

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Diseño Slow Vegetal

Textiles no tejidos con fibra de ananá

Merlini Julieta

89937

Diseño textil y de indumentaria

Proyecto Profesional

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

18/09/2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

Índice

Introducción.....	5
Capítulo 1. Diseño experimental y sustentabilidad.....	15
1.1. Diseño experimental.....	15
1.2. Concepción de moda sustentable.....	18
1.2.1. La industria textil y el medioambiente.....	19
1.3. <i>Slow fashion</i> vs moda rápida.....	21
Capítulo 2. Una elección textil consciente para reinventarse	27
2.1. Antecedentes del textil.....	27
2.2. Tipos de fibras y propiedades.....	29
2.2.1. Fibras de origen animal.....	30
2.2.2. Fibras de origen vegetal.....	32
2.2.3. Fibras de origen sintético y artificial	34
2.3. Procesos para identificar y clasificar a una fibra	37
2.4. Fibras vegetales sustentables	38
2.5. Desarrollo de un textil.....	40
2.6. Desarrollo de un textil no tejido.....	42
2.7. Cuero	44
2.8. PIÑATEX.....	46
2.7.1. Orígenes e inserción en el rubro de la indumentaria	46
2.7.2. Procesos de obtención y propiedades.....	48
2.7.3. Valor agregado y beneficios del textil PIÑATEX.....	49
Capítulo 3. Diseño sustentable como oportunidad ante una crisis	51
3.1. Definición de variables.....	51
3.2. Moda experimental internacional	53
3.3. Historia del surgimiento del diseño experimental en Argentina	55
3.4. Panorama actual del diseño experimental textil en Argentina	56
3.5. Panorama actual del diseño experimental sustentable en Argentina	58
3.6. Artistas textiles	60
Capítulo 4. <i>Litté de Autor</i>.....	62
4.1. Acerca de la marca.....	62
4.1.1. Inicios	64
4.1.2. Identidad de marca	65
4.1.3. Visión y misión	65
4.1.4. Análisis F.O.D.A.....	66
4.1.5. Público objetivo.....	67
4.2. Análisis acerca de sus diseños y líneas.....	67
4.2.1. Avíos.....	69
4.2.2. Textiles	70
4.2.3. Paleta de color	72
4.2.4. Recursos constructivos	72
4.3. Competencia en el mercado.....	74
4.4. Packaging.....	75
4.5. Ideología de venta	76
4.5.1. Adaptaciones de venta ante pandemia y crisis económica.....	77
4.6. Campañas.....	78
Capítulo 5. Propuesta de diseño	79

5.1 Justificación del proyecto.....	79
5.1.1. Objetivo de la propuesta	80
5.2. Partido conceptual.....	81
5.3. Usuario potencial y ocasión de uso	85
5.4. Elementos constructivos y materialidades	87
5.5. Elección de materiales para el packaging.....	88
5.6. Desarrollo de colección.....	89
5.6.1. Renacer ante una crisis.....	92
Conclusiones.....	93
Lista de referencias bibliográficas.....	98
Bibliografía	101

Introducción

El presente Proyecto de Graduación titulado *Diseño slow vegetal. Textiles no tejidos con fibra de ananá* aborda la temática del diseño sustentable y experimental como una alternativa para innovar la oferta actual de no tejidos existente en el mercado argentino. El enfoque estará puesto en introducir en el mercado argentino un textil compuesto por fibras provenientes de la hoja de ananá que se inserte dentro de la modalidad del *slow fashion* como una forma de alejarse de las tendencias de la moda rápida y del consumo masivo. Lo que se busca con el desarrollo de este PG es crear una colección cápsula de diseño de autor o independiente, accionando en tanto proceso de investigación y desarrollo profundo, expresado en la elección de los materiales de los textiles, los avíos, las tipologías y las prendas. Así, responde a quienes buscan generar identidad separándose de las tendencias impuestas. El diseño de autor, también llamado diseño independiente, forma parte del sistema de la indumentaria, pero desde un lado más individualista. Buscando la distinción dentro del mundo de la moda, en la cual las prendas estén confeccionadas con el mencionado tejido como una forma de innovar los recursos existentes en cuanto a materialidad y que paralelamente favorezcan al diseño sustentable.

La problemática que origina el PG es que el campo del diseño argentino se encuentra limitado en cuanto a innovación textil. Asimismo, el fenómeno de *fast fashion* popularizado desde principios del siglo ha generado como consecuencia que la industria textil se ubique en el segundo puesto de las industrias más contaminantes del mundo. Frente a este panorama surgió la tendencia de la moda *slow* en contraposición de la moda rápida la cual consiste en producir prendas alejándose de la masividad y enfocándose en la calidad y la exclusividad. Es una modalidad artesanal que implica la creación de textiles, *rapports*, texturas, detalles constructivos o moldería que no puedan ser producidos industrialmente y que requieren un trabajo más complejo en cuanto a las técnicas de confección o producción. Dentro de esta tendencia puede observarse que los diseñadores buscan además evitar el deshecho de prendas y por el contrario buscan crear prendas exclusivas

que el usuario cuide y puedan usarse durante varias temporadas. Puede afirmarse que es una modalidad más sostenible ya que mediante el uso prolongado de la indumentaria busca preservar el medioambiente, que es donde se desechan las prendas. Se podrá observar que en Argentina dentro de la modalidad *slow fashion*, no existen los diseñadores que hayan creado colecciones con textiles a base de fibras de ananá. Por lo tanto resulta interesante poder plantear la utilización de un textil que dentro de la modalidad *slow fashion* sea innovador y a la vez favorezca a la ecología. Mediante la realización de intervenciones sobre el textil de ananá y el desarrollo de molderías atemporales se podría generar un valor diferencial que realmente otorgue sustentabilidad, innovación y estética a la colección final, y por ende a la industria textil, al intervenir o manipular un material.

De acuerdo a lo expuesto surge la siguiente pregunta problema: ¿Cómo innovar la moda dentro de la modalidad *slow fashion* en Argentina y generar valor diferencial dentro de una marca a partir de la incorporación de fibras vegetales naturales para afrontar una crisis económica mundial en el cual el consumo de indumentaria deja de ser una prioridad?

Para poder llevar a cabo el desarrollo del presente PG y poder responder a la cuestión planteada se estableció el objetivo general que consiste en el desarrollo de una colección sustentable a base del textil de ananá para la reinención de la marca *Litté de Autor*. De lo dicho, intentará crear una colección cápsula de diseño de autor que se inserte dentro de la modalidad *slow fashion* y que incorpore como principal material de su producción, un textil desarrollado en base a la fibra extraída del ananá.

Asimismo, se estructuran objetivos específicos que permiten llevar a cabo la propuesta. En primer lugar, se debe estudiar a cerca de los procesos de creación y desarrollo de un no tejido, los tipos de fibra existentes, su origen animal, vegetal o sintético y las propiedades asociadas a cada una de ellas, identificando como se crea un textil no tejido. A continuación, indagar acerca del panorama actual de las marcas de diseño de autor a nivel internacional como nacional que crean sus propios textiles o que tengan un valor agregado que las inserte dentro del fenómeno de *slow fashion* y que además puedan ser

consideradas como sustentables. En tanto, investigar sobre los procesos de obtención y propiedades de la fibra de ananá, la experimentación textil de la fibra extraída de las hojas de esta fruta y determinar cual es la mejor forma de intervenir un textil que representa una innovación, que sea sustentable y cumpla con las propiedades adecuadas para ser incorporado en un prenda.

El presente PG pertenece a la categoría de Proyecto Profesional ya que consiste en la creación de una colección de diseño de autor con textiles a base de piña no existentes en la actualidad en Argentina en el rubro de la indumentaria. Se integra dentro de la línea temática Diseño y Producción de Objetos, Espacios e Imágenes porque el objetivo final consiste en el desarrollo de una colección para la marca *Litté de Autor* con la incorporación de un nuevo textil en el país y su utilidad para la producción de indumentaria.

El siguiente Proyecto de Graduación, como materia central, Técnicas de producción de moda I y II ya que su contenido teórico es fundamental para el desarrollo de este PG puesto que se estudiarán las fibras de origen natural, particularmente las vegetales, sus propiedades, y procesos de obtención. Posteriormente se creará una colección sobre un textil previamente existente pero igualmente innovador para el mercado de moda nacional, con una distinción artesanal. Con el fin de resaltar la identidad de la marca *Litté de Autor* y crear un diferencial aparte de la identidad y generar un compromiso con el cliente que traspasa el vinculo de compra venta, y se fortalece por una ideología.

Para poder llevar a cabo la propuesta final que comprende este Trabajo Final de Grado, se han seleccionado una serie de antecedentes institucionales perteneciente a la Universidad de Palermo los cuales servirán de sustento para el desarrollo del presente PG. En primer lugar el Trabajo Final de Grado de Giordanon (2012) titulado *Accesorios artesanales. Una propuesta desde el diseño sustentable* es relevante ya que plantea la creación de una colección de accesorios basada en la utilización de componentes totalmente reciclados, retirados de los interiores de la CPU de las computadoras que, por medio de técnicas artesanales y manuales, se obtiene una serie de elementos distintivos,

no habituales en el mercado, y sobre todo originales e innovadores. La autora analiza la importancia de favorecer al reciclaje por medio de propuestas que se alejen de la masividad de las marcas y la repetición de modelos y diseños que hacen que se pierda el interés de lo particular de un producto, tanto en la indumentaria como en los accesorios. Este PG está vinculado con el Proyecto de Graduación a desarrollarse ya que aunque en el primer caso se utilice un recurso electrónico y en el otro una fibra vegetal, los dos se basan en crear tejidos con una impronta propia. Por medio de su incorporación en el diseño de autor se busca el valor agregado que proporcionar un estilo distinto que marque la diferencia frente a la oferta actualmente existente en el mercado.

