en la mente de las personas al ver los productos de determinadas casas de moda.

Atrás quedó la época dorada del logo como sinónimo de venta asegurada, y ahora, casas como Bottega Veneta, Gucci, Loewe o Chanel abren las puertas de sus talleres al público, vía redes sociales, para revelar lo que se esconde detrás del lujo (Odriozola , 2013, par. 1)

Por los precios aplicados en los productos más recientes de aquellas marcas de moda con mayor reconocimiento, las personas empezaron a necesitar respuestas para entender los costos que se manejan. Así es como también se planteó la necesidad de entender el objetivo de las listas de espera para comprar estas prendas o accesorios que esas casas fabrican. Por lo tanto gran parte de las marcas optaron por reivindicar el status de productos de lujo que venden. Es una manera de defender su puesto como los mejores en lo que hacen, explica Odriozola (2013). Por otro lado hay que tener en cuenta que en estos últimos años con el crecimiento de la producción industrial en masa de productos de indumentaria, las marcas han afrontado grandes pérdidas económicas y obstáculos a sortear, por lo tanto el valor agregado por medio del trabajo artesanal les provee una herramienta poderosa para sostenerse en el mercado.

La artesanía es un valor añadido y aún más en una época en la que la moda rápida se encuentra en su mejor momento. Por ello, son muchas las grandes firmas de lujo en las que el valor artesano se destaca como diferencia (García, 2011, par.1).

A partir de esto decidieron exponer la clase de trabajos que se realizan por los artesanos que han empleado, quienes a su vez utilizan los mejores materiales que les provee el mercado. Uno de los ejemplos más populares fue el de Chanel, quien a su vez optó por trabajar junto a talleres que se especializan en distintas áreas, y así emplearlos para que aporten aquello en lo que se destacan. Esto puede ser en el área del bordado, plumas, flores, zapatos, sombreros, entre otros. Así lo relata García, quien afirma que “En 2002, Chanel compró Maison Lesage y, de este modo, pasó a formar parte de la cartera de talleres de la firma y con ella su archivo de más de cuarenta mil muestras de bordados” (2011, par. 22). Así es como la firma fue estableciendo la disposición de talleres que colaborarían con ellos hasta el día de hoy, permitiéndoles lograr cualquier cosa que el director creativo, Karl Lagerfeld, soñara materializar para cada colección.

Como consecuencia de estas colaboraciones que logró Chanel se planteó internamente tomarlo como un oportunidad, utilizando a su favor la misión de mostrarle al mundo el valor agregado de los productos que venden. Es así como los avances en las comunicaciones, por medio del crecimiento de las redes sociales, facilitaron esta tarea y sirvió como publicidad gracias al contenido visual y el mensaje que se transmitía.

La casa de las camelias se llevó una sonora ovación tras su desfile de Alta Costura PV 2013, celebrado en París. Después del show, desveló el making of del proceso creativo: un vídeo que resume en tres minutos las cientos de horas de trabajo manual que llevan estas prendas con una gran belleza (Odriozola, 2013, par.7)

Esto sirve para ejemplo de cómo se pudo transformar una situación negativa para las empresas, como lo eran los cuestionamientos de los costos por prenda, en un aspecto positivo a futuro. Esto obtuvo un gran recibimiento por parte de las personas, tanto es así que otras marcas se sumaron a promocionar sus productos de esta manera.

A su vez surge otra mirada sobre el diseño que se vale de métodos artesanales para elevar sus propuestas. Esta mirada tiene finalidades sociales solidarias. Para acuñar

este efecto que se está dando, la periodista Straschnoy utiliza la definición de nuevo lujo.

El talento de los artesanos significa un enorme valor agregado, y cuanto más visible es este trabajo manual más atractivo este se convierte para los consumidores. Un producto hecho a mano, o de manera artesanal, es sinónimo de calidad y además conlleva un sentido emocional del cual los productos industrializados carecen (Straschnoy, 2018, par. 1).

Así es como numerosas marcas para sus más recientes colecciones decidieron promover las técnicas manuales mediante las cuales elaboran las prendas que luego se presentan en la pasarela.

En moda y, sobre todo, en el lujo se buscan cada vez más los productos hechos de manera artesanal. Se ha optado por esta vuelta a los orígenes impulsando los procesos manuales, la calidad y el dominio de las técnicas tradicionales (Josa Martínez en entrevista con Avello, 2018, par. 2).

Por otro lado, teniendo en cuenta la tendencia de volver al trabajo manual que tienen las marcas de diseño de indumentaria, como ejemplo han aparecido otro tipo de aproximaciones con un enfoque distinto. Así es como surgen paralelamente marcas, muchas de diseñadores emergentes, que colaboran en una causa humanitaria. Gran parte de ellas comienza planteando la reivindicación del trabajo artesanal, pero a su vez ponen como fin ayudar a las personas de regiones carenciadas. Usigli cuenta que “Estas marcas no solo están transformando la forma en la cual la artesanía es percibida a nivel internacional, sino que ayudan a comunidades indígenas por toda Latinoamérica” (2016). Así es como se dio a conocer que numerosos diseñadores en Latinoamérica se plantean como ayudar a aquellas comunidades que viven en condiciones precarias y quieren salir de esa situación a través de llevar adelante un trabajo digno. Dentro de esa problemática los diseñadores encontraron la solución de cómo darle sentido a lo que hacen, y así también sumarle el valor agregado a sus prendas a través de las técnicas manuales autóctonas que se han desarrollado durante muchos años. Por lo tanto, finalizan por crear un producto único, que tiene no solo el peso de la calidad y diseño sino también la cualidad de la referencia histórica y cultural que esos procesos artesanales significan. Si a eso se le suma el enfoque

caritativo, es un producto que entonces engloba aspectos éticos, estéticos y técnicos. Otorgándole así una diferenciación beneficiosa de aquellos productos con los que compiten. Usigli afirma que “Sabemos que la compra de un objeto por bello ya no es suficiente, realmente, ¿qué mejor que adquirir moda que ayude un poco más al mundo?” (2016). Por lo tanto las personas al comprar los productos no solo están adquiriendo algo con un alto valor agregado, sino que están ayudando a una comunidad. *Takeda entrevistado por Usigli explica que “El fin de la marca, es que en las comunidades se forme un grupo profesional y que ellos mismos innoven y que diseñen un sistema para seguir comercializando su trabajo único y que no dependan de nadie” (2016, par. 12).*

Sumado al enfoque humanitario, se tiene en cuenta muchas veces el lazo entre estas técnicas artesanales y la referencia que se hace al concepto de lo autóctono, lo cual luego va ligado a cada prenda. Esto ayuda a las marcas emergentes, ya que aquellas que se dedican al diseño de autor suele entusiasmarse por darle una cualidad única y en gran parte ligada a sus raíces. Todo esto es producto de la herencia cultural que les proveen sus orígenes.

Debemos aprovechar esta herencia cultural y darle una identidad propia sin olvidar sus raíces. Mi trabajo está profundamente ligado a mi ADN mexicano e influenciado por elementos emocionales. El trabajo artesanal nos da un sentido de identificación ante un mundo que se mueve a pasos agigantados. (Sanchez-Kane entrevistada por Usigli, 2016, par. 3).

Así es como los productos dan un giro completo, en el cual se promueve la identidad y el valor de la ética de trabajo, dando a conocer diferentes culturas al mundo entero y otorgando a muchas personas la posibilidad de tener un trabajo digno, premiando la importancia del oficio.

1.3 Experimentación textil: el enfoque tecnológico

Luego se pueden encontrar diseñadores que optan por colaborar con los avances tecnológicos para crear sus colecciones. Entre algunos ejemplos se pueden encontrar quienes se apoyan en estos avances para generar un cambio a través de los

desarrollos funcionales en la indumentaria, luego están quienes tienen la intención de ayudar al medio ambiente y los seres que habitan en la tierra, y por último el caso de quienes creen que las ciencias y la tecnología pueden aportar a su visión creativa para generar productos que estéticamente les permitan expresarse y atraigan al público. Estos son algunos de los casos en los que se puede ver un encuentro entre distintas áreas para trabajar en productos del diseño de indumentaria.

Navarro dice que la creatividad es la capacidad para generar o producir ideas o productos nuevos” (2017, p.140) y que “la innovación en moda va ligada a la creatividad. No se puede ser creativo sin innovar” (2017, p.142). Luego dice que una de las formas de aplicar la innovación en el diseño de indumentaria puede ser “Con nuevas tecnologías en los procesos de fabricación, lo que permite crear prendas con un valor añadido como, por ejemplo, el desarrollo de telas con aplicación de aceites esenciales o de tejidos que repelen los mosquitos (2017, p. 142-143)

Para incursionar en aquellos métodos que se enfocan en la utilización de la tecnología para generar avances en el aspecto funcional de las prendas, se debe tener en cuenta que “el trabajo interdisciplinario y el desarrollo de nuevos materiales son la base de esta expansión, afirma Saulquin (2014, p. 207). Es decir que “La gestación de estos nuevos productos se halla vinculada tanto al desarrollo de la maquinaria de proceso como a materiales ligados a los avances tecnológicos que surgen en distintos campos del conocimiento” explica Guillén en entrevista con Saulquin en 1992 (2014, p. 207). Esto sucede porque la amplitud de conocimientos y herramientas que se emplean en la mayoría de los casos exceden al área de la indumentaria. No obstante las distintas áreas que poseen aquellos avances, no niegan la colaboración, especialmente cuando el concepto de funcionalidad entra en escena.

Si al trabajo conjunto entre especialistas de diferentes disciplinas, que no dudan en emplear materiales nuevos para desarrollar productos finales con alta tecnología incorporada, le sumamos la tendencia a la funcionalidad en la indumentaria, no resulta nada extraño la desaparición de las fronteras que separan las diferentes áreas (Saulquin, 2014, p. 207).

Por ejemplo, dentro de esta categoría se encuentran aquellas marcas que se interesan por el desarrollo de textiles inteligentes, es decir aquellos textiles que fueron modificados para que cumplieran funciones específicas que naturalmente no se hallaban en ellas.

Se puede encontrar el caso de Uniqlo. El director del departamento que se encuentra a cargo de las investigaciones y el diseño dentro de esta firma, Katsuta, explica la implementación de un nuevo textil inteligente que "Utiliza la humedad que genera el cuerpo para crear calor" (2018, par. 8). Así es como en colaboración con la compañía de ingeniería química Toray, a su vez procedente de Japón, han creado prendas que fueron materializadas con textiles que han sido modificados en la estructura que los conforma para así tener cualidades térmicas. Katsuta explica que "Cuando el cuerpo libera sudor y humedad, las moléculas de agua se mueven rápidamente entre la piel y este material llamado Heattech, y gracias al Rayon, su movimiento se convierte en energía térmica" (2018, par. 8). Dado al éxito generado con este nuevo lanzamiento, ambas empresas, Uniqlo y Toray, estarán trabajando en nuevos productos para futuras colecciones, implementando la tecnología y el diseño para crear prendas funcionales para el público, asegura Clemente (2018, par. 14). Este es un claro ejemplo de cómo la indumentaria y la tecnología se unen con fines funcionales que derivan en prendas diseñadas para mejorar el bienestar de las personas.

Otro caso de experimentación textil con enfoque tecnológico que se puede encontrar son aquellos diseñadores o marcas que utilizan diversos métodos para crear textiles o prendas sustentables.

El concepto de moda sustentable según Farra representa muchos elementos, tales como "los tejidos éticos, la producción baja en residuos, salarios justos, condiciones laborales seguras, reciclaje y otros muchos" (2017, p.).

Algunos diseñadores han querido dar una vuelta a sus sistemas de producción mientras que otros han reducido sus emisiones de carbono o han cambiado las pieles reales por las sintéticas. Todo esto, unido a los avances tecnológicos del año así como a las nuevas formas de compra, no deja lugar a dudas: el futuro de la moda se avecina optimista (Farra, 2017, par.2).

Así es como nombres importantes dentro de la industria están tratando de dar el ejemplo y mostrar que la moda sustentable es algo por lo que todos deberían apostar, teniendo en cuenta la responsabilidad que tienen los usuarios sobre el futuro del medioambiente. A su vez se resalta que con los últimos avances en materia de moda y tecnología el futuro de la industria ya se está convirtiendo en el presente.

Por último Farra (2017) agrega que algunas de las firmas más reconocidas que representan la tendencia de la moda sostenible son Stella McCartney, Vivienne Westwood y Edun.

Stella McCartney es una de las diseñadoras que optaron por los avances tecnológicos como herramientas para materializar prendas que revolucionaran el área de la indumentaria por sus cualidades sustentables y funcionales. Según Schilling ella lanzó su marca homónima en el 2001, en asociación con el conglomerado Kering y “Dos años más tarde introdujo el algodón orgánico en la pasarela, lo que rápidamente evolucionó a sedas y lanas” (2017, par.2) . Su misión era influenciar no solo a los compradores sino a la industria entera inculcando los valores de la sustentabilidad en cada aspecto de sus colecciones.

Schilling cuenta que uno de los más recientes proyectos de McCartney fue asociarse con Bolt Threads, una firma que ha creado el “microsilk (microseda), que por medio de la bioingeniería logra emular la química y la resistencia de la verdadera seda creada por las arañas en la naturaleza”(2017, par.3) . Así es como la diseñadora balancea sus conocimientos y los conocimientos de aquellos que se especializaron en las ciencias para revolucionar el área textil dentro de la moda. Se debe agregar a su vez que este descubrimiento no afecta a las arañas en ninguna circunstancia, utiliza de forma limitada los derivados del petróleo y no se sostiene por el uso de la tierra o el agua, cuenta Schilling (2017). La diseñadora McCartney se considera muy tradicional en cuanto a la metodología por la cual ella se formó dentro del diseño de indumentaria, pero cuenta que “la manera en que se hacen las cosas, las telas que se usan, no han

cambiado en un siglo. ¡La seda se hace de la misma manera desde hace 6000 años! Hay resistencia a la innovación”(2017, par.7). Esto es algo con lo que ella desea romper y poder avanzar para mejorar los productos que fabrica la indumentaria y la calidad de vida de las personas, tanto como el futuro del planeta. Por lo tanto se involucró esta colaboración, mediante la cual planteaban el desarrollo de este textil para erradicar los viejos métodos que explotaban recursos naturales mediante el proceso de creación del textil.

El textil que quieren erradicar es la seda creada por gusanos y utilizar la seda proveniente de las arañas, cuenta Schilling (2017). Explica que esta nueva posibilidad a su vez otorga un textil que se considera de los más resistentes de la naturaleza, y que combina la flexibilidad que se encuentra en la goma con la resistencia que se encuentra en el acero, y esas cualidades no las posee la seda que hoy en día se utiliza.

El problema: Se necesita muchas arañas para producir suficientes filamentos para crear fibras. Las arañas vivas tienden a matarse unas a otras, lo que impide la producción en masa. La solución de Bolt, una versión sintética, molecularmente igual a la seda de araña, hecha de levadura genéticamente modificada fermentada en azúcar y agua. (Schilling, 2017, par. 11)

Por lo tanto se seguirá avanzando en este proyecto, porque según lo que se ha explicado previamente la finalidad de McCartney y Bolt no es solamente crear productos que utilice la marca Stella McCartney, sino empezar experimentando e inculcarle esta idea a las demás potencias dentro del diseño de indumentaria. Pero para eso deben encontrar la forma de producir este textil en masa para poder ser comercializado en el mercado. Este resulta ser un gran ejemplo de cómo el diseño de indumentaria une fuerzas con las ciencias para poder lograr un producto que vaya de la mano con la misión que se plantea el diseñador, que en este caso tiene fines ecológicos.

Para finalizar se tendrá en cuenta el caso de Iris Van Herpen, diseñadora que ha establecido explícitamente que ella no cree poder elegir entre las dos opciones que se presentan, es decir técnicas que se enfoquen en lo artesanal o aquellas que se

enfocan en los avances tecnológicos. Ella sostiene que la clave para crear es el balance.

Cuando hablo de balance me refiero a la habilidad para detectar, encontrar y desarrollar la esencia de la firma para la que trabajas. Esa esencia es como un hilo que une el pasado, el presente y el futuro. No tiene ningún sentido que un diseñador llegue a una casa de moda y deje el pasado completamente atrás (Iris Van Herpen para Hurtado de Mendoza, 2016, par.17).

Con esto reafirma que la identidad es algo que se construye desde pequeños, y que a través de cada decisión que se toman tanto en el proceso de creación, como al establecer la marca que se va a manejar, se está comunicando directa o indirectamente la idea de quien es uno como diseñador y de donde viene. El diseñador al presentarse ante el mundo debe ser fiel a quién es, ya que parte de lo que uno crea tiene que reflejar su propia visión que lo separará del resto. El conectar el diseño actual con el pasado y el futuro de cada autor es el balance ideal.

También considera que el balance entre el pasado, el presente y el futuro no solo están ligados a la identidad y los orígenes de cada diseñador, sino que también en el encontrar el punto medio entre en el uso de las técnicas que se emplearán para crear diseños nuevos, entre lo manual y lo tecnológico.

Farled (2018, par. 3) cuenta que “las piezas que se crean están pensadas para un público menos democrático que escapa de la masificación de la industria y que busca ropa que está confeccionada especialmente para cada tipo de cuerpo”. De alguna manera aquel público fue cultivado a partir de las demostraciones colección tras colección de la diseñadora, desde los aspectos estéticos como es la visión futurística que emplea, hasta el valor en las prendas de alta costura que elabora minuciosamente. Van Herpen (2016) por su lado expresa que al trabajar en una firma el trabajo artesanal brinda una herramienta fundamental que es la originalidad y exclusividad, es decir el dominio completo por sobre las piezas con las que decide trabajar y luego presentar. Es lo que le otorga a los diseñadores la cualidad que los diferencia del resto, lo que eleva a los productos, el concepto de valor agregado.

La diseñadora combina dos mundos que aparentemente no tienen ninguna conexión. Por un lado los procesos artesanales que se han usado durante siglos, que requieren tiempo de elaboración y personas físicas para su desarrollo. Por otro lado la digitalización que usa la tecnología aplicada al mundo de la moda para conseguir la creación de materiales innovadores y mejoran la confección a través de impresiones 3D o cortes con láser (Farled, 2018, par.7)

La diseñadora es el mejor ejemplo de cómo dos tipos de métodos para llevar a cabo el diseño de indumentaria pueden convivir y convergir en una colección armoniosa que englobe los aspectos positivos en ambos procedimientos. La revalorización del oficio del artesano y aquellas colaboraciones con la ciencia que elevan las propuestas que se hallarán en futuras pasarelas, son aquellas que abren paso a nuevas tendencias y horizontes en cuanto al diseño. “ En mis diseños, que pueden parecer muy del futuro, la vanguardia y lo clásico están en partes iguales”, agrega Van Herpen (para Hurtado de Mendoza, 2016, par. 21). Es decir que el porcentaje de enfoque artesanal y tecnológico en sus diseños deben estar equiparados, ya que parte de su impronta es la experimentación a través de los nuevos recursos, y ella como diseñadora considera que el aspecto artesanal es lo que divide los talentos de cada diseñador. Luego Van Herpen concluye en que “Ese balance del que hablaba hace un momento sobre la búsqueda de la esencia entre pasado-presente-futuro es también la clave de mi trabajo como diseñadora”(2016, par. 21), dando a entender que todo lo que abarca el proceso de diseñar para la Alta Costura es una cuestión de generar armonía y equilibrio.

Una de las técnicas a tener en cuenta, que agrupa una parte del proceso artesanal y una parte tecnológica es la del calado láser, dado que los diseños deben estar vectorizados, y eso generalmente lo hace una persona a mano en la computadora, y por otro lado esos diseños luego son procesados por la máquina caladora que a través de calor, es decir el láser, corta esas formas en la tela o el material elegido. Tal como cuenta la empresa Trotec “El corte láser es un tipo de proceso de separación térmica. El rayo láser incide en la superficie del material y lo calienta con tanta fuerza que se derrite o se vaporiza por completo” (2018, par. 1).

Alguna de las ventajas de la utilización del calado láser son por un lado la variedad de materiales con los que se puede trabajar. Como expresa Trotec “Ninguna otra tecnología puede cortar tantos tipos diferentes de materiales orgánicos e inorgánicos” (2018, par. 2), a su vez agregan que “Incluso sella los bordes de textiles tales como los sintéticos o alfombras, para que no se deshilachen. Esto ahorra procedimientos posteriores al procesamiento, como el sellado mecánico o el lijado, según el tipo de material que se procesa” (2018, par. 3).

Un ejemplo que se puede encontrar es el del diseñador Holandés, Martijn Van Strien, quién en 2014 lanzó una colección de indumentaria orientada a un público unisex, que como valor agregado tiene la aplicación de textiles transformados con calado láser bajo la inspiración de estructuras arquitectónicas, cuenta Howarth (2014, par.1). A su vez agrega que el diseñador decide utilizar el mismo material con el que estaba trabajando durante sus años de estudio en la universidad, el PVC, una lona resistente (2014, par. 3). Dentro de las prendas creadas a base de este material Van Strien opta por recortar formas que se extraen del PVC, creando patrones en determinadas secciones (2014, par.8), y dentro de estos patrones se pueden encontrar cuadrículas construidas con cuadrados, rectángulos, triángulos y también diamantes, así como también formas creadas por el autor, para así exponer parte de la piel del sujeto que porta las prendas (2018, par.9) describe Howarth. Van Strien explica que la finalidad de ese proceso era generar distintas calidades en partes del PVC, para así no necesitar utilizar distintos materiales dentro de una misma prenda o look (2018, par.11)

Este proceso ha ganado popularidad en el mundo del diseño de indumentaria, utilizándose para grabar textiles como el terciopelo o para realizar cortes con una alta complejidad, ya que cualquier diseño puede ser procesado a través del corte a láser, cuenta Trotec (2018, par.1). Esto hace referencia a las dos utilidades que se pueden dar. El grabado láser, mediante el cual “(...) se puede lograr efectos táctiles más tangible” (2018, par.4) y luego el corte láser mediante el cual se puede trabajar la “(...)

creación de patrones, perfeccionamiento de prendas o accesorios terminados” (2018, par.4) señala Trotec. Algo muy importante a tener en cuenta es que esta utilización puede no darse directamente con el textil, sino que pueden haber elementos a trabajar de forma que luego pueden implementarse para crear texturas, así aclara Trotec cuando dice que “Además de los textiles y el cuero, con el láser se pueden procesar perfectamente otros materiales como madera, acrílico, piedra o papel para crear complementos” (2018, par.2, página de aplicaciones al diseño). Es decir que se pueden crear piezas para luego unirlos a los textiles creando así nuevas y exclusivas texturas.

Aquí es donde una vez más se puede ver la apreciación de ambas técnicas, artesanales y tecnológicas, que se unen para crear un balance para crear modernas y originales prendas.

Capítulo 2: Exploración de rubros y líneas

En este capítulo se hablará de las divisiones que existen entre rubros de la moda. Particularmente se eligieron los rubros de la Alta costura y la Sastrería femenina, que se encuentra dentro del *Prêt-à-porter*. Se optará por estos rubros ya que de ambos se pueden extraer elementos que serán parte del producto final de este Proyecto de Grado. A su vez se intentará explicar cómo la innovación dentro de la Alta Costura repercute en otras áreas de la moda y como ciertas estructuras como aquellas que se hallan en la sastrería se han transformado con el tiempo. Por último se cerrará el capítulo incluyendo el concepto de colecciones capsula, planteando sus beneficios para presentar productos en los que se trabaja de una forma particular.

2.1 Innovación a través de la indumentaria

Para empezar se hablará de cómo la moda influye en las personas y como a su vez las personas influyen en ella. Martínez Navarro cuando habla de este tema expresa que “La moda es arte, es cultura, es una forma de vivir y expresar valores. A través de la moda damos a entender como nos sentimos, como nos vemos y también que imagen queremos dar de nosotros mismos” (2017, pág. 14). Por lo tanto establece que la moda es un reflejo de los humanos y la vida que llevan adelante. Es un reflejo de la sociedad y los factores que influyen en ella, todo esto por el simple hecho de ser un producto de variables que comprenden a las personas y a lo que las rodea.

La moda ha acompañado al ser humano a lo largo de la historia siendo un reflejo de los valores del momento. Cada época ha estado marcada por diferentes diseñadores que han creado tendencias e iconos que, aún muchos años después, siguen siendo referentes importantes en el mercado de la moda (Martínez Navarro, 2017, pág. 16).

A través de la historia surgieron innovaciones en cuanto a distintos aspectos dentro del área de la indumentaria. Estos avances han quedado instalados en la historia como íconos o referentes que sirven hasta la actualidad para clasificar prendas o para utilizarse como punto de referencia para quienes desean crear nuevas piezas de indumentaria. Sin embargo a nivel macro la moda realiza aportes a la cultura y a la historia, tanto como brinda ayuda para clasificar cronológicamente y definir ciertas

eras, ya que los cambios que se van dando en la historia influyen en todas las personas, sin excluir a aquellas que trabajaban en el área del diseño de indumentaria. Por otro lado la intención que esconde el diseño de estas prendas no es el simple hecho de resguardar el cuerpo humano, sino que es un concepto que se va elaborando a través del tiempo, y una de las constantes que se puede apreciar es el uso que se le otorga para comunicar. Se comunican distintos mensajes, desde el lugar en la sociedad que se encuentra ocupando una persona, hasta su nacionalidad, edad, gustos personales, y hasta disconformidades. Matharu (2011, pag.6) dice que “los diseñadores se esfuerzan mucho por conectar con el consumidor en el ámbito estético y emocional”.

A partir de esto autores se han llegado a preguntar si el diseño de indumentaria cumple una función ligada al arte, hablando puntualmente de la Alta costura. Arroyuelo (2017) plantea que este desarrollo de la moda ha llevado a ser evaluado de forma más profunda y se ha instalado la pregunta de si es la moda arte o diseño meramente. A lo que responde que la sociedad ha ligado el concepto de arte y moda constantemente, quizás por cuestiones planteadas por las sociedades que se apoyan en el consumismo para sostener su economía. Por otra parte Villagrán habla de cómo Armani ha expresado que “La relación entre estos universos es muy estrecha. Ambos son medios de expresión de gran potencia, que crean objetos no solo bellos, sino también capaces de emocionar” (2016, par.6). Es decir que ambos se encuentran en un punto medio, porque ambos pueden resultar en la misma reacción ante las personas, emocionan y transmiten mensajes, no son producto de la economía manufacturada, sino que tienen otros fines. Villagrán agrega, acerca de lo dicho por el diseñador, que “De hecho, la industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura” (2015, par.6). Se puede entender a través de lo mencionado como la indumentaria toma un papel mucho más importante cuando se considera la interacción que establece al retratar a la sociedad. Villagrán siguiendo con lo mencionado acerca de la Alta Costura toma en cuenta las

opiniones de artistas tanto como diseñadores, para poder traer a la luz las ideas acerca de cómo la moda y el arte se unen.

Marina Abramovic, la máxima exponente del performance coincide con la idea de la moda como una forma artística, pues cree que en este mundo también existen grandes revolucionarios que, a través de las artes aplicadas, destacan la estética sobre el ser humano como ninguna otra rama del arte lo hace. (2016, par.7)

A lo que se debe resaltar un logro como el de Diana Vreeland, quién hizo algo que logró unir a ambos mundos aún más. Arroyuelo cuenta que ella fue quien por medio de sus numerosas exitosas muestras en Costume Institute del Metropolitan de Nueva York logro establecer un evento que celebrara a la moda dentro del mismo museo (2018, par. 1). Es decir ella fue quién incentivo la unión de estos dos sectores a través de establecer un puente entre ambos y acercando el concepto de moda al arte cuando literalmente localiza ciertas piezas icónicas dentro de uno de los más famosos museos de arte del mundo. Hoy en día este acto es mundialmente conocido, que nació en 1948, hoy toma popularidad gracias a la relevancia de lo que se conoce como *Met Gala*. Peláez (2018, par. 8) cuenta que a este evento asisten numerosas personalidades que ponen en la mirada de todos a esta muestra que se realiza año tras año bajo una temática que une a los diseñadores para a través de los trabajos que realizan representar una misma idea o concepto.

Un acto benéfico en el que el objetivo real es recaudar dinero. La colecta se destina al propio departamento de moda, cuyo presupuesto anual son estos fondos. Con ellos organiza la exposición en sí misma, financia publicaciones conferencias, cursos y compra más fondos para el departamento (Peláez, 2018, par.7)

Como a este evento asisten personas reconocidas por su status social, como artistas, empresarios, diseñadores, y otros profesionales relacionados con la moda y el espectáculo, se suele recaudar gran cantidad de dinero, el cual se destina a perpetuar o mejorar el estado de la muestra que se realiza dentro del museo.

Arroyuelo, al hablar de la actualidad, cree que hoy en día el desarrollo cultural se transmite en las redes y los medios de entretenimiento, lo cual ante su percepción

reduce a la moda y el arte a un objeto de consumo. Agrega que “En la vida real, mientras tanto, el rol de la moda, señal individual insertada en la experiencia diaria, es la de favorecer a quien la lleva, de ser un medio de diferenciación, de atractivo, de inserción o de autonomía – tú eliges” (Arroyuelo, 2017, par. 5). Así es como separa la realidad y la fantasía en la que se vive en la actualidad, teniendo en cuenta que la realidad apunta al *ready-to-wear* por el cual las personas optan a diario, y la fantasía como aquella imagen que consumimos en los medios de comunicación de personas que portan diseños de Alta Costura. Sin embargo a su vez, opina que por el mensaje que transmiten las prendas no se pueden considerar arte, dado que solo emulan aquello que se considera aceptado colectivamente como una celebración a la vida, como representación aspiracional a la felicidad, a aquello que es aceptado colectivamente como bello.