Así mismo el PG de *Strano. (2015) titulado diseño de autor: partir del textil. El textil y sus intervenciones* ha sido seleccionado ya que la autora propone una colección dirigida al mercado femenino argentino compuesta por dos series. La primera hace referencia a los textiles bordados a mano, con piedras de distintos tamaños y formas. Y la segunda está fundamentada por estampados realizados en formato digital por la propia diseñadora de la colección. Lo que la autora pretende con su propuesta es crear un universo simbólico que, como lo define ella, es un conjunto de códigos y significaciones que han marcado o influenciado al diseñador y que son propios de su identidad. De esta manera se logra darle a la indumentaria un contenido de diseño único y por ende una identidad propia también. En este PG la autora identifica y analiza las técnicas artesanales y también las digitales que existen hoy en día para modificar los textiles, y por consecuencia las plantea como herramientas que pueden contribuir a la originalidad del diseño de autor. De esta manera se logra innovar y diferenciarse de la masividad de la moda hoy en día. Además, por medio de la aplicación de estas técnicas como alternativa a la implementación de tejidos sin intervenir, se logra quebrar con los parámetros establecidos y transgredir que es justamente el enfoque que se quiere dar al Proyecto de Graduación a desarrollarse en la cátedra.

Así mismo se eligió el Trabajo Final de Grado de Escobar (2011) titulado *Desarrollo textil*

sustentable Proyecto de diseño textil sustentable para la República Argentina. Este Proyecto de Grado tiene como objetivo general la creación de un proyecto aplicable a la industria textil de la República Argentina que consiste en la producción de materiales sustentables para su posterior aplicación en la indumentaria. La autora hace un análisis sobre los procesos de obtención de los materiales de la industria textil argentina de plano y de punto e investiga su impacto negativo en el medioambiente. Al finalizar el PG plantea la inserción de tejidos sustentables hechos con fibras de origen natural en el mercado argentino como una solución a la contaminación ambiental. La relevancia de este PG radica en que al igual que el PG que se desarrollará, propone una alternativa al uso de fibras de origen sintético y plantea métodos de aplicación de la sustentabilidad al diseño de modas como una solución que promueva la conservación del medioambiente desde el diseño de autor. Además, su contenido es de gran aporte ya que permite tener una visión más amplia de la construcción de tejidos, su acabado y su ciclo de vida útil. Serán factores a tomar en cuenta al momento de crear la fibra a base de hojas de ananá.

Por su parte, el PG de Moya (2016) titulado *Textiles sustentables artesanales. La reinención de los textiles naturales artesanales en el calzado* ha sido seleccionada como antecedente ya que la autora plantea como objetivo general, a partir de diferentes técnicas textiles, crear un textil natural de paja toquilla y conocer las posibles formas de como esta puede ser trabajada para el uso de un calzado siempre manteniendo las dos variables que sea sustentable y artesanal. La paja toquilla es una fibra natural proveniente del tallo de un tipo de palma que crece, en Ecuador. Gracias al análisis de las propiedades de esta fibra la autora pudo determinar que su uso es apto para implementarse en el calzado. Como valor agregado creo su propio *rapport* por telar basándose en técnicas tradicionales de tejido de las culturas ecuatorianas. Este trabajo se relaciona con el presente Proyecto Final de Grado ya que ambos se fundamentan en una metodología que requiere una previa investigación de la fibra para ver si puede ser utilizada como materia prima o si requiere combinarse con otro material. Aunque Moya (2016) se dirija hacia el rubro del calzado y el

PG a desarrollarse consista en el desarrollo de una colección de indumentaria ambos tienen el objetivo de crear un producto final que sea funcional y a la vez sea amigable con el medioambiente. Además, el principio de crear un *rapport* propio es otra de las características que comparten ambos Proyectos de Grado con la finalidad de darle un valor agregado único a las propuestas de diseño.

También se destaca el Proyecto Final de Grado de Loza (2015) titulado *Argentina Bambú Tex S.A., proyecto productivo ecológico* ya que consiste en la presentación de un plan de negocios centrado en la explotación sustentable de bambú en Argentina para la empresa Bambú Tex S.A. La autora expone algunas soluciones propuestas por diversos diseñadores del mundo para combatir la moda rápida, la contaminación ambiental y la utilización excesiva de recursos no renovables. Además, estudia y compara los distintos tipos de fibras según su origen natural o sintético y defiende sobre todo los tejidos vegetales como una forma de incentivar la ecología. Al finalizar la propuesta se evidencia el proceso productivo de la fibra de bambú y sus posibles aplicaciones en el diseño de indumentaria y accesorios. En primer lugar, este PG se vincula con el Trabajo Final de Grado a desarrollarse ya que en ambos casos buscan una alternativa al uso de fibras contaminantes o que representan una amenaza para la fauna. Los principios ambientales en los cuales recaen ambas propuestas permiten desarrollar colecciones finales de diseño de autor utilizando materias primas que actualmente tienen otro uso pero que pueden incorporarse al ámbito textil como una forma de innovar la industria de la moda y a la vez volverla sustentable.

Siguiendo la misma línea se destaca el PG de Araya (2013) titulado *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Este PG propone realizar una línea de abrigos de fiesta basada en la combinación de ciertos textiles con texturas generadas a partir de no tejidos innovadores en el rubro de la indumentaria como lo son el *lutradur*, el *tyvek* y el *evolon*. Asimismo, dichas texturas fueron intervenidas artesanalmente con la finalidad de innovar el diseño de indumentaria. La resignificación de no tejidos a partir de la incorporación de

nuevos materiales de origen vegetal los cuales son actualmente utilizados en el rubro de la papelería permite crear texturas originales que dan como resultado productos con un alto contenido estético, visual y artesanal. La vinculación con el PG a desarrollarse es que ambos buscan innovar la industria del diseño argentino por medio de materiales que puedan tener un uso alternativo y que bajo propuestas de diseño de autor logren generar un factor diferenciador en las propuestas de diseño. Además, el punto en común de estos dos proyectos radica en la creación de un textil propio es decir que por medio de diseños personalizados por *rapport* se pueda generar un material auténtico y con impronta propia. Por su parte cabe nombrar el PG de Mariño (2017) titulado *Diseño consciente. Aplicación del cuero de Muskin en el calzado* porque la autora desarrolla una colección de diseño de calzado incorporando un tipo de cuero de origen vegetal no convencional en el rubro de la indumentaria: el hongo Muskin. La idea de este PG radica en la problemática de encontrar una alternativa a los tipos de cuero sintético que tras ser estudiados minuciosamente representan una amenaza para la salud y para el medioambiente. Por medio de la obtención de un material proveniente de un uso comestible Mariño (2017) generó una propuesta que es a la vez sustentable y funcional. Mediante el estudio de las propiedades de este no tejido tras la realización de una serie de ensayos prácticos se pudo revelar que este tipo de cuero innovador es apto para ser aplicado en el diseño de modas. El PG a desarrollarse y este Trabajo Final de Grado están relacionados desde el punto de vista en que ambos buscan generar materiales o fibras que se encuentran en elementos comestibles en este caso de los champiñones y en el caso del nuevo PG de la hoja de ananá. De esta manera, el proceso de biodegradación no representaría un perjuicio ambiental y por lo tanto se estaría contribuyendo al diseño sustentable.

Así mismo se destaca el PG de Fiorolli (2015) titulado *Indumentaria sustentable. Ecodiseño*. Ha sido tomado como antecedente ya que su objetivo general es el desarrollo de una marca que presenta una colección de indumentaria sustentable utilizando materiales nobles y naturales tal como lana y algodón, mediante distintos tipos de

elaboración y teñidos. Mediante esta propuesta la autora genera un fenómeno de revalorización al uso de fibras naturales que permiten generar un reposicionamiento en el mercado textil que se diferencie de la competencia. Con este proyecto Fiorilli (2015), pretende crear un aporte en el campo del Diseño Textil y de Indumentaria en cuanto a la contaminación, el uso y agotamiento de los recursos, así también como a sustentabilidad en la producción de textiles. Este trabajo se relaciona con el PG a desarrollarse ya que ambos buscan generar textiles de diseño de autor los cuales representen una diversificación de los materiales actualmente saturados en cuanto a innovación en la industria de la moda. Además, fomentar a más diseñadores a incorporar fibras y sustancias no contaminantes en sus procesos de producción como una forma de incentivar a la sustentabilidad como una nueva forma de diseñar sin contaminar.

También cabe destacar el PG de Merlo (2016) titulado *Herencia Milenaria La revalorización del carandillo. Accesorios de diseño de autor*. La autora de este PG propone la realización de carteras y calzados hechos con carandillo, un material extraído de las hojas de la palmera. Para lograr el objetivo realiza un profundo estudio sobre las fibras textiles, para luego realizar un proceso de análisis textil el cual concluye con los resultados sobre qué tipo de tejido es el más adecuado para aplicar a dichos accesorios. El resultado final consiste en el diseño y producción de muestras textiles utilizando una mezcla de carandillo con algodón con la finalidad de poderlas aplicar al diseño de accesorios. La relevancia de este PG radica en que es un ejemplo de cómo se puede generar un tejido de autoría propia utilizando materiales de origen vegetal como una forma de innovar la industria del diseño y a su vez fomentar el diseño ecológico. La metodología de análisis de la fibra puede ser utilizado como base de estudio para las fibras provenientes de las hojas del ananá.

Finalmente vale mencionar el PG de Lechner (2017) titulado *Eco Dress. Creación de un diseño de indumentaria vanguardista con bolsas plásticas*. Este Proyecto de Graduación plantea la realización y la integración en la sociedad de una prenda que esté constituida a partir de la re significación del reciclado de plástico, específicamente, de bolsas de

polipropileno y polietileno, las cuales se reconstruyen en material textil. Para esto se dispondrá de una moldería específica que ofrezca comodidad al usuario adaptándose a un mercado globalizado y competitivo, donde la ecología juega un papel relevante. La autora de enfoca en la problemática de la contaminación ambiental y genera un tejido propio utilizando el plástico como materia prima, pero termofusionando las piezas de manera que se genere un material no convencional que puede ser considerado de autor. Ambos Trabajos Finales de Grado se vinculan entre sí ya que buscan innovar la industria de la moda creando un material hecho exclusivamente por las autoras con el objetivo de beneficiar al medioambiente al plantear alternativas sustentables al uso de fibras tradicionales y convencionales.