El arte, por su lado, apunta a trascender esa misma experiencia cotidiana a la que la moda está íntimamente ligada. El arte enfrenta lo que los intercambios diarios tienden a omitir. La muerte, por ejemplo. Sería absurdo que, más allá de la función simbólica de la vestimenta de duelo, la moda, pretendiera incorporar a la muerte como recurso estético y temático. Unx no se viste y sale y va a una fiesta o a una cena o incluso al trabajo con la intención de hacer que la gente piense en la muerte. Vestirnos es, al contrario, un modo de celebrar la vida (Arroyuelo, 2017, par. 6).

Con esto deja entender que las personas al buscar las prendas que desean usar, buscan que transmitan sensaciones que se encuentran dentro del espectro de aquello que se considera como positivo, quieren dejar una buena imagen y sentirse bien con ellos mismos en general. Jacobs en entrevista con Torrecillas explica, desde el punto de vista de ser diseñador, que el trabajo que realizan “solo tiene sentido cuando alguien lo lleva puesto. Hago ropa, bolsos y zapatos para que las personas los usen, no para colgarlos en una pared y admirarlos “(2015, par. 10). Con esto deja entender que hay un gran número de diseñadores que tienen como fin vestir a las personas, ayudarlos a expresarse, pero todo bajo un código que maneja cada autor. Por lo tanto al ver las opiniones que se contraponen se puede ver que todo depende del fin, si el fin es expresarse e innovar, algunas personas lo pueden considerar arte, en cambio si el fin es vestir es producir prendas para vestir a las personas y seguir una tendencia o

códigos establecidos de antemano en la moda, entonces se puede considerar que lo creado es producto del diseño.

En la indumentaria como bien se ha establecido, existen diferentes tipos de prenda según su uso o composición, lo cual ayuda a diferenciar los sectores de la moda a los que pertenecen y así entender la labor del diseñador, cuál es su intención y su estilo al crear. Martínez Navarro expresa que se pueden encontrar desde productos de alta gama que se conciben como piezas delicadas y de lujo, hasta aquellos productos que son más accesibles a la población en general. Por otro lado también estos productos se pueden dividir por el tipo de satisfacción que otorguen, esto se encuentra relacionado al tipo de necesidad que el individuo presente. Esto puede abarcar un amplio rango de situaciones. Puede por un lado relacionarse con la necesidad de vestirse que tienen las personas, hasta llegar a aquella complacencia que es intangible. Este tipo de satisfacción se encuentra arraigada a la personalidad, y la experimentación de sensaciones por la que pasa cada uno (2017, pág. 18).

Para organizar las distintas categorías dentro del diseño de indumentaria se crearon rubros. Aquellos responden a un número de características y a finalidades que permiten englobar las colecciones de cada diseñador en grupos.

Pueden distinguirse tres grandes sistemas de moda que han sido los pilares de este mercado a lo largo del tiempo y que hoy en día son los que definen el mercado de la moda: la alta costura, el *Prêt-à-porter* y el sistema de moda rápida. (Martínez Navarro, 2017, pág. 22).

Estas categorías permiten facilitar a las personas que trabajan o consumen moda un orden que les permitan distinguir los diferentes rubros dentro de la indumentaria.

Al hablar de Alta Costura se debe nombrar a Charles Frederick Worth, cuenta Rosales (2017), puesto que él fue quién fue el primero en colocar etiquetas con su nombre en aquellas prendas que creaba. Además fue quién comenzó a diseñar lo que le complacía y no aquello que le mandaran a materializar, entonces las personas comenzaron a desear vestir aquellos modelos puesto que confiaban en su gusto.

Martínez Navarro cuenta que las clientas recorrían los salones donde se presentaban los modelos y elegían el que les gustara

Así es como aparecen las primeras pasarelas de moda, cuya intención original era que los clientes pudieran seleccionar uno de los diseños presentados para luego elegir materiales y colores y poder ser confeccionados para cada uno de los clientes en particular (Martínez Navarro, 2017, pág. 22).

Worth a su vez fue el creador de lo que se conoce como *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, asegura Rosales (2017). Esta cámara estableció las reglas bajo las cuales se establece que una prenda o diseñador entra en la categoría de Alta Costura. Rosales relata que esto se resume a materializar prendas únicas, esto puede verse cuando una persona diseña para clientes privados en forma personal. Matharu Explica que el termino Alta Costura “representa el exclusivo negocio de diseñar, realizar y vender prendas para mujer hechas a mano y a medida” (2011, pág. 66), a esto agrega que “El prestigio de este tipo de ropa explica que tenga los precios más elevados de la industria de la moda, lo que la sitúa en la gama más alta del mercado” (2011, pag. 66). Siguiendo con el concepto del Haute Couture, Martínez Navarro lo define como “la creación y confección de prendas exclusivas, elaboradas con materiales muy delicados y de alta calidad y precio” (2017, pag. 22). En este caso se encuentra como la cuestión calidad y precio son una característica diferenciadora del rubro de la Alta costura, reduciendo así el público que puede adquirir las piezas de los diseñadores que se encuentren bajo esta categoría.

Por otro lado Martínez Navarro agrega que otra de las reglas establecidas exige que se deba tener un lugar específico donde trabajar, es decir poseer un lugar fijo donde se instala el taller y tener una cantidad de al menos quince personas trabajando tiempo completo. Establece también que se debe presentar un número exacto de prendas por colección, alrededor de unos 50 diseños, y estos deben ser presentados en las temporadas correspondientes (2017).

Volviendo con el concepto de *Haute Couture*, Martínez Navarro agrega que lo que realmente hace a la diferencia es que estas prendas al no ser pensadas para

venderse en masa, y que su elaboración sea para aquellos pocos clientes selectos, los trabajos realizados en cada colección son en su mayoría dignos de exponerse en “las grandes pasarelas del mundo como reflejo de arte y cultura”(2017, pág. 22-23). Así es como los diseñadores de alta costura establecen su imagen de forma pública, mostrándoles en una experiencia que les permite exhibir mucho más que una fotografía, permite a las personas puedan sumergirse de lleno en su mundo. Aquellas presentaciones a su vez están pautadas según las temporadas y colecciones. Matharu agrega que otra de los requisitos impuestos por la *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* se basaba en que “Cada temporada primavera/verano y otoño/invierno (es decir dos veces al año) la casa presentará una colección ante la prensa de París, con como mínimo cincuenta prendas para uso diario y de tarde-noche” (2011, pag.66).

Se puede tomar de ejemplo de diseño de Alta Costura el trabajo que ha realizado en vida el reconocido *couturier* Alexander Mcqueen, quién demuestra que no siempre la temática detrás de las creaciones debe reflejar lo que las personas compren como idea de belleza, sino que muchas veces en sus desfiles expresaba de manera conceptual críticas a la sociedad, o hacia catarsis de aquellos miedos, traumas y enojos que atravesaban su interior como persona. Allí es cuando ambos conceptos de arte y alta costura se ven unidos. Menkes menciona que “En la pasarela él fundió lo agresivo con lo etéreo, convirtiendo sus modelos en pacientes presas en un sanatorio, arañando las paredes transparentes, tal y como se vio en sus interpretaciones de Voss en 2001” y agrega que “el efecto era más un gesto de arte que una declaración de moda” (2015, par.9). Con esto reafirma que todos los diseñadores no tienen el mismo fin. En el caso de Mcqueen su fin era expresarse, y montar un show en la pasarela, transportar al quienes asistieran a los desfiles y expresar así las ideas que tenía enterradas en su mente. Menkes subraya que uno de los aspectos llamativos de él como diseñador eran las temáticas que exponía. Esto lo cuenta cuando dice que “a pesar de sus delicados vestidos y su sastrería aerodinámica, el concepto de naturaleza, tosca con dientes y garras, nunca estaba alejada de la visión de

McQueen. Tampoco la muerte”(2015, par.12). Esto es lo que separa a los diseñadores, quienes como temática trabajan conceptos de naturaleza ambiciosa, de alguien como Mcqueen, quien a través de las inspiraciones que lo rodeaban creaba prendas que expresaran aquellos teas que pocos se animaban a exhibir, al menos en el área de la indumentaria.

Matharu expresa que aunque la Alta Costura haya perdido preponderancia ante otros productos “se ha transformado en una máquina de creación y publicidad de marca tremendamente útil para las líneas de Prêt-à-porter, cosméticos y accesorios, asociadas a las casas de alta costura”(2011,pag. 67). Esto significa que sigue estando en una posición de privilegio puesto que es la cara visible de las marcas, se encarga de inspirar la bajada creativa de las otras líneas y de fomentar la fantasía atrás de cada casa de moda, al mismo tiempo que a través de los eventos de moda, como lo son los desfiles, ayudan acercando las otras líneas al público masivo.

2.2 La versatilidad de la Sastrería

La sastrería es una rama del diseño que suele amoldarse a las posibilidades del usuario, teniendo en cuenta las numerosas formas de construcción por las que pueden traerse a la realidad las prendas bajo esta categoría. Diversidad de calidades y precios. A su vez se explicará como la mujer a través del tiempo hasta la actualidad implemento el uso de estas prendas, y casos ejemplos como distintos diseñadores trabajaron bajo esta categoría.

Para introducir el vocabulario utilizado dentro de esta categoría en la indumentaria Morton (2018) creó un glosario de la moda. Allí hace referencia al término sastrería diciendo que es un concepto amplio. Quién trabaja como sastre es un artesano que va adaptándose y midiendo a los clientes, como aquel sastre famoso Savile Row. El trabajo de crear un traje sastrero a medida consiste en cortar la tela y construirse las tipologías, todo en base a las medidas de una persona. El término *Tailored*, el cual hace referencia a los trajes hechos por un sastre, también puede ser utilizado para describir una prenda que está ajustada con una gran precisión. A su vez otro término a

utilizar es el adjetivo *Sartorial*, que hace referencia desde el sastre como tal, como así también a la hasta aquellos elementos que rodean el universo de quien lleva un traje, es decir los modales o mismo un estilo de vestir. Luego otra palabra que se suele nombrar cuando se hace referencia a este rubro es el término *Bespoke*. Pérez cuenta que “El término de linaje anglosajón fue acuñado en las centenarias sastrerías londinenses de Savile Row que venden trajes personalizados y artesanales” (2017, par. 2). A su vez relata que esta palabra fue capitalizada por aquellos mercados que se asociaran con el lujo para hacer referencia a todo aquel producto que fuera hecho a medida y gusto de una persona, tanto como al valor agregado y la autenticidad que otorga quien se dedique a materializar ese producto. (2017, par.2)

Dentro del rubro se pueden diferenciar tres distintas formas de crear y adquirir un traje. Esto hace referencia tanto a la calidad del producto como a los precios que se manejan, lo cual va de la mano. Por un lado está el *Bespoke*, que ha sido nombrado recientemente, el cual se caracteriza por ser un “Traje hecho a medida y confeccionado a mano de forma artesanal” que “Demora entre 30 y 45 días” (2017, Pérez, par 9) . Se calcula que empiezan desde los 35 mil pesos cuenta Pérez (2017, par. 9). Zaffora explica el trabajo que se realiza en esta modalidad de trabajo “En *bespoke* el trabajo es a mano, usamos muy poco la máquina recta común y somos muy precisos, no hay margen de error. Hay que tener al menos cinco años de aprendizaje y otro tanto de experiencia” (2017, par.4). A su vez este trabajo se debe saber diferenciar del *Made to Measure*. El cual Pérez describe como “Trajes hechos a medida, confección mixta: parte a mano y parte a máquina”(2017, par.9) y cuenta que estos trabajos tienden a demorar hasta 40 días. Sus costos están estimados en 28 mil pesos para arriba (2017, par. 9). Luego Zaffora amplía la explicación de la diferencia entre estas dos ramas de la sastrería.

En el *made to measure* (hecho a medida) hay participación humana pero muchas más cosas se hacen a máquina. Las sastrerías tradicionales no tenemos sucursales porque la mano de obra calificada es muy escasa. En cambio un Ermenegildo Zegna que hace *made to measure* sí puede tenerlas porque concentra

toda su producción en un país adonde llegan los pedidos y los ajustes los hacen sastres locales. (2017, par.4)

Así es como deja en claro que la más importante diferencia es el grado de trabajo manual en cada método. El *Bespoke* es un trabajo meramente artesanal, el cual según Zaffora está “lleno de secretos” (2017, par5) que cada sastre aplica, y pocos pueden realizar dado a la cantidad de conocimientos y experiencia que una persona debe adquirir. Por eso es que escasean quienes se dediquen a este tipo de confección.

Por último se debe mencionar la tercera rama que se puede encontrar dentro de la sastrería, el *Ready to wear*. Según Pérez se caracteriza por ser “de confección estandarizada e industrial” y que su vez “algunas marcas masivas premium ofrecen opción a ajustes con sastre” (2017, par. 9). En este caso los precios rondan los 13 mil pesos. El uso del traje por el público femenino no hubiera sido posible sin que el pantalón como prenda hubiera sido adoptado e impuesto como válida para cualquier género. Mañana (2012) explica que si bien su utilización en la actualidad sido naturalizada, en el pasado esto no era así.

Decenas de miles de mujeres en Occidente se abrochan cada día el pantalón sin darle más trascendencia que cualquier hombre. Pero emplear esta prenda no siempre estuvo carente de connotaciones y, aún hoy, todavía se lee como un símbolo de poder, fuerza o incluso irreverencia en algunos ámbitos (2017, par.1)

A su vez Mañana cuenta que la importancia de esta prenda sobrepasa el mero hecho de la utilización de esta tipología por moda. Esto es así por el simbolismo detrás, ya que

“aun cuando las mujeres lograron la igualdad civil y laboral frente a los hombres, amplios sectores de la sociedad no aceptaban que se vistieran como ellos” (2017, par.3).

La sastrería femenina tuvo uno de sus momentos de mayor esplendor, y hasta se podría considerar su comienzo, en la segunda mitad de la década de 1960 cuando diseñadores como Yves Saint Laurent recrearon la imagen a seguir femenina a partir de piezas que se inspiraron en los guardarropas masculino. Así lo afirma Mañana

cuando cuenta que “en gran parte gracias a Yves Saint Laurent, que en 1966 lanza el esmoquin femenino” (2017, par. 8)

Jover cuenta que “Él dibujó el trazo hacia la mujer moderna y demostró que algunas prendas masculinas también pueden tener un público femenino” (2018, par 2), haciendo referencia a la particular visión de Yves Saint Laurent. Jover agrega que Saint Laurent diseño exactamente en “1966 los primeros esmoquins para mujer” (2018, par. 7), esa fue su manera de mostrarle al mundo que las prendas masculinas pueden tornarse femeninas, el secreto se encontraba en el entalle de los trajes.

Así fue como de alguna manera se comenzaron a romper las reglas impuestas en el pasado por los roles que cumplían cada género, y el traje comenzó a ser más versátil como pieza a diseñar. En la actualidad numerosos diseñadores han sabido adaptar la sastrería bajo su dirección creativa, tomando en parte estas prendas como recurso en sus colecciones. Muchos de ellos hasta han creado sus marcas utilizando como producto estrella sus trajes.

Uno de los casos más arriesgados y rupturistas que han marcado una época fue el caso del famoso *Bumster* de Alexander McQueen. Esta prenda aportó notoriedad al diseñador que recién se encontraba en sus inicios. Así lo explica Bradley (2013, par.2) cuando cuenta acerca del suceso que se basó en pantalones tiro bajo llevados a un extremo. El hecho se remonta a la década de los 90's, y McQueen (2013, par. 3) fue quien le explico a los medios que su finalidad no era exponer a las modelos, sino alongar la figura femenina y exponer la parte en la que la columna terminaba, ya que consideraba que era la parte más erótica de todas las personas, tanto hombres como mujeres. Así fue como inclusive gracias a esta creación logro influenciar la moda de los 2000's.

Otra casa que ha revolucionado la moda femenina es Céline, bajo la dirección creativa de la reconocida Phoebe Philo, quién creó un lujo menos ostentoso. Ella a su vez se nutrió de su trabajo en la marca, ya que fue allí donde hizo su salto a la fama. Burney dice que “Desde que debutara en las pasarelas con su primera colección para la firma

en 2009, la directora creativa de Céline, Phoebe Philo, ha sabido redefinir el concepto de refinamiento” (2017, par. 1). Ella desde siempre se inclinó por la sastrería como uno de sus elementos clave para diseñar. Biondi cuenta que “Su colección de fin de carrera –precursora del estilo descarado y libertino de los 2000– combinaba una elegante sastrería con inspiraciones urbanas” (2017, par.3). Eso sucedió alrededor del año 1996, cuando se graduaba de Central Saint Martins, lo cual demuestra que su impronta rondó siempre en la imagen de la mujer trabajadora e independiente, que quería lucir bien para las actividades que realizaba a diario, no solamente para eventos especiales y salir de noche. En su visión tomó en cuenta la silueta de la mujer y la comodidad de aquel público al que representaba ya que, como explica Bradley, “mientras que la mayoría de diseñadores reducen las siluetas masculinas para adaptarlas a la mujer, Philo hace lo contrario” (2017, par.3). A través de su trabajo intento cambiar la imagen que a moda había dictado para la mujer, donde el estereotipo femenino era cerrado y lo dictaba el imaginario masculino. Evitando aquel carácter sexual que se le otorgaba a la mujer y concediendo poder a través de la comodidad que transmitían el oversize y los largos de las prendas, Philo pudo crear un quiebre en concepto de la imagen femenina que se veía a principios del 2010.

Por último se debe hacer mención a una marca nacional que no solo experimenta con las tipologías, sino que a su vez rompe con las normas de los textiles a aplicar en la sastrería. La marca Nous Etudions bajo la dirección creativa de su fundadora Romina Cardillo, ha sido quién en los últimos años promovió la utilización de textiles alternativos para crear los trajes modernos que ponen a la Argentina en el mapa de la moda latina. Nous Etudions fue seleccionada en 2017 para formar parte de la presentación en Italia de Super Talents Pitti, que es en parte una convocatoria de Vogue Italia cuenta Vitale (2017, par. 1). La marca se presentó con su colección cápsula de invierno “Under pressure”, la cual según informa Vitale (2017) está. Inspirada en David Bowie. Con respecto del trabajo realizado agrega que “la propuesta resignifica al universo sastrero que ve alteradas sus formas clásicas con volúmenes,

texturas, desplazamiento de costuras que generan solapas o volados siempre bajo la inspiración geométrica “(2017, par. 5). Vitale cuenta que esta colección buscaba el equilibrio de lo orgánico en relación a estructuras geométricas, en como ambos conceptos lograban convivir en una misma pieza encontrando en la sastrería elementos que le permitían materializar esta visión. A su vez un elemento vital del trabajo que realiza Nous Etudions es la experimentación de tipologías en textiles con los que no se suelen confeccionar, tales como se ve en este nuevo concepto de sastrería creada con neoprene. Vitale cuenta que la diseñadora “recurre al vinilo, cuero plisado, neoprene, organza, tul, satinette” (2017, par.5) para crear esta colección. Así es como se fue desarrollando, hasta llegar a ser elegida para participar de las pasarelas en Londres, en la cual presento su última colección de primavera en la cual experimento con tipologías de base sastrera y textiles ecológicos. Así lo explica Cardilo cuando expresa que la principal idea era “experimentar con un nuevo textil, también 100% eco, y moldearlo a mi sastrería” (2018, par.2). Así fue como el concurso *Ones to watch* seleccionó a la diseñadora, quién experimentó con el concepto de *biocouture* y creó una “redefinición que resulta de su experimentación textil aplicada a morfologías y tipologías sastreras” cuenta Vitale (2018, par.1). A partir de esa colección cápsula llegó a ser candidata y finalmente resultar elegida como una de las pocas marcas latinas que se presentaron en el *Fashion Week* de Londres en 2018. Esto fue resultado de una experimentación desde el aspecto morfológico del *Tailoring* y el aspecto textil, ya que a partir de materiales orgánicos creó un material que le permitió materializar su visión de sastrería contemporánea.

2.3 La utilización experimental de las Colecciones Cápsula

Se trabajará como las colecciones cápsula resultan ser un medio por el cual los diseñadores pueden presentar una alternativa a las colecciones que siguen el calendario de la moda, el cual se adapta a las estaciones. Se analizará el concepto para explicar cómo otorga la posibilidad al diseñador de crear algo único dentro de su

marca, y así brinda libertad para experimentar y desligarse de aquellos parámetros dentro de los cuales generalmente se encuentra.

Como definición Morton (2018) explica que el término conocido como “Colección cápsula” fue acuñado en la década de 1980 por la popularización que le dio la diseñadora Donna Karan. Ella tenía como idea encapsular determinadas prendas o looks que representaran los mejores productos de cada colección, y que eso acabara en el armario de los compradores. Así es como se entiende que una colección cápsula es una versión condensada del proyecto de un diseñador, que tienen por característica ser de edición limitada, no respeta las temporadas como las conocemos y tampoco tiene en cuenta las tendencias de ser funcional, profundiza Morton (2018).

Uno de los casos más influyentes es el de Narciso Rodriguez. Este diseñador según Casero ha sabido leer los cambios resultantes del avance de los negocios a través de las redes y que “en este sentido, es cada vez más habitual que las firmas lancen sus propias boutiques *online*” (2010, par.1). Así fue como optó por asociarse con el portal en línea *Ebay* para lanzar una colección cápsula. Esta cápsula ha logrado reforzar la imagen del diseñador al mismo tiempo que logró reafirmar la autenticidad a la hora de crear y despegarse de las tendencias en boga, asegura Phelps (2018, par.4)

La colección, que está compuesta por **cinco** looks, saldrá a la venta el próximo 15 de febrero coincidiendo con la celebración de la semana de la moda de Nueva York con unos precios que oscilan entre los 65 y los 350 euros (Casero, 2010, par. 3).

De esta forma el diseñador logró demostrar que a veces reformular la producción de los diseños puede ser un elemento que favorezca, dado a que se puede volcar toda la creatividad y condensarla para generar un producto de deseo para las personas. En este caso se puede visualizar como un diseñador colabora con una marca de otro rubro.

Estos fenómenos de las grandes marcas llamando a los diseñadores que tienen una imagen marcada, a través de haber logrado utilizar el concepto de diseño de autor a su favor, no resulta algo lejano para la industria Argentina. Así es como Elle/Clarín

explica que “La célebre etiqueta italiana Superga –favorita de las celebrities y chicas it- convocó a la diseñadora Jessica Trosman para crear una colección de edición limitada para su temporada primavera-verano 2018” (2018, par.1). El medio prosigue explicando que a través de un encuentro en una charla de la empresa Superga en Argentina lograron ponerse en contacto, y tras analizar las posibilidades se concluyó en una colaboración. Trosman explica que “Se acercaron a mí por los desarrollos textiles que venimos haciendo con Fondo Textil. Me encanta la marca, es una etiqueta clásica que siempre me gustó así que no lo dudé” (2018, par.2). En este caso se encuentra una diseñadora dedicada al diseño de autor colaborando con una marca que genera productos que no se hallan dentro del mercado en el que ella esta insertada.

Como bien se ha visto en los ejemplos pasados, las personas que han dedicado su carrera a crear un sello a través de sus creaciones han encontrado una posibilidad para extender su mercado y poder ofrecerles a las personas que por determinadas razones no consumen sus productos (como puede ser los costos altos o la funcionalidad de las prendas) una oportunidad para obtener al menos alguna pieza que lleve el nombre de aquellos diseñadores. Así es como se abrieron puertas a oportunidades que lograron unir el trabajo del diseño de autor con aquellos agentes ajenos que proporcionarían una llegada a otro público.

(...) aquellos acuerdos entre marcas, ahora extensible a todo un nuevo grupo de actores a diferentes escalas y con diversos objetivos -de celebrities de todo tipo a portales electrónicos de venta- que empezaron operando de manera vertical y ahora se mueven en todas direcciones. (Cenea, 2015, par.3)

Todos estos movimientos lograron consolidar así en la mente de los compradores la impronta de cada diseñador, ya que a través del número reducido de piezas, aquellos productos que escapan la atmósfera del diseñador de indumentaria, siempre se podía percibir aquellos cambios que estaban ligados a la visión de cada autor. De esta manera se hizo posible crear en la mente de los consumidores una memoria con

aquellos elementos que hacen diferente a cada diseñador, es decir todo en lo que se especializan.

A Lanvin e Isabel Marant, por ejemplo, la colaboración con H&M les abrió las puertas del mercado americano (Lanvin ganó en popularidad y se ha convertido desde entonces en un habitual de alfombras rojas, Isabel Marant allanó el terreno para abrir sus primeras tiendas en Nueva York y Los Angeles) dándoles una inyección de publicidad. (Cenea, 2015, par.3)

Esto posibilitó la llegada de diseñadores a distintos públicos, ya sea que sean diseñadores de otros países, sectores socio-económicos a los que distintas sectores de la sociedad aspira, o simplemente aquellos autores a los que no se reconocía por el hecho de que los productos que trabajaban no eran de interés de las personas a las que se llegó a partir de colaborar en forma de colecciones cápsula. Como expresa Cenea “El objetivo aquí sería tantear otros sectores, poner un primer pie en otros mercados y abrirle la puerta a nuevos compradores (...)” (2015, par.4).

A su vez se debe remarcar que estas uniones se dan solo con diseñadores, dado a que en los últimos años grandes marcas de indumentaria han optado por entrelazar la impronta de artistas que fueran de otras áreas. Aquellos artistas muchas veces son reconocidas *celebrities* del mundo de la música como es el caso de Kanye West y Rihanna. Este último ejemplo es uno de los más relevantes, dado que Rihanna y su colaboración con la marca de indumentaria deportiva Puma es de las más populares colecciones en la industria de la moda deportiva. Herce resalta lo que lanzaron a través de un comunicado de la marca deportiva diciendo que “Rihanna “trabjará con Puma para diseñar y customizar el estilo clásico de Puma así como para crear nuevos estilos que añadir al *portfolio* de producto de Puma”, comentó la firma en un comunicado “(2015, par. 2).

Por lo tanto se puede ver que este formato de producción dentro del área de la moda puede permitir beneficios a ambas partes, empresarios y diseñadores o *celebridades*, tanto como el público. Estableciendo nuevos vínculos y otorgándole a aquellos en el puesto de director creativo la posibilidad de materializar la esencia más pura de aquella visión que intentan transmitir colección tras colección, o cual sea el trabajo que

lleven adelante en sus vidas. Esto no solo permite que el diseñador se haga conocer a distintos públicos sino que también amplíe los horizontes creativos, así logrando plantear nuevas posibilidades para el diseño de indumentaria.

Por último a nivel nacional se hallan algunos casos como el de la marca Nous Etudions, la cual a lo largo de su desarrollo ha establecido colecciones capsulas como una constante. Esto se da a partir de que su desarrollo textil le permite crear pequeñas colecciones para explorar por amor al diseño o colaborar con otras marcas. En este caso en el pasado *Designers BA* se presentó una colección cápsula de 7 looks en colaboración con una de las marcas más conocidas del área deportiva, Nike.

Imaginar sin límites, “a otro nivel”. Esa fue la premisa que manejó Nike Sportswear durante todo el proceso creativo del modelo y que se tradujo luego en un diseño innovador y futurista junto a un contundente homenaje a la madre naturaleza. (Clarín, 2019)

Lo notable de esta colaboración es que la finalidad última no era el desarrollo no por solamente cuestiones funcionales, a las cuales hace referencia Nike, sino que se enfocó en el desarrollo textil y morfológico que caracteriza al trabajo de la Diseñadora Romina Cardillo, específicamente trayendo a la luz temas como el textil ecológico. Clarin (2019) explica que esta colección intento reflejar “la identidad sustentable, minimalista y sastrera de Nous Etudions con las tipologías deportivas características de la marca”.

El mix entre funcionalidad y diseño lo dio la premisa ecológica, eso fue lo que los conecto para materializar esta colección cápsula. Como explica Talon (2019) el Air Max 720 es un modelo de zapatillas que nació hace 40 años, y su finalidad era la idea de capturar el aire en capsulas encontradas en el producto fabricado. A su vez en este caso el zapato fue creado con un porcentaje del 70% más de materiales reciclados, y con esta premisa del diseño sustentable decidieron conectarse con Nous Etudions, marca que se caracteriza por promover los textiles veganos y promover el diseño desde una perspectiva ecológica. A su vez Talon (2019) resalta que en la colección se pueden apreciar la utilización del neopreno y capitoné, tanto como la gama de colores

seleccionados a partir de la inspiración que es el planeta tierra mismo. Dentro de esta selección se pueden apreciar colores como el amarillo, rojo, rosa, púrpura, fucsia, verde y naranja. Con respecto a la paleta de colores Cardillo agrega que tomo como referencia “los mismos colores que Nike Sportswear propone en las Air Max 720, la inspiración en los movimientos de la energía de la naturaleza”, y en cuanto al desarrollo textil explica que “la idea era hacer algo fuera de lo común, bien sobredimensionado”. Así es como en esta colección capsula se han encontrado la posibilidad de explorar nuevos horizontes, que optaron al diseño de autor como medio para expresar nuevos intereses por marcas masivas como Nike. A su vez la diseñadora pudo dar con esta enorme oportunidad para lanzarse a un nuevo mercado y darse a conocer de forma más amplia por haberse establecido con el tiempo como una de las diseñadoras más influyentes con impronta personal y un interés particular por la combinación de diseño de autor y la ética ecológica en cuando a la producción de indumentaria.

Capítulo 3: El espacio del diseño de autor

En este capítulo se explora el espacio del diseño de autor, considerado como el espacio óptimo para la experimentación que se desea desarrollar en este P.G. Este espacio particularmente presenta condiciones que resultan beneficiosas para los diseñadores de indumentaria, por eso en esta instancia se propone estudiar parte de la historia y el desarrollo de esta categoría, culminando con el estado en el que se encuentra en Argentina.

3.1 Surgimiento del diseño de autor

Al abordar el presente Proyecto de Grado se plantean dos ideas, la primera siendo la indumentaria como objeto funcional y luego su derivación hacia una forma de expresión, que puede surgir de algo profundo como los sentimientos o algo establecido para organizarse socialmente, tal como lo plantea la autora Saltzman (2004). Ella explica que la vestimenta en términos básicos comprende dónde las personas habitan, de igual manera da a entender que es el primer espacio donde el cuerpo de los individuos se halla, y el factor que incide directamente en la fisonomía humana y la postura que lleva cada uno, los gestos y los tipos de comunicación e interpretaciones del movimiento tanto como sensaciones que se le presentan individualmente a los homo sapiens.

Esta autora plantea que la indumentaria es un factor que influye directamente en la vida de los seres humanos, dentro de los espacios que conforman las diversas prendas se realizan diversas acciones que se derivan en la vida cotidiana. Dando a entender el planteamiento de la idea del vestir para sobrevivir, encajar en la sociedad al tomarlo como una actividad automatizada, o el vestir por elección y gusto propio, y por amor a la herramienta de expresión e innovación que brinda la moda, es ahí donde el diseño de autor toma las riendas.

Pero para entender el diseño de autor como tal se debe revisar la historia y entender cómo se trasladó de una mera utilidad hacia una forma de expresión entre el portador

de la prenda y el diseñador. Para ello se puede tener en cuenta el aporte de Sposito (2016).

Las formas, los detalles y los colores del vestido reflejan, antes que nada, las peculiaridades ideológicas de los pueblos y están estrechamente ligados a las conductas que expresan la sociedad en la que vivimos. Contribuyen a crear la atmosfera global, el “espejo de una época”, que caracteriza la mentalidad de los tiempos. (Sposito, 2016, p.5)

En un pasado las vestimentas jugaban un papel muy importante en la comunicación de las personas, ya que establecían nacionalidades, religiones, rangos sociopolíticos y económicos. A su vez, las personas a través de la estética expresaban las situaciones pertinentes de cada época, no se puede dejar de admitir que el flujo interdisciplinario de información entre campos como las artes plásticas, arquitectura, cine, teatro, música, tecnología, entre otros, intentan responder a las problemáticas que se plantean en ese momento exacto de la historia, directa o indirectamente.

Teniendo en cuenta lo que relata Saulquin (2010) el diseño de autor tiene como característica el ofrecer propuestas diferentes con finalidad de crear y poder diferenciar, es decir fomentar la identidad del portador de las prendas. Por otro lado, la autora explica que también se presenta la tarea de tratar de innovar dentro del rubro en el que se está trabajando, evitando a toda costa lo clásico y la repetitividad. Tomando en cuenta lo previamente mencionado, cabe resaltar que lo mencionado se aplica a cualquier rama del diseño o cualquier profesión que se desarrolle a través de la creación.

En este Proyecto de Grado, pertinente a la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria, se plantea cómo a través de la experimentación se pueden llevar a cabo trabajos que deriven en piezas que se encuentren arraigados, de manera intrínseca, con la implementación del valor agregado a través de distintos recursos y procesos que ayuden a expresar y diferenciar al usuario de aquellas personas que consumen moda y tendencia.

Si se tiene en cuenta la historia, el Diseño de Autor surge valiéndose de la indumentaria como medio de expresión no verbal. Así es como Becerra cuenta que

“se entiende por moda a una organización de prendas permanentemente cambiantes que influyen permutaciones a la sociedad, tanto en aspectos socioculturales, socioeconómicos y sociopolíticos” (2013, P. 20). Se entiende por medio de esta frase, que la moda es un sistema, que cada producto no es indiferente a las influencias de la sociedad, sino que es una respuesta directa a los procesos dentro de cada industria y el ámbito sociopolítico que cambian constantemente en el día a día.

Según la autora Sposito (2016) el diseño de indumentaria clásico tiene su nacimiento con las grandes monarquías en el siglo XV al entrar en la era de la Modernidad y terminar con la Edad media. Estas naciones de primer mundo que se encuentran en Europa son Francia, España e Inglaterra. Así fue que el diseño de indumentaria, como práctica, tiene su nacimiento en el interior de las sociedades monárquicas nombradas en lo previamente mencionado donde, dictado por la nobleza, se implementan la etiqueta y el lenguaje no verbal, jugando un papel muy importante entre las sociedades cortesanas de la época.

A su vez Saulquin (2016) agrega que estos monarcas tenían el poder de decisión de elegir las vestimentas que llevaban, y estas prendas solían ser exclusivas para ellos y personas de alto poder adquisitivo dado por los elevados costos de producción que tenían. Esto tiene como claro mensaje que la moda se habría convertido en un símbolo de riqueza y poder social, cualidad que solía dividir en dos al país, entre estratos bajos, es decir los plebeyos, y estratos altos como lo era la nobleza y su corte, incluyendo de igual manera parte del clero.

La historiadora de moda Becerra (2013) cuenta que las vestimentas de los reyes participaban en gran medida de procesos como las elecciones de textiles, siempre yendo hacia aquellos más exóticos y fastuosos como sedas naturales traídos de Asia o derivados como el shantun de seda, encajes y textiles que pasaban por procesos como la estampación artesanal. A su vez se empleaban técnicas como el bordado a mano de piedras preciosas y bordados en hilo para la decoración de los trajes que vestían en la corte real.

Ante esto se tiene en cuenta el aporte de Figueras (2012), quien relata el inicio de estas tendencias.

El rey Luis XIV fue el principal responsable de evidenciar dicha tendencia. Siendo él la cabeza de la monarquía francesa, es aquí donde aparecen con mucha más importancia los diseñadores de autor detrás de bambalinas; esos diseñadores de autor eran los encargados de mostrarle al rey opciones específicas para las apariciones públicas para el cumplimiento de su rol y para otras distintas ocasiones oficiales (Figueras, 2012, p. 25).

Allí era donde por medio del encuentro entre diseñador y cliente se incubaban todas las ideas que luego, por medio de la influencia que tenía el monarca, el resto de la corte y sus súbditos intentaban seguir.

Con la llegada del siglo XVII la sociedad Francesa, al mando del rey Luis XIV, se consideró a la capital francesa, Paris, como la cuna de la moda global. Esta fue una categorización que fue fluctuando en la historia pero que se mantiene en el pensamiento colectivo, explica Becerra (2013).

La socióloga Saulquin (1999) afirma que el trabajo que se realizaba por parte de los diseñadores, lo cual ya era catalogado como mero diseño de autor, era considerado como un trabajo artesanal perteneciente al rubro de la moda. Su función principal era hacer que los reyes sobresalgan dentro de la corte y su imagen expresara su posición dentro de la sociedad francesa, lo cual se aplica a todas las monarquías regentes de la época. Todo esto lleva a que a partir de este punto en la historia el desarrollo de la moda se encaminara a lo que sería durante los siglos que precedieron, logrando así un avance en las diversas técnicas de transformación textil que hoy en día se utilizan.

Luego como contraste, se toma en cuenta al resto del pueblo, quienes por las funciones que cumplían, ya sea porque eran artesanos, agricultores, campesinos, entre otros oficios, no podían vestir esa clase de prendas, ya fuera por falta de dinero o que simplemente no eran prácticas para las actividades que llevaban a cabo, según cuenta Sposito (2016).

Así es como explica Riviere (1997) que de todas formas la moda da un vuelco y se torna un lujo accesible para otros grupos sociales, tales como la burguesía. Esto lleva

a que los diseñadores, que previamente servían en la corte, comiencen a ser emprendedores de sus propios comercios, así es como se dan lugar que a través de la historia surjan las primeras casas de moda, quienes hoy en día se mantienen en pie e influyen en gran parte al mercado de la moda, que sin duda se establece gracias a estos cambios sociales.

A esto agrega la autora Saulquin (2006) que la aparición de la producción en serie vino acompañada de cambios importantes ligados a la invención de la máquina de coser, tales como que se generaran empleos nuevos y que haya un crecimiento de la burguesía, derivado directamente del desarrollo de las empresas que se dedicaran a la costura. Así es como nacen personajes como Charles Frederick Worth, a quien se conoce hoy en día como el primer diseñador que fundó una marca registrada de sus diseños, es tomado en la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria como referente histórico para marcar un quiebre y sacar del anonimato a los diseñadores. A partir de esto distintas *maisons* provenientes de Francia como *Vionnet*, *Lanvin*, *Lucile* y *Poiret* como otras, fueron los *couturiers* líderes que marcaron el ritmo de la moda en el comienzo del siglo XX.

Según la explicación de Becerrea (2013), durante este período de tiempo gran parte de las innovaciones en la indumentaria, en materia de creación de géneros, confección de prendas y terminaciones textiles que se conocen hasta hoy, tuvieron su nacimiento y desarrollo por lo que se facilitó la producción seriada. Los hechos previamente mencionados fueron contraproducentes para lo que hasta ese entonces era el trabajo del Diseñador de Autor dedicado a la alta costura. Para beneficio de estas personas la burguesía adoptó las cualidades que aportaban los diseñadores para valerse de su talento creativo y conocimientos en materia de moda, aportado así un nuevo producto para las industrias que se estaban estableciendo y beneficiar a las personas con diverso poder adquisitivo para que alcanzaran estos objetos de deseo.

Así es como Figueras afirma que: “con el declive de los distintos regímenes monárquicos mundiales, la sociedad deja de mirar a los exponentes que conforman a

la realeza para mirar a lo que puede ser considerado como la monarquía de la masa, las celebridades”. (2014, p 45). Aunque se mantenía el vestir como herramienta para exponer el *status* social, aquí se hallan ejemplos como el de Dior con la popularización del *New Look* a través de la época dorada del cine, quien expuso otra vez en primer plano a la mujer con una silueta femenina y atrevida para los estándares de la época.

En Estados Unidos crece el poder de Hollywood. El color de la ropa asume un valor simbólico que comunica emociones. Los diseñadores tienen un papel fundamental no sólo en los estilos de las divas en el plató sino también en los de la vida privada. (Sposito, 2016, p.177)

Tal como cuenta Sposito, en la década del 1930 surge un cambio de paradigma en la sociedad norteamericana, que dio indicio a muchas tendencias de la actualidad, una de ellas es el tomar a los artistas como los actores y hacer que sean referentes de moda, tanto a través de las icónicas representaciones en sus películas como en la vida personal, algo que hoy en día se puede notar en las premieres de cine y eventos de premiaciones por ejemplo.

Otra particularidad, surge en el comienzo de una tradición dentro del mundo de la moda como lo es el *Fashion Week*, que si bien se celebra en todo el mundo, las ciudades más relevantes son aquellas denominadas como capitales de la moda: París, Londres, Milán, New York, Madrid y Tokyo, entre otras. Así lo cuenta Mendez (2015) quien agrega que el evento tuvo su nacimiento en New York, que es la ciudad que da inicio cada ciclo anualmente y se finaliza con París. A su vez cuenta que a estos eventos acuden los representantes de las principales marcas y tiendas, los redactores de revistas de moda, diversos medios de comunicación y celebridades.

Este importante evento tiene sus orígenes durante la Segunda Guerra Mundial, en 1943, cuando los diseñadores de moda no podían viajar a París, la capital de la moda; así que a la publicista Eleanor Lambert se le ocurrió una gran idea para atraer la atención de los seguidores de los eventos de moda franceses: organizó un evento llamado “Press Week” o “La semana de los medios”, hoy considerado por muchos como la primer Semana de la Moda de New York. (Mendez, 2015)

Así es como nació uno de los más importantes eventos a nivel mundial, el cual generó un cambio sumamente importante para el diseño ya que una de sus finalidades era presentar al mundo los productos de pequeñas casas de moda o diseñadores que

habían sido rechazados en el pasado por las grandes marcas y querían aun así presentar su visión al mundo.

Ya a partir del 1950 en su gran mayoría, y de los más variados diseñadores de autor llegaron a consolidarse y materializar sus reconocidos ateliers convirtiéndolos en la semilla que daría como fruto alguno de las empresas de mayor reconocimiento hoy en día en la industria de la moda, como Cristóbal Balenciaga, Pierre Balmain, y el resurgimiento de Coco Chanel.

En el caso particular de Chanel, en 1953, la misma se encontraba agobiada y consternada por el gran uso de corsetería en la indumentaria femenina, por lo que decidió aplicar una visión rupturista y salir de esta silueta impuesta por el *New Look* de Dior, según relata Kerry Taylor (2013).

Como resultado de dicha consternación, Chanel decidió presentar una colección, en donde como resultado el público y la prensa europea realizaron comentarios hostiles, mientras que por otro lado la sociedad norteamericana aplaudió y exalto los esfuerzos realizados por Chanel. Evidencia de esto se encontró en los comentarios expresados por periodistas afamados de la época, como Bettina Ballard al felicitarla por lo que representaba dicha colección para su mercado. Ballard expresó que Chanel había creado una colección inteligente, de gran utilidad y con mayor importancia, cómoda para el público femenino. De esta manera, Chanel, introdujo así los vestidos de cintura caída, rompiendo con la estructura popular en la época, y los famosos trajes de lana con cuellos y puños contrastantes en blanco, y sus chaquetas bordadas con camelias blancas, acoplándose al estilo particular de la propia diseñadora. Dicha acción demostró la versatilidad de Chanel, adaptándose a los cambios socioculturales y económicos que se vivenciaban en la época para resucitar su propia empresa, respondiendo una vez más a las necesidades de la época.

Logró, nuevamente, a través del empleo de la creatividad innata del Diseño de Autor, el conocimiento de la moda y el estudio de las tendencias del momento, en las cuales la posguerra y el cambio de mentalidad de las masas influyo inmensamente,

posicionándose así entre los nombres más reconocidos dentro del rubro, tanto de la Alta Costura como del *Ready To Wear*, mostrando la versatilidad por parte de ella como diseñadora y lo inclusiva que podía ser hacia un público nuevo que deseaba consumir moda a costos más accesibles.

Sposito relata que: "La ropa ignora prejuicios de sexo, edad, y condición social, mientras millones de jóvenes empiezan a imitar la imagen y las actitudes de sus ídolos" (2016, p. 204). En los años 60's surge un nuevo cambio de paradigma, en el cual se deja de mirar solo a las estrellas del cine y se tienen en cuenta personajes como los músicos, cantantes, modelos y artistas plásticos, quienes influyen a la moda desde un enfoque menos cuidado y filtrado, como en épocas anteriores. Todo a partir de la disconformidad social que aparece en esta época, producto de eventos como la Guerra de Vietnam y el crecimiento de la sociedad consumista como es los Estados Unidos hasta hoy en día.

Surgió una revolución dentro de las editoriales de moda con el surgimiento de Diana Vreeland, considerada la primer editora de moda quien transformo las revistas de moda que simplemente mostraban la ropa y opciones de conjuntos para vestir, en lo que hoy se denominan producciones de moda, con toda la bajada de dirección de arte e ideas que eso trae, según cuenta De la Torriente (2012) lo que hizo de la mano de la reconocida revista Harper's Bazaar.

En 1963, Vreeland dejó *Harper's Bazaar* para dirigir *Vogue*. La revista, menos relevante, se convirtió en un fenómeno en sus manos. Supo incorporar los cambios de los años sesenta. Mick Jagger, Anjelica Huston, Twiggy o Verushka encarnaron su alegato por la belleza de lo diferente (De la Torriente, 2012).

Se puede decir que esto sumado a la expansión de la Semana de la Moda fueron cambios que dieron el aval a los pequeños diseñadores y a una visión más artística y meditada dentro de la moda. A la llegada de Vreeland agrega De la Torriente (2012) : " Convirtió las revistas de moda en un espectáculo en lugar de una guía de consejos". A su vez el diseño de indumentaria evolucionó inter-conectando sus técnicas y discursos con los de otras ramas del diseño y el arte, tal como las artes plásticas,

diseño industrial y la arquitectura, oficios de los cuales extrajo numerosos recursos e inspiraciones que crearon un quiebre en la historia y brindaron otra forma de trabajo, que llega hasta la actualidad, fomentando así el flujo interdisciplinario. Esto lo avala Sposito (2016) quien cuenta que uno de los movimientos que más influenció esta década fue el *Pop Art* y el *Optical Art*, de los cuales se tomó su apreciación en aspectos de colorimetría y forma o líneas, para luego adaptarlo a prendas. Lo cual ayudó a revalorizar el arte y el diseño de indumentaria, y a su vez ayudó a crear una comunidad más unida dentro del diseño. Esta época en particular es relevante ya que aquí fue cuando se empezó a implementar algunos de los materiales, como el plástico y la forma de construcción, como las utilizadas en el diseño de accesorios, ambas características van a ser trabajadas en este P.G. En cuanto a Paco Rabanne, uno de los mayores referentes del final de los 60's, se encuentran descripciones de su trabajo como la de Sposito: "apodado <<el metalúrgico de la moda>>, inventa una prenda de placas metálicas –inspirada en la armadura de los guerreros- unidas con anillas y que se viste sobre la piel desnuda"(2016, p.210). También hace referencia a que sus atuendos estaban inspirados en la carrera espacial y se utilizaban para ser expuestas a través de desfiles o producciones de moda, no eran prendas funcionales para vestir simplemente. Así es como los diseñadores comenzaron a intervenir sus prendas con materiales no convencionales y construirlos con diversas técnicas que se siguen planteando en la actualidad y que influenciaron las decisiones tomadas en este proyecto.

3.2 Desarrollo del Diseño de Autor en la actualidad

La naturaleza del rubro de la indumentaria es descrita por autoras como Grunfeld (1997) diciendo que: "la moda refleja el gusto de una época, los valores, y las opiniones. Indica como la gente piensa en esa época y hasta dónde las fuerzas de la moda actúan sobre la sociedad" (1997, p. 23). Hoy en día, siglo XIX, se advierte una saturación del mercado dada por la masificación de los montos de producción y ventas

a partir de los desarrollos industriales generados por el crecimiento y las mejoras de las tecnologías aplicadas a la industria. Por esto no resulta complicado concebir cómo los diseñadores, quienes dedican su tiempo y analizan detalladamente cada producto antes de lanzarlo, están poniendo freno a los ritmos y las exigencias que se les imponen. Para afirmar esto, la periodista Kantt (2017) agrega: “Sólo basta mirar la cantidad de desfiles que se organizan por año: en enero y julio son las presentaciones *haute couture*, marzo y septiembre están dedicadas al *prêt-à-porter*, y mayo y noviembre son las colecciones crucero.”

Los diseñadores comprendieron que deben ser fieles a la forma de trabajo que desean emplear, sin atender a las demandas de los grandes empresarios que suelen poner presión a los tiempos y cantidades de producción que manejan. A esto Kantt (2017) agrega que quienes más sufrían eran los mismos diseñadores, y que se comprendió que para innovar y crear quiebres en la industria se debe pasar por un proceso creativo que lleva a que el diseñador logre tomarse su tiempo y dejar de lado las tendencias que le imponen las industrias, que solo generaba propuestas repetitivas.

Hay varios aspectos que lograron influir en el mercado para generar esa situación problemática relacionada con la masificación de producción dentro del rubro, entre ellos el avance del uso de la tecnología y contenido audio visual que llegó a cada persona a través de los dispositivos, como celulares y computadoras, los cuales siguen en crecimiento de desarrollo. Según Spósito (2016) los segmentos que solían separar a la sociedad, entre personas cercanas a la moda y quienes solamente se acercaban a ella por necesidades básicas, se están desdibujando porque como en toda nueva generación, nacen nuevas problemáticas y tendencias de consumo. Esta misma autora también plantea que a través del tiempo surgieron distintas variables que fueron dictando el ritmo de consumo de moda que tuvo la población. Los cánones de belleza fomentados por los medios gráficos y visuales como el cine fueron algunos de esos aspectos. Esto fue mutando a través de la historia, casi como un capricho cultural, eligiendo mostrarse o esconderse, se exaltó o se mortificó, se ofreció o se

negó a la vista del público. Se debe reconocer que no es una cuestión que se observe solamente en el género de la moda femenina sino que es donde mejor se ve representado, ya que suele ser bastante particular, fluctuante y ruidoso.

Como cuenta la autora Saulquin (2010): “Para el entretenimiento necesario que predispone al consumo, verdadera raíz de estas exigencias, fue necesario reemplazar entonces a los modelos inspiradores de vida por modelos de moda que pudieran ayudar a imponer la despótica estética de una perfección juvenil.” (p.180). Esto responde a las tendencias generadas por las industrias que producen de forma masiva, las cuales tienen como único fin el conseguir un resultado comercial provechoso, vendiendo así en grandes cantidades. Las empresas han sabido valerse de estas herramientas que favorecen la comunicación y han logrado a partir de diversas estrategias de marketing vender los productos que crean en forma masiva, todo fruto de un minucioso estudio del mercado.

Los referentes identitarios se forman ahora, más que en las artes, la literatura y el folclor, que durante siglos dieron los signos de distinción a las naciones, en relación con los repertorios textuales e iconográficos provistos por los medios electrónicos de comunicación y la globalización de la vida urbana. (Canclini, 1995, p. 95).

La problemática que nace del desuso a través del tiempo de esta característica que ayuda a distinguir las diversas marcas, es en parte por el público que busca pertenecer a lo que el imaginario colectivo considera bello o correcto, y así estos nombres de gran peso dentro del mundo de la moda de alguna manera les dicen quién ser, cómo sentirse y cómo verse, para poder lograr un nivel de autoestima que se genera a través de la aceptación del otro. A partir de esto Saulquin (2010, p. 79) aporta que “se encuentran las personas fondo, cuya inseguridad muchas veces no los deja acceder a la diferenciación personal previamente nombrada. Este tipo de personas elige seguir los modelos impuestos para no alejarse demasiado de los patrones de la moda existentes”.

Algunas de las herramientas de las que se valen para fomentar el crecimiento los nuevos grupos focales de consumo que existen en la actualidad, son las nuevas

plataformas en internet, siendo *Instagram* la más popular. En ellas las marcas pueden promocionar sus productos gracias a que las celebridades o *influencers* hagan publicidad a través su uso. Mau (2018) deja entender que *Instagram* está cambiando la industria de la moda y el tener una presencia fuerte en esta plataforma online es un componente crucial para cualquier marca de moda que aspire a tener éxito, y que el marketing a través de los *influencers* se ha convertido en uno de los métodos más efectivos para crear impulsar las ventas, sobre todo en la industria de la moda.

A causa de la situación creada por la producción masiva que genera el rubro de la moda, los referentes dentro del diseño crearon el término *Fast Fashion*. A este término se refiere la periodista Gold (2018), señalando: “ El *fast fashion* es una táctica para recrear tendencias presentadas en los *Fashion Week*, manufacturando prendas lo más rápido posible y a un bajo costo para que los consumidores promedio pueda comprar prendas con estilo a un precio accesible”.

Esto ayuda a entender cómo se ha llegado a que la saturación de moda, la producción seriada y el ritmo de cambio impuesto por estas tácticas del mercado terminen dañando al diseñador y a su obra. A su vez relata la periodista Kantt (2015): “La búsqueda insaciable de mayores ganancias va en detrimento de la creatividad artística”, teniendo en cuenta que la velocidad y el volumen que se manejan pueden quebrar el proceso creativo que llevan las personas a cargo del diseño en las marcas. Esto se traslada a su vez al consumidor, quien ha sido despojado de toda identidad que intenta construir.

Lo interesante, entonces, sería llegar a nuevas formas que nos hagan sentir más felices, que surjan de reflexiones centradas en los procesos y no tanto en los resultados. Quizá lo lento no tenga que ver con la posesión, sino con el acontecimiento (Saltzman, 2013, p. 93)

Solo siendo fiel a la esencia más pura del diseño puede llegar a lograr una continuidad en el desarrollo de sus proyectos que le resulten favorables para establecer un público fijo que se logre fidelizar con el ideal de cada autor. Ante esto opina Molinari (2017):

“las grandes marcas tienen acotado el diseño, por lo que encuentran en la indumentaria de autor un espacio donde crear.”

El encontrar un espacio no es fácil, pero su misión es imperativa para que la industria siga de pie y las personas entiendan su valor en la sociedad. En conclusión la tarea del diseñador es descrita por autores como Grunfeld (1997) quien explica que deben dedicar su labor a través de encontrar lo que los diferencie del resto, innovar por medio de los proyectos que lleve a cabo, romper con la estética y tendencia comercial de moda, y lograr avances en la industria textil y el campo de la indumentaria. El diseñador contemporáneo no escapa a esta descripción, solo que se le agregan nuevos y velozmente cambiantes desafíos a enfrentar.

3.3 El desarrollo del rubro en Argentina

Para este sub-capítulo se analizará cómo el diseño de autor tomó impulso en la actualidad y como se han comenzado a desarrollar numerosos emprendimientos a raíz del crecimiento en el área.

Según la Fundación Pro Tejer (2015) esta cuestión desembocó en que el diseño de autor en el 2015 llegó a formar una competencia sólida para las grandes industrias de la moda, las cuales en Buenos Aires suelen encontrarse aglomeradas dentro de los numerosos centros comerciales. Para agregar información, Bandera (2015) aportó datos tras estudiar los ingresos por medio de los emprendimientos de aquellas personas dedicadas al diseño de indumentaria dentro de la República Argentina y así es como se logró conocer lo que las empresas dedicadas al diseño de autor facturaron, teniendo como cifra estimativa la superación de 700 millones de pesos argentinos, y ligado a esto llegaron a emplear tres mil personas aproximadamente.

El impacto internacional del cambio de tendencias ante el consumo y producción de moda, pasando por un cambio de paradigma dejando de lado conceptos como el *fast fashion*, el crecimiento en el país logró beneficiar no solo a los diseñadores y consumidores sino a la industria en sí mismo y al mercado del país. La Fundación Pro

Tejer (2016) trabajó en conjunto con el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) y anunció que en el año 2016 se constató que fueron 287 las empresas dedicadas al diseño de autor que se establecieron en el territorio argentino.

El crecimiento del rubro no vino solo con la apertura de marcas que se dedicaran al diseño de autor, sino que fue un cambio global el cual terminó tarde o temprano impactando en la sociedad Argentina. La diseñadora Mariana Dappiano (2015) afirma que : “El diseño de autor aumentó exponencialmente; hoy por suerte, hay un público que lo consume y lo valora”. La licenciada Molinari (2017) habla de cómo las redes sociales ayudaron a impulsar el potencial comercial de los diseñadores, a través de brindar plataformas para poder ofrecer esos productos confeccionados. También se debe reconocer el beneficio de los nuevos medios de comunicación y la exposición de las personas a los mismos genera un flujo de información y nuevos conocimientos que ayudan a los diseñadores, para poder expresar con mayor facilidad las nuevas ideas y los proyectos rupturistas que proponen a través de los nuevos métodos de trabajo que implementan, ya sea al tomarse su tiempo entre colecciones o simplemente a presentarlas en un formato que no sigan las reglas de la industria.

Existe una tendencia mundial de diferenciarse con el vestir. Y la Argentina es un caso interesante porque ofrece una propuesta variada. En los últimos años influyó la oferta formativa, ya que muchas universidades sumaron la especialidad de diseño de indumentaria (Marré, 2017)

Tal como relata Marré, otra herramienta que contribuyó al impulso del diseño de autor, fue la revalorización del oficio a través de las nuevas propuestas brindadas por las universidades en el país. La popularización de la carrera de diseño de indumentaria y textil ha otorgado el espacio para que las generaciones que han comenzado a instalar este rubro en el país pudieran trasladar sus conocimientos a las nuevas generaciones de futuros diseñadores quienes tienen como responsabilidad sostener y proyectar este oficio.

Uno de los ejemplos más notorios dentro del país teniendo en cuenta su recorrido en la industria y su desarrollo creativo es Jessica Trosman. Ella nació en el año 1966 en

Buenos Aires, pero al mudarse a EEUU cuando tenía 12 años decidió completar sus estudios en Diseño de Indumentaria allí. Ganó numerosos premios dentro del país y ha colaborado con diseñadores reconocidos mundialmente, como Karl Lagerfeld quien está a cargo de Chanel, Fendi y su propia marca. En una de sus más recientes entrevistas con el diario El Cronista, realizada por Lorena Pérez (2017) cuenta un poco acerca de su universo y visión, aspectos que traslada continuamente a sus colecciones.

Me inspira mucho lo japonés, lo que es genuino, lo que es arriesgado, lo que es una construcción que no se entiende bien como se hizo pero es interesante. No tiene que ser sumamente loco ni tiene que tener un 3D exagerado, pero sí ser algo interesante a mi ojo y que me de placer ver. (Pérez, 2017).

Sus comienzos sin embargo no fueron bajo su marca homónima sino que fue en conjunto con otro diseñador argentino, Martin Churba, con quien compartió un proyecto durante cinco años. Esto la preparó para tomar su rumbo y abrir *Trosman*, marca que está en los centros comerciales y de la cual a su vez decidió desprenderse en el 2011, según cuenta en su entrevista con María Laura Santillán (2018). Este trayecto da cuenta de la necesidad de la diseñadora de encontrar un espacio en el que se sintiera cómoda, donde pudiera tomar las riendas del proyecto y trabajar a su ritmo. Así es como fundó *Not To be Understood*, su marca actual, como cuenta en su nota Pérez (2017): “Comencé a enfocarme en el desarrollo de textiles, hasta que pude armarme y lanzar JTbyJT. Cuando empecé a dedicarme al desarrollo textil, fui en búsqueda de nuevos horizontes”.