El presente Proyecto de Grado se divide en cinco capítulos. El primer capítulo aborda los conceptos de sustentabilidad y de diseño experimental. También analiza el fenómeno de *slow fashion* frente al de la moda rápida y sus efectos en la industria textil. El objetivo es el de plantear las nociones que componen el marco teórico del PG y como se vinculan entre sí. El segundo capítulo desarrolla el proceso de creación de textiles desde la creación de *rappports* y los diferentes métodos de tejidos y no tejidos. Así mismo indaga a cerca de los tipos de fibras según su origen natural o sintético y sus propiedades lo cual servirá como base para la creación de la propuesta final de grado que consiste en la incorporación de nuevo textil hecho a base de una fibra vegetal que no contamine al medioambiente y el desarrollo de Piñatex, la empresa que fabrica el textil. El tercer capítulo establece el panorama actual del diseño experimental y plantea la problemática de la escasez de innovación en cuanto a fibras y tejidos en Argentina. Analiza algunos ejemplos de diseñadores nacionales como internacionales que logran crear propuestas fusionando la sustentabilidad con lo experimental obteniendo como resultado prendas intervenidas de manera alterna, original y con valor agregado. Y expone el surgimiento de la moda experimental a partir de épocas de crisis como el renacimiento de la moda luego de la segunda guerra mundial. El cuarto capítulo analiza lo referido a la marca en desarrollo

específicamente. Establece su origen y sus ideologías, sus problemáticas y la identidad con la cual trabajan. Por último, establece cual sería el valor agregado de la misma. Finalmente, el quinto capítulo expondrá la propuesta de diseño experimental tomando como base la fibra de ananá para la creación de una colección innovadora, atemporal y sustentable con la base del textil de fibra de ananá. Se justificará todo el proceso creativo relacionándolo con lo expuesto en los cuatro capítulos precedentes y de esta manera se podrá cumplir con el objetivo del PG.

Capítulo 1. Diseño experimental y sustentabilidad

En este capítulo se abordarán los conceptos relacionados al marco teórico del presente PG los cuales están vinculados al diseño experimental, por una parte, a la sustentabilidad por otra y a la moda rápida. Se contrapondrán ambos términos con el objetivo de encontrar una posible relación entre ellos que permita forjar las bases para el desarrollo de la propuesta final de diseño al finalizar este Proyecto de Grado. En el caso del diseño experimental es relevante comprender las técnicas para efectuar este tipo de diseño ya que la autora plantea la producción de un textil a base de ananá para lo cual es necesario indagar cómo es posible crear un producto que responda a lo experimental. Enseguida se procederá a analizar cómo y porque se creó el concepto de sustentabilidad. Se investigará la situación de la industria de la moda en relación al medioambiente, con el fin de estudiar las consecuencias negativas a nivel ecológico producidas por el uso de fibras y sustancias de origen sintético que no son biodegradables. A continuación, se analizan métodos de aplicar la sustentabilidad a la moda y de esa manera favorecer al medioambiente. Finalmente, se podrá demostrar que la moda rápida se opone al fenómeno *slow fashion* y por lo tanto el textil a crearse deberá insertarse dentro de la categoría diseño de autor con el fin de mantener la línea del PG relacionada a la sustentabilidad.

1.1. Diseño experimental

En primer lugar, destacará en el PG el concepto de experimentación textil como un proceso en el cual se mezclan materiales de todo tipo, origen, textura, composición o trama con el objetivo de crear nuevos materiales. Los mismos son manipulados en su estructura interna, pero a través de ellos se puede crear una prenda funcional. Entiende Saulquín (2014) que conjuntamente dichos textiles tienen la capacidad de desarrollar funciones en respuesta a la información del medio externo, adaptándose a este. Este concepto es transcendental para la creación del textil que se desarrollará a base de ananá ya que se podría experimentar en cuanto al color, la composición, la trama, la textura, la forma de procesarlo y los productos necesarios para su obtención entre otras características teniendo en cuenta

que lo que se busca generar en un textil que no se ha materializado antes. A partir de esta teoría se puedan hallar los métodos más aptos para desarrollar el textil a base de las fibras de las hojas de ananá. De esta manera se podrá generar un tejido que tenga características lo suficientemente adecuadas para poder ser aplicado en cualquier prenda o accesorio y pueda ser funcional.

Siguiendo la misma línea Clarke (2014) plantea que el diseño experimental tiende a crear prendas o diseños únicos e irrepetibles y de este modo también pasan a tener un valor agregado. El trabajo puede darse de diferentes maneras. Una de ellas propone la utilización de textiles, creando formas y texturas. Entran en juego variables que hace referencia el autor citado previamente tales como la simetría y la asimetría, la proporción y la escala. Todas estas son fundamentales, ya que al trabajar sobre un soporte todo va variando a prueba y error. Aquí entra en juego el trabajo de diseño, de quien realice la experimentación y queda todo ligado a gusto y preferencia del mismo, siempre siguiendo un concepto y tema a desarrollar previamente pensado. La idea es analizar los volúmenes y las morfologías para entender el resultado del diseño sin olvidar la funcionalidad del mismo. En algunos casos y trabajos de experimentación, se mezclan prendas de todo tipo, tejidos de punto, planos y prendas de cuero o pelo son parte de un solo prototipo en donde es necesario analizar factores como el peso para saber si es posible la convivencia entre todos. También son utilizados accesorios como cinturones, u objetos como manteles o chales con los cuales se puede aprovechar la cantidad de tela para crear texturas y volúmenes.

Asimismo, Johnston (2016) considera al textil experimental como todo aquel tejido o no tejido que pueda ser intervenido por medio de cualquier método, estos pueden ser aplicados a las fibras, al hilado, al tejido o a la prenda final, ya confeccionada. Se pueden aplicar distintos acabados o tratamientos en cualquier etapa de la producción del textil, por medio de los cuales se busca generar nuevas características táctiles o visuales que jueguen con los sentidos de las personas y generen nuevas sensaciones. Todo textil

existente tiene cualidades externas que dan pie a su aspecto estético, estas pueden ser transformadas o añadidas según el estilo y gusto del diseñador. Los nuevos materiales y las distintas herramientas tecnológicas han creado nuevos estándares en las técnicas de producción textil, por medio de los cuales se llega a tener las particularidades deseadas, cambiando la naturaleza y el comportamiento del tejido. Dichos métodos tienen un sello y un carácter distinto del diseñador que crea el textil, siendo el consumidor del producto uno de los puntos relevantes para tomar en cuenta. Los resultados que pueden generar los diferentes procesos experimentales y creativos en el aspecto estético del textil son infinitos, de ello depende la decisión tomada sobre la paleta de color, la intensidad de cada uno de ellos, el tono empleado de los mismos, los posibles contrastes generados o la ausencia de estos, los efectos producidos a partir del peso, el material tratado, la estructura y forma, la aparición de la traslucidez y transparencia, entre otras cualidades. Además, se puede observar que estos métodos están ligados a la transformación del textil en estructuras rígidas, blandas, duras, esponjosas, ásperas, suaves, homogéneas, heterogéneas, pegajosas, lisas, rugosas, entre otras. Como se mencionó, el color es una de las apariencias relevantes, que hacen que el tejido sea parte de una tendencia, un usuario o una marca. Existen varias técnicas utilizadas en cuanto a la modificación del color, entre ellas está el dibujo o la pintura que son los métodos más sencillos para generar una textura visual.

Continuando con este análisis Echeverría expresará que los procesos por los cuales se modifica o se crea una nueva fibra o textil pueden ser elaborados de manera artesanal o industrial, e involucrar algún procedimiento o característica tecnológica, que afecte a la funcionalidad, estructura o estética externa del mismo. Agrega que “para crear este tipo de textiles no se requiere de materiales específicos, pero se debe tomar en cuenta la adaptabilidad y utilidad que se busque” (2018, p. 24).

Para un diseñador es fundamental conocer la variedad de textiles y sus respectivas composiciones, para poder realizar una colección o producto coherente en relación con el

concepto, inspiración o tema planteado. Este conocimiento previene que se tomen decisiones arbitrarias basadas en el aspecto estético del tejido, dando pie al desarrollo de la idea que este posee en la prenda. Tal como lo expone Araya “la composición del textil y las posibles técnicas aplicadas al mismo, afectan de manera directa en las características del tejido final o la prenda en su totalidad, otorgándole efectos visuales o táctiles que sean de alguna manera innovador y exclusivo” (2018, p.25). El trabajar con nuevos materiales implica elaborar algo innovador y desconocido, dejarse llevar por la imaginación para lograr efectos atractivos e interesante en la propuesta textil. Así,

Un textil interesa en gran parte al momento de diseñar tanto el peso como la mano de los mismos: principalmente lo que respecta a su estructura, su rigidez o falta de ella, su brillo o su opacidad, su maleabilidad, su caída, su espesor así como también la posible presencia de transparencias, los módulos trabajados en el diseño generado, su textura y sensación al tacto, su color y sus posibles efectos generados a partir del uso y la combinación de los mismos. (2018, p.28).

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

1.2. Concepción de moda sustentable

Frente a la contaminación ambiental ocasionada por la industria textil y para promover a la preservación del medioambiente nace el concepto de sustentabilidad. Según Gwilt (2014), este término se refiere a utilizar los recursos sin agotarlos, tiene que ver con una responsabilidad social de cuidarlos para que en el futuro y que las próximas generaciones puedan disponer de ellos. Cuando se menciona esta noción, comúnmente se piensa en la ecología y el cuidado de la misma, pero abarca también otros factores importantes para que su desarrollo sea factible. La economía de los países, los derechos laborales de las

personas y la ética hacia el bienestar de los animales son algunos de los temas a desarrollar y aplicar para que un proyecto o empresa puedan considerarse dentro de esta categoría.

Por otra parte, Aldrich (2014) describe al concepto de sustentabilidad como el conjunto de acciones del hombre en relación a su entorno con el fin de crear conciencia de mantener los recursos ecológicos y aportar con la sociedad. También se refiere a los sistemas biológicos que pueden conservar la diversidad y la productividad de los recursos naturales sin agotarlos o causar daño grave al medioambiente.

Por otra parte, Johnston se refiere a la sustentabilidad como “tratar de aprovechar y utilizar los recursos de manera responsable y ética, sin destruir el equilibrio social y ecológico” (2016, s.p).

De acuerdo a estos conceptos se puede plantear que crear un diseño sustentable implica reducir el impacto ambiental al mínimo con el fin de preservar la naturaleza, que es donde el hombre desarrolla sus actividades, con el objetivo de optimizar los recursos que están a su disponibilidad. También cabe recalcar que, los cambios climáticos, desastres naturales y problemas que presenta el planeta son notables en la actualidad ya que afectan a las grandes industrias y poblaciones causando daños irreparables. Si a eso se suma la contaminación producida por el ser humano los perjuicios serán aún más graves. Por este motivo, se considera que es importante generar conciencia sobre la utilización más responsable de los recursos y aprovechar aquellos que ayudan a mantener tanto el equilibrio medioambiental como el bienestar de los animales y la salud de las personas.