A partir de esto tuvo encuentros con diseñadores de renombre como Rick Owens, quien es oriundo de California y tiene un concepto al diseñar que es similar al de Jessica. Esto funcionó para darse a conocer en el medio internacional y lograr trabajar con diseñadores franceses hasta llegar a colaborar con Chanel. Ante esto le cuenta a Pérez (2017) en su entrevista que :”No es solamente la plata, sino la experiencia de trabajar con otros colegas, ver de qué se trata, cómo lo hacen y sorprenderte al comprobar que es muy parecido a lo que vos hacés”. Con esto afirma que el diseñador

debe tener amor por lo que produce, y no buscar únicamente un beneficio económico, sino valerse de sus talentos para poder superarse y hacer algo genuino, algo que lo represente.

Su relación con el mercado europeo despegó a partir de estos lazos que se establecieron y la ayudaron a dar a conocer a un nuevo público sus trabajos. Santillán (2018) cuenta que ella va dos veces al año a París y tienen un espacio que le permite vender en forma física en Francia, y a su vez pertenece a 30 plataformas en internet que se manejan de manera internacional, lo que hace que se extienda su público en términos demográficos.

Es claro que al seguir su rumbo y seguir experimentando a través de conceptos que no necesariamente son tenidos en cuenta dentro del mundo comercial que concibe hoy en día la moda, la diseñadora llegó a lugares que cualquier diseñador sueña. Es por eso que ella recomienda tomar riesgos a la hora de plantear colecciones.

4- Capítulo 4: Casos de estudio Diseño de Autor

4.1. Variables del Diseño de Indumentaria

Para este capítulo se decidió realizar una presentación de las variables más significativas, dentro del diseño textil y de indumentaria, y a su vez aplicar estas variables en un análisis a dos cuadros con dos enfoques distintos, pero bajo la misma consigna de que los casos elegidos se dedicaran al diseño de autor. Esta selección se armó para poder llevar adelante un análisis, que toma como ejemplo tres diseñadores que hayan tenido influencia en el mundo del diseño de indumentaria a través de la innovación textil, y en el otro cuadro un grupo de tres diseñadores que se hayan enfocado en realizar cambios en las variables relacionadas con la morfología dentro del rubro en el que se encuentra la Sastrería Femenina.

Al abordar este trabajo se han tenido en cuenta determinadas variables que pueden ayudar a la interpretación cada diseñador según las diversas características que hacen al producto final dentro de sus colecciones. Algunas de las variables que sirven para hacer el análisis son el proceso de diseño, la silueta, materialidad y color, entre otras.

Para comenzar la tarea de un diseñador de indumentaria se basa en la transmisión de su visión creativa a través de la tarea de innovar mediante su trabajo, así lo afirma Matharu (2011) quien dice que “Tanto si trabajan por su cuenta como si forman parte de un equipo, deben ser capaces de generar ideas y temas nuevos, y abrir la vía creativa y comercial de sus colecciones”(pág. 98). Se remarca que no obstante el entorno de trabajo el elemento creativo y transgresor debe ser un componente constante en los planteos de todos los proyectos realizados por el diseñador.

Para comenzar se definen brevemente conceptos que se hallan alrededor de las colecciones de indumentaria, a respecto Volpintesta (2015) explica que se suele dirigir teniendo en mente “una temporada, un estilo de vida o un grupo específico de tejidos con un rango de precios concreto, en torno a una idea o tema y para un cliente

objetivo” y que a su vez el tema seleccionado para elaborar puede estar dado en forma visual o conceptual, y también puede rondar en el color.(pág. 209)

A su vez Volpintesta (2015) expresa que en las colecciones de indumentaria se refleja a menudo la época en la que se ha materializado, y esto puede estar dado por “la tecnología, los colores, las tendencias en cuanto a silueta o el contenido visual”, aunque a su vez se puede organizar de forma que agrupe aspectos más universales con el fin de durar más que una tendencia. (pág. 210)

Para comenzar la división inicial se encuentra al establecer que tipo de colección o a que rubro se dedica el diseñador, en el caso de este P.G. aquellos rubros a tener en cuenta serán el Haute Couture y el Prêt-à-porter, teniendo en cuenta que ambos estén ligados a la categoría de diseño de autor para este trabajo ya que se analizarán como las técnicas o las prendas confeccionadas parten de una impronta que genera el individuo a cargo de diseñar.

El punto de partida de cualquier proyecto de diseño es que el diseñador sepa a qué sector de mercado se dirige y conozca bien al consumidor para el que está creando: ¿Alta costura, Prêt-à-porter o mercado de masas? Hay que tomar una decisión y, a partir de ella, empezar a definir el tipo de diseño, la calidad de los tejidos, los colores, los detalles y los métodos de producción adecuados (Matharu,2011,pág. 98).

Tal como se ha explicado, el paso inicial es elegir la dirección en la que se va a dirigir el proyecto de colección, ya que los sectores del mercado son muy distintos y responden a necesidades distintas por parte del consumidor. Esto se realiza puesto que a través de esta subdivisión se obtiene información acerca de las otras categorías, todo con el fin de comprender la finalidad y modalidad de trabajo en cada caso, y así entender las decisiones creativas tomadas por los diseñadores en cuestión. Esto es lo que en un principio ayuda a cualquier persona a comprender el tipo de información no verbal que transmite el saber en qué rubro se encuentra el diseñador y sus colecciones. Luego a partir de esto se comienza a diagramar todo lo relacionado con la parte creativa del desarrollo.

A partir de tener decidido el objetivo, el rubro y la temporada, se comienza a investigar a través paralelamente que se realiza el proceso de documentación, según explica Matharu (2011), en el cual a su vez forman parte ciertos elementos catalogados como fundamentales como lo son la “silueta, líneas, proporción, equilibrio, detalles, funciones, colores y tejidos”(pag.110). Finalmente “Al analizar todos los datos recabados y revisar los numerosos dibujos, esbozos y collages realizados, surgen ideas claras, así como el tema general y el espíritu de la colección” (pág. 110) y allí es donde se debe decidir acerca de cuál va a ser el nombre de la colección, para cumplir con los pasos necesarios para llevar un orden adelante del proyecto iniciado, y luego de finalizar con el orden establecido de entrada se debería comenzar a diseñar explica Matharu (2011).

Un tema, una forma, un movimiento artístico, una nueva manipulación del tejido, bordados, color, motivo, tratamiento o técnica de construcción pueden intervenir en las prendas de una colección para darle cohesión. Un grupo de texturas o de estampados, una referencia histórica o cultural, la exploración de una silueta o los esfuerzos para resolver un problema específico de diseño también pueden ser la base de una colección. Probablemente el factor más definitivo sea la elección de tejidos y adornos con los que se elaborará la colección (Volpintesta, 2015, pág. 210).

Así es como se han descrito algunos de los factores que pueden ser la inspiración que dé comienzo a la investigación para luego materializar todo ese conocimiento en una colección de moda.

El proceso de diseñar, en el sentido más estricto de la palabra, es definido como “el proceso de trasladar el material acumulado a la creación definitiva; con los detalles, las proporciones, los colores y los tejidos”(pag.110) del cual se cree que “se obtendrán combinaciones que irán construyendo un exhaustivo corpus de trabajo”(pag.110) según explica Matharu (2011). Luego explica que se realizan numerosos dibujos para explorar el potencial de la idea al máximo y así poder llegar sentirse satisfecho con el resultado obtenido (pag.110).El fin de tener un extenso proceso previo de exploración es para tener una digestión de la inspiración que sea lo suficiente para utilizarla como sostén del discurso creativo y buscar en ella justificación

para las decisiones tomadas en cuanto a las variables en juego dentro del proceso. La creatividad toma vida a través de las decisiones técnicas que son tomadas a lo largo de la materialización de aquellas ideas que surgen inicialmente.

En cuanto a la estructura de la prenda Volpintesta (2015) expresa que “La moda es una forma de escultura” (pág.21) y agrega que “Sorprendentemente, para crearla se usa un medio pesado (el tejido) básicamente bidimensional, con el que se realizan siluetas y contornos tridimensionales tanto en la superficie de la prenda como en la forma de sus componentes, o en ambos”(pág. 21). Dando así a entender el componente morfológico 3D mediante el cual se hacen presente las ideas del diseñador. Volpintesta (2015) cuenta que no existe un único método para llegar a resultados en el diseño de prendas sino que existen diversos enfoques que pueden ser abordados. A esto suma que técnicamente las piezas de indumentaria surgen a partir de la creación de piezas bidimensionales que al ser unidas forman estructuras tridimensionales, como se ha mencionado previamente (pag.22). Volpintesta (2015) explica que en esta etapa del proceso de creación no hay un método del que parten todos los diseñadores. Es un momento de experimentación en el cual las prendas parten de ser piezas separadas con forma bidimensional, y se busca la manera de unir las para así dar con el resultado de una pieza tridimensional (pág.22), y agrega que “Aunque se representa frontalmente, cualquier escultor nos dirá que la moda, como cualquier otra forma tridimensional, debe considerarse desde todos los ángulos” (pag.29). Es decir que el aspecto tridimensional forma una de las características más importantes en el diseño de indumentaria y sin duda es de los mayores desafíos a tener en cuenta a la hora del armado de una prenda que debe cubrir el cuerpo.

Para tener en cuenta en el seleccionado de las tipologías a trabajar por temporada Matharu(2011) dice que lo más importante “Para crear una colección coherente, equilibrada y armoniosa, hay que elaborar y seleccionar muy bien los diseños” (pág. 112). Es decir que se remonta a lo vital de tras bocetar todas las ideas y definir las

formas a trabajar la selección lleva un criterio por parte del diseñador con la intención de que se halle un equilibrio en el grupo total de las prendas a confeccionar.

El armado del patrón es lo que se encarga de mantener ese orden según Volpintesta (2015), para que las prendas interactúen lógicamente entre sí. Asegura que “El patrón nunca se asocia con lo aleatorio ni lo accidental, sino con esa parte de la naturaleza humana que busca la lógica, reconoce la repetición y se siente cómoda con el orden”(pág. 177). Es decir que ese patrón es creado para que la recepción por el público se haga más amena, ya que en la lógica colectiva va a funcionar mejor una estructura que tenga un patrón organizado. Ese patrón puede estar guiado por el trabajo desarrollado a través de una variable.

Por norma general, la silueta es la que le da a la colección su identidad. Si viene determinada por hombros cuadrados y una cintura entallada, por ejemplo, estos rasgos deberán ser recurrentes en toda la colección, de una forma u otra (Matharu, 2011, pág. 112).

Con esto se hace referencia a la importancia de la silueta en una colección, como puede funcionar como variable diferenciadora de otras colecciones y logra unificar el trabajo del diseñador, pudiendo convertirse en una cualidad de la que se apropie constantemente. Matharu(2011) explica como el elegir una gran variedad de diversas siluetas pueden generar confusión en el público que se fija en el trabajo realizado ya que da una imagen deslavazada en el resultado final (pág.113)

Por otro lado Volpintesta (2015) explica que “Las proporciones exactas de las piezas en relación con el cuerpo, combinadas con el peso o la textura del tejido, proporcionan la silueta, la forma pura con su impacto inmediato” (pág. 30). Aquí se está remarcando que esta variable no se aplica solo en el corte y confección de la prenda, sino que se debe tener en cuenta la combinación de esos factores con otros como las texturas y el peso de la tela que se empleará en las prendas diseñadas.

La moda empieza con un cuerpo. Lo envolvemos en tela, lo encerramos en una prenda y obtenemos un impacto instantáneo. El tamaño de una prenda y el carácter de su forma se perciben de un vistazo: esto es la silueta lo siguiente que vemos son los detalles como los matices de los contornos y los bordes. Para visualizar una silueta, basta imaginar una forma negra contra un fondo blanco (Volpintesta, 2015, pag.32).

Se realiza hincapié en la relevancia de la figura humana para delimitar la silueta, y se remarca la importancia de esta variable ya que suele ser lo primero que se tiene en cuenta desde el primer momento que las personas dirigen su mirada hacia las prendas.

Por otro lado Matharu (2011) está de acuerdo con esta idea y resalta que:

El concepto de la silueta incluye desde la forma que adquiere un cuerpo cubierto con una prenda hasta las formas naturales de la persona que la lleva puesta; en la pasarela la silueta puede tener un fuerte impacto y dejar una impresión duradera (pág.102).

Reafirmando como la silueta es un factor de suma importancia ya que es la forma inicial en la que las personas se fijan al observar una pieza de indumentaria, y puede volverse una característica que logre que las personas recuerden la colección realizada y logren asociarla con el diseñador detrás del proyecto. Finalmente agrega que “De hecho las siluetas suelen protagonizar el primer gran momento; luego vienen los detalles, los tejidos y los acabados.”(Matharu, 2011, pag. 102)

Volpintesta (2015) explica que “Las siluetas de las prendas y del cuerpo pueden caracterizarse como triángulo, cuadrado, triángulo invertido, trapecio, caja, reloj de arena, marcando el cuerpo, en forma de pera, lápiz, capullo, trompeta, flauta, miriñaque, sirena...” (pág. 33). Trayendo a la conversación algunos de los nombres por los cuales se caracterizan las siluetas representadas por los diseñadores, cada una con una característica que la diferencia de la otra pero logrando a su vez asociarlas a los distintos trabajos que se pueden hallar en el rubro del diseño de indumentaria. Sumado a eso hace una aclaración acerca de que “El peso del tejido, la estructura y la infraestructura de la prenda y los acabados se usan para aumentar o disminuir zonas de la silueta” (pag. 35), refiriéndose a como la persona que confecciona la prenda se vale de estas herramientas para poder darle forma a las piezas creadas.

Mientras tanto vale recordar como esta variable ha sido una característica significativa en los diseños a través de la historia, lo cual ha ayudado a ubicarnos temporalmente al visualizar una prenda. Matharu (2011) acerca del tema expresa que:

A medida que ha ido cambiando el tratamiento de temas como la feminidad, la sexualidad, el género, la política o el estilo de vida, los diseñadores han vestido el cuerpo con distintas formas para expresarse tanto <<el pulso del momento>> como una rebelión contra las convenciones (pág. 103).

La silueta es uno de los recursos más mencionados para retratar las transformaciones que ha sufrido la moda a través de la historia, demostrando cambios socio-culturales ligados en gran parte a estos cambios. Esta variable si bien no denota en si una característica que remonte estrictamente al rubro sobre el cual trabaja cada diseñador, se puede relacionar con la visión creativa que lleva cada uno, sobre todo teniendo en cuenta que la silueta femenina ha sido un tema relevante en el pasado dado a los bruscos cambios estéticos que se le ha otorgado a la imagen de la mujer. Esto no quita que a su vez esta pueda ser una herramienta que tomen los diseñadores para experimentar a través de la creación de prendas. Matharu (2011) cuenta que:

Mientras que en el pasado se podría decir que había una imagen característica en cada década, a partir del año 2000 hemos visto ya varias siluetas distintas. Según el diseñador y la marca, las variantes abarcan desde la deconstruida hasta la extremada (pag.103).

Este concepto permite entender como hoy en día las reglas y divisiones dentro de la moda se ven cada vez más desdibujadas y la libertad creativa prevalece ante todo. A su vez se debe tener muy presente que “Ocurre a menudo que un diseñador tiene su propia silueta <<marca de la casa>>”.(Matharu, 2011, pag.103), ya que esto puede inspirar a que las personas hallen una marca registrada en aquellas innovaciones en cuanto a morfología realizadas a través de sus colecciones.

En otra mirada se hallan las proporciones, líneas y el equilibrio en la prenda, y acerca de estos conceptos se inicia con la mirada de Volpintesta (2015), quien cuenta que:

Hay que tener en cuenta que la silueta de moda nunca se define únicamente por la ropa: prendas y los accesorios contribuyen en gran medida a la figura final y a su efecto: la expresión se hace más compleja y los atuendos se crean como formas que se enfrentan unas con otras (pág. 33).

Explicando así como otros factores influyen en la percepción visual que se tiene de la silueta, ya que las formas que se aprecian en el todo del conjunto final no se componen solo de las prendas de manera singular sino de cualquier elemento que se decida unir al finalizar. Así mismo la interacción de cada prenda entre sí cobra valor ya que va creando efectos visuales que nos permiten apreciar la apariencia final de cada atuendo, en otras palabras “Las proporciones relativas de las partes de un conjunto dan como resultado la silueta”(Volpintesta, 2015, pág.33).

Otro aspecto que se suele nombrar es el conocido como línea, el cual Volpintesta (2015) define como “Marca o trazo largo en comparación con su anchura, hecho en una superficie con un bolígrafo, lápiz, herramienta, etc.”(pág. 36) y que a su vez explica que cada hilo, costura o pasada de punto que se encuentren en la prenda se considera línea (pág.38). Volpintesta (2015) agrega que “Las líneas son el resultado de bordes que se encuentran; llevan la mirada a través del tiempo y del espacio, marcado separaciones llevándonos de viaje envolviendo, ajustando, rodeando la forma humana”(pág. 38), es decir que se encarga de guiar al ojo para mostrarle como la prenda interactúan con el cuerpo, teniendo en cuenta que el cuerpo de por sí tiene líneas naturales.

Matharu (2011) cuenta que “La proporción y las líneas desempeñan un papel importante en la silueta, ya que son determinantes para lograr el equilibrio y a armonía que favorezcan y resulten agradables a la vista” (pág.104). Así es como se reconoce que se habla de un todo al hablar de silueta, no se refiere solo a una característica en particular sino que hay numerosos factores que deben ser tenidos en cuenta y que las posibilidades de utilizar estas herramientas son ilimitadas. Como por ejemplo se puede tener en cuenta que “Las proporciones pueden variar en función del efecto deseado, jugando con el largo, el ancho y el volumen” (Matharu, 2011, pág. 104), como a su vez se debe tener presente que la silueta y la línea son conceptos que están ligados estrechamente entre sí, por el hecho de que ambas cumplen con la función de remarcar el corte natural de la prenda (pág. 104). Un ejemplo significativo en el diseño

de indumentaria fue “La cintura baja –que Alexander McQueen popularizó con sus bumster pants (...) al situar la cinturilla por debajo de la cintura natural, los pantalones acentúan el torso y acortan las piernas” (Matharu, 2011, pág.. 104). Esto no solo generó una tendencia que se mantuvo en la primera década de los 2000, sino que generó un quiebre en la perspectiva que se tenía acerca de la proporción en el cuerpo al trabajar, amplió las oportunidades para explorar nuevos horizontes con respecto a las tipologías creadas.

Finalmente se halla el equilibrio como “factor paraguas” según lo relata Matharu (2011), quien explica que esto es así porque este concepto “engloba todos los aspectos que definen una prenda y que resulta imprescindible para armonizarlos”, y cuenta que para lograrlo se necesita repartir de forma equitativa los distintos elementos que se encuentran en el diseño de indumentaria, como pueden ser las líneas, las proporciones, el color, entre otros (pág. 104).

A su vez resalta que “El equilibrio asimétrico es posible, tal como lo muestran las prendas desproporcionadas o deconstruidas que se compensan con elementos de diseño pequeños o grandes en un lugar determinado, o más de uno” (Matharu, 2011, pág. 105). Es decir que el equilibrio no hace referencia solamente a una prenda simétrica, sino que aquellos diversos factores que se han nombrado anteriormente cumplen una función específica dentro de cada diseño, que de acuerdo a como los utilice el diseñador van a crear una armonía visual que puede partir de jugar con la asimetría, pero siempre teniendo en cuenta que “Ese lugar se elige a conciencia y se considera un contrapeso capaz de equilibrar la forma en su conjunto.” (Matharu, 2011, pág. 105), ya que los diseñadores que se especializan en esto “cuestionan y manipulan los principios del equilibrio para expresar una estética vanguardista” (Matharu, 2011, pág. 105), es decir que todo está premeditado con el fin de expresar o crear algo con una intención detrás y subraya que no está mal “Saltarse las reglas puede conferir al diseño una cualidad única” (pág. 105), ya que cada uno posee su método y se pueden llegar a resultados innovadores a través de experimentar

libremente. Pero para poder a su vez tener mejores resultados con respecto a la innovación Matharu (2011) cuenta que las ideas no van a venir por mágicamente sino que se deben cultivar y curar a través de “buscar estímulos visuales, intercambiar opiniones, cuestionarse, comprender y analizar” (pag.97) porque así es como se le da un sentido al lenguaje creativo que se maneja a través de la colección, todos los elementos tendrán coherencia entre sí. Es un espacio dentro del trabajo del diseñador donde se debe estimular la mente, adquiriendo a través de investigar y documentar una diversidad amplia de distintas fuentes de inspiración, que otorgarán herramientas infinitas para poder incentivar la imaginación y que el potencial creativo se explore en su máxima capacidad (pág.97). Porque a su vez esto puede ayudar a la mejorar del resultado final al “incorporar un elemento de sorpresa –ya sea un estampado, una textura o un acabado textil determinado- contribuye a que el trabajo adquiera una nueva dimensión creativa, y evita que la colección resulte demasiado rígida y uniforme”(pág.113).

Una variable a tener en cuenta es la construcción de la prenda. Al respecto Volpintesta (2015) cuenta que “Desde la alta costura a lo tradicional y étnico o hasta los métodos modernos de producción en masa, la construcción, ya sea invisible, o evidente, proporciona, junto a la tela y la figura, las bases para el lenguaje de la moda” (pág.61). Es decir que la construcción también juega un papel importante y que se puede utilizar para comunicar a través de la indumentaria, tanto como con la silueta y la materialidad.

Como contrapartida de la construcción tradicional con respecto a los métodos que se suelen aplicar, surge la Deconstrucción.

Uno de los aspectos más interesantes de la moda de finales del siglo XX fue la llegada de la deconstrucción, que desmontaba los estándares de exclusividad y acabados refinados y exponían los secretos de la industria al mostrar los hasta entonces escondidos acabados exteriores de la prenda y al encontrar belleza en ellos, ya sea en virtud de su cuidadosa ejecución, o por la vulnerabilidad y honestidad que expresan, o para desenmascarar un glamour rígido, brillante e inalcanzable (Volpintesta, 2015, pág. 94).

En esta concepto se plantea la utilización de “Telas desgastadas, bordes desiguales, componentes sin acabar y deshilachados, o piezas y partes sacadas de su contexto”(pág. 94) para poder replantear los objetivos y la asociación de los aspectos de construcción de la indumentaria, explica Volpintesta (2015). En parte uno de los motivos para la utilización de la deconstrucción es la desmitificación del oficio del sastre, para mostrarle al público un mundo de posibilidades que se han reprimido (pág. 94)

Volpintesta (2015) agrega que “A finales de los ochentas y principio de los noventas, Martin Margiela y Rei Kawakubo revolucionaron la moda y empezaron a mostrar sus métodos y estructuras internas” (pág. 97) con la finalidad de que el espectador reconozca y encuentre un nuevo tipo de belleza en la forma de dejar inacabadas, desprolijas, reconstruidas o desplazadas las formas de construcción tradicionales (pág.97).

Pasando a la materialidad de las prendas, esta es una de las características más relevantes para este proyecto y para la mayoría de los diseñadores quienes pueden basar toda una colección experimentando con la materialidad de sus diseños. Matharu (2011) comenta que “Los diseñadores tienen libertad creativa para combinar tejidos y colores en prendas y colecciones” (pág. 110), es decir que aquí se halla otro espacio en el cual se puede explorar el aspecto creativo detrás del diseño. No obstante la materialidad puede estar ligada también a una finalidad de otro índole más que innovar únicamente, es decir la destinación de la prenda sobrepasa los fines de crear algo bello solamente, sino que se le da un fin funcional para la vida. Se pueden hallar casos en los que “No sólo nos proporciona una visión objetiva del entorno, sino que además nos afecta emocionalmente”(pag. 106) explica Matharu (2011).

La función es un indicador de la calidad de una prenda. Cada prenda sirve a un conjunto de valores dentro de las muchas funciones de la moda. En el nivel más básico, los humanos se cubren por pudor, para calentarse o simplemente para adornarse (pág. 85).

Así es como Volpintesta (2015) explica que la función es una variable a tener en cuenta para quienes diseñan indumentaria, ya que “La temperatura corporal y el clima, la libertad de movimientos y el estilo de vida son consideraciones elementales” (pág. 86) a su vez aclara que esto sucede ya que la prenda se utiliza como medio de comunicación no verbal por las personas, y que algunos aspectos que pueden transmitir son “matices como sobriedad, celebración, formalidad, gracia, rebelión, romance, lujo, exuberancia desatada, creatividad, conformidad o simplicidad”(pág. 89) entre otros aspectos.

Esta funcionalidad se puede ver en como “inspiran las formas: mangas, cuellos y pantalones envuelven formas cilíndricas del cuerpo. Las cremalleras y los botones son componentes que sirven para abrir cierres. Los dibujos adornan, los cinturones sujetan y las costuras unen piezas o paneles”(Volpintesta,2015, pág. 85), es decir que aquellos detalles funcionales no se enfocan solo en un aspecto, sino que son pequeños elementos elegidos tras decisiones estudiadas por el diseñador. Por otro lado Volpintesta (2015) explica que los diseños también pueden surgir como respuesta a un enfoque como la “economía, minimalismo, alto rendimiento, rebelión, deconstrucción, futurismo o sostenibilidad” (pág. 89) . También explica que aquellas decisiones de diseño por más que se enfoquen en un aspecto funcional traen aparejados una “herencia tradicional, histórica o cultural, e incorporan señas de identidad como motivos, colores, materias primas, artesanías locales y técnicas o siluetas”. (Volpintesta, 2015, pág. 89).

Otra mirada es el estudio de las prendas según su funcionalidad para con el resto de las prendas que compongan un conjunto ya que “una pieza puede estar diseñada para funcionar encima o debajo de otras o como prenda única, y ser escogida para destacar o para integrarse en un entorno social” (Volpintesta, 2015, pág.89). En general para tener en cuenta lo que se explica es que desde aquellos elementos más básicos dentro de la indumentaria fueron evolucionando por necesidad, como por ejemplo “ Una prenda puede funcionar para sujetar, enmascarar, imitar o distorsionar

la silueta humana o para resaltar, mostrar o esconder la forma del cuerpo” (pág.90), y la industria de la moda a su vez se amolda para generar cada vez diseños más visionarios para responder a estas cuestiones (pág. 91). Es decir que la funcionalidad puede estar dada tanto por aspectos técnicos como por aspectos estéticos dentro del conjunto o la colección, y ver su evolución y la forma en la que el entorno se amolda para ir transformándose de forma equitativa suele ser una constante cuando se estudia el espacio del diseño de indumentaria.

Volviendo al concepto de materialidad se encuentra la colorimetría, al respecto de esta variable Matharu (2011) cuenta que “Durante el proceso de documentación se busca una inspiración inicial de cara a elegir la paleta de colores; los predominantes marcarán el espíritu de la colección” (pág. 106). La selección de los colores a su vez debe estar bajo la consigna de mantener constantes que caractericen al proyecto abordado por los que diseñan, a su vez Matharu (2011) agrega que no debe importar la metodología a aplicar frente a esta selección, sino que se debe tener en cuenta que la distribución sea proporcional entre todas las prendas y se deben tener en cuenta los tejidos a utilizar, para esto se debe estar informado acerca de las cualidades de cada textil y así lograr utilizarlos de manera beneficiosa para cada tipología que se desee trabajar (pág. 107). Se agrega que “Los tejidos tienen sus propias características estéticas, que pueden resultar inspiradoras por su aspecto, su textura o su comportamiento (tacto, caída, etc.)” (pág. 107) y a su vez “El tejido debe adecuarse al propósito de la prenda.” (pág. 109), ya que no se utilizan los mismos tejidos para las mismas temporadas por ejemplo, se debe realizar una selección en la cual se evalúen las cualidades y que funcionen para que luego las personas encuentren comodidad al utilizar las prendas.

Ciertos diseñadores comienzan el proceso de investigación previa realizando un planteo de los tejidos que se desean implementar y con eso se gesta el espíritu de la colección, ya que se define el tema con mayor claridad (pág. 109). También se puede dar el caso contrario en el cual los diseñadores “recopilan información, la analizan sin

saber adónde les llevará y, sobre la marcha, la trasladan a los tejidos y los colores” (pág. 109).

Por último se encuentran las texturas y los procesos que se llevan a cabo para obtener los resultados deseados, y esto también se encuentra ligado estrechamente con el Proyecto de Grado. Las texturas y los procesos suelen ser una decisión en gran parte por el diseñador para poder transmitir su impronta y su visión en los ítems creados. En el caso de este proyecto en un principio se optó por la diferenciación a través de la premisa de tecnología y artesanía, ambas con la finalidad de crear texturas que pudieran ser utilizadas en el diseño de indumentaria de autor.

Una forma de experimentar con técnicas y texturas en un conjunto puede encontrarse al trabajar con capas. Al respecto Volpintesta (2015) cuenta que el trabajar con capas “abre las puertas al juego de proposiciones, puesto que cada prenda tiene sus propias características de longitud, ancho y textura” (pág. 136). Esto es posible ya que “La yuxtaposición de estas cualidades con las de la prenda inferior, con las de la persona que está debajo y con las de la prenda superior puede generar caos u orden, pero siempre cuenta una historia” (pág. 136), es decir que este método de trabajo debe ser estudiado para aplicarlo y que en esa organización se exprese una idea o mensaje.

Algunos diseñadores optan por agregar transformaciones a los textiles seleccionados o mismos agregar adornos. Volpintesta explica que “Los adornos implican un último paso, un toque de acabado, un añadido, pero que debe ser bien meditado” (pág.169), y agrega que esto se halla desde los orígenes de la humanidad, y que la decoración se halla en una fase posterior a la confección de una prenda, excepto cuando estos adornos son la única forma de decoración corporal (pág. 170).

En la moda, una prenda básica puede existir únicamente como soporte del adorno o, a la inversa, el adorno se aplica a la prenda acabada para llamar la atención y atraer la mirada hacia sí mismo y después hacia toda la indumentaria (pág. 170).

El adorno se suele considerar como un acento dentro de la prenda, y muchos se hallan en el límite de ser considerados joyería (pág. 170), según explica Volpintesta (2015), a su vez agrega que “los adornos tienen un nivel mucho más alto de

compromiso: permanecen en la prenda son parte integrante del diseño y por ello merecen una atención minuciosa” (pág. 172). Es decir que la colocación de un adorno suele ser parte del diseño de la prenda, y se debe estudiar la forma de integrarlo, a veces a su vez se puede comenzar pensando en el diseño de ese adorno y luego la creación de la prenda que sirva como canvas para colocarlo encima de ella.

Los adornos pueden constituir finos trabajos artesanales más allá de las técnicas de confección y sastrería, usados de maneras nuevas y sorprendentes. Cuentas, bordados, flores de tela, fruncidos y plisados, por ejemplo llaman la atención sobre un detalle de una prenda o transmiten una historia o un mensaje (Volpintesta, 2015, pág. 172).

Dentro de la creación de un adorno se encuentran nuevos métodos o técnicas a ser usados, Volpintesta (2015) explica que “Los nuevos modelos y tecnologías también proporcionan nuevas posibilidades y tendencias en cuanto adornos -por ejemplo, las tachuelas, vidrios y cuentas fusionados por calor- mientras que las ideas convencionales adquieren nueva personalidad en manos de los creadores” (pág.172). La integración de nuevos materiales también puede darse a través de la idea de agregar adornos para elevar los diseños.

Otra técnica utilizada para transformar el textil es el bordado. Sposito (2014) explica que el material se introduce por medio de finas agujas o ayudándose del *crochet*, que es “un pequeño utensilio con forma de gancho usado en el bordado de Lunéville de tul” (pág. 241). El cual explica que fue una labor iniciada en la villa francesa del mismo nombre y que se requiere mucho tiempo estudiando la técnica y especializándose en ella. Por otro lado “En la época victoriana, las cuentas gozaron de gran favor, dispuestas en graciosas disposiciones florales sobre los bolsos de seda, zapatillas femeninas, cinturones y otros accesorios” (pág. 241), explica Sposito (2014). También agrega que en Francia los estilistas, como Poiret, Ertè y Vionnet, solían recubrir sus vestidos en cuentas que relucían, y se les otorgaba un diseño en forma de patrón de aplicación, que podía ser por ejemplo en franjas, y estos solían ser modelos populares en las salas de baile de todo el mundo (pág. 241). Esto es algo que también se ha trabajado en otras sociedades, como por ejemplo en las tribus aborígenes

norteamericanas, donde el bordado con cuentas era una técnica celebrada entre las jóvenes (pág. 241).

Por otro lado también se pueden encontrar técnicas que partan de la utilización del textil para ser reformulado al mezclarse con otros textiles a través de patterns, también denominado "Patchwork". Sposito (2014) lo denomina como el "Tejido de fantasía obtenido por el ensamblaje de retales de la tela de orígenes diversos para formar una superficie de una sola capa" (pág. 248). Por otro lado Sposito (2014) agrega que al realizar Patchwork se crea una "amalgama de tejidos muy diversos, aparentemente dispuestos sin orden pero combinados con gusto, según las reglas del contraste y la contraposición, produce un efecto general rico y variado" (pág. 248). Esta clase de técnica es una manufactura artesanal, es decir se crean piezas originales, únicas e irrepetibles, y se necesitan que previamente se realice un estudio analizando las posibilidades de ensamblaje de los textiles, teniendo en cuenta la materialidad, peso y consistencia de la tela (pág. 248).

Pasando a técnicas que se pueden formar texturas pero desde herramientas que parten de avances tecnológicos se encuentra el calado láser. Sposito (2014) cuenta que el tejido es sometido a radiaciones electromagnéticas que son emitidas por el láser, el cual se visualiza como un haz luminoso que se encuentra en constante propagación de frecuencias en forma de rayos que se manifiestan de manera unidireccional (pág.290).

Las siglas del aparato significan en español "amplificación de luz por emisión estimulada de radiación", explica Sposito (2014) quien a su vez explica cómo trabaja internamente la máquina la cual "sintetiza un proceso de focalización de la fuente de láser de varias potencias en un haz que es transportado mediante un sistema de espejos planos refractantes dispuestos a lo largo de un recorrido" (pág.290). A su vez agrega que el proceso consta de que el textil se extienda a lo largo de una superficie plana y allí es donde es atravesado por un rayo que es controlado por un software (pág.290). Sposito (2014) agrega que "El tratamiento láser permite obtener tejidos

horadados superficialmente y perforados al mismo tiempo, tejidos laminados y después horadados o calados mediante el diseño láser, con efectos pata de gallo, nube, madera, etc.” (pág. 290). A su vez remarca que el sistema se vale de una tecnología con bajo impacto ambiental y por esta razón es que es muy utilizado en el sector textil en los sectores que se preparan tinte y en aquellos en los que se encargan de realizar acabados (pág. 290).

Por último se debe incluir la participación de la tecnología 3D, ya que su utilización en la moda está en crecimiento y expansión. Gwilliam (2015) cuenta que en los últimos años se han dado exploraciones asombrosas con respecto al uso de estas tecnologías, y que aquellos diseñadores que han apostado por utilizarla se divirtieron a través de su implementación sin darse cuenta que están creando en parte prendas de lo más novedosas y que logran un quiebre en la historia del diseño (par.5). Explica que esta utilización se puede admirar desde los avances funcionales en las prendas, como los que han implementado desde la empresa Nike, tanto como celebrar las cualidades creativas o estéticas que pueden ser aportadas, como se puede ver en la marca Pringle of Scotland en su colección otoño/invierno del 2014 en la cual creó prendas con tecnología 3d que se han calificado de piezas hipermodernas que a su vez se vale de técnicas tradicionales en otras fases del proceso de creación (par. 6).

Por otro lado Gwilliam (2015) cuenta que los avances no se hallan solo en aspectos de crear texturas sobre los textiles ya existentes, sino que en Estocolmo se han iniciado proyectos en los cuales se plantea la creación de un textil que imite el algodón, entre otras telas, ya que son textiles en los cuales se genera un gran impacto ambiental a la hora de producirlos (par. 7). Gwilliam (2015) finaliza explicando que en un futuro se realizarán catálogos de prendas con distintos colores en los que se van a poder personalizar detalles y ordenar con solo un clic, y estos avances están más cerca de lo que las personas piensan (par.8).

4.2 Análisis: Matriz de casos de Innovación Textil

En la primera matriz se han seleccionado diseñadores que son referentes del diseño y de la experimentación textil. Cada caso en particular aporta al análisis distintas variantes y formas de aplicar diversas técnicas de desarrollo de texturas en distintos rubros. Se han seleccionado variantes que ayudan a definir cada diseñador y la marca en la que trabajan lo que ayuda a exponer inicialmente el panorama que se haya en cada caso, luego a través de las variantes pertinentes al diseño textil se describen con más detalle los trabajos realizados por cada uno. A través de esta matriz se logra sostener todas las teorías trabajadas a lo largo del P.G.

4.2.1 Iris Van Herpen (Ficha experimentación textil, cuerpo C)

La diseñadora de Países Bajos, que comenzó su trayectoria en 2008 se ha consagrado como uno de los referentes en cuanto a tecnología abocada a la moda. Iris Van Herpen es la marca de Alta Costura homónima de la diseñadora conocida por sus diseños aplicando tecnología 3D (Ver figura 9, cuerpo C). Ella cita que su inspiración siempre partió de la naturaleza, las aves, la flora y el agua con sus movimientos variados y flexibles son algunos de los elementos que toma para la elección de texturas, colores y formas. Ella también cita el Biomimicry como gran parte de su inspiración, esta técnica se basa en la imitación de la vida natural, por lo tanto ella toma esta herramienta para poder replicar elementos de la naturaleza en sus diseños. Como último elemento a tomar como inspiración está el ser humano y su cuerpo, dado que ella estudio muchos años danza clásica logro encontrar belleza en los cuerpos y los movimientos que realiza (Ver figuras 10 a 12, cuerpo C). Luego más llegado al lanzamiento de su propia marca comenzó a apreciar a la tecnología como respuesta dada por las personas a la necesidad de innovar. (Ver figuras 1 a 4, cuerpo C)

La mayoría de sus diseños encuentran la silueta trapecio o rectangulares (Ver figura 13 y 14, cuerpo C), pero suele experimentar entre varias formas ya que sostiene la libertad creativa. Como la mayoría de sus diseños son vestidos se elabora una silueta

que le permite experimentar con la morfología, como cuando utiliza formas circulares (Ver figura 15, cuerpo C), y al mismo tiempo esto le otorga a las prendas una imagen que puede considerarse apta para presentarse en un museo. A su vez se pueden hallar algunos modelos con línea A (Ver figura 16, cuerpo C), o triangulares, en donde se marca la cintura que delimita las dos partes del cuerpo, torso y piernas. Así la parte superior se encuentra con una morfología más anatómica y la parte inferior se extiende a lo ancho otorgándole otro tipo de volumen.

Los materiales más utilizados por la diseñadora no son convencionales ya que en su mayoría trabaja con TPU 92A-1 o silicona, que son materiales especiales para producir prendas 3D, y son únicos en la variedad de materiales utilizados para este tipo de tecnología ya que aportan flexibilidad y resistencia, lo cual ayuda al fin de crear prendas (Ver figura 17, cuerpo C).

Por otro lado se han usado de la familia de textiles más convencionales materiales como el cuero, paño, tul, organza, seda y algodón. Con estos materiales se han trabajado diversas técnicas que pueden ser aplicadas a muchos textiles. Estas técnicas van desde el calado láser, hasta los plisados, bordados y estampados digitales (Ver figura 6 y 7, cuerpo C).

En cuanto a la paleta de colores más utilizada se puede percibir que se centra en los metalizados y colores que se asocian con las piedras o rocas, por su afinidad con el punto medio entre la adaptación de la naturaleza y la tecnología a sus prendas (Ver figura 18, cuerpo C). Luego en los últimos tiempos se pudo ver cómo comenzó a usar en otros textiles una variedad de colores saturados pero profundos que aportan acentos de color a sus colecciones, y en su mayoría se da en textiles convencionales a los cuales aplica técnicas como plisados y o directamente obtiene el color gracias a estampados (Ver figura 8, cuerpo C).

Sus trabajos más significativos han sido de la mano de la tecnología 3D, sin embargo ella explica numerosas veces como en sus comienzos cuando se encontraba estudiando se rehusaba a tener de por medio una computadora para realizar sus

diseños, pero con el tiempo se dio cuenta que la tecnología le brindaba nuevas posibilidades para innovar en el rubro del diseño de indumentaria. A su vez explica que le da la posibilidad de formar estructuras más esculturales, las cuales muchas fueron presentadas en museos dados al detalle de su construcción (Ver figura 20, cuerpo C). Por otro lado ha aplicado la tecnología en otras técnicas como el calado láser y la estampación para transformar los textiles convencionales en piezas más complejas (Ver figura 19, cuerpo C). También ha utilizado técnicas trabajadas de forma artesanal al utilizar plisados y bordados, claro que estas técnicas luego dieron resultados visuales que hacen referencia a una utopía futurista que suele ser una constante en el trabajo de Iris Van Herpen. (Ver figura 5, cuerpo C).

4.2.2 Paco Rabanne (Ficha experimentación textil, cuerpo C)

El legendario diseñador que comenzó un imperio de indumentaria y perfumes se abrió del emprendimiento y a partir del 2013 el director creativo del sector de diseño de indumentaria es Julien Dossena el diseñador francés, y se encuentra a cargo hasta el día de hoy (ver figura 21, cuerpo C) . En cuanto a la bajada de diseño Dossena se amolda a la marca y a la actualidad (ver figura 22 y 23, cuerpo C). Busca traer la esencia del Paco Rabanne de los sesenta y darle un giro para que la juventud encuentre piezas que pueda utilizar y no sentir que se está haciendo alusión a prendas vintage. Principalmente la juventud y el espíritu de libertad de los jóvenes es el principal referente de la marca, más allá de acudir a registros históricos de la moda de vez en cuando, esto se puede ver en la elección de mezclar prendas que rozan la Alta Costura con prendas que pueden ser vistas en el Casual Wear o el Sportswear, algo que los jóvenes tienen muy presente en la actualidad, ya que optan por mezclar lujo y confort (ver figura 21, cuerpo C).

La silueta más trabajada es la rectangular, aunque también se pueden apreciar líneas A. La silueta rectangular sin embargo es la más utilizada ya que la mayoría de sus diseños se basan en la caída dada por los textiles utilizados, como la plancha metálica

que por su peso cuando se aplica a faldas o vestidos cae sin formar volumen alguno salvo aquellos naturalmente dados por el físico de quien lleve la prenda (ver figura 24, cuerpo C). Al tener referencias de los sesenta la línea A suele hacerse presente en muchos de sus diseños en los que se utilizan tipologías como los vestidos mini que se apreciaban en esa época del *Swinging London* del que formó parte en los inicios Paco Rabanne (ver figura 25, cuerpo C).

Los materiales más utilizados son el *Mail Chain* o tela/plancha metálica y el Moulé Giffo, que era un plástico muy utilizado en los sesentas, estos dos materiales son aquellos que diferenciaron a Paco Rabanne en un comienzo por eso la utilización sigue siendo vital ya que forma parte del ADN de la marca y sigue siendo un diferenciador en el mercado de la indumentaria (ver figura 26, cuerpo C). A pesar de distinguirse por los materiales no convencionales como el metal y plástico, la marca a su vez opta por integrar textiles como el algodón, seda, terciopelo, lana, neoprene, nylon y telas bordadas enteramente en lentejuelas (ver figura 27, cuerpo C). Esto logra ampliar la variedad de tipologías a utilizar y logra brindarle la oportunidad a un público que opte por textiles convencionales para combinar con otras piezas más complejas como aquellas de metal.

La paleta se centra en la utilización de tonos metálicos, como el plata y el dorado, y colores iridiscentes, como aquellos que se forman cuando se realizan bordados de cristales (ver figura 28, cuerpo C). Por otro lado se han utilizado muchos tonos neutros y colores saturados y estampados, que hacen referencia a los colores utilizados en los sesenta, para otorgar acentos entre los metalizados que se hallan entre las prendas.

Las técnicas más utilizadas son aquellas mallas metálicas confeccionadas a mano, esta confección manual es una constante en el trabajo de Paco Rabanne ya que muchas piezas de atelier tienen esas terminaciones (ver figura 29, cuerpo C). Luego se encuentran el calado láser y la termo fusión, utilizados para crear texturas en las prendas (ver figura 30, cuerpo C).

Como a su vez en las últimas colecciones se ha trabajado reiteradas veces con bordados como detalles en prendas, la utilización de detalles que brillen o metales ha sido una constante en la renovación de la imagen de Paco Rabanne, con la intención de llevar prendas a tener parte de la esencia de la marca aunque no estén confeccionadas enteramente de los materiales con los que más se asocia a la empresa.

A su vez una técnica muy trabajada por el diseñador Dossena es la utilización de la superposición de capas de distintas materialidades para generar un efecto visual placentero (ver figura 31, cuerpo C). A través de las colecciones se ha mostrado constantemente un desarrollo visual alcanzado por la selección previamente estudiada de los textiles, teniendo en cuenta la composición, peso y colorimetría, y hoy en día es uno de los aspectos más atractivos de la marca ya que logra un equilibrio placentero y estéticamente innovador para aquellos jóvenes quienes tienen intereses tan amplios en cuanto a gustos.

4.2.3 Tramando (Ficha experimentación textil, cuerpo C)

Tramando es una marca que tiene como director creativo al argentino Martin Churba desde que abrió en 2003. Tras haberse separado de sus socios abrió este emprendimiento para realizar un proyecto en el cual pudiera experimentar a través del textil y formar un laboratorio en el cual se busca siempre innovar a través de la creación de nuevas texturas para aplicar a las prendas que confecciona (ver figura 32, cuerpo C).

Su inspiración es el arte, la tecnología, la sociedad y principalmente su target. Su público principalmente es de mujeres, se apunta a una persona activa, que vive un estilo de vida de ciudad y es segura de sí misma. En otras palabras se inspira en la mujer trabajadora que se encuentra en movimiento constantemente llevada por el ritmo de vida de la ciudad de Buenos Aires. A su vez incorpora ciertos elementos

lúdicos para despertar nuevas sensaciones y desestructurar a la uniformidad que se suele encontrar en la sociedad (ver figura 33, cuerpo C).

Por lo general se basa en siluetas rectangulares y de línea A, y a su vez las tipologías más trabajadas son vestidos en forma de túnicas, por lo tanto la forma rectangular se ve claramente en la caída del textil y en ciertas ocasiones se aprecia la línea A al ceñirse la cintura, lo cual le otorga una forma más femenina a las prendas. Por otro lado también experimenta con otras tipologías como los pantalones, faldas, tapados, tops y buzos. A través de tomar tantas tipologías diversas y en cada una de ellas experimentar con los textiles que las conforman decide aplicar técnicas de *styling* como la superposición para generar un efecto visual en el que se aprecia como los textiles se entrelazan entre sí al formar parte de distintas prendas (ver figura 34, cuerpo C).

Las telas más utilizadas son de materiales sintéticos hasta fibras naturales. Es decir se puede apreciar la incorporación del algodón prima, la seda, el lino y la lana cashmere y mohair, entre otras. Esta amplitud de materialidad otorga la posibilidad de transformar cada textil de distintas maneras y hasta combinarlos entre sí (ver figura 35, cuerpo C).

La colorimetría varía según temporada, pero en general se guía por la utilización de estampas con colores saturados claros y profundos, a su vez que mantiene como constante los tonos neutros para poder combinar las prendas (ver figura 36, cuerpo C). Algunas de las técnicas utilizadas son el teñido de seda artesanal, la estampación a través de la sublimación del textil y la termo transferencia. Por otro lado se realizan también aplicaciones de piedras y ornamentos sobre las prendas confeccionadas, se trabaja con técnicas como el fieltro, los plisados, y hasta se ha realizado patchwork, técnica conveniente para cuando se trabaja con un abanico de textiles y texturas tan diverso (ver figura 37, cuerpo C).

Como análisis de esta matriz se puede apreciar la constante de la utilización de materiales y procesos tan diversos pero al mismo tiempo con la intención de elevar los

trabajos, inspirar a las personas y apuntar hacia los avances y el futuro. Ya sea a través de la Alta Costura o el Ready to Wear, hoy en día la experimentación textil no le pertenece a un rubro específicamente, sino que se ha dispersado a través de las distintas categorías por necesidad y a su vez por la libertad otorgada por el público que no se limita a la utilización de prendas de un solo rubro sino que decide experimentar y abrirse a nuevas experiencias que vayan de la mano con la innovación que se puede encontrar a través del desarrollo de texturas y textiles poco convencionales. A través de los años la apreciación por la moda ha aumentado lo que deja una posibilidad por los distintos rubros a abrirse y adoptar cierta flexibilidad para abarcar a los diversos intereses del público que se ha criado con medios de comunicación que les muestran los modelos de las pasarelas más fastuosas, por esto es que muchas marcas adoptan cada vez o técnicas más complejas ya que a su vez las categorías más accesibles para las personas de clase media han podido acceder a textiles y texturas cada vez más elevadas.

4.3 Análisis: Matriz de casos de Sastrería Contemporánea

En esta matriz se ha realizado un análisis a diseñadores de indumentaria y su trabajo dentro la marca correspondiente, el cual se ha visto influenciado por la Sastrería Femenina. A lo largo del desarrollo se han seleccionados variables pongan en contexto a los diseñadores, y a su vez se han seleccionado variables que permiten analizar más detalladamente el trabajo en cuanto a la morfología de sus diseños.

“El arte de la sastrería, una especialidad profesional muy apreciada, atrae cada vez más nuevos talentos que se dedican a la producción de colecciones cápsula, series de edición limitada altamente innovadoras, y permite a los jóvenes estudiantes de moda y diseño textil desarrollar su inventiva y creatividad”.(Volpintesta, pág. 3)

En este caso puntualmente se han analizado aquellos trabajos en cada colección más enfocados en la sastrería, dado que es uno de los aspectos fundamentales de este P.G.

Se han logrado rescatar elementos significativos en cada caso, que ayudan a sostener toda la teoría que se ha descrito previamente en los anteriores capítulos.

4.3.1 Alexander McQueen (Ficha Sastrería Contemporánea, cuerpo C)

A partir del fallecimiento del diseñador que le da nombre a la marca en 2010, Lee Alexander McQueen, lo suplantó la diseñadora Sarah Burton. Ella lo habría acompañado a lo largo de su trayectoria y ha aprendido detalladamente el método de trabajo y el universo de inspiración. Mantuvo al cliente que sigue a McQueen se sus inicios y a su vez logró captar a un grupo más amplio y joven al crear piezas más modernas, femeninas y sofisticadas (ver figura 38, cuerpo C).

Gran parte del universo McQueen se centra en la cultura inglesa, en la realeza y las prendas que han vestido, especialmente en la época de Elizabeth I. Por otro lado, como contraposición toma elementos del Punk inglés, haciendo alusión a una contradicción entre los excesos por parte de la vestimenta de las reinas y lo casero o artesanal que se halla en el movimiento punk. A parte de estos dos mundos antagónicos, halla inspiración en temas como la naturaleza, se puede ver en su uso de plumas, también en temas más conceptuales como la muerte o la tecnología (ver figura 39, cuerpo C).

En cuanto a las siluetas trabajadas en su mayoría se encuentra la línea A, dado que gran parte de su inspiración parte de la corsetería (ver figura 40, cuerpo C). Se acentúa la cintura en la mayoría de sus diseños, algo que se ha mantenido a lo largo de los años. Aunque se hayan cambiado ciertos detalles, la cintura y el busto es algo que se encuentra de manera más anatómica en los diseños de Alexander McQueen, y se separa del resto del cuerpo, que se puede hallar sus terminaciones de ruedo en forma de rectángulo o trapecio (ver figura 41, cuerpo C).

Las tipologías más utilizadas son aquellas que parten de la sastrería, rubro al que el fundador de la marca ha acudido desde sus comienzos porque se formó en lugares como Savile Row, reconocido por confeccionar los trajes icónicos de la sastrería inglesa. Por ello en las colecciones suelen incluirse sacos, chalecos, tapados,

pantalones, camisas, entre otros (ver figura 42, cuerpo C). A su vez al experimentar con piezas que rozan la Alta Costura se han incluido vestidos y faldas que mantienen la regla de acentuar la cintura (ver figura 43, cuerpo C). En cuanto a las prendas en general se opta

por transformar esas tipologías clásicas desde la moldería y la combinación de telas que no son propias de la sastrería para generar piezas únicas siguiendo con la inspiración que caracteriza a McQueen.

La materialidad siempre es variada, pero en general en sus colecciones se pueden hallar lanas y paños aplicados en sastrería, al mismo tiempo que en aquellos diseños más cercanos a la Alta Costura se puede apreciar terciopelo, seda, organza, entre otros. Como constante y ADN de la marca se hallan el cuero, el guipur, las plumas y las telas bordadas a mano, utilizadas en su mayoría como detalle para agregar versatilidad a las prendas a través del textil (ver figura 44 a 48, cuerpo C).

Por último la paleta de colores utilizada ronda en el negro, blanco, crudo y otros tonos neutros, que parten de la inspiración inicial de la muerte y el punk. A su vez se caracteriza por utilizar acentos de color como el rojo y el dorado, haciendo alusión a la realeza, y en menor cantidad otros colores primarios que se suman para participar como acentos de color (ver figura 49, cuerpo C).

4.3.2 Céline (Ficha Sastrería Contemporánea, cuerpo C)

Céline es una marca que se ha especializado en Ready to Wear y accesorios de cuero para mujer (ver figura 50, cuerpo C). En 2010 se colocó a la diseñadora inglesa Phoebe Philo como directora creativa, antes precedida por diseñadores como Michael Kors. Se decidió optar por Philo por su visión moderna y práctica. Ella tomó referencia de los comienzos de la marca, para serle fiel al ADN detrás, pero a su vez se inspiró mucho en el público, una mujer que trabaja y necesita poder confiar en las prendas que usa para que la acompañen a lo largo del día. Por ello Philo decidió priorizar la calidad y el pragmatismo de las prendas, además de considerar que sean piezas

duraderas no solo en cuanto a materialidad sino en estilo, que se puedan combinar y mantenerse como un básico en los guardarropas de cada mujer (ver figura 51, cuerpo C).

La silueta que trabaja en la mayoría de sus looks es rectangular, se puede ver a través de los desfiles como los largos y las prendas poco entalladas realzan una figura alargada y sin curvas marcadas, la mayoría de las veces esto se da también por las prendas que se hallan en tamaños ensanchados u *oversize*. También en menor cantidad se encuentran prendas con línea A en las que se marca la cintura para crear un efecto visual en el que se parte al cuerpo en dos y puede verse como las terminaciones varían, pero en el caso de Céline de Philo la mayoría mantienen una caída rectangular (ver figura 52, cuerpo C).

Gran parte de las tipologías que se usaron en este periodo fueron piezas sastreras, como saco, tapado, pantalón, camisa, y también se pudo ver a su vez faldas y vestidos y el icónico poncho, que se vio como una constante en el legado de Philo. Todo con el fin de retratar a una mujer trabajadora, que mantiene su lado femenino y elegante, pero que presenta una imagen profesional y cómoda para realizar las actividades que se le presentan (ver figura 53 y 54, cuerpo C).

En cuanto a la materialidad se percibe el uso del cuero como una constante que hace alusión a los comienzos de Céline como marca de accesorios y carteras. Luego se puede ver también uso de textiles como la lana, paño, pieles, bouclé, poplin, algodón, seda, organza, entre otros. La calidad es algo que prevalece en la escala de valores de Philo, ya que una de sus finalidades era crear conjuntos duraderos en el tiempo para el público que comprara sus diseños (ver figura 55 y 56, cuerpo C).

La paleta de color estaba dominada por tonos neutros, por el negro, blanco y colores dentro de la gama de los nudes. A su vez se puede hallar gran uso del verde militar, el azul marino y otros colores de tonos oscuros. Esta paleta está organizada con el fin de crear piezas clásicas y combinables entre sí, por eso los colores son pensados para que vivan más allá de las tendencias del momento (ver figura 57 a 59, cuerpo C).

4.3.3 Nous Etudions (Ficha Sastrería Contemporánea, cuerpo C)

La marca nace en 2014 de la mano de la diseñadora argentina Romina Cardillo quien hasta el presente sigue siendo la directora creativa detrás de cada colección (ver figura 60, cuerpo C).

La inspiración constante detrás de Nous es la naturaleza, el arte, el amor y las personas, ya que busca concientizar y crear cambios en cuanto al impacto medioambiental que tiene la moda. También propone como elemento característico de sus trabajos la comodidad y funcionalidad de las prendas confeccionadas. A su vez se mantiene como propuesta o finalidad de cada trabajo integrar la experimentación textil y morfológica para poder innovar (ver figura 61, cuerpo C).

Se trabaja la silueta rectangular, cuadrada y trapecio, al derecho o invertido, dependiendo si se quiere resaltar hombros o no. La mayoría de las prendas tienden a ser *oversize* por lo tanto se alarga la silueta generando una figura rectangular, o se agrega tela a lo ancho generando proporciones volumétricas en los hombros y se vuelve una silueta cuadrada (ver figura 62, cuerpo C). El *oversize* es una constante a lo largo de las colecciones, ya que se busca la comodidad y la movilidad de las mujeres que utilizan Nous Etudions, porque se considera que son personas que trabajan y realizan actividades por lo tanto necesitan que las prendas sean funcionales para vivir su vida en ellas (ver figura 63, cuerpo C).

La sastrería es emblema de la marca, de la mano de sus icónicos abrigos *oversize*, por lo tanto la mayoría de las tipologías que se utilizan salen de ese rubro (ver figura 64, cuerpo C). Se utilizan sacos, tapados, camperas, pantalones, camisas, remeras, tops, vestidos y faldas para alterar los largos y tamaños a su gusto a través de la experimentación morfológica, al mismo tiempo que se utiliza la superposición para armar conjuntos que sean atractivos a la vista, y dado que se trabaja mucho con el *oversize* no es difícil combinarlos entre sí con aquellas prendas que sean más anatómicas, que existen en menor cantidad para poder generar un equilibrio en los conjuntos (ver figura 65, cuerpo C).

En cuanto a los textiles utilizados, algo que caracteriza a la marca son los Biotextiles, es decir textiles creados en laboratorios con el fin de volver a las prendas productos sustentables (ver figura 66, cuerpo C). Esto va de la mano con la narrativa inicial de que una de sus finalidades era realizar un cambio a través de sus diseños para ayudar al medio ambiente, la marca en un comienzo era presentada como vegana, por el hecho de que no utilizaba elementos que nacieran de la explotación animal, pero con el tiempo fue integrando otras variables que sumaron la finalidad de no afectar al planeta a través de la contaminación. Por otro lado se utilizan también el paño, textiles que imitan al cuero y pieles (todo sintético), terciopelo, gabardina satinada, neoprene y textiles 100% sustentables varios (ver figura 67, cuerpo C).