1.2.1. La industria textil frente al medioambiente

Durante las últimas décadas, el mundo se ve afectado por la contaminación del medio ambiente. Una de las causas es el uso de procesos químicos y producción de materiales derivados del petróleo que se han convertido en desechos. Como lo menciona Aldrich (2014), en la actualidad, la elaboración de fibras sintéticas está aumentando cada vez más, ya que generan menos gastos de producción a diferencia de las fibras naturales y por lo

tanto el costo final de producto es más accesible para los consumidores. Gracias a los avances tecnológicos, hoy en día es posible imitar las propiedades de un textil y crear una nueva versión con el objetivo de beneficiar a los canales de producción. De esta manera, los materiales sintéticos han sustituido notablemente a los tejidos de origen vegetal y animal:

Las nuevas estructuras de las fibras son fuente de multitud de nuevos efectos visuales y pueden ser manipuladas para imitar las fibras naturales. Se manipularon las fibras y también se crearon nuevas para mejorar, aumentar, eliminar propiedades o darle cambios estéticos según las necesidades que surgieron. (Aldrich, 2007, p.17).

El camino a la producción de las fibras sintéticas, impulsó a que haya una productividad más óptima y económica desde el diseño de una prenda hasta su confección. Sin embargo, la forma tradicional de realizar textiles sintéticos por facilidad en cuanto a tiempo y a precio ha hecho que la industria de moda se acople a usar textiles que contaminan el ecosistema y cada vez con el tiempo se ve más afectado. Este fenómeno de contaminación es causado por los desechos textiles, el uso desmedido y la contaminación del agua, el exceso de productos químicos y de energía generados en la fase de obtención de las fibras. En el caso de las de origen sintético son las que más efectos nocivos tienen sobre el medioambiente.

Clarke (2011) menciona dos ejemplos reales de contaminación del entorno que permiten reflexionar sobre la dimensión en la que este se ve afectado por la industria textil. El primer caso evidencia como el agua de un río en China se tiñó de color rojo a consecuencia de tintes que desembocaban en él sin ser procesados. Este caso demuestra que no se respetan las normas de preservación y cuidado de la naturaleza en la etapa de eliminación de los productos utilizados en la fase de obtención. Normalmente, lo que se suele hacer cuando se tiñen textiles, es que, antes de que el agua regrese a su lugar de origen, debe ser sometida a un tratamiento que separe el agua del colorante. Otro de los incidentes ecológicos surgió en Asia en el mar Aral, que es uno de los mares interiores más grandes del mundo. En este lugar, se tomaron espacios naturales para la producción de algodón destruyendo así la fauna originaria de la zona. Si bien se relaciona directamente a la

contaminación textil con las fibras de origen artificial, el abuso de producción de fibras naturales también genera un gran impacto medioambiental. Para cumplir con las cantidades de producciones requeridas por el mercado consumista, las fibras de algodón por ejemplo, se producen en cantidades inexplicables, principalmente por que a partir de esta fibra natural nacen muchas de las fibras artificiales.

Udale agrega que en la mayoría de las explotaciones de campos de algodón, la utilización de fertilizantes para el óptimo resultado de las fibras y los campos es excesiva.

Este uso intensivo de pesticidas afecta a cientos de acres de tierra que pierden su fertilidad y además contaminan el agua destinada al consumo humano. La Organización Mundial de la Salud estima que mueren en torno a 20.000 personas cada año a causa del uso de pesticidas. Además, los productos químicos que se utilizan son absorbidos por la planta de algodón y permanecen en la fibra durante su manufactura, lo que significa que siguen en el tejido que llevamos en la piel. (2008, p.43).

De acuerdo a lo analizado, se entiende que la moda es responsable de los impactos negativos que afectan al entorno y como consecuencia surge el diseño sustentable.

1.3. *Slow fashion* vs moda rápida

Al mencionar la moda rápida o *fast fashion*, se hace referencia a un sistema de la industria de la indumentaria, el mismo consiste en generar producciones de prendas que se encuentren respondiendo a los últimos dictámenes de la moda e incluirlas en las tiendas lo antes posible a precios bajos. Una vez pasado un corto tiempo, estas colecciones serán sustituidas rápidamente por las nuevas. Esta manera de comercializar y acelerar el sistema, se encuentra apoyado por una gran cantidad de referentes o blogueras de moda, las marcas dan obsequios a estas mujeres, a cambio de que ellas publiciten sus productos y generan en el público un deseo de adquirirlos. En los últimos años se han acrecentado este tipo de prácticas, ya que se han sumado *influencers* que trabajan con redes sociales como ser Instagram y también los canales de *Youtube*. El avance tecnológico favorece al consumismo ya que hoy día en la industria de la moda se posiciona como una de las formas de consumo más rápidas y accesibles para la mayoría de los usuarios. Mediante internet los usuarios pueden informarse de las últimas tendencias de moda y demandar a las

empresas a que creen prendas que sigan estas tendencias. A su vez, las empresas utilizan la Internet para difundir sus campañas y productos de las colecciones mas recientes. Este proceso tiene como consecuencia el aumento del consumismo. Para poder comprender mejor la relación existente entre el consumismo y moda rápida es necesario definir lo que es este concepto:

El concepto de “fast fashion” o moda rápida se refiere a un fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que las tendencias van sufriendo modificaciones. En este modelo de consumo se adquieren colecciones de ropa que imitan las tendencias actuales a bajo costo, por lo que las marcas que ofrecen este tipo de beneficios no solo cambian sus artículos con frecuencia, sino que se ven obligadas a fabricar sus productos en países en vías de desarrollo pagando a los trabajadores salarios muy bajos e incluso sacrificando las condiciones de seguridad en las que realizan sus actividades. Al mismo tiempo se trata de un modelo de consumo en el que el tiempo de vida de cada prenda es realmente corto. (Saulquin, 2006, p. 34).

Este fenómeno el cual contrapone moda rápida y diseño de autor tiene que ver con el avance tecnológico también. En efecto, la industria de la moda está viviendo una transformación. Las grandes cadenas de ropa han impuesto nuevos modelos de consumo y convertido a sus audiencias en protagonistas. El público marca tendencia en las redes sociales, las pasarelas se reinventan y los diseñadores de moda intentan mantener su esencia y al mismo tiempo hacer la diferencia para poder sobrevivir. “La moda se hace instantánea, mientras los tiempos de comercialización siguen un ritmo decimonónico. Las tendencias se deciden según el estado de ánimo de uno mismo y no de un diseñador” asegura Martínez (2016, p.1). Para ella, los desfiles de moda, expuestos en tiempo real en Internet, necesitan crear nuevos conceptos para poder sobrevivir a la velocidad de la tecnología y el fácil acceso y deshecho de la información. Las nuevas tendencias reflejan un aumento del consumo online de ropa, zapatos y carteras, la gente revisa las redes sociales de su marca favorita antes de comprar, las ofertas invaden los closets, las celebridades imponen parámetros en Instagram, pero, sobre todo, vestirse a la moda se ha vuelto accesible para nuevas audiencias. Lo que ofrecen cadenas como *Zara*, *H&M* y *Forever 21*, entre otras, es lo que se conoce como moda rápida o *fast fashion*, con

tendencias muy ajustadas a las preferencias de sus clientes, precios bajos y colecciones que cambian con velocidad. De esta manera, las clientes habituales de estas grandes tiendas, compran prendas nuevas a menudo para estar acorde a las tendencias de la moda. Se cree que, con estas formas de consumo, se genera una acumulación de prendas que están destinadas para tener pocos usos antes de ser desechadas.

Según Martínez (2016) los productos nuevos de *Zara* llegan dos veces por semana a sus tiendas, mientras que *H&M* y *Forever 21* reciben envíos a diario. Estas cadenas imponen una moda veloz y de caducidad inmediata. Los diseñadores del *fast fashion* no solo se ven obligados a crear tendencias continuamente, sino que, además, deben abaratar costes con materiales de peor calidad. El sistema triunfa gracias a la fibra dominante del mercado, el poliéster, mucho más barato en la producción. Esta se logra a gran escala en países como China o Bangladesh y cabe recalcar que algunas cadenas americanas fabrican en el extranjero a bajo coste gracias a sobre producir millones de prendas se lleva buena parte de la fórmula de éxito del *fast fashion*. Fabricar en países que paguen salarios más bajos y utilicen materiales de peor calidad es ahora la clave del éxito. La moda rápida va en contravía del lanzamiento de las dos colecciones clásicas del año Primavera/Verano y Otoño/Invierno, las cuales requieren tiempo y preparación para el proceso creativo, producción, presentación y comercialización. Ha sido tan amenazante el ritmo que plantean almacenes como estos, que muchas casas de moda han estudiado cambiar sus patrones de producción para responder a las demandas que sus seguidores imponen a través de las redes sociales (Martínez, 2016).

El reto que plantea hoy este fenómeno de moda rápida es el de diferenciarse, darle más identidad a la marca y seguir marcando tendencia en ese estilo de vida que han logrado imponer a través de sus diseños. Aunque hay público para todo, los diseñadores de moda tienen un enorme reto por delante. Reconocen que las redes sociales les han ayudado a posicionar y extender su marca a lugares a los que antes no habían podido llegar por medios convencionales. (Martínez, 2016). Como se puede observar, el avance tecnológico

genera que la moda rápida se posicione aún más rápido y cada vez tengan que producirse más prendas a mayor escala con el objetivo de satisfacer al público que por medio de internet se entera de las últimas tendencias y demanda tenerlas. El *fast fashion* genera y promueve consumismo. No existe innovación, ni diseño propiamente dicho, la producción en serie hace que la originalidad y autenticidad de los diseños desaparezcan. De esta manera, el *fast fashion* se inserta dentro del consumismo oponiéndose completamente a la innovación, al diseño de autor, a la originalidad y a la autenticidad.

Aunque esto genera un movimiento en las ventas y mantiene satisfechas a las grandes marcas, Clarke (2011) considera que este modo de trabajar tiene resultados negativos. En primer lugar, tiene un impacto en el medioambiente y afecta deteriorando el planeta, ya que estas producciones precisan de gastos de materias primas y energía constantes para producirlas. Al mismo tiempo se generan residuos tanto en el momento de fabricarlas como después de la compra de las mismas, ya que están destinadas a tener un uso de poco tiempo.

Otro efecto que produce es, generalmente, malas condiciones para los trabajadores, ya que las empresas requieren producir a bajos costos. Además, cómo lo explica Holovachuk (2018), la moda rápida impacta negativamente en el medioambiente y la ecología, no solo al producirla, estas prendas se convierten en objeto de descarte muy rápidamente, llevando a niveles alarmantes el volumen de desechos que, en la mayoría de los casos demoran muchos años en degradarse. Otro de los factores a tomar en cuenta al producir una colección es el ciclo de vida útil de la prenda. Se deben incorporar fibras biodegradables o bien fibras que tengan un ciclo de vida extenso para así disminuir la contaminación ambiental.

Como consecuencia de esta realidad, surge un fenómeno llamado *slow fashion* el cual se relaciona fuertemente con el diseño de autor:

Mientras que las prendas diseñadas con criterios masivos para impulsar el consumo generalizado siguen con obediencia ciega las tendencias de moda, el diseño de autor, en cambio, es casi autónomo con respecto a estas tendencias, ya

que se nutre de sus propias vivencias y por eso comparte criterios con el arte. (Saulquin, 2006, p.16).

La autora explica que un diseño es considerado de autor cuando el creador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, basándose en experiencias o percepciones propias sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. Por el contrario, como se explicó anteriormente, “el diseño de ropa industrial siempre surge de las últimas colecciones de famosos modistos, per se adaptan a las posibilidades económicas de sus compradores” (Lando, 2009, p 53).

Según Saulquin (2014) se entiende entonces que el diseño de autor propiamente dicho no sigue a la moda dentro de los gustos colectivos de un grupo de personas, sino que el diseñador interpreta la moda a su manera, según sus gustos y preferencias e impone su estilo. Por otra parte, cabe recalcar que el concepto de *slow fashion* se contrapone a la moda rápida referida a un fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que las tendencias van sufriendo modificaciones. En la actualidad, la moda rápida cubre las necesidades de un amplio rango de clientes, produciendo ropa en grandes cantidades y tamaños, confeccionada con materiales de bajo costo que los vuelven más accesibles. Los diseñadores de mercado de masa generalmente adaptan las modas establecidas por los nombres famosos en el área de la moda. Esperan generalmente una temporada para asegurarse de que un determinado estilo tendrá éxito antes de producir sus propias versiones de éste. Para ahorrar tiempo y dinero, usan textiles más baratos y técnicas de producción más simples que pueden ser fácilmente ejecutadas por una máquina. El producto final puede ser vendido a un precio mucho más bajo que un producto realizado a medida o en pocas cantidades.

En este modelo de consumo se adquieren colecciones de ropa que imitan las tendencias actuales a bajo costo, por lo que las marcas que ofrecen este tipo de beneficios no solo cambian sus artículos con frecuencia, sino que se ven obligadas a fabricar sus productos en países en vías de desarrollo pagando a los trabajadores salarios muy bajos e incluso sacrificando las condiciones de seguridad en las que realizan sus actividades. Al mismo

tiempo se trata de un modelo de consumo en el que el tiempo de vida de cada prenda es realmente corto. Se puede entender entonces que otra de las diferencias entre el *slow fashion* y la moda rápida radica en la producción a baja escala haciendo que los productos sean más exclusivos. El diseño de autor sienta sus bases en generar una clara diferenciación con los productos masivos provistos por el diseño de moda. (Saulquin, 2006).

Una tercera diferencia se fundamenta en la intervención de textiles de manera más artesanal. Al producir pocos productos, los diseñadores encuentran la necesidad de diferenciarse de la competencia por medio de la intervención de los textiles de manera artesanal. Lo que se busca principalmente es darles un valor agregado a los productos terminados, volviéndolos de esta manera, exclusivos. Según Saulquin los diseñadores tienen “una fuerte vocación por la diferenciación, que impulsa personalizaciones y a juegos de creatividad que unen con la libertad, lo artesanal con lo industrial, lo tradicional con lo alternativo” (2006, p.32). El valor agregado, en términos de *marketing*, es una característica que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor. Generalmente se trata de una característica o servicio extra poco común o poco usado por los competidores, y que le da a la empresa o negocio cierta diferenciación. Este es el elemento clave en el diseño de autor ya que por medio de la intervención de los textiles estos se convierten en diseños únicos volviendo a cada prenda un elemento único e irrepetible. Si bien, la moda rápida ha tomado fuerza en los últimos años, asimismo lo hace la moda consciente, muchos diseñadores de moda, grandes marcas y diseñadores independientes que conocen los impactos de producir en grandes cantidades sin descanso, optan por realizar trabajos que vayan de la mano con la ecología.

Capítulo 2. Proceso de creación de textiles

En este capítulo se describirán cuales son los tipos de fibras de origen natural y sintético, cuales son sus principales propiedades, como identificarlas y los criterios utilizados para clasificar a una fibra. Posteriormente se indagarán aquellas fibras vegetales que además de preservar la fauna son también sustentables. El objetivo es el de tener un acercamiento de las características que requiere tener una fibra para ser considerada como sustentable y que a la vez sea innovadora y funcional. Por último, se desarrollara el textil no tejido de Piñatex creado a partir de las hojas desechadas en las cosechas de la fruta de ananá, se expondrán sus procesos de obtención, sus propiedades, su inserción en el rubro de la indumentaria, los beneficios que brinda este textil al medioambiente y su valor agregado en el mercado.

2.1. Antecedentes del textil

El textil es de las primeras manifestaciones culturales y artísticas de la vida del ser humano, al ser los primeros textiles creados a partir de fibras naturales, estos sirvieron como conexión inherente entre la naturaleza y la persona quien la habitaba, aparte de la generación de una dependencia para con el ecosistema. Las principales materialidades utilizadas por las personas para generar tejidos fueron el cáñamo, la caña, las ramas, las lianas, los pastos y las rafias quienes entrelazadas entre si a rústico modo sirvieron para la creación de sogas, redes y membranas a modo de cubrir distintos espacios del cuerpo en función de hábito, piel y superficie. Aparte, estas fibras generaban una obtención mucho menos traumática que la de las pieles animales que también eran utilizadas, aunque con diferentes fines, como el de abrigar y proteger al humano y aislar las chozas del frio o el calor (ver figura 1. Cuerpo C, p. 7). Si bien la humanidad es experta en la creación textil, este no fue el principal rubro experimentado con las fibras obtenidas a partir de la naturaleza. Por el contrario, lo fue la habilidad en la cestería (Ver figuras 2 y 3. Cuerpo C, p.8), confeccionando recipientes, sogas que combinaban las cualidades de las fibras

naturales en hilados a partir de torsiones con gran resistencia y flexibilidad, y redes de pesca. Saltzman aporta que:

En la mayoría de las culturas telúricas el textil aparece asociado al individuo como una prolongación de su cuerpo o de su espíritu: tienda diagueta que extiende el poder cobertor de las vestiduras o mito mambara que relata como los tejidos de otros tiempos recibían de ofrenda el alma de sus antiguos usuarios. (2004, p.42)

El textil en la antigüedad cumplía una función mucho mas espiritual que en la actualidad, como en el caso de los Tuareg, denominados hombres azules, quienes consiguen teñir su piel (ver figura 4. Cuerpo C, p.9) a partir de los tintes con los que tiñen sus tejidos de algodón. Estos tintes penetran en los poros de la piel de quien habita el tejido, este textil debe saturarse en tintura y el aroma específico del vegetal con que fue teñido de modo que transforme también al cuerpo que viste, convirtiéndose en un *modus vivendi* propio y responder a una tradición y diferenciación cultural de la tribu a donde pertenecen estos hombres azules (Saltzman, 2004).

Si bien en la actualidad el mundo textil suele estar directamente ligado al diseño, ya sea de indumentaria o de interiores, Hollen (1990) explica que los tejidos forman parte de las necesidades básicas del ser humano, es decir; en paralelo a la salud, el alimento, y el alojamiento, el vestido siempre fue una necesidad para el ser humano. Cada individuo se rodea de textiles, desde el día en que nace hasta el día de su muerte, y no directamente relacionando el tejido con la moda, pues si bien es en lo primero que se piensa al hablar de un textil este también suele usarse para funciones básicas como el dormir, uno duerme dentro y cubierto por textiles, cuando se higieniza se seca con un textil, y estos también son utilizados en sillones, manteles, servilletas, fundas de autos, y cortinas, o para proteger a la persona del sol, del fuego y las infecciones, pues están en todos lados y sacian necesidades de la persona, aparte de la apariencia estética que pueden aportar, los usos de los textiles son muy variados y abarcan un campo muy amplio, especialmente en el ámbito industrial y medicinal. Por ejemplo; en Estados Unidos, la industria automotriz es una de las mas importantes en el país y utilizan textiles para fabricar cuerdas para

neumáticos, vestiduras, alfombras, revestimientos para cabeceras, acabados para ventanas, cinturones y arneses.

El hombre viajó a la luna con un traje espacial fabricado en veinte capas diferentes de textiles y ropa interior de nylon enfriada con agua. La vida humana se prolonga reemplazando con tejidos piezas destruidas del cuerpo, por ejemplo del corazón, con las válvulas de velour, o las arterias de poliéster. Los soldados se protegen con chalecos a prueba de balas, y así se esconden los textiles en cada aspecto de la vida que rodea a las personas. Y cada textil está compuesto a partir de fibras. Las fibras son filamentos, parecidos a un cabello, son las principales responsables de la composición de un hilado y en consecuencia de un textil, y quienes se encargan de atribuirle a estos sus características, es decir, dependiendo la fibra, cada hilado o cada textil creado a partir de ella absorbe su textura y aspecto. Son quienes determinan el grado y la calidad de servicio al cual el hilado o textil va a estar destinado. Aparte de aportar los atributos de los futuros textiles e hilados, las fibras terminan clasificando el precio y calidad de estos, por que el ADN que cada fibra puede aportar al tejido la clasifica dentro de diferentes estándares que determinan su calidad, y la calidad se mide en precio a la hora de vender un textil o un hilado en el mercado. En fin, la fibra más allá de determinar la calidad, durabilidad, y textura de un hilado o textil, también determina el precio del mismo, Hollen (1990).