La paleta de colores se halla compuesta de colores saturados como el rosa, azul, rojo, amarillo, verde, entre otros. También tiene variantes en blanco, negro y nude, para equilibrar (ver figura 68, cuerpo C). Utiliza en gran medida el *Color Block*, técnica mediante la cual organiza a los colores en la colección en forma de bloques o de conjuntos enteros, para generar un impacto visual en el que se aprecie el color en su forma pura. Por otro lado también ha experimentado con estampación, pero manteniendo la utilización de colores saturados, y utilizando las estampas en bloques o en grandes cantidades del textil en la ropa, que pueden llegar a abarcar todo el conjunto (ver figura 69 y 70, cuerpo C).

Como conclusión se puede apreciar como estos diseñadores se proponen como fin la experimentación morfológica en pos de realzar la belleza femenina, teniendo en cuenta a una mujer fuerte, que domina, que trabaja y realiza actividades para salir adelante, ya no se trata sobre una figura delicada y sexualizada, sino de una figura fuerte que se impone y que a su vez no obedece a los deseos de nadie sino a la comodidad propia y a innovar a través de la sastrería que solía ser un rubro utilizado en gran mayoría por los hombres. De la mano de estos diseñadores se puede ver una intención que es la de acompañar e impulsar a la mujer a través de vestirlas con sus

diseños que están pensados para una persona que trabaja y vive con prendas que le son funcionales.

Capítulo 5: Creación de colección cápsula

En este capítulo se desarrollará el resultado del P.G. que consiste en la creación de una colección cápsula basada en el diseño de 6 conjuntos en los que se implementa la Sastrería Femenina en la que se experimenta con el calado láser y materiales no convencionales. Se consideran, a su vez, elementos de la Alta Costura, como el trabajo manual realizado para desarrollar texturas que se relacionan con la bajada de diseño elegida. A lo largo de tres subcapítulos se realizará una explicación detallada que incluirá las elecciones de inspiración, el trabajo de desarrollo morfológico y el desarrollo textil como cierre del proceso de diseño. En el caso son dos elementos que se toman en cuenta; por un lado, la pandilla denominada como Sukeban que se ubica en los años setenta en Japón, integrada -en su mayoría- por chicas de colegio que rompían con los estereotipos de la sociedad en ese momento, mostrando una imagen más fuerte y peligrosa de la mujer japonesa. Por otro lado, se selecciona a Verner Panton, arquitecto y diseñador danés, influyente en los años sesenta y que es considerado como transgresor y rebelde, ya que rompió con las tendencias en diseño de muebles e interiores que se hallaba en esa época. En estos casos, se puede apreciar una curación del legado que han dejado tanto las Sukeban como Verner Panton, con decisiones que si bien no están ligadas totalmente, permiten apreciar en ambos casos la originalidad y necesidad de separarse de la moda contemporánea en esos años. Como consecuencia, surge la creación de nuevas tendencias que han marcado una diferencia y siguen inspirando la moda hasta el día de hoy. A su vez, estos temas se han seleccionado también para dos variables distintas dentro de la colección a crear. En un caso, la tribu japonesa se ha elegido para formar parte de la inspiración directa de los aspectos morfológicos y las transformaciones de moldería que se perciben en la colección. Luego, los elementos tomados del diseñador Panton han sido utilizados en la parte de experimentación textil, en la cual también influyeron aspectos como la materialidad y colorimetría manejada por el diseñador, tanto como la utilización de patrones para diseñar y las formas que se hallan entre sus diseños.

5.1 Partida de diseño de la colección: *Unapologetic*

5.1.1 Sukeban

Inicialmente se debe hablar de la bajada de diseño que se ha seleccionado. En este caso se trata de los dos componentes correspondientes a las dos variables desarrolladas en el Proyecto de Grado. Por un lado, para trabajar los aspectos morfológicos se eligió a la tribu urbana *Sukeban*, mientras que para el desarrollo textil se optó por tomar elementos presentes en los trabajos del arquitecto y diseñador industrial Verner Panton.

Para darle inicio a esta explicación se debe comenzar por las denominadas Sukeban, palabra que se traduce a chica delincuente o chica jefa del Japonés. Healey explica que este término en inglés se conoce como *girl boss*, un adjetivo que suele usarse en aquellas mujeres que rompen con el estereotipo femenino relacionado con la delicadeza y la sumisión (2015, par.2). Asimismo, agrega que estas pandillas callejeras formadas por mujeres es algo que comenzó a gestarse a fines de los años sesenta, frente a la disconformidad que causaba que las pandillas existentes fueran exclusivamente compuestas solo por hombres. Es así que deciden crear una identidad propia (2015, par.2).

Vásquez (2017) explica que como contrapartida del movimiento hippie que nace en Estados Unidos en los sesenta, a lo largo y ancho del mundo surgieron grupos que decidieron tomar su propio camino y adoptar reglas que rompieran con el discurso pacifista que se había popularizado. Agrega que “No por nada a los delincuentes juveniles se les llamaba *yanki*, pues combinaban la estética de Grease con iconografía japonesa y una nueva rebeldía que intentaba desafiar a las figuras de autoridad. Entre estos distintos grupos, nacieron las Sukeban” (2017, par.1). Como en las pandillas que surgieron inicialmente se excluía a las mujeres, quienes se cansaron de esa situación decidieron formar sus propios grupos, pero solo de chicas (Ver Paneles de inspiración Sukeban, Cuerpo C).

El género nació dentro de las calles de Tokyo, donde una ola de pandillerismo hizo que las mujeres no se quedaran atrás, usando como vestuario representativo el mismo uniforme escolar japonés, o seifuku, de la escuela de procedencia pero modificado (Calzada, 2016, par.3).

Así es como las jóvenes de secundario en esa época encontraban un elemento que las uniera y a su vez al modificarlo pudiera separarlas de la imagen de la estudiante clásica japonesa.

Vásquez cuenta en más detalle que “La actitud pendenciera era acompañada de uniformes que ellas mismas alteraban, con larguísimas faldas y poleras recortadas que mostraban el ombligo, jugando con la sexualización de la escolar japonesa que, para sorpresa de nadie, existía en la época” (2017, par.3). Teniendo en cuenta esta información se ha tomado parte de la iniciativa por alterar la vestimenta, que en el caso de estas mujeres eran uniformes, para crear una nueva imagen que otorgara otro sentido de pertenencia y además, emitiera otro mensaje. Así es como en este caso la vestimenta se adapta como medio de comunicación entre un mismo grupo y para el mundo. A través de este concepto se ha elegido el trabajo de la sastrería como tal para contar parte de la historia de este grupo adaptándolo a la sociedad actual, para incluir la premisa más básica que se elabora a través de la creación de una nueva vestimenta, que sería el hacer algo de mujeres para las mujeres.

Calzada cuenta que “Entre las capas de ropa, las Sukeban ocultarían armas, navajas, cadenas y cualquier otra cosa que uno debe tomar más en serio que un yo-yo, como lo es el caso del manga japonés escrito por Shinji Wada, ‘Sukeban Deka’”(2016, par.4). Agrega que en esta historia la protagonista llamada Asamiya Saki decide infiltrarse en escuelas secundarias de Japón con el fin de investigar e intentar detener a aquellos que llevaran a cabo actividades criminales, y como arma de elección llevaba consigo un yo-yo hecho de metal (2016, par.4).

Vásquez explica que “Juntas, buscaban crear su propio concepto de feminidad, evitando el maquillaje y con la apropiación de un estilo normalmente asociado a lo

masculino, formando así una estética particular que pronto captaría la atención de los medios japoneses”(2017, par.5). Healy aporta que más allá de la reputación criminal que tuvieran estos grupos, la cultura Sukeban estaba centrada en un sistema de creencias basado en que más allá de lo que hicieran lo principal es que las mujeres estarían al frente esta vez (2015, par.7). Por otra parte, cuenta que en cierta medida, detrás de las faldas largas, puede esconderse una reacción en contra de la revolución sexual de los sesenta, como medio de protección para demostrar que las existencia de las chicas no estaba definida por los deseos de la mirada masculina (2015, par.7). Esto forma parte de la justificación de selección de este grupo, más allá de los conceptos asociados a la actividad criminal y violencia, se elige reinterpretar de manera positiva el legado Sukeban, rescatando el fortalecimiento de la imagen femenina y el desarrollo a través de elementos relacionados con lo estético como esencia del movimiento formado por estas mujeres. La elección de tomar elementos de este grupo está directamente ligado con su interés por la imagen y el mensaje que transmitían. Este mensaje se liga a la idea de la fortaleza femenina equiparada con la fortaleza masculina, por eso deciden optar por la transformación de la silueta y la morfología. Este es un elemento que se extrae directamente de las Sukeban y se decide aplicar a esta colección a través de la modificación de las prendas sastreras existentes, y la modernización del uniforme que llevaban las estudiantes japonesas en los setenta.

Para el mundo occidental, cuenta Healy (2015, par.3), el uniforme escolar japonés con estilo marinero se popularizó con series como Sailor Moon. Mientras que la utilización de esta vestimenta es algo tradicional para los jóvenes de Japón, ya que se usan desde principios del siglo XX (2015, par.3). También agrega Healey que una vez que estas chicas se graduaron y se identificaron con las Sukeban, continuaban usando sus uniformes modificados, y los bordaban con escrituras en kanji o rosas, entre otros dibujos, todo esto se asociaba con el movimiento Punk que se iba viviendo en otras partes del mundo (2015, par.4). Este ha sido otro de los elementos que han marcado

el diseño de esta colección dado que ha inspirado la elección del bordado de las prendas con piezas que desde lejos se pueden apreciar al ser puestas verticalmente simulando la escritura en kanji, la cual se hace tradicionalmente en forma vertical.

5.1.2 Verner Panton

Como segundo elemento utilizado en la bajada del diseño de esta colección final, se ha seleccionado al arquitecto y diseñador de muebles e interiores, Verner Panton.

Guimapang cuenta que sus icónicos diseños lo han llevado a ser uno de los diseñadores de muebles e interiores más innovadores de la historia (2019, par.1). Añade que se lo solía denominar como el chico malo o rebelde del diseño danés, ya que sus creaciones rompieron con los convencionalismos que se hallaban en el diseño escandinavo (2019, par.1). El autor cuenta que Panton creía que los diseños inteligentes deberían estar al alcance de las masas, y no solamente para aquellos adinerados que pudieran adquirir las piezas de diseño (2019, par.1). Tal como en el caso de las Sukeban, el aspecto rebelde y la intención de romper con las tendencias contemporáneas a sus respectivas épocas y a las sociedades en las que se encontraban, son el hilo conductor que puede llevar a cobrar sentido en la elección de ambos (Ver Paneles de inspiración Verner Panton, Cuerpo C).

A su vez, la intención de innovar y tomar riesgos era algo que caracterizaba mucho al diseño de Panton, cuenta Guimapang (2019, par.2), quien resalta una frase del arquitecto, quien nunca ejerció como tal, en la que expresa que es mejor un experimento fallido que una planicie bella, con la que intentaba explicar cómo la innovación es siempre más valorable que la fórmula a la que todos se acomodaban para crear elementos considerados como bellos estéticamente hablando por los convencionalismos.

Uno de los más famosos diseños de Verner Panton, dice Guimapang, es la silla “S” (2019, par.3). Construida de plástico y con terminaciones suaves en los bordes, habría creado una silla que no tenía uniones sino que era una forma entera moldeada con

forma de S para poder cumplir la función principal de un asiento y acomodarse a la forma de la espalda.

Luxford (2018, par.2) explica que Panton logró poder combinar los enfoques propios del diseño pragmático inherente al diseño de muebles, con un uso directo de las posibilidades puestas a disposición por las nuevas tecnologías, materiales y sistemas de producción que surgieron en la era de la posguerra. Agrega que sus diseños lo hicieron famoso por la manera cómo utilizaba la colorimetría en conjunto con un enfoque casi científico de la exploración de sistemas como base para el desarrollo de lámparas, sillas, textiles y los famosos diseños de interiores a los que el propio Verner Panto denominaba como “entornos” (2018,par.3).

En estos entornos se encargaba de generar una atmósfera que acompañara a los objetos que creaba, porque la apreciación sería otra al poseer un entorno en el cual la colorimetría, las formas y los tamaños convivieran formando un universo psicodélico que transportara a las personas y lograra generar en ellas sensaciones nuevas. A su vez, estos entornos eran interactivos, es decir Panton esperaba que las personas se conectaran con su trabajo a través de una experiencia física que les permitiera utilizar y desplazarse por aquellos entornos. Como se aprecia en esta imagen se ve que esta persona se halla sentada dentro de uno de los asientos diseñados por Panton en conjunto con el resto de la habitación. Este es un aspecto que también se ha considerado en cuanto al diseño de su colección, tomando la importancia de la materialidad y la colorimetría así como también el impulso a experimentar de forma tecnológica con las texturas a crear. Esta es una de las razones por las cuales se ha seleccionado como inspiración a Panton, es decir, por su interés por innovar desde aspectos parecidos a los que se han planteado en este proyecto de grado tales como la experimentación textil basada en materialidad y la tecnología aplicada para un fin.

Por medio de sus investigaciones tecnológicas y relacionadas con el material a emplear, Panton intentó, cuenta Luxford (2018, par.4), repensar los objetos básicos populares, como por ejemplo la silla y la lámpara, y desafiando la forma en que las

personas decoran sus hogares y sus lugares de trabajo mediante una nueva variedad de objetos en base a sus estudios y su estética. En sus propias palabras Pantón (2019, par.4) dice que su propósito principal a la hora de trabajar es provocar a las personas para que usen su imaginación. Cuenta que la mayoría de las personas pasan sus vidas en una conformidad grisácea, temiendo utilizar colores. Prosigue contando que al experimentar con la iluminación, colores, textiles y muebles, y a su vez utilizando las últimas tecnologías, él intentaba mostrar formas nuevas de alentar a las sociedades a utilizar su imaginación y lograr que su entorno sea más emocionante. (2019, par.4)

Guimapang (2019, par.4) relata que, a medida que avanzaba el tiempo Pantón se dedicó cada vez más a crear interiores que fueran vívidos y *unapologetic* que en español se traduce como “sin pedir disculpas”, nombre seleccionado para la colección de este P.G. Algo que si bien define al diseño de Verner Pantón también se puede asociar con la actitud que llevaban las Sukeban como chicas que se rebelaron contra la sociedad en su momento.

Pantón estaba obsesionado con aprender acerca de cómo el color podía afectar el humor de las personas y las percepciones, cuenta Guimapang (2019, par.4); por eso trabajó con psicólogos para comprender temas relacionados con la psiquis humana asociados a las emociones. A causa de esto se puede ver como su paleta de colores forma bloques y combinaciones de colores saturados e intensos, que no dejan de atrapar la mirada de las personas que se encuentran en presencia de los entornos o fotos de los entornos que Pantón creó. Esta fue también una de las razones por las cuales se lo seleccionó como inspiración; la paleta de colores que manejaba es tan variada y significativa para la época, que no deja de ser un elemento que inspire esta colección la cual en este caso opta por generar acentos de color entre los grandes bloques grises que se pueden encontrar en las bases sastreras utilizadas en los conjuntos. A través de estas investigaciones se encargó de desafiar a sus pares de la época, lo cual se puede apreciar explícitamente en su trabajo al crear *Visiona 2*, que

fue un espectáculo visual encomendado por Bayer para diseñar los interiores de un bote de excursión, explica Guimapang (2019, par.4). Pantón se ocupó de transformar ese espacio creando un ambiente de ensueño, logrando ser uno de los más importantes momentos de su carrera. Con *Visiona*, explica Luxford (2019, par.7), se intenta traer a la memoria a una nave futurista que se ha estrellado en la parte superior de una estación de tren en las cercanías. En este caso, se puede ver cómo, más allá de lo geométrico, el uso de las formas orgánicas y bordes redondeados juega un rol importante en el trabajo de la morfología que ofrece Verner Pantón a través de sus diseños. Esta cualidad, a su vez, inspiró a la colección a la hora de contrastar la geometría y la rigidez encontrada en la sastrería con bordados que tuvieran formas más redondeadas en las terminaciones para que los conjuntos se compongan de elementos distintos en cuanto a colorimetría y formas, pero que se unieran a través de ubicar las texturas creadas en las prendas sastreras confeccionadas.

Al enfocarse en la experiencia emocional de los individuos que se encontraban en los ambientes que él creaba, Pantón se convirtió en un fuerte creyente del poder del público. Muchas de las piezas que creó fueron especialmente diseñadas para promover la libertad de uso del público a través de las experiencias espaciales, cuenta Guimapang (2019, par.5). Los formatos que Pantón empleaba estaban más cerca del usuario, relata Luxford (2019, par. 8) y así es como los productos de bajo costo fueron puestos en producción para las masas. Uno de estos productos era la lámpara *Flowerpot*, la cual se ilumina y desaparece como si fuera un dibujo animado. Muchas personas conocen este modelo de lámpara porque tienen una o la han tenido en el pasado, agrega Luxford (2019, par.8). Pantón se dedicó a crear objetos prácticos que le fueran útiles a las personas, a pesar que disfrutaba profundamente de ir superando los límites reconocidos por la gente común. Se puede hallar una relación a través de las creencias de Pantón y la moda, ya que la creciente popularización de la Sastrería Femenina logró acercar al rubro a las masas, algo que también se intenta generar a

través de esta colección, procurando innovar y desestructurar a un rubro tan clásico y rígido en sus diseños.

A partir de este desglose es que se puede entender las elecciones de ambos temas, las Sukeban y los diseños de Verner Panton, y lo que ambos aportan desde el lado estético tanto como del discurso conceptual. Ambos temas si bien son tan distintos encuentran un punto de conexión relacionado con la necesidad de buscar nuevas perspectivas y nuevos desarrollos de la imagen (tanto de la ropa como del entorno) a llevar adelante, por eso es que la colección cápsula que tiene el nombre de *Unapologetic*. Este nombre hace alusión a la rebeldía en ambos casos para generar propuestas originales y romper con las tradiciones encontradas en ambos espacios, ya sean uniformes de colegio y la imagen de la mujer como tal en la sociedad japonesa, o mismo del diseño de muebles e interiores el cual estaba delimitado por los colores, materiales y formas a trabajar de la época y la sociedad danesa. De ambos temas se extrae entonces elementos conceptuales y elementos estéticos, como la elección de las tipologías y su transformación, los colores, los materiales, las formas de los calados, entre otros elementos que conforman la colección *Unapologetic*.

5.2 Desarrollo morfológico de colección

La serie de diseños creados para finalizar este Proyecto de Grado, como se ha mencionado previamente, entran dentro de un formato de colección cápsula, donde se presentarán 6 conjuntos asociados al Prêt-à-porter, y a su vez integrando elementos de la Alta Costura desde el aspecto del desarrollo textil. Esta colección se ha trabajado bajo la categoría del Diseño de Autor, dado que se han creado piezas únicas con un proceso original de diseño que parte del autor de este P.G. La colección es atemporal y se encuentra orientada a un público femenino, sin ocasión de uso en particular. Cada prenda es trabajada en parte de forma industrial, es decir con máquinas de coser, y las terminaciones en cuanto al textil se realizan a través del trabajo manual, es decir, con bordados de forma artesanal.

El análisis de la colección *Unapologetic* comenzará con una descripción detallada de las tipologías trabajadas y su relación con la bajada de inspiración. En el caso de las tipologías seleccionadas se toma como inspiración principal a las Sukeban. Esto como parte de una decisión orgánica dado que desde un principio se tuvo en cuenta realizar una colección que perteneciera a la Sastrería Femenina, por más de que luego se aplicaran técnicas de otros rubros. Como principalmente la vestimenta Sukeban contaba con el uniforme escolar japonés alterado bajo la estética que estas chicas utilizaban, se decidió optar por una colección compuesta de camisas, faldas, vestidos y pantalones, tanto como de terceras pieles para finalizar los conjuntos.

Algunos de los aspectos que visualmente remiten directamente al movimiento Sukeban son aquellos como los cuellos de las camisas los cuales pertenecen a los uniformes marineros que se distinguen en Japón. A su vez, elementos como las tablas y las transformaciones de los largos de las prendas han sido un hilo conductor con las tendencias que imponían estas chicas en los setenta.

En cuanto a la materialidad de la colección para las piezas sastrerías, se han seleccionado textiles de buena calidad. En su mayoría todas las telas son comúnmente utilizadas en el rubro de la sastrería para hacer trajes. Entre el catálogo se hallan Poplín blanco de algodón, Casimires con motivo de Príncipe de Gales en tonos grises y visón, Paño Naval de lana para las terceras pieles, y como forrería se optó por Tafetas de poliéster en dos tonos distintos, magenta y verde. Por último, como agregado en un par de prendas se utilizó un Jersey de seda. La elección fue hecha con el fin de incorporar un textil que no fuera propiamente de la sastrería, pero que se empleara para romper con la estructura tradicional y ampliar las posibilidades de utilización de estas prendas. En cuanto a los avíos seleccionados, teniendo en cuenta que ambas inspiraciones se hallaban cercanas, dado que ambas surgen en los años sesenta, se decidió elegir botones metálicos dado que remiten directamente a esta época, en la que nacen tendencias que apuntaban a la modernización y a romper con estructuras clásicas optando por experimentar con distintos materiales.

Comenzando por el Figurín conjunto 001 en el cuerpo C se aprecia un conjunto compuesto por 3 prendas, una camisa en la parte superior, falda pantalón en la parte inferior y como tercera piel un tapado. La camisa, que posee un cuello que simula las solapas y capa utilizadas en los uniformes japoneses, se encuentra cosida como parte de la camisa y las tiras que recorren los bordes son del mismo material y motivo color visón del Príncipe de Gales que la parte inferior del conjunto. La camisa se desestructura para crear una silueta más amplia por los laterales y las mangas creando una tipología más *oversize*, incorporando a la costura de los laterales un lazo que logra marcar la forma de la cintura al ser atado un nudo en el medio. Ya que la tendencia elegida para crear las tipologías proviene de Japón, numerosas prendas tal como está camisa tienen a su vez guiños a la cultura asiática en cuanto a la utilización de prendas como los Kimonos, en donde se marca la cintura con lazos o fajas. En cuanto a la parte inferior se optó por fusionar una falda larga con un pantalón, tal como se ha nombrado anteriormente las *Sukeban* deseaban romper con los estereotipos de feminidad que la sociedad tenía sobre las estudiantes mujeres, por lo tanto se optó por esta fusión entre una prenda asociada puramente a la mujer y en contrapartida un pantalón, en símbolo de la igualdad que se buscaba. La línea de las prendas *oversize* se mantiene en cuanto al largo que proponían las *Sukeban*. Como cierre se creó una tercera piel con un tapado irregular para jugar con la irregularidad que se halla en la falda pantalón. Aplicando así una pieza más larga en el lado opuesto en el que se aplica la falda en la parte inferior del conjunto.

Luego, como se ve en Figurín conjunto 002 en el cuerpo C el segundo conjunto se forma de tres piezas, una camisa *oversize* que se utiliza como vestido, una faja para ceñir la cintura y una tercera piel de chaleco. En este caso, la opción fue un modelo de camisa clásico pero con los bordes del cuello con las cintas del Casimir de Príncipe de Gales para mostrar la relación con los uniformes como se ha visto en el conjunto anterior. En este caso la camisa es todavía más *oversize* formando un vestido corto al aplicar la faja la cual a su vez es de paño y del mismo Príncipe de Gales gris. Otro

elemento recurrente son los nudos, pues si bien la faja no se aplica atándose porque posee botones en la espalda se aplica una tela cosida sobre la base hecha de paño, con el Casimir gris, para realizar nudos a los costados como detalle que simboliza una vez más relación con la cultura japonesa. Para finalizar se crea un chaleco en el que no por casualidad, se dejan abiertas las costuras que se encuentran por unos centímetros debajo de la sisa abiertos. Esto es así para que se puedan seguir luciendo los nudos creados en la faja y que todos los elementos de este conjunto puedan convivir sin interponerse a la vista de las personas. Tanto como el conjunto anterior se pueden apreciar en la camisa y en el chaleco la utilización de avíos metálicos en color plata, lo cual sigue desestructurando el conjunto sastrero.

En el Figurín conjunto 003 en el cuerpo C se halla la camisa vestido, que es la prenda más *oversize* de toda la colección. En este punto, se seleccionó el estereotipo de camisa de uniforme japonés y llevado al extremo para que sea un vestido por debajo de las rodillas. Ello remite directamente a las Sukeban, ya que ellas se encargaban de alterar los largos de sus faltas llevándolos a largos poco comunes en la vestimenta escolar. En esta prenda se eligió fusionar elementos como los cuellos típicos del uniforme marinero con las cintas de Príncipe de Galesdem en visón, agregándole un escote pronunciado en el frente, en este caso el cuello no es una ilusión sino que está hecho con la solapa y capa en la espalda que se utilizan en los uniformes originales. A su vez, se integran elementos que desestructuran al estereotipo de camisa como las terminaciones en los puños, hallados en las camisas clásicas de vestir, y además, la integración nuevamente de los avíos metálicos plateados.

Luego en el Figurín conjunto 004 en el cuerpo C se visualiza un conjunto compuesto por dos prendas: un vestido y un saco. Ambas piezas fueron alteradas en el armado de la tipología. Por un lado, al vestido como una reminiscencia de los años sesenta más populares se le contrapone un vestido corto como base al cual se le agrega encima una pieza tableada cuyos laterales siguen la forma de la sisa del vestido. Esta pieza de tablas es desmontable y hace alusión a las faldas largas tableadas usadas

por las Sukeban. Esta pieza se hace desmontable gracias a la aplicación de los avíos de botones plateados snap, los mismos que se vienen usando en los conjuntos anteriores. Luego como abrigo se halla un saco en el cual se modifica la tipología clásica para poder llevarlo a través del estilismo a ser un top con un nudo en el medio. Esta tipología se acorto en los laterales dejando que el centro de las piezas frontales del torso se alargara mucho más que el resto del saco para así poder luego realizar un nudo simple y que tuviera una imagen más jovial como la de los tops que utilizan las adolescentes. Esta prenda también fue creada para remitir a otra de las tendencias impuestas por las Sukeban la cual fue el acortar las prendas que utilizaban, en su caso para mostrar el ombligo. Si bien este saco con el vestido no permite generar ese efecto, si se utilizara con otra prenda por debajo como un top o si se decidiera arriesgarse más la persona que lo usara podría no llevar nada por debajo y mostrar en su totalidad la panza. Tanto la pieza de tablas como el saco son del Casimir de Príncipe de Gales gris, y el vestido es de Jersey de seda.

En el Figurín conjunto 005 en el cuerpo C se puede ver un conjunto formado por dos prendas: una camisa y un pantalón. En el caso de la camisa se vuelve a utilizar una base clásica, alterando los largo ya que se lleva a un corto por la cintura y se le agregan unos lazos laterales que se utilizan de forma cruzada (los de adelante se atan por detrás y los de detrás por adelante) para generar otra vez una cintura marcada y mostrar el ombligo, algo promovido por las Sukeban en los setenta. En cuanto a la parte inferior del look, se optó por un pantalón ancho al cual como se ha visto en el conjunto anterior se le agregan dos piezas de tablas aplicadas con botones snap a presión metalizados, por ende si la persona no desea utilizarlos o desea aplicarle un estilismo en el cual las piezas no estén abrochadas de forma consecutiva, se puede hacer. Tanto en la camisa como en el pantalón se eligió utilizar como hilo conductor la tela de Príncipe de Gales en color gris. En el cuello se puede apreciar nuevamente la utilización de las tiras en los bordes pegadas para conectar con los uniformes marineros, y a su vez en el pantalón la utilización de tablas nuevamente nos recuerda

a las faldas tableadas que se utilizaban en la vestimenta escolar de ese entonces. Por último la utilización del nudo en la cintura vuelve a aparecer, dándole esta vez un estilo todavía más jovial a la camisa top.

Finalmente en el Figurín conjunto 006 en el cuerpo C se aprecia un conjunto compuesto de una camisa y una falda. En este caso, nuevamente se trae a la camisa tradicional del uniforme japonés, con el cuello solapa y la capa por detrás, con el borde de Príncipe de Gales visón, integrando a las terminaciones de camisa clásica en puños y la cartera con los botones metalizados snap, que es una de las constantes que atraviesa toda la colección. La camisa es por la cintura con un lazo que recorre la espalda para sostenerla ya que en este caso particularmente, se realiza una sustracción en la espalda para dejarla al descubierto. Por lo tanto, la utilización del lazo en esta prenda surge por una cuestión funcional para sostener el frente de la camisa, pero al mismo tiempo se conecta con el resto de las prendas en las cuales se fue utilizando al lazo como un recurso relacionado con la cultura japonesa. Si bien se halla la sustracción en la espalda, no se descubre en su totalidad el cuerpo ya que se mantiene a la capa que forma parte del cuello, por lo tanto, se puede apreciar como solamente una parte de la espalda que queda al descubierto y la capa suelta, por lo tanto, al ver a la persona al caminar se aprecia la capa en movimiento. En cuanto a la parte de abajo se ha creado una falda cruzada a partir de generar una base lisa, de falda corta tiro alto y luego, en el lateral se integra una falda tableada irregular. La falda tableada nuevamente es un elemento que se toma de las Sukeban, pero la referencia no muere allí sino que se decide integrarla de manera irregular y cosida en el centro de la falda para demostrar esa desprolijidad producto de la personalidad rebelde que se ha tomado como referente, por lo tanto la falda se compone de dos irregularidades, el ruedo de la falda tableada que se superpone, y la costura realizada para que esta falda no se aplique correctamente en la cintura de la falda base sino que se visualice como una pieza que se está desarmando o cayendo y se encuentra a medio camino. Al caminar nuevamente se puede apreciar el movimiento de la falda

superpuesta, tanto como el movimiento de la capa de la camisa. Ambas piezas se hallan conectadas por medio de la utilización del Casimir en visón.