2.2. Tipos de fibras y propiedades

Dependiendo de la materialidad que compone a la fibra, estas pueden clasificarse en fibras de origen animal o fibras de origen vegetal que son aquellas fibras naturales, fibras de origen sintético, o fibras de origen mineral (ver figura 5. Cuerpo C, p.10). Saltzman informa que:

Existen infinidad de estructuras textiles: desde redes abiertas hasta mallas compuestas por infinidad de hilos ultra delgados, desde la solidez de una sarga hasta la liviandad de una gasa. Tejidos concéntricos hechos a aguja, tejidos de trama perpendicular o de fibras apelmazadas, hilados metálicos, redes de hilos de seda, marañas. Según las fibras y la técnica utilizada en el tramado, el tejido puede ser abierto o cerrado, liviano o pesado, rígido o blandos, resistente o endeble. De trama legible o imperceptible. De trama uniforme o con rupturas, acentos, anomalías (nudos, trenzas, canelones). (2004, p.37).

2.2.1. Fibras de origen animal.

Estas fibras son consideradas fibras proteicas naturales. Dentro de esta categoría se encuentran la seda, la vicuña, la cachemira y el pelo del camello. La lana se obtiene a partir del pelo del animal y la seda a partir de la secreción del gusano de seda. Están catalogadas dentro de las fibras con mayor prestigio en la actualidad. Hollen (1990) explica que en las décadas del 1940 y 1950 se produjeron en los Estados Unidos el Aralac, de caseína de leche (ver figura 6. Cuerpo C, p.10) y el Vicara a base de maíz, y fueron fibras consideradas proteicas por las materialidades con las que fueron producidas, pero fueron fibras removidas del mercado por que eran demasiado débiles para competir con las demás fibras naturales de origen animal y su elaboración era muy costosa. Las fibras de lana y de seda tienen una base molecular idéntica a excepción de una molécula (ver figuras 7 y 8. Cuerpo C, p.11). Comparten los elementos de carbono, hidrogeno, oxigeno y nitrógeno pero la fibra de lana tiene aparte azufre. La combinación de estas moléculas conforman un aminoácido (ver figura 9. Cuerpo C, p.12), que en agrupaciones en forma de cadenas de polipéptidos de alto peso molecular conforman las fibras. Otra diferencia entre la lana y la seda en cuanto a su composición es que en la lana las cadenas de polipéptidos son dobladas y en la seda alargadas, esto genera que la lana tenga mayor resiliencia y mas elasticidad que la seda. Y también la seda suele estar compuesta por filamentos largos de fibra y la lana por fibras cortas, que al tener su capa exterior escamosa se agarran entre si para crear luego un hilado.

Hollen (1990) explica que la lana fue de las primeras fibras que se transformó en hilos y telas. Previamente a la revolución industrial, cuando las fibras se hilaban a mano, las mas utilizadas eran la lana y el lino. El desarrollo de lana textil en Estados Unidos disminuyo mucho el ultimo tiempo debido a la competencia de similares fibras artificiales mas económicas y especialmente a los gastos adicionales de tener que cumplir con las normas de contaminación. La industria de la lana es una de las fuentes con mayor contaminación en ríos y en consecuencia muchas plantas se vieron obligadas a cerrar. Igualmente, las

fibras de lana 100% son biodegradables, que es un punto a favor del textil proteico. La lana es considerada como la fibra maravillosa de la naturaleza según el Comité de la Lana en 1960, agregándose que:

La lana tiene una combinación de propiedades que ninguna fibra artificial iguala, entre ellas están la capacidad de ajustarse a una forma por aplicación de calor y humedad; capacidad de absorber humedad en forma de vapor sin que produzca una sensación de humedad, un calor agradable en tiempo frío, repelencia inicial al agua, capacidad de enfieltrarse y retardo en llamas. (Hollen, 1990, p.29).

La fibra de lana es delicada y débil, pero en cuanto a calidad muy durables, esto responde a la excelente capacidad de alargamiento y recuperación elástica de la fibra. Como todas las fibras animales, tiene una ventaja sobre las demás que es la higroscopicidad, la lana es la mas higroscópica de todas las fibras, con la mejor capacidad de absorción de humedad sin que su superficie se moje, evitando así el cambio brusco de la temperatura en la piel de quien utilice algún tejido de fibra de lana. Cumplen también con una función impermeable y aislante, es decir, no es que la lana va a absorber todo el agua y hacer que el cuerpo no se moje, pero tiene una gran capacidad para retener el agua en la superficie y al tener una gran absorción el cuerpo no notara la humedad tan fácil como con otra tela. En cuanto al aislante, la lana es un mal conductor de calor de manera que el calor corporal no se dispersa con tanta rapidez hacia el textil. En cuanto a la seda, considerada mundialmente como la fibra de lujo representada con el lema "*solo la seda es seda*" por la Asociación Internacional de la Seda, tiene una única combinación de propiedades que no fue encontrada en ninguna otra fibra, estas son: el tacto seco, el lustre natural, la buena absorción de humedad, la cualidad de la caída, y la alta resistencia. Al igual que la lana, es un mal conductor de calor, lógicamente comparten propiedades al provenir de moléculas y cadenas de polipéptidos de origen animal, aunque sus proteínas son diferentes, la proteína de la lana es la queratina y la proteína de la seda es la fibroína. Según Hollen (1990), igualmente, cabe destacar que el peso de un textil influye en la conductividad del calor; a mayor peso, menor la conducción, por ende, serán tejidos de abrigo, esto esta directamente relacionado a la fibra y la cantidad de fibras que se utilicen

en su fabricación, ya que una misma fibra puede variar su conductividad si se teje con ella un textil mas cargado en fibras o uno mas liviano.

2.2.2. Fibras de origen vegetal

Todas las fibras vegetales están compuestas por estructuras celulósicas (ver figura 10. Cuerpo C, p.12). Todas las plantas son fibrosas, y las fibras textiles se obtienen de las fibras que se pueden separar fácilmente de los materiales que la rodean, no de cualquier fibra que compone a una planta. Existen las fibras vegetales de celulosa regenerada, que se diferencian en estructura física a las fibras de celulosa pero son similares si nos referimos a su composición química.

Las fibras de celulosa regenerada (rayón) se preparan disolviendo y resolidificando la celulosa natural de arboles de pino o estopas de algodón. Las fibras difieren en estructura física, pero son similares en composición química. La distribución de las cadenas moleculares en las fibras, aunque semejante, varía en orientación y longitud. Las telas obtenidas de estas fibras tendrán por lo tanto aspectos distintos y su tacto será diferente pero en principio reaccionan en la misma forma ante los productos químicos y requieren el mismo cuidado. (Hollen, 1990, p.46).

Estas fibras se clasifican según la parte de la planta de la que provienen, es decir, existen las fibras obtenidas a partir de las semillas de una planta, las que se obtienen a partir de los tallos de estas o a partir de las hojas. Todas están compuestas por moléculas creadas a partir de una larga cadena lineal de unidades de glucosa (ver figura 11. Cuerpo C, p.12), la longitud de esta cadena dentro de las moléculas influye en la resistencia de la fibra, por eso cuando la celulosa es regenerada, esta resistencia es modificada. Según Hollen (1990), a pesar de ser obtenidas por diferentes partes de las diferentes plantas, las fibras de origen vegetal comparten comunes propiedades como la buena absorbencia, la buena conducción de calor, la capacidad de soportar altas temperaturas, la baja resiliencia, carencia de volumen, se dañan con ácidos minerales pero poco les afectan los ácidos orgánicos, son resistentes al ataque de las polillas pero no a los hongos, es decir que guardar los tejidos húmedos podría ocasionar la aparición de estos en el, y se encienden con rapidez.

Dentro de las fibras de celulosa, el algodón y el lino se clasifican como las más importantes y destacadas. El algodón es la fibra textil de mayor uso en el mercado, y se encontró evidencia de que esta fibra se utiliza para tejido desde el año 12000 a.C. antes de que se conociera el lino, pero esta fibra comienza a industrializarse en el año 1500 a.C. en la India. Hollen (1990) explica que cada semilla de algodón puede llegar a contener hasta 20.000 fibras que salen de su superficie, pero para obtener la fibra debemos separarla de las semillas.

Udale (2008) aporta que el algodón es el ejemplo por excelencia de las fibras vegetales por sus características superficiales como la esponjosidad y la suavidad y sus características funcionales, como la durabilidad, o la resistencia a altas temperaturas, se puede planchar con seguridad a altas temperaturas y agrega que con la fibra de algodón se producen el 40% de la producción textil mundial. Por otro lado, dentro de la familia de fibras celulósicas, se encuentra el lino, otra de las fibras vegetales más importantes, pero proveniente de los tallos o liber de las plantas, al contrario del algodón que proviene de las semillas. Son las únicas fibras las cuales requieren si o si de una manufactura para su obtención, no pueden ser obtenidas completamente por maquinarias. Hollen (1990) explica que las fibras de lino se encuentran en haces debajo de la cubierta externa de la planta, selladas entre sí por una sustancia cubierta de pectinas, ceras y gomas, de las cuales se debe desprender para obtener la fibra y retirarla del tallo y esto se realiza a partir de un proceso al cual se somete el tallo que se denomina enriado (ver figura 12. Cuerpo C, p.13), donde se realiza el proceso de “putrefacción bacteriana” (1990, p.57).

El lino es una fibra de lujo, porque la producción es limitada y costosa. Y tiene características muy particulares que no se repiten en otras específicamente por su composición irregular en la fibra que compone al textil, que es la fibra de lino, que genera, al ser tejida, una rugosidad y suavidad única en este. Es la única fibra que cuanto más arrugada esté mejor calidad se le otorga, en el año 1977, la moda hizo énfasis en volver a

lo natural elaborando vestidos y blusas con esta fibra subrayando el arrugado propio de la fibra. (Hollen 1990).

Las fibras de lino pueden encontrarse en dos variantes, cortas o largas. Las fibras cortas se denominan estopa, y las fibras largas, que se pueden hilar directamente de su obtención sin tener que pasar por procesos de cardado, como en el caso de las estopas, se denominan líneas. Una línea se hila para generar un textil de lino de mayor costo al que se obtiene a partir del cardado de estopas, ya que es menor la cantidad de líneas encontradas en un tallo de lino que de estopas. Ya sea creado a partir de estopas o líneas, el lino es una fibra fuerte con una gran resistencia a la ruptura. Por otra parte, Hollen (1990) explica que las fibras de lino tienen baja elasticidad y flexibilidad y se debe planchar lo menos posible al textil por que se desgasta con el calor de la plancha. Es un textil fresco, ya que tiene la característica de ser un buen conductor de calor.

Si bien el lino dentro de las fibras de tallo es la mas reconocida, se encuentran también el cáñamo, el yute y el ramio. Esta ultima es la mas similar al lino en cuanto a fibra, pero el lino se diferencia por la calidad. Es verdad que se utiliza igual el textil de ramio especialmente para trajes o camisas, pero tiene una textura mas rígida y quebradiza. Por otra parte, el yute es una de las fibras vegetales mas utilizadas después del algodón, no específicamente para la indumentaria, por que su rigidez no lo permite, salvo que se la modifique a partir de procesos químicos y sustancias, sino para la fabricación por ejemplo, de sacos de café o cuerdas y cordeles, aparte es una tela demasiado delicada para ser utilizada como indumentaria, ya que se agrieta y desgarrar con mucha facilidad. Por ultimo el cáñamo, es la menos utilizada, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, donde se solía utilizar a esta fibra para cocer las suelas de los zapatos de los soldados. Hollen (1990).

2.2.3. Fibras de origen sintético y artificial.

Udale (2008) comenta que las fibras sintéticas y artificiales pertenecen a una misma familia, denominadas fibras químicas, pero se diferencian en que, las fibras artificiales

están compuestas a partir de fibras celulósicas o proteicas y las fibras sintéticas están compuestas totalmente a partir de productos químicos. Dentro de las fibras artificiales se encuentran el rayón, el acetato, el triacetato y el lyocel. Y dentro de las fibras sintéticas, el nylon, por ejemplo, que fue la primer fibra creada sintéticamente, y el poliéster. Las fibras sintéticas surgen a partir de la combinación de elementos químicos monómeros, es decir simples, para crear un polímero, que es como se denomina a un compuesto químico complejo.

En el siglo diecisiete, un científico llamado Hooke sugirió que si un líquido adecuado se pasaba a presión a través de una pequeña abertura y se le permitía congelarse, podría producirse una fibra semejante a la del gusano de seda. Casi 300 años después, un francés el conde de Chardonnet, elaboro la primera fibra útil a partir de una solución celulósica. En 1910 se produjeron en forma comercial las fibras de rayón en los Estados Unidos de Norte América. (Hollen, 1990, p.58).

Hollen (1990) agrega que la materia prima que compone a la fibra artificial puede ser proteica o celulósica y que las que componen a las fibras sintéticas son compuestos químicos que se sintetizan formando una resina. Estas materias primas generan soluciones a partir de su disolvencia con compuestos químicos o fundiciones, y de este proceso sale la solución de hilatura o pasta hilable con la cual se genera la fibra artificial o sintética. Ya sea la fibra sintética o artificial, se obtienen a partir del proceso de extrusión, que consiste en “forzar o bombear la solución de hilatura a través de pequeños orificios de una hilera o tobera” (Hollen, p.59, 1990) para que salgan en forma de fibra continua y luego generar el hilado cortando estas fibras en las longitudes necesarias. A excepción del rayón, que se extruye a través de una tobera hecha de platino, por que es uno de los pocos metales que soporta la acción de los ácidos que componen y generan la fibra, las fibras se extruyen a través de hileras de acero inoxidable.

La fabricación de los pequeños orificios es la parte critica del proceso. Se utilizan instrumentos muy finos del grueso de un cabello y rayos láser. En general los orificios son redondos, pero se pueden utilizar muchas otras formas para fibras especiales. Cada orificio en la hilera forma una fibra. Los cables de filamentos se hilan en hileras de 350 orificios o menos, estas fibras juntas constituyen un hilo de filamento. El cable de filamentos es una cuerda sin toser formada por miles de fibras. Esta cuerda se obtiene juntando las fibras de 100 o mas hilera cada una de las cuales tiene hasta 3.000 orificios. Esta cuerda alarga de fibras se ondula y

entonces queda lista para obtener fibras cortas dándoles la longitud deseada. (Hollen, p.59. 1990).

A partir de este proceso de obtención de fibra, se genera el hilado. Existen tres métodos por el cual puede hilarse la fibra (ver figura 13. Cuerpo C, p.14). Estos métodos se dividen en: hilatura en húmedo que corresponde a la hilatura de las fibras de acrílico, rayón y spandex; hilatura en seco que responde a la hilatura de las fibras de acetato, acrílico, modacrílico, spandex, triacetato y vinyon y por ultimo, la hilatura por fusión por el cual se pueden hilar el nylon, la olefina, el poliéster y el sarán. La hilatura en húmedo consiste en: disolver la materia prima con productos químicos, e hilarlos dentro de un baño químico, esto genera que la fibra se solidifique al coagular por consecuencia del hilado dentro del baño químico. Es el proceso de hilado mas antiguo y el mas complejo. Las fibras que se obtienen son muy débiles hasta que logran secarse por completo y requieren de un proceso de lavado y blanqueado antes de ser utilizadas. Por otra parte, se puede generar el hilado a partir del proceso de hilatura en seco, donde los solidos de resina se disuelven con solventes, luego la fibra obtenida se hila con aire caliente y se solidifica por evaporación del solvente por el cual fue disuelta la fibra. Y por ultimo, el proceso de hilatura por fusión, donde los solidos de resina se funden en un autoclave y se hila la fibra al aire, esta se solidifica al enfriarse. Es el proceso menos costoso y de mayor velocidad, cuenta con la ventaja de no requerir ningún tipo de solvente como en el caso de la hilatura en seco, como tampoco ningún tipo de lavado de la fibra como la hilatura en húmedo.

Las fibras naturales y artificiales se diferencian en aspectos mas allá de los estéticos. Si la comparación es técnica, se ha perfeccionado tanto la producción de las fibras artificiales que se podrían denominar como ideales, pero teniendo en cuenta la contaminación ambiental generada a partir de estas producciones corren en desventaja. Ahora bien, hablando de los aspectos técnicos, las fibras artificiales cuentan con la ventaja de que su producción es continua durante todo el año, sin importar el clima o la temporada, que son factores a tener en cuenta a la hora de producir una fibra natural. Hollen (1990) explica que

las propiedades de las fibras artificiales pueden modificarse a partir de la variación de las soluciones de hilatura con las que se realice el proceso de creación de la fibra, por consecuencia, la estructura química y la composición de las fibras puede variar dependiendo de cómo sean creadas. Por el contrario en las fibras naturales, la composición química de la misma no es dependencia de una maquinaria, un ser humano o un compuesto químico sino del crecimiento natural de la misma y las condiciones en las que lo haya hecho, por eso es mas costoso el proceso de obtención de las fibras naturales y por consecuencia la venta de los textiles naturales, porque no todas las fibras rinden como lo hacen las artificiales creadas a gusto y necesidad. La química fue perfeccionando cada vez mas las fibras artificiales a favor de las necesidades del humano y fomentando la contaminación y la producción masiva en exceso para cumplir con los ritmos vertiginosos de la industria de la moda.

2.3. Procesos para identificar y clasificar a una fibra

La tecnología logró que las fibras creadas artificialmente casi igualen en aspecto a aquellas naturales, por consecuencia, los textiles creados a partir de estas fibras modernas son muy difíciles de diferenciar de aquellas naturales. Por ley, las prendas o textiles domésticos ya confeccionados deben contener en su etiqueta la composición de las fibras. Sin embargo existen diferentes métodos para poder diferenciar las fibras o los textiles naturales, de los artificiales. Para poder realizar pruebas de identificación sin la necesidad de contar con un laboratorio, se pueden identificar las fibras a partir de una prueba de combustión, consiste en quemar la fibra para poder analizar su ceniza, su combustión y el color de la llama a la hora de arder y poder clasificar a partir de las características con las que responden a estos tres aspectos de que materialidad están compuestas. Las fibras celulósicas, es decir, el algodón, el lino o el rayón entre otras, no se funden ni se encojen cuando se alejan de la flama, pero arden en ella con un brillo anaranjado dejando como resto unas cenizas muy ligeras de bordes suaves y un aroma a papel quemado. Las fibras proteicas, como la seda y la lana, se funden y se enroscan alejándose de la flama. Arden lentamente cuando se

las enciende y casi siempre se apagan solas cuando se retira del fuego, dejando como resto cenizas negras con cuerpo que podrían triturarse y un aroma a cabello quemado. Por otra parte, las fibras artificiales se funden completamente aun así alejándolas de las flamas dejando como ceniza una bola dura de color oscuro. Visualmente es una de las pruebas mas simples y caseras para realizar y poder identificar fibras naturales de las artificiales, claramente no es la mas exacta, por que no podríamos identificar en concreto cual fibra artificial es la analizada pero si nos sirve para diferenciarla de las naturales, que es importante por que hoy en día con la tecnología aplicada a las fibras es a veces muy difícil diferenciar las fibras artificiales de las naturales solo con observarlas.

2.4. Fibras vegetales sustentables

Existen en la actualidad modernas creaciones textiles a partir de fibras innovadoras como el cuero creado a partir de la piña (*Piñatex*) por Carmen Hijosa en el año 2015, el cuero Myx creado por Phil Ross en el año 2013, el cuero de Muskin creado por la empresa Grado Zero Espace en el año 2015, el Eco cuero desarrollado por Richard Wool en el año 2013 y el cuero del banano creado por la empresa Kosrae en el año 2014. Hijosa, crea el cuero de piña a partir de la eliminación de la celulosa de las fibras de las hojas de la fruta, estas mismas hojas son secadas al sol para dejar que se conviertan en un no tejido resistente y flexible. Lo que hace que sea un textil sustentable es el aprovechamiento de la hoja de la fruta, que es utilizada para la alimentación y derivados, y no generar tanto residuo de la cosecha de piña. Se presenta como alternativa a los textiles sintéticos y su precio es menos costoso que el del cuero natural, además se reduce en más de un 30 por ciento los residuos del cuero animal. (Rivas, 2015). El cuero desarrollado por Phil Ross, consiste en la fusión de fibras de lino o cáñamo con los desechos de micelios, que provienen de la producción de hongos culinarios. Igualmente, el creador explica que es un textil que no cuenta con la resistencia y durabilidad del cuero natural y es utilizado en el rubro artístico y no desarrollado industrialmente, pero esta innovación textil dio lugar a la creación del cuero de Muskin, desarrollado por la empresa Grado Zero Espace, que consiste en la fabricación

de un cuero vegetal a partir del hongo *Phellinus Ellipsoideus* encontrado en los bosques subtropicales de China que ataca a los árboles muertos. Se presenta en una variación de colores que van desde el amarillo al marrón.