5.3 Armado de texturas: procesos y materiales

En este subcapítulo se realizará una descripción del desarrollo textil que surge de la elección de Verner Panton y sus obras como inspiración. Hay numerosos elementos a tener en cuenta en esta elección y cómo influyen en las texturas. Por un lado, como se ha nombrado anteriormente Panton es reconocido en parte por cómo ha trabajado el color, las formas y los materiales a lo largo de su trayectoria. En su repertorio de diseños se pueden apreciar, por un lado, los colores vibrantes por los cuales se destaca y atrapa inicialmente al ojo del público. Por otro lado, se encuentra el trabajo de las formas realizadas, en los cuales se hallan una fusión entre geometría y formas orgánicas más redondeadas que se adaptan al movimiento del cuerpo, por ejemplo la forma de la espalda que tiene una persona al sentarse. Así es como sus obras tienen por un lado, elementos de la geometría que caracteriza a los sesenta, época en la que desarrolló la mayoría de sus más importantes trabajos, y, por otro lado, la intervención de formas redondeadas, con las cuales tomo captivo al público para poder interactuar con sus obras y poder recostarse en ellas. Asimismo, la utilización de patrones y su relación con el mundo textil han dado pie a la utilización de patrones para generar las texturas, a través de tomar este elemento y adaptarlo a la selección de la diseñadora sobre los trabajos de Panton. Por último, se debe apreciar del diseñador la selección de materiales poco utilizados en la época de los sesenta para la producción de muebles y espacios. En el caso de Verner Panton, el plástico solía ser una constante en sus trabajos, lo cual a veces llamaba la atención de sus pares. Por otro lado, sus muebles fusionaban barras de metal con bases de plástico, que han sido muy popularizadas y solicitadas en los sesenta. Por eso es que este elemento resonó con la diseñadora a la hora de armar esta colección, ya que también suelen ser poco usuales a la hora de intervenir prendas, especialmente aquellas pertenecientes a la sastrería.

Por lo tanto, para esta parte del trabajo se ha decidido optar por el material plástico denominado Acrílico. Principalmente porque suele ser un material no convencional para el mundo de la moda, y además, porque la variedad que se halla en cuanto a la paleta de color y los efectos que genera suele ser muy variados y permiten al diseñador no estancarse con un modelo únicamente, sino elegir según le plazca. En el caso de esta colección se han seleccionado desde la variedad de la solidez visual del material, encontrando algunos acrílicos que son translucidos y otros que poseen una composición que no permite ver a través de ella con la misma facilidad. Luego la paleta de color en los acrílicos seleccionados está directamente relacionada con aquella utilizada por Verner Pantón, quien se caracterizaba por los colores vibrantes, saturados y cautivadores de sus materiales. La paleta de color de este trabajo agrupa colores como el amarillo, naranja, verde, azul, rojo, y magenta en distintas composiciones. Además se agrega un acrílico plateado con un efecto visual que imita al metal, para agregar otra variante a la paleta de composiciones de los acrílicos.

Por último se debe rescatar el interés por Pantón por experimentar con recursos tecnológicos para innovar en el campo que se destacaba. Esto se puede encontrar relacionado con otro elemento trabajado en esta colección como lo es la utilización del calado láser para crear formas y patrones con la finalidad de obtener texturas a partir de las piezas de acrílico obtenidas.

En este caso, se optó por crear patrones con programas de computadora, para luego poder trasladarlos a las máquinas de calado láser encargadas de leer estos archivos con figuras vectorizadas y aplicar el corte o marcado en donde se solicite. Estos patrones son creados con aberturas en distinto formato para poder experimentar con la aplicación de estas piezas al textil. En algunas de ellas se pueden hallar círculos ubicados estratégicamente para poder bordar las piezas a mano, comprendiendo un tratamiento artesanal y personalizado a las prendas de esta colección. Por otro lado, se pueden hallar algunas piezas con círculos en el medio con la finalidad de atravesarlos por tiras de telas y luego realizar un nudo al final para poder sostener la

pieza, el nudo sigue siendo un elemento constante que se puede ver también en los textiles generados. Asimismo, algunas piezas tienen aberturas que pueden ser atravesadas por tela como lo son los cinturones y en otros casos hasta se optó por unir las piezas con argollas de metal y así poder generar mallas que luego se unirían a las prendas a través de ser bordadas a través de las aberturas que se hallan en las piezas de acrílico.

A continuación se hará una revisión de cada conjunto para poder apreciar las técnicas y materiales trabajados, iniciando por el Figurín conjunto 001 en el cuerpo C la que deja ver la utilización de acrílico amarillo translúcido. Este material fue calado con formas orgánicas que remiten a estructuras creadas por Panton. En este caso se optó por generar orificios por los cuales se podría pasar la aguja para bordar estas piezas en las prendas. En este conjunto a su vez se puede apreciar que la colocación de las piezas no por casualidad, están ubicadas en el caso del tapado y el pantalón en líneas verticales. Previamente cuando se habló de las Sukeban se hizo mención acerca de cómo cuando ellas se graduaban del colegio y querían seguir formando parte de las pandillas tenían la libertad de seguir utilizando sus uniformes y a su vez bordarlos con *kanji*, que es una forma de escritura japonesa en la cual no se escribe de forma horizontal como en la mayoría de los idiomas, sino que se escribe de forma vertical. Por lo tanto a la hora de bordar pareció significativo hacerlo de forma vertical utilizando la simbología de las escrituras bordadas en los uniformes de las Sukeban que se graduaban del secundario y decidían customizar una vez más sus prendas.

Siguiendo con el Figurín conjunto 002 en el cuerpo C se puede apreciar la utilización de dos tipos de acrílicos distintos. Por un lado en este conjunto se utilizó un acrílico anaranjado translúcido para las formas cuadradas, y el acrílico símil metal para las formas onduladas. En cuanto a las piezas cuadradas, forma que se extrae directamente de una pieza textil diseñada por Verner Panton, se puede apreciar no sólo las piezas caladas a través del corte sino que a su vez, el calado en forma de marcado, el cual se utiliza para marcar o dibujar por encima del material elegido. En el

caso se decidió imitar la obra de Panton que va formando cuadrados cada vez más pequeños al acercarse al medio. Por otro lado, en la pieza ondulada, a su vez extraída de trabajos de Verner Panton, se puede apreciar un efecto visual de ondulaciones marcadas en el interior de la pieza. En ambos casos a su vez se optó por agregarles orificios para poder ser bordados a mano sobre la pieza, en forma intercalada para poder jugar con el efecto visual de un patrón combinado. Luego se decidió agregar las piezas metalizadas en los lazos que cuelgan en la faja, y por último como detalle se hay agregado tres piezas en cada bolsillo del chaleco, así inclusive cuando la prenda esté cerrada o se utilice individualmente del conjunto se puede apreciar parte del trabajo.

Siguiendo por el conjunto del Figurín conjunto 003 en el cuerpo C se puede visualizar la utilización de acrílico en un verde saturado. En este caso el material es de una composición más sólida, es decir no se transparenta como los acrílicos anteriores. Con respecto al pattern seleccionado se vuelve a utilizar las formas onduladas que componían la obra de Verner Panton, pero en este caso se optó por agrandar y dividir las formas, para crear columnas entre las formas, reminiscentes de los *kanjis* nuevamente, y que al mismo tiempo se dividirán en cuatro sectores abarcando una predisposición parecida a la del conjunto anterior, donde se ubican de manera opuesta, en este caso se dividen a lo largo de la prenda en mayor escala dando un efecto visual a lo lejos en el cual se puede apreciar la disposición de los dos grupos del frente y los dos grupos de la espalda. Todo este trabajo se borda desde los extremos de las piezas en los cuales se les deja dos orificios para poder pasar la aguja y unirlo a la camisa.

Por otro lado, se halla el Figurín conjunto 004 en el cuerpo C en el cual se ha utilizado un acrílico translúcido azul. Aquí se decidió utilizar nuevamente las formas orgánicas que recuerdan a las terminaciones realizadas en los bordes de los diseños de Panton, pero se le dio un giro al momento de la aplicación. Se decidió otorgarle a las piezas dos aberturas ovaladas en el centro con la intención de poder atravesar las piezas con

tiras de tela, simulando el efecto que se puede ver en las fajas o los cintos al cerrarlos. Por eso es que se eligió trabajar las piezas sobre las tablas distribuidas en un patrón parecido al anterior pero con mayor espacio para la distribución, en la cual se intercalaron distintas formas y tamaños de piezas. Sobre las tablas se aplicaron cintas a mano con el mismo tamaño para atravesar las piezas y luego volverse a coser y así generar una textura sobre las tablas. En el final del saco libremente se decidió aplicar formas de menor tamaño con aberturas en el medio para generar otro tipo de textura en el cual se pudiera introducir una tira pequeña de tela y anudarla para así dejar agarrada a cada pieza de acrílico. Así se forma una textura llena de piezas de distintos tamaños, todas unidas a la tela por medio de la utilización de nudos, el cual atraviesa toda la colección por su relación con la vestimenta japonesa.

A continuación se encuentra el Figurín conjunto 005 en el cuerpo C que integra el acrílico de color rojo, con una composición más sólida. En este caso se eligió imitar la forma literal de una obra de Verner Panton. Tanto en la morfología como en el color se puede hallar esta referencia. En este caso se puede apreciar también como la distribución de las piezas se presenta de forma intercalada en las tablas, siguiendo la forma natural vertical de las mismas. Pero luego se puede apreciar la utilización de este bordado en partes como el cuello y la cinta de la cintura de la camisa, en la cual las formas siguen la línea natural de las partes sobre las cuales se encuentran bordadas.

Por último se halla el Figurín conjunto 006 en el cuerpo C en donde se utilizó acrílico sólido color magenta, uno de los tonos que también se ha caracterizado por utilizar Panton. En este caso, también se decidió imitar una de las obras más icónicas del diseñador, el asiento corazón. En la creación de esta textura particularmente se ha optado por inicialmente unir las piezas con argollas de metal para formar los patrones, y posteriormente unir estas texturas a la tela de las prendas. En la parte superior se optó por unir dos filas de piezas con las argollas metálicas y luego a través de los orificios de las piezas de acrílico se borda con aguja e hilo a la maga dos texturas de

dos columnas cada una, lo que forma una manga entera de piezas en ambos brazos. Con respecto a la falda se eligió la misma cantidad de columnas solo que se han aplicado siendo bordadas a lo largo de tablas, dejando una de por medio entre medio para poder tener espacio para poder unir las texturas a la tela y que visualmente se puedan apreciar columnas de texturas, nuevamente para recordar a las escrituras a lo largo de las faldas de las Sukeban que bordaban en sus tablas escrituras de *kanjis*.

A través de estos subcapítulos se pudo demostrar la materialización de las prendas que representaron la unión de todos los conceptos trabajados a lo largo del P.G. Incluyendo a su vez los dos temas seleccionados para inspirar la estética de los diseños, Sukeban y Verner Pantón, que a su vez lograron crear un hilo conductor al relacionarse por momentos con la Sastrería Femenina y con el calado láser en materiales no convencionales.

Así es como se da por terminada la descripción detallada de las prendas creadas para la colección *Unapologetic*, lo que da fin al presente Proyecto de Grado.

Conclusiones

Al principio del trabajo se ha planteado como pregunta problema ¿De qué manera se puede generar una sastrería que incorpore elementos ajenos al rubro como lo son los materiales no convencionales y la utilización de la tecnología para volverse un producto contemporáneo y de diseño? Lo que se ha realizado a través de los capítulos es encontrar información y nuevas perspectivas que sirvieran para generar la respuesta a este planteo. Esto concluye en que la mejor manera de crear una sastrería que incorpore elementos que no se trabajan en el rubro, como con acrílico, y a su vez implementando la tecnología del calado láser, es a través del diseño de autor. Si se toma la decisión de insertar estos proyectos en un espacio óptimo para poder crear la colección, se debe realizar dentro del marco de diseño de autor, ya que aquí se presentan las mejores condiciones para que este tipo de proyecto sea mejor recibido y a su vez no limite al diseñador. Esto es así porque en este espacio se hallan las libertades para poder crear aquello que el diseñador anhele sin tener que rendir cuentas a ninguna función o público en específico, sino que puede darle rienda suelta al impulso creativo que este transitando su mente y las novedades que se hallen en el mundo. Esta conclusión fue generándose a lo largo de los tres primeros capítulos en los cuales se fue estudiando distintos casos en cuanto a técnicas, rubros y tipos de diseñador, lo cual dio la pauta que para realizar este proyecto se necesitaba un espacio que fuera lo suficientemente flexible para poder dejar al diseñador experimentar y lanzarse a un público que estuviera en la búsqueda de un producto que otorgue las propiedades innovadoras ante todo, que quizás no está hallando en otros rubros.

En el comienzo del Proyecto de Graduación se han estudiado las distintas técnicas que un diseñador puede aplicar en los textiles. Se le otorgaron dos enfoques, en los cuales se analizaban aquellas técnicas consideradas artesanales en contraposición a aquellas técnicas que derivan del uso de la tecnología. Lo que se pudo percibir al leer autores y estudiar casos de diseñadores, es que la mejor manera de generar cambios

en el área del desarrollo textil es teniendo la libertad creativa para experimentar y buscar en otras áreas métodos por los cuales se pueden generar productos novedosos. Una gran herramienta que se observó es la colaboración, desde aquellas en las que participan personas que se dedicaran a realizar trabajos artesanales con técnicas que se pasan de generación en generación, hasta aquellos científicos que si bien no se dedican a nada que esté relacionado con la moda tienen motivos para colaborar con aquellos diseñadores dispuestos a generar propuestas que incentiven a las personas a mirar hacia al futuro y a su vez se propongan generar cambios para ayudar a las futuras generaciones, como se ve con aquellos que invierten en el diseño ecológico. Por otra parte se percibe que a su vez los diseñadores más consagrados optan también en abrirse a un nuevo público, por lo tanto colaboran con marcas emergentes o simplemente aquellas que están teniendo gran llegada hacia los más jóvenes. Por eso se resalta que tanto la libertad creativa como el espíritu de colaborar son ambos aspectos vitales para lograr generar cambios innovadores en el área textil. Otro aspecto que se logra destacar es el estudio de los rubros y aquellas diferencias que los dividen. Se analizaron los procesos detallistas y artesanales que recibe la sastrería tradicional, y por otro lado se estudia a la Alta Costura, teniendo en cuenta que es el espacio que brinda herramientas como la experimentación morfológica y textil dentro del mundo de la moda. En ambos casos se hallan similitudes como la calidad del trabajo y la dedicación por quienes se encuentran diseñando y confeccionando en ambos rubros. En el pasado las divisiones surgieron para poder orientarse a distintos públicos ya sea por género o poder adquisitivo, y para establecer categorías en las cuales los diseñadores podían especializarse. Hoy en día se puede percibir como las generaciones cambiaron, eso trae de la mano el inminente desvanecimiento de las barreras entre rubros. Los casos que se han seleccionado para estudiar lograron mostrar como la experimentación dentro de cada rubro se puede dar a través de la moldería, como es el caso de la sastrería la cual se construye y deconstruye constantemente con elecciones por parte del diseñador, y esos

aspectos van variando de colección a colección. Sin embargo la materialidad en los últimos años fue una herramienta muy importante dentro de la visión de los diseñadores. Se logró ver que ciertos materiales estaban orientados a determinados rubros y se plantearon ir más allá de las propuestas de transformación morfológica, y así se logró incursionar en la experimentación textil utilizando la sastrería como lienzo o base en la cual se podrían aplicar estas nuevas texturas. Todo esto manteniendo que se debe a una gran libertad artística otorgada por el espacio del Diseño de Autor, que impulsa a los diseñadores a buscar siempre nuevas formas de transformar la moda y las tendencias.

Por último se establece que significa el diseño de autor y como es aplicado en la actualidad. Por un lado al detallar sus orígenes se puede entender las necesidades por las cuales se originó y a su vez como se fue transformando en el tiempo de acuerdo a los cambios en las sociedades y los procesos aplicados en moda. Se logró dar un marco al concepto entendiendo que en un principio estaba acotado para un sector de la sociedad, luego a través de estudiar el estado actual del diseño se puede ver como el rubro se fue diversificando y llegando a distintos sectores. En la actualidad hay una variedad inmensa de diseñadores que se encuentran bajo la categoría de Diseño de Autor y se puede ver como cada uno responde a necesidades, públicos y la búsqueda de resultados completamente diferentes. Esto explica cómo un rubro que tiene históricamente una metodología tan sólidamente establecida, como lo es la Sastrería, si se decide trabajar bajo la categoría del Diseño de Autor, se puede presentar al público con una propuesta completamente diferente. Paralelamente la implementación de los materiales no convencionales, como el acrílico, y el calado láser resulta ser en cualquier rubro algo novedoso y no posee un sentido meramente funcional sino que se implementa para expresar el lado creativo. Así es como la experimentación textil también ha encontrado su lugar dentro de este espacio, siendo otra de las variables de las cuales se valen los diseñadores. A su vez se puede decir que ha tenido éxito de la mano de los avances tecnológicos, y el aumento de

información y comunicación que acerca al diseñador a otras áreas en las que pueden hallar personas que se hayan formado en otras especializaciones y abran puertas a otras herramientas que pueden dar como resultado productos innovadores en la moda.

El análisis realizado al estado del diseño de autor en el país, ayuda a explicar cómo Argentina resulta ser un lugar favorable para el diseñador de indumentaria, dado que aquí se puede encontrar una industria que ha expandido los horizontes del diseño en Latinoamérica, ayudando a crecer al Diseño de Autor y dándolo a conocer a otros países del mundo. Por otro lado algo que se destaca es la mención que se hace acerca del crecimiento de la carrera universitaria de Diseño de Textil y de Indumentaria en el país. Esto logra sustentar el mejoramiento y crecimiento del Diseño de Autor dado mayormente a que se fomenta esta forma de diseño en las universidades.

Finalmente dentro de cada caso estudiado en este P.G. se puede apreciar como la información que se ha mencionado toma vida en las colecciones trabajadas por referentes del diseño a nivel mundial. En el caso de los diseñadores locales se puede apreciar cómo es posible adaptar las variables del diseño a un público local, manteniendo el mensaje que tanto se celebra en el marco internacional, el cual alude a mostrar la individualidad y la vanguardia digna de alguien que opta por el diseño de autor.

Como cierre en el P.G. se presenta una colección cápsula mediante la cual se realiza una propuesta que integra todos los conceptos trabajados previamente. A través de estas prendas se demuestra cómo se puede lograr que la innovación mediante técnicas y materiales poco trabajados en diseño de indumentaria, como en este caso es el acrílico sometido al calado láser, pueden convivir con un rubro clásico como el de la Sastrería Femenina. Como aporte al diseñador se puede decir que se han abierto posibilidades a la aplicación de técnicas que parten de la tecnología desarrollada por otros sectores, como el corte láser, puede ser aplicado a una propuesta de diseño de

textil, valiéndose de distintas formas de aplicarse como lo son el corte y marcado, ambas herramientas actualmente se hallan a disposición de los diseñadores para poder experimentar y realizar texturas originales. Por otro lado la integración del acrílico, abre a su vez otro camino a tomar por los diseñadores a la hora de seleccionar los materiales que se utilizaran. Se ofrece como opción la utilización de telas clásicas para base o lienzo de sus diseños combinándolas con materiales poco explorados en la moda, como en este caso es el plástico, y se puede agregar que la lista no tiene límites, simplemente es explorar que materiales pueden responder a las necesidades creativas de cada uno. En el caso de este proyecto de grado la utilización del acrílico brindó la posibilidad de integrar una paleta de colores más variada y a su vez explorar la solidez y la transparencia del material.

Por último se optó por integrar un tipo de acrílico que imita visualmente al metal, lo cual a su vez permitió integrar no solo la variedad en la colorimetría, sino a su vez en la composición. Así es como el valor agregado se puede diversificar al experimentar con materiales poco utilizados en moda, y esto otorga numerosas posibilidades de crear prendas innovadoras. Así es como convergen todas las variables y se puede apreciar la materialización de las ideas expuestas. Esto es posible a través de las libertades que propone la categoría de diseño de autor. A su vez el explorar la reformulación del diseño a través de la mezcla entre los rubros que se han establecido a través de la historia en la moda otorga nuevas herramientas al diseñador a la hora de crear, esto abre las puertas a un nuevo público que está en la búsqueda de nuevas propuestas que provean la cuota de eclecticismo que requieren. Como idea final se puede decir que las barreras que separaban a los rubros y las características que se hallaban en cada uno se están desvaneciendo. Esto es así gracias a la innovación desde la experimentación con técnicas, textiles, materiales no convencionales, moldería, entre otros aspectos, tanto como con la mera decisión de seleccionar elementos significativos de cada rubro e integrarlos a una misma colección, que suele emplearse en el espacio conocido como diseño de autor.

Lista de referencias bibliográficas

- Abramovich M. (2015). *La moda es arte*, 1(1). [Diario en línea: El País] Disponible en: <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Alvarez, P. (2016). *El gran consumo se apunta a lo artesano*, 1(1). [Diario en Línea: El País] Disponible en: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/04/sentidos/1478288394_842262.html
- Aras, R. E. (2013). *Arte y moda: ¿fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas*, 1(1). Buenos Aires, Argentina. [Ensayo en Línea: Scielo] Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232013000200005
- Arbat, S. (2017). *El lujo hortera del nuevo rico según Supreme y Louis Vuitton*, 1(1). [Diario en Línea: La Vanguardia] Disponible en : <https://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20170705/423911037334/nuevo-lujo-fenomeno-supreme-louis-vuitton.html>
- Armani, G. (2015). *La moda es arte*, 1(1).[Diario en Línea: El País] Disponible en : <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Arroyuelo, J. (2017). *¿La moda es arte o es diseño?*, 1(1). [Diario en línea La nacion] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/2091320-la-moda-es-arte-o-es-diseno>
- Arroyuelo, J. (2018). *La Moda quiere ir al museo y el museo le da la bienvenida*, 1(1).[Diario en línea: La Nación] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/2099656-la-moda-quiere-ir-al-museo-y-el-museo-le-da-la-bienvenida>
- Avello, I. (2018). *Artesanía en la moda, el mejor contraataque en la era del “low cost”*, 1(1). [Revista en Línea: Harper’s Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/a20649893/moda-complementos-artesania-lucha-low-cost/>
- Bandera, M.P. (2015). *El diseño de ropa crece: ya hay casi 300 marcas de autor*, 1(1). [Diario en línea: Diario Clarín] Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/diseno-ropa-autor-moda-tendencias_0_rkh6quKDQI.html
- Bauck, W. (2018). *How technology is shaping the future of sustainable fashion*, 1(1).[Blog en línea: Fashionista] Disponible en : <https://fashionista.com/2017/10/fashion-design-technology-sustainable-textiles-2017>
- Becerra C., N. (2013). *Historia de la moda*. Madrid: S.I. – Dykinson.
- Calzada, C. (2016). *Pandillas de Japón: Sukeban*, 1(1). [Columna en línea: Noiselab] Disponible en: <http://noiselab.com/blog/editorial/pandillas-japon-sukeban/>
- Canclini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo, S.A. de C.v.
- Cárcel, S. (2018). *Nos adentramos en la verdadera y completa historia del diseñador*

Louis Vuitton, 1(1).). [Columna en línea: Marie Claire] Disponible en: <https://www.marie-claire.es/moda/disenadores/articulo/la-historia-de-louis-vuitton-711460628517>

Cardillo, R. (2019). *Nous Etudions presents a capsule inspired by the Air Max 720*, 1(1). [Columna en línea: El NSS Mag]. Disponible en: <https://www.nssmag.com/en/fashion/18166/nous-etudions-presents-a-capsule-inspired-by-the-air-max-720>

Cardillo, R. (2015). *Nous Etudions, la marca que rompe los esquemas tradicionales*, 1(1). [Columna en Línea: Infobae] Disponible en: <https://www.infobae.com/2015/09/21/1756985-nous-etudions-la-marca-que-rompe-los-esquemas-tradicionales/>

Casero, C. (2010). *Narciso Rodriguez, a subasta*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/narciso-rodriguez-a-subasta/4838>

Cavanagh, A. (2017). *How Couture Fashion week is changing*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.co.uk/article/how-paris-haute-couture-fashion-week-is-changing>

Cenea, L. (2015). *El futuro de las colecciones cápsula*, 1(1). [Revista en Línea: Harper's Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a157988/colecciones-capsula-alex-a-adidas/>

Cipriani, P. (2011). *100% sustentable*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1379951-100-sustentable>

Clemente, P. (2018). *Prendas que generan calor gracias a tejidos inteligentes*, 1 (1). [Revista en línea: El mundo] Disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2018/03/27/5ab92a3246163fa55d8b45d4.html>

Cole, C. (2017). *Los 7 magníficos. Las colecciones cápsula que amarás este otoño/ invierno*, 1(1). [Revista en Línea: Vanidad] Disponible en: <https://www.vanidad.es/moda/colecciones-capsula-otono-invierno>

Dappiano, M. (2015). *El diseño de ropa crece: ya hay casi 300 marcas de autor*, 1(1). [Diario en línea: Diario Clarín] Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/disen-ropa-autor-moda-tendencias_0_rkh6quKDQl.html

De la Torriente, E. (2012). *Diana Vreeland: la Tirana que inventó las editoras de moda*, 1(1). [Diario en línea: El país] Disponible en: https://elpais.com/elpais/2012/10/05/gente/1349462501_204929.html

Dhillion, K. (2018). *What the hell are resort and cruise collections and why are they so lucrative,?*, 1(1). [Blog en Línea: High Snobiety] Disponible en : <https://www.highsnobiety.com/2017/05/22/why-are-resort-cruise-pre-collections-important/>

Eco, U. (2004), *Historia de la Belleza*. Barcelona: Debolsillo

- Efe (2018). *Desigual impulse el "valor de los oficios artesanos en la moda*, 1(1). [Revista en Línea: El espectador] Disponible en : <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/desigual-impulsa-el-valor-de-los-oficios-artesanos-en-la-moda-articulo-798522>
- Farled, F. (2018). *Los utópicos diseños de Iris Van Herpen, la modista que auna tecnología y artesanía*, 1(1). [Diario en Línea: La Vanguardia] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/de-moda/20180706/45718806247/iris-van-herpen-disenadora-coleccion.html>
- Farra, E. (2017). *El año en que la moda sostenible se hizo, además, deseada*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/moda-sostenible-2017-stella-mccartney-gucci-tom-ford/32208>
- Fernández Irusta, D. (2014). *Susana Saulquin. "El sistema e la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo"*, 1(1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Figueras S., J. (2012). *Historia de la Moda: Pasado, Presente y Futuro*. Madrid: S.A. EIUNSA.
- Fleming, O. (2016). *Are handmade clothes really better than machine made clothes?*, 1(1). [Revista en Línea: Harper's Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a15510/are-handmade-clothes-really-better-than-machine-made-clothes/>
- Friedlander, R. (2018). *Narciso Rodriguez recreates his best dresses to celebrate 20 years of sexiness*, 1(1). [Revista en Línea: InStyle] Disponible en: <https://www.instyle.com/news/narciso-rodriguez-capsule-collection>
- Foley, B. (2018). *Maison Margiela Spring 2018 Couture* 1(1). [Revista en Línea: WWD] Disponible en: <https://wwd.com/runway/spring-couture-2018/paris/maison-martin-margiela/review/>
- Fury, A. (2017). *What does "couture" actually mean?*, 1(1). [Diario en Línea: New York Times] Disponible en: <https://www.nytimes.com/2017/01/27/t-magazine/fashion/what-does-couture-actually-mean-fashion-week.html>
- García, S. (2011). *La industria artesana tras el lujo de Chanel*, 1(1). [Revista en Línea: Moda] Disponible en: <https://www.modaes.es/back-stage/la-industria-artesana-tras-el-lujo-de-chanel.html>
- Gold, N. (2018). El fenómeno del "fast fashion", 1(1). [Diario en línea: El Cronista] Disponible en: <https://www.cronista.com/columnistas/El-fenomeno-del-fast-fashion-20180327-0107.html>
- Grunfeld, M. (1997). *Marketing de la moda*. Argentina: Universo.
- Guimapang, K. (2019). *Through the eyes of Verner Pantón; a master of color through contemporary expression*, 1(1). [Columna en línea: Architect] Disponible en: <https://archinect.com/news/article/150098955/through-the-eyes-of-verner-panton-a-master-of-color-through-contemporary-expression>

- Healy, C.M. (2015). *Remembering Japan's badass 70s schoolgirl gangs*, 1(1). [Artículo en línea: Dazed] Disponible en: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/28261/1/remembering-japans-badass-70s-schoolgirl-gangs>
- Herce, P. (2015). *Primera imagen de Rihanna como directora creativa de Puma*, 1(1). [Columna en línea: Harper's Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a178163/primera-imagen-rihanna-directora-creativa-puma/>
- Herce, P. (2017). *¿Por qué todo el mundo habla de Supreme?*, 1(1). [Revista en línea: Harpers Bazaar] Disponible en : <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/g296694/por-que-todo-el-mundo-habla-de-supreme/>
- Herstik, G. (2017). *5 marcas cambiando el panorama de moda sustentable*, 1(1). [Revista en línea: I-D] Disponible en : https://i-d.vice.com/es_mx/article/59gpm5/5-marcas-cambiando-el-panorama-de-la-moda-sustentable
- Hurtado de Mendoza, M. (2016). *Iris Van Herpen, La Hechicera*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/entrevista-iris-van-herpen-disenadora-tecnologia-moda/25733>
- Howarth, D. (2014) *“Matijn Van Strien launches experimental fashion label with laser-cut garments”*, 1(1). [Revista en Línea: Dezeen] Disponible en: <https://www.dezeen.com/2014/10/21/martijn-van-strien-mphvs-laser-cut-fashion-dutch-design-week-2014/>
- INTI. Fundación Tejer. (2016). *Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina*. Buenos Aires: INTI.
- Jacobs, M. (2015). *La moda es arte*, 1(1). [Diario en línea: El País] Disponible en: <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Jiang, E. (2017). *¿Por qué colaboran los artistas con la moda?*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.es/living/articulos/colaboraciones-artistas-y-disenadores-moda/31351>
- López B., J. M. (2018). *Moda inteligente, la nueva colección de diesel en telas de lujo*, 1(1). [Revista en línea: La República] Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/moda-inteligente-la-nueva-coleccion-de-diesel-en-telas-de-lujo-2724651>
- Luxford, C. (2018). *Design Masters: Verner Panton*, 1(1). [Columna en línea: Culture Trip] Disponible en : <https://theculturetrip.com/europe/denmark/articles/design-masters-verner-panton/>
- Marre, S. (2017). *Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/2048552-moda-de-autor-auge-de-emprendedores-que-apuestan-a-la-originalidad>

- Martinez Navarro, G. (2017). *Marketing y comunicación de moda*, 1(1). [Libro en línea: Google Play] Disponible en: <https://play.google.com/books/reader?id=0JtMDwAAQBAJ&pg=GBS.PT4>
- Mau, D. (2018). *The rise of "Instagram brands": How the platform is leveling the fashion playing field*, 1(1). [Columna en línea: Fashionista] Disponible en: <https://fashionista.com/2018/05/instagram-fashion-brands-business-model>
- Matharu, G. (2011). *Diseño de moda: Manual para los futuros profesionales del sector*. Madrid: Océano.
- Menkes, S. (2015). *Alexander McQueen: belleza salvaje, más que nunca*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/suzy-menkes/articulos/cronica-de-suzy-menkes-de-la-exposicion-savage-beauty-de-alexander-mcqueen-en-londres/22134>
- Menkes, S. (2014). *Ciencia y moda: Iris Van Herpen y Delfina Delettrez*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/suzy-menkes/articulos/ciencia-y-moda-iris-van-herpen-y-delfina-delettrez/21038>
- Mendez, A. (2015). *El origen de la semana de la moda de New York*, 1(1). [Columna en línea: Cultura Colectiva] Disponible en : <https://culturacolectiva.com/fotografia/el-origen-de-la-semana-de-la-moda-de-nueva-york/>
- Mini (2018). *Así es la colección cápsula para viajeros urbanos*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/field-notes-coleccion-capsula-mini-fashion-pitti-uomo/35359>
- Molinari, M. (2017). *Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/2048552-moda-de-autor-auge-de-emprendedores-que-apuestan-a-la-originalidad>
- Morton, C. (2018). *Fashion A-Z: Capsule Collections. Business of Fashion*, 1(1). [Blog en Línea: Business of Fashion] Disponible en : <https://www.businessoffashion.com/education/fashion-az/capsule-collections>
- Muguerza, A. (2014). *El tweed de Chanel, historia de un ícono*, 1(1). [Columna en línea: Revista Mujer] Disponible en: <http://www.revistamujer.cl/2014/08/28/01/contenido/el-tweed-de-chanel-historia-de-un-icono.shtml/>
- Odrionzola, A. (2013). *Vuelta a lo artesanal: la crisis potencia el valor de la moda "handmade"*, 1(1). [Revista en Línea: Glamour] Disponible en: <https://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/vuelta-a-lo-artesanal-con-la-criisis-la-moda-potencia-el-valor-del-trabajo-manual/18749>
- Panton, V. (2019). *Verner Panton*, 1(1). [Columna en línea: Verpan]. Disponible en: <https://www.verpan.com/verner-panton-x-verpan>

- Peláez, R. (2018). *La gala del Met explicada para "Dummies"*, 1(1). [Revista en línea: Vanity Fair] Disponible en: <https://www.revistavanityfair.es/sociedad/gala-met/articulos/guia-que-es-gala-met-para-dummies-rei-kawakubo-nueva-york-moda/24189ç>
- Pérez,L.(2017). *Jessica Trosman: "Tenía que hacer algo diferente para triunfar"*, 1(1). [Diario en línea: El Cronista]. Disponible en: <https://www.cronista.com/clase/dixit/Jessica-Trosman-Tenia-que-hacer-algo-diferente-para-triunfar-20170810-0001.html>
- Phelps, N. (2018). *Narciso Rodriguez at 20- The Designer reminisces with a capsule collection the re-creates his hits*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.com/article/narciso-rodriguez-barneys-20-years-capsule-collection>
- Riviere, M. (1997). *Diccionario de la Moda*. Madrid: Grijalbo.
- Rosales, A. (2017). *¿Qué es el Haute Couture y por qué es tan importante?*, 1(1).[Revista en Línea: Glamour] Disponible en : <https://www.glamour.mx/moda/guia-de-estilo/articulos/que-es-el-haute-couture/6350>
- Saltzman, A. (2013). *¿Qué es la moda slow?*, 1(1). [Revista en línea: Oh LaLa] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1565530-que-es-la-moda-slow>
- Sanudo, F. (2013). *La moda arte de Iris Van Herpen*, 1(1). [Revista en línea: Revista Mujer] Disponible en: <http://www.revistamujer.cl/2013/08/15/01/contenido/la-moda-arte-de-iris-van-herpen.shtml/>
- Saulquin, S. (1999). *La Moda Después*. Buenos Aires: Smithmark Publishers.
- Saulquin,S. (2006). *Historia de la Moda Argentina: del Miriñaque al Diseño de Autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin,S. (2014). *Susana Saulquin. "El sistema e la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo"*, 1(1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en:<https://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Santillan,M.L.(2018). *La moda incomoda*, 1(1).[Blog en línea: María Laura Santillán] Disponible en: <http://www.marialaurasantillan.com/2016/08/12/entrevista-a-jessica-trosman/>
- Saulquin, S. (2010) *La muerte de la moda, el día después*. Argentina: Paidós.
- Schilling,M. K. (2017). *Adios a la seda: Stella McCartney teje un nuevo camino para la industria de la moda*, 1(1).[Diario en línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/2082248-adios-a-la-seda-stella-mccartney-teje-un-nuevo-camino-para-la-industria-de-la-moda>
- S Moda (2018). *Moschino firmará la próxima colección cápsula de H&M*, 1(1). [Diario en Línea: El País] Disponible en: <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/moschino-hm/>
- Spinetta, F. (2014). *El valor de lo artesanal*, 1(1). [Diario en Línea: La Nación]

- Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1705241-el-valor-de-lo-artesanal>
- Sposito, S. (2014). *Los tejidos y el diseño de moda*. Italia: Promopress
- Sposito, S. (2016). *Historia de la moda*. Argentina: Paidós SAICF.
- Straschnoy, C. (2018). *En la era post industrial, el nuevo lujo está en el trabajo artesanal*, 1(1). [Revista en Línea: Elle] Disponible en: <https://elle.mx/moda/2018/06/13/lujo-trabajo-artesanal/>
- Summers, J. (2015). *Fashion On The Ration: Style in the Second World War*. Londres: Profile Books.
- Talon, K. (2019). *Nous Etudions presents a capsule inspired by the Air Max 720*, 1(1). [Columna en línea: El NSS Mag]. Disponible en: <https://www.nssmag.com/en/fashion/18166/nous-etudions-presents-a-capsule-inspired-by-the-air-max-720>
- Taranilla de la Varga, C.J. (2014). *Breve historia del arte*. Madrid: Ediciones Nowtilus.
- Taylor K. (2013) *Vintage Fashion and Couture: from Poiret to Mcqueen*. EE.UU: Firefly Books Ltd.
- Trosman, J. (2018). *La unión hace la fuerza: Superga por Jessica Trosman*, 1(1). [Revista en Línea: elle] Disponible en: <https://elle.clarin.com/moda/novedades/superga-por-jessica-trosman/>
- Trotec : Laser marking cutting engraving, (2018). *Corte láser para diseñadores de moda*, 1(1). [] Recuperado el 17/11/2018. Disponible en : <https://www.troteclaser.com/es-ar/tutoriales-ejemplos/faqs/como-cortar-con-laser/>
- Torrencillas, T.(2015). *¿La moda es arte?*, 1(1). [Diario en línea: El país] Disponible en : <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Usigli, T.C. (2016). *Como 4 marcas de moda acercan el trabajo artesanal a los millenials*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/articulos/marcas-de-moda-latinoamericanas-que-trabajan-con-artesanos/6371>
- Van Herpen, I. (2019). *About: Iris Van Herpen*. 1(1). Recuperado el: 12/09/2018. [Sitio en línea: Iris Van Herpen] Disponible en : <http://www.irisvanherpen.com/about>
- Van Strien, M.(2014). *“Matijn Van Strien launches experimental fashion label with laser-cut garments”*, 1(1). [Revista en Línea: Dezeen] Disponible en: <https://www.dezeen.com/2014/10/21/martijn-van-strien-mphvs-laser-cut-fashion-dutch-design-week-2014/>
- Vásquez, C. (2017). *Sukeban: Las pandillas femeninas y la subcultura japonesa de los 70*, 1(1). [Columna en línea: Loud] Disponible en: <https://loud.cl/66617/sukeban-las-pandillas-femeninas-y-la-subcultura-japonesa-de-los-70>
- Villagrán, O. (2016). *Por qué la moda es el arte del siglo XXI*, 1(1). [Blog en Línea:

Cultura Colectiva] Disponible en : <https://culturacolectiva.com/moda/por-que-la-moda-es-el-arte-del-siglo-xxi/>

Vitale, S. (2016). *Innovación textil*, 1 (1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/1952681-innovacion-textil>

Volpintesta, L. (2014) *Fundamentos del diseño de moda*. EE.UU.: Rockport Publishers

Wright, G. (2018). *La última colección de la Maison Margiela de alta costura está inspirada en un flash de iphone*, 1(1). [Revista en Línea: I-D] Disponible en : <https://i-d.vice.com/es/article/mbpyja/maison-margiela-alta-costura-2018>

Bibliografía

- Abramovich M. (2015). *La moda es arte*, 1(1). [Diario en línea: El País] Disponible en : <http://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Alvarez, P. (2016). *El gran consumo se apunta a lo artesano*, 1(1). [Diario en Línea: El País] Disponible en : https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/04/sentidos/1478288394_842262.html
- Aras, R. E. (2013). *Arte y moda: ¿fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas*, 1(1). Buenos Aires, Argentina. [Ensayo en Línea: Scielo] Disponible en : http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232013000200005
- Arbat, S. (2017). *El lujo hortera del nuevo rico según Supreme y Louis Vuitton*, 1(1). [Diario en Línea: La Vanguardia] Disponible en : <https://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20170705/423911037334/nuevo-lujo-fenomeno-supreme-louis-vuitton.html>
- Armani, G. (2015). *La moda es arte*, 1(1). [Diario en Línea: El País] Disponible en : <http://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Arroyuelo, J. (2017). *¿La moda es arte o es diseño?*, 1(1). [Diario en línea La nacion] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/2091320-la-moda-es-arte-o-es-diseno>
- Arroyuelo, J. (2018). *La Moda quiere ir al museo y el museo le da la bienvenida*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/2099656-la-moda-quiere-ir-al-museo-y-el-museo-le-da-la-bienvenida>
- Avello, I. (2018). *Artesanía en la moda, el mejor contraataque en la era del “low cost”*, 1(1). [Revista en Línea: Harper's Bazaar] Disponible en : <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/a20649893/moda-complementos-artesania-lucha-low-cost/>
- Bandera, M.P. (2015). *El diseño de ropa crece: ya hay casi 300 marcas de autor*, 1(1). [Diario en línea: Diario Clarín] Disponible en : https://www.clarin.com/sociedad/disenio-ropa-autor-moda-tendencias_0_rkh6quKDQI.html
- Bauk, W. (2018). *How technology is shaping the future of sustainable fashion*, 1(1). [Blog en línea: Fashionista] Disponible en : <https://fashionista.com/2017/10/fashion-design-technology-sustainable-textiles-2017>
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad Líquida*. Pais: Editorial
- Becerra C., N. (2013). *Historia de la moda*. Madrid: S.I. – Dykinson.
- Calzada, C. (2016). *Pandillas de Japón: Sukeban*, 1(1). [Columna en línea: Noiselab] Disponible en : <http://noiselab.com/blog/editorial/pandillas-japon-sukeban/>
- Canclini, N.(1995) *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo, S.A. de C.v.

- Cardillo, R. (2019). *Nous Etudions presents a capsule inspired by the Air Max 720*, 1(1). [Columna en línea: El NSS Mag]. Disponible en: <https://www.nssmag.com/en/fashion/18166/nous-etudions-presents-a-capsule-inspired-by-the-air-max-720>
- Cardillo, R. (2015). *Nous Etudions, la marca que rompe los esquemas tradicionales*, 1(1). [Columna en Línea: Infobae] Disponible en : <https://www.infobae.com/2015/09/21/1756985-nous-etudions-la-marca-que-rompe-los-esquemas-tradicionales/>
- Casero, C. (2010). *Narciso Rodriguez, a subasta*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/narciso-rodriguez-a-subasta/4838>
- Cavanagh, A. (2017). *How Couture Fashion week is changing*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.co.uk/article/how-paris-haute-couture-fashion-week-is-changing>
- Cenea, L. (2015). *El futuro de las colecciones cápsula*, 1(1). [Revista en Línea: Harper's Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a157988/colecciones-capsula-alex-adidas/>
- Cipriani, P. (2011). *100% sustentable*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/1379951-100-sustentable>
- Cole, C. (2017). *Los 7 magníficos. Las colecciones cápsula que amarás este otoño/invierno*, 1(1). [Revista en Línea: Vanidad] Disponible en: <https://www.vanidad.es/moda/colecciones-capsula-otono-invierno>
- Clemente, P. (2018). *Prendas que generan calor gracias a tejidos inteligentes*, 1 (1). [Revista en línea: El mundo] Disponible en : <http://www.elmundo.es/cataluna/2018/03/27/5ab92a3246163fa55d8b45d4.html>
- Dappiano, M. (2015). *El diseño de ropa crece: ya hay casi 300 marcas de autor*, 1(1). [Diario en línea: Diario Clarín] Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/disen-ropa-autor-moda-tendencias_0_rkh6quKDQI.html
- De la Torriente, E. (2012). *Diana Vreeland: la Tirana que inventó las editoras de moda*, 1(1). [Diario en línea: El país] Disponible en: https://elpais.com/elpais/2012/10/05/gente/1349462501_204929.html
- Dhillion, K. (2018). *What the hell are resort and cruise collections and why are they so lucrative,?*, 1(1). [Blog en Línea: High Snobiety] Disponible en : <https://www.highsnobiety.com/2017/05/22/why-are-resort-cruise-pre-collections-important/>
- Eco, U. (2004), *Historia de la Belleza*. Barcelona: Debolsillo
- Efe (2018). *Desigual impulse el "valor de los oficios artesanos en la moda*, 1(1). [Revista

en Línea: El espectador] Disponible en :
<https://www.elespectador.com/noticias/cultura/desigual-impulsa-el-valor-de-los-oficios-artesanos-en-la-moda-articulo-798522>

Farled, F. (2018). *Los utópicos diseños de Iris Van Herpen, la modista que auna tecnología y artesanía*, 1(1). [Diario en Línea: La Vanguardia] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/de-moda/20180706/45718806247/iris-van-herpen-disenadora-coleccion.html>

Farra, E. (2017). *El año en que la moda sostenible se hizo, además, deseada*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/moda-sostenible-2017-stella-mccartney-gucci-tom-ford/32208>

Fernández Irusta, D. (2014). *Susana Saulquin. "El sistema e la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo"*, 1(1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>

Figueras S., J. (2012). *Historia de la Moda: Pasado, Presente y Futuro*. Madrid: S.A. EIUNSA.

Fleming, O. (2016). *Are handmade clothes really better than machine made clothes?*, 1(1). [Revista en Línea: Harper's Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a15510/are-handmade-clothes-really-better-than-machine-made-clothes/>

Friedlander, R. (2018). *Narciso Rodriguez recreates his best dresses to celebrate 20 years of sexiness*, 1(1). [Revista en Línea: InStyle] Disponible en: <https://www.instyle.com/news/narciso-rodriguez-capsule-collection>

Foley, B. (2018). *Maison Margiela Spring 2018 Couture*, 1(1). [Revista en Línea: WWD] Disponible en : <https://wwd.com/runway/spring-couture-2018/paris/maison-martin-margiela/review/>

Fury, A. (2017). *What does "couture" actually mean?*, 1(1). [Diario en Línea: New York Times] Disponible en : <https://www.nytimes.com/2017/01/27/t-magazine/fashion/what-does-couture-actually-mean-fashion-week.html>

García, S. (2011). *La industria artesana tras el lujo de Chanel*, 1(1). [Revista en Línea: Moda] Disponible en: <https://www.modaes.es/back-stage/la-industria-artesana-tras-el-lujo-de-chanel.html>

Gold, N. (2018). *El fenómeno del "fast fashion"*, 1(1). [Diario en línea: El Cronista] Disponible en: <https://www.cronista.com/columnistas/El-fenomeno-del-fast-fashion-20180327-0107.html>

Grunfeld, M. (1997). *Marketing de la moda*. Argentina: Universo.

Guimapang, K. (2019). *Through the eyes of Verner Pantón; a master of color through*

- contemporary expression*, 1(1). [Columna en línea: Architect] Disponible en: <https://archinect.com/news/article/150098955/through-the-eyes-of-verner-panton-a-master-of-color-through-contemporary-expression>
- Healy, C.M. (2015). *Remembering Japan's badass 70s schoolgirl gangs*, 1(1). [Artículo en línea: Dazed] Disponible en: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/28261/1/remembering-japans-badass-70s-schoolgirl-gangs>
- Herce, P. (2015). *Primera imagen de Rihanna como directora creativa de Puma*, 1(1). [Columna en línea: Harper's Bazaar] Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a178163/primera-imagen-rihanna-directora-creativa-puma/>
- Herce, P. (2017). *¿Por qué todo el mundo habla de Supreme?*, 1(1). [Revista en línea: Harpers Bazaar] Disponible en : <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/g296694/por-que-todo-el-mundo-habla-de-supreme/>
- Herstik, G. (2017). *5 marcas cambiando el panorama de moda sustentable*, 1(1). [Revista en línea: I-D] Disponible en : https://i-d.vice.com/es_mx/article/59gpm5/5-marcas-cambiando-el-panorama-de-la-moda-sustentable
- Hurtado de Mendoza, M. (2016). *Iris Van Herpen, La Hechicera*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/entrevista-iris-van-herpen-disenadora-tecnologia-moda/25733>
- INTI. Fundación Tejer. (2016). *Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina*. Buenos Aires: INTI.
- Jacobs, M. (2015). *La moda es arte*, 1(1). [Diario en línea: El País] Disponible en : <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Jiang, E. (2017). *¿Por qué colaboran los artistas con la moda?*, 1(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/living/articulos/colaboraciones-artistas-y-disenadores-moda/31351>
- López B., J. M. (2018). *Moda inteligente, la nueva colección de diesel en telas de lujo*, 1(1). [Revista en línea: La República] Disponible en : <https://www.larepublica.co/ocio/moda-inteligente-la-nueva-coleccion-de-diesel-en-telas-de-lujo-2724651>
- Luxford, C. (2018). *Design Masters: Verner Panton*, 1(1). [Columna en línea: Culture Trip] Disponible en : <https://theculturetrip.com/europe/denmark/articles/design-masters-verner-panton/>
- Marre, S. (2017). *Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/2048552-moda-de-autor-auge-de-emprendedores-que-apuestan-a-la-originalidad>
- Martínez Navarro, G. (2017). *Marketing y comunicación de moda*, 1(1). [Libro en línea: Google Play] Disponible en : <https://play.google.com/books/reader?id=0JtMDwAAQBAJ&pg=GBS.PT4>

- Mau, D. (2018). *The rise of "Instagram brands": How the platform is leveling the fashion playing field*, 1(1). [Columna en línea: Fashionista] Disponible en: <https://fashionista.com/2018/05/instagram-fashion-brands-business-model>
- Mendez, A. (2015). *El origen de la semana de la moda de New York*, 1(1). [Columna en línea: Cultura Colectiva] Disponible en : <https://culturacolectiva.com/fotografia/el-origen-de-la-semana-de-la-moda-de-nueva-york/>
- Menkes, S. (2014). *Ciencia y moda: Iris Van Herpen y Delfina Delettrez*, 1,(1). [Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/suzy-menkes/articulos/ciencia-y-moda-iris-van-herpen-y-delfina-delettrez/21038>
- Menkes, S. (2015). *Alexander McQueen: belleza salvaje, más que nunca*, 1(1).[Revista en línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/suzy-menkes/articulos/cronica-de-suzy-menkes-de-la-exposicion-savage-beauty-de-alexander-mcqueen-en-londres/22134>
- Mini (2018). *Así es la colección cápsula para viajeros urbanos*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/field-notes-coleccion-capsula-mini-fashion-pitti-uomo/35359>
- Molinari, M.(2017). *Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad*, 1(1). [Diario en línea: La Nación] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/2048552-moda-de-autor-auge-de-emprendedores-que-apuestan-a-la-originalidad>
- Morton, C. (2018). *Fashion A-Z: Capsule Collections. Business of Fashion*, 1(1). [Blog en Línea: Business of Fashion] Disponible en : <https://www.businessoffashion.com/education/fashion-az/capsule-collections>
- Odrionzola, A. (2013). *Vuelta a lo artesanal: la crisis potencia el valor de la moda "handmade"*, 1(1). [Revista en Línea: Glamour] Disponible en : <https://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/vuelta-a-lo-artesanal-con-la-criisis-la-moda-potencia-el-valor-del-trabajo-manual/18749>
- Panton, V. (2019). *Verner Panton*, 1(1). [Columna en línea: Verpan]. Disponible en <https://www.verpan.com/verner-panton-x-verpan>
- Peláez, R. (2018). *La gala del Met explicada para "Dummies"*, 1(1). [Revista en línea: Vanity Fair] Disponible en : <https://www.revistavanityfair.es/sociedad/gala-met/articulos/guia-que-es-gala-met-para-dummies-rei-kawakubo-nueva-york-moda/24189>
- Pérez,L.(2017). *Jessica Trosman: "Tenía que hacer algo diferente para triunfar"*, 1(1). [Diario en línea: El Cronista]. Disponible en : <https://www.cronista.com/clase/dixit/Jessica-Trosman-Tenia-que-hacer-algo-diferente-para-triunfar-20170810-0001.html>

- Phelps, N. (2018). *Narciso Rodriguez at 20- The Designer reminisces with a capsule collection the re-creates his hits*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.com/article/narciso-rodriguez-barneys-20-years-capsule-collection>
- Riviere, M. (1997). *Diccionario de la Moda*. Madrid: Grijalbo.
- Rosales, A. (2017). *¿Qué es el Haute Couture y por qué es tan importante?*, 1(1).[Revista en Línea: Glamour] Disponible en : <https://www.glamour.mx/moda/guia-de-estilo/articulos/que-es-el-haute-couture/6350>
- Saltzman, A. (2013). *¿Qué es la moda slow?*, 1(1). [Revista en línea: Oh LaLa] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/1565530-que-es-la-moda-slow>
- Sanudo, F. (2013). *La moda arte de Iris Van Herpen*, 1(1). [Revista en línea: Revista Mujer] Disponible en : <http://www.revistamujer.cl/2013/08/15/01/contenido/la-moda-arte-de-iris-van-herpen.shtml/>
- Saulquin, S. (1999). *La Moda Después*. Buenos Aires: Smithmark Publishers.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la Moda Argentina: del Miriñaque al Diseño de Autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Santillan, M.L. (2018). *La moda incomoda*, 1(1).[Blog en línea: María Laura Santillán] Disponible en: <http://www.marialaurasantillan.com/2016/08/12/entrevista-a-jessica-trosman/>
- Saulquin, S. (2010) *La muerte de la moda, el día después*. Argentina: Paidós.
- Saulquin, S. (2014). *Susana Saulquin. “El sistema e la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo”*, 1(1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Schilling, M. K. (2017). *Adios a la seda: Stella McCartney teje un nuevo camino para la industria de la moda*, 1(1).[Diario en línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/2082248-adios-a-la-seda-stella-mccartney-teje-un-nuevo-camino-para-la-industria-de-la-moda>
- Schmidt-Rees, H. (2019). *Sukeban – The forgotten story of Japan’s girl gang*, 1(1). [Columna en línea: Perspex] Disponible en: <https://www.perspex.com/articles/fashion-history/2019/2/16/sukeban-the-forgotten-story-of-japans-girl-gangs>
- Schwartz, E. (2018). *Meet the collector who transformed his home into a far-out design museum*, 1(1). [Artículo en línea: Garage] Disponible en: https://garage.vice.com/en_us/article/vbqzda/pantonworld-verner-panton-collection
- S Moda (2018). *Moschino firmará la próxima colección cápsula de H&M*, 1(1). [Diario en Línea: El País] Disponible en: <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/moschino-hm/>

- Spinetta, F. (2014). *El valor de lo artesanal*, 1(1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en : <https://www.lanacion.com.ar/1705241-el-valor-de-lo-artesanal>
- Sposito, S.(2014). *Los tejidos y el diseño de moda*. Italia: Promopress
- Sposito, S. (2016). *Historia de la moda*. Argentina: Paidós SAICF.
- Straschnoy, C. (2018). *En la era post industrial, el nuevo lujo está en el trabajo artesanal*, 1(1). [Revista en Línea: Elle] Disponible en: <https://elle.mx/moda/2018/06/13/lujo-trabajo-artesanal/>
- Summers, J.(2015). *Fashion On The Ration: Style in the Second World War*. Londres: Profile Books.
- Talon, K. (2019). *Nous Etudions presents a capsule inspired by the Air Max 720*, 1(1). [Columna en línea: El NSS Mag]. Disponible en: <https://www.nssmag.com/en/fashion/18166/nous-etudions-presents-a-capsule-inspired-by-the-air-max-720>
- Taranilla de la Varga, C.J. (2014). *Breve historia del arte*. Madrid: Ediciones Nowtilus.
- Taylor K. (2013) *Vintage Fashion and Couture: from Poiret to Mcqueen*. EE.UU: Firefly Books Ltd.
- Trosman, J. (2018). *La unión hace la fuerza: Superga por Jessica Trosman*, 1(1). [Revista en Línea: elle] Disponible en : <https://elle.clarin.com/moda/novedades/superga-por-jessica-trosman/>
- Trotec : Laser marking cutting engraving, (2018). *Corte láser para diseñadores de moda*, 1(1). [] Recuperado el 17/11/2018. Disponible en : <https://www.troteclaser.com/es-ar/tutoriales-ejemplos/faqs/como-cortar-con-laser/>
- Torrencillas, T.(2015). *¿La moda es arte?*, 1(1). [Diario en línea: El país] Disponible en : <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- Usigli, T.C. (2016). *Como 4 marcas de moda acercan el trabajo artesanal a los millenials*, 1(1). [Revista en Línea: Vogue] Disponible en : <https://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/articulos/marcas-de-moda-latinoamericanas-que-trabajan-con-artesanos/6371>
- Van Herpen, I. (2019). *About: Iris Van Herpen*. 1(1). Recuperado el : 12/09/2018. [Sitio en línea: Iris Van Herpen] Disponible en : <http://www.irisvanherpen.com/about>
- Van Strien, M.(2014). *“Matijn Van Strien launches experimental fashion label with laser-cut garments”*, 1(1). [Revista en Línea: Dezeen] Disponible en : <https://www.dezeen.com/2014/10/21/martijn-van-strien-mphvs-laser-cut-fashion-dutch-design-week-2014/>
- Vásquez, C. (2017). *Sukeban: Las pandillas femeninas y la subcultura japonesa de los 70*, 1(1). [Columna en línea: Loud] Disponible en: <https://loud.cl/66617/sukeban-las-pandillas-femeninas-y-la-subcultura-japonesa-de-los-70>

- Villagrán, O. (2016). *Por qué la moda es el arte del siglo XXI*, 1(1). [Blog en Línea: Cultura Colectiva] Disponible en: <https://culturacolectiva.com/moda/por-que-la-moda-es-el-arte-del-siglo-xxi/>
- Vitale, S. (2016). *Innovación textil*, 1 (1). [Diario en Línea: La Nación] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1952681-innovacion-textil>
- Volpintesta, L. (2014) *Fundamentos del diseño de moda*. EE.UU. Rockport Publishers
- Wright, G. (2018). *La última colección de la Maison Margiela de alta costura está inspirada en un flash de iphone*, 1(1). [Revista en Línea: I-D] Disponible en: <https://i-d.vice.com/es/article/mbpyja/maison-margiela-alta-costura-2018>