La empresa Okinawa creó cuatro versiones de cueros vegetales denominadas: Jacroki, Microki, Washoki e Hydroki. No son creados manualmente pero el cuidado ambiental a la hora de producirlos es muy alto y fueron certificados por la organización Ecolevel UE. Todos tienen sus específicas características, el cuero Jacroki es muy versátil y es un producto con altos estándares ambientales en todo el ciclo de vida. El cuero Microki, es el más similar al cuero animal en términos de aspecto, tacto y rendimiento. El eco-cuero Washoki, es una generación de cuero lavable hasta los 60. Y por último, Hydroki, “actualmente es el único cuero en el mundo que cuenta con la certificación Clase 1 Oeko Tex® Standard 100” (CLASS, 2016). Es “cuero de aspecto vegetal”, lo que significa que está curtido para obtener un cuero con el aspecto, el grano y la suavidad típica de las pieles italianas, con un aspecto vintage y el pelaje grasiento. Por otra parte, hay propuestas de fibras aptas para ser tejidas como la fibra de ananá en Filipinas. En realidad el ananá no es un alimento natal de las tierras filipinas, pero los colonizadores españoles introdujeron la fruta en esta región en el siglo XVI, hoy es uno de los países con mayor producción de ananá en el mundo. Dos siglos más tarde la piña no solo fue utilizada como alimento sino que también se aprovecharon sus fibras para la creación de textiles logrando que hoy sea uno de los textiles más parecidos a la seda natural, categorizando al textil creado con la fusión de ambas fibras: ananá y seda como la reina de los textiles filipinos. Su proceso de obtención inicia con una ceremonia tradicional para dar gracias y rendir ofrendas a la Madre Tierra antes de plantar el futuro cultivo.

La fibra de ananá se extrae de las hojas de la variedad *Bromella pigna* mediante el raspado manual y la decorticación. Se utiliza un plato de porcelana roto para raspar la superficie de la hoja y extraer la primera capa de fibra gruesa, conocida localmente como “bastos”. Luego, con el borde de la cáscara de un coco se extrae la segunda capa llamada “liniwan”, de fibras más finas y suaves con las que se teje la tela de ananá. Debido a la escasez de materias primas, la piña-seda se desarrolló en 1992 como una combinación de ananá como trama y seda como urdimbre. (FOA, 2019).

El proceso de obtención de fibras de piña sigue siendo manual acualmente, es por eso que el textil es tan costoso, pero genera un valor agregado. En los tiempos de crisis, y sobretodo en pandemias como el Covid-19 en cual el distanciamiento social es obligatorio, la humanidad resurge como prioridad. Las maquinarias son cuestionadas, por su contaminación y evidencia que sin su uso el medioambiente respira. Entonces los proceso manuales, que venían en crecimiento por las timidas valoraciones de las sociedades comienzan a imponer un mayor poder abarcativo ante el campo industrializado.

2.5. Desarrollo de un textil

“Un tejido es una tela que se suele confeccionar con dos grupos de hilos: la urdimbre, que pasa por el telar en vertical, y la trama, que discurre entre los hilos de la urdimbre, en horizontal” (ver figura 14. Cuerpo C, p.14). (Shenton, 2014, p.10). Según Saltzman (2004), las primeras investigaciones en el arte del tejido surgen a partir de imitaciones, en material maleable, de los entrelazados con los que se trabajaban las antiguas esteras, en fibras semirrígidas. La cestería se asocia al tejido como su matriz cultural, de donde se adapta la técnica para comenzar a crearlo. Si bien es verdad que los primeros tejidos surgen a partir de la adaptación de la técnica de cestería a las fibras, se encontraron pruebas arqueológicas de que en el Egipto predinástico ya se conocía el telar horizontal de un solo liso, comprobando que ya se aplicaba la tecnología de un solo movimiento para acelerar el ritmo del tejido, dejando una base pasiva, como lo es la urdimbre y tejiendo sobre ella y entrelazando fibras activas respondiendo a la trama.

Actualmente, el proceso de tejeduría se basa en colocar la urdimbre en un telar y tensarla sobre el telar antes de tejerlo con la trama entrelazada para generar que el textil obtenido tenga el mayor ancho posible.

Se denomina ligamento, a la forma en que la urdimbre y la trama se entretejen para producir las variedades de tejidos existentes, en tejidos planos, existen tres variantes mas populares que se denominan: tafetán, sarga y raso o satén.

Sorger y Udale (2007) explican que el ligamento tafetán está constituido por una urdimbre y una trama de similar grosor, que al tejer la trama pasa por encima de los hilos alternos de urdimbre para generar el tejido que generalmente da un resultado tupido (ver figura 15. Cuerpo C, p.15). Udale (2008) agrega que los tejidos de ligamento tafetán son los más adecuados para estampar, fruncir o plisar y que tienen una textura lisa, aparte, se pueden generar variaciones de este tejido dependiendo del grosor del hilado con el que se teja o se combine entre trama y urdimbre. Algunos ejemplos de textiles generados a partir de este método son la lona, que es un tejido de algodón tupido y grueso, el chifón que tiene una textura suave y es ligero, la muselina tejida con hilos de algodón o la organza tejida a partir de filamentos de seda o de fibras sintéticas, entre otros.

También expresan que en el ligamento sarga, la trama se teje por encima de al menos dos hilos de urdimbre antes de volver a pasar por debajo de uno o varios hilos verticales de urdimbre (ver figura 16. Cuerpo C, p.15). Si es constante el ligamento se genera un efecto diagonal en el tejido, dando lugar a los textiles de tweed que se genera combinando en la sarga hilos de diferentes colores y se tejen a partir de variantes estructuras que dependen del dibujo que se le quiera dar al textil final, o los denims a partir de hilos de algodón teñidos mezclados. Por último el ligamento raso o satén, que tiene la particularidad que la urdimbre se teje por encima de la trama (ver figura 17. Cuerpo C, p.16), es decir que el hilado que resalta es la urdimbre y genera que el tejido tenga un tacto suave y brillante. Este tacto en casos extremadamente suave hace que el textil se deslice en contacto con otros y generalmente se utilizan para ferrerías de prendas.

También se encuentran dentro de estos ligamentos los tejidos de pelo, que se al tejerse generan bucles por que se fabrican tejiendo hilos de más en la urdimbre y en la trama. Esto da como resultado un tejido pesado que o bien se corta para generar el textil de pana o terciopelo, o se deja el bucle para utilizar el tejido como toallas.

2.6. Desarrollo de un textil no tejido

Los textiles no tejidos o aglomerados se remontan a la prehistoria, cuando la vestimenta era creada a partir de la piel animal, con el progreso del humano a su vez los textiles fueron progresando y en los tiempos bíblicos ya se creaban textiles aglomerados, denominados tapa, a partir de la corteza fibrosa del árbol de la higuera. Hollen (2002), explica que este textil se empleaba para el indumento en aquellas épocas, en tanto que en la actualidad el proceso sigue siendo similar con mayor tecnología aplicada, pero para aquellos no tejidos elaborados manualmente, el proceso es muy similar, como por ejemplo con los fieltros de lana hechos a mano, donde las fibras de lana son humedecidas con agua, encimadas, peinadas y apretadas entre si para generar laminas de tela, el grosor de esta misma depende de la cantidad de laminas encimadas, generando un textil versátil y flexible para utilizar, también se lo puede decorar a gusto. Existen aglomerados compuestos o fusibles, los compuestos son telas de múltiples componentes creadas a partir de la fusión de varias capas de aglomerados a través de diferentes procesos, que pueden ser aglomerados contruidos a partir de procesos húmedos o secos y terminados con agujas o hilados. Los aglomerados fusibles son aquellos que denominamos entretelas, que brindan cuerpo y forma a prendas, especialmente empleados en prendas de sastrería, y tienen la capacidad de adherirse a otra tela a partir de un pegamento sellado con calor, que es termoplástico pero inactivo a temperatura ambiente, es decir que no se derrite ni se pega sin ser fusionado intencionalmente con calor a altas temperaturas.

Actualmente las capas creadas se enciman para generar el grosor deseado en el futuro textil, a partir de calor, jabón y vibración. Es sumamente importante el trabajo con jabón, calor y la vibración pues son quienes generan que las fibras se acoplen y la tela se achique o se esponje y en fin, se convierta en el denominado textil. En estos tiempos es más común verlo aplicado a decoración utilizado en la mayoría de las veces para la fabricación de acolchados, o también utilizado como aislador, por ejemplo en paredes para que provoque el aislamiento del sonido o el aislamiento térmico, ya que la lana cumple también, como se

vio previamente, con una función impermeable y aislante, es decir, no es que la lana va a absorber todo el agua, pero tiene una gran capacidad para retener el agua en la superficie y al tener una gran absorción el cuerpo no notara la humedad tan fácil como si puede notarla con otra tela. En cuanto al aislante, la lana es un mal conductor de calor de manera que el calor corporal no se dispersa con tanta rapidez hacia el textil, por ende, el calor en algún espacio o habitación también es retenido con la lana aplicada como aisladora. Sin embargo, a pesar de ser uno de los materiales estrella para estas aplicaciones, el mercado exige precios mas baratos y en muchos casos la lana es reemplazada por no tejidos sintéticos mucho mas económicos para cumplir con la misma función. En cuanto al indumento, se utiliza más para abrigos o prendas que no estén fabricadas para ajustar al cuerpo, ni usarse todos los días, pues el fieltro de lana carece de flexibilidad y elasticidad y no es capas de amoldarse a movimientos y curvas corporales sin quebrarse. Si es muy común su aplicación en accesorios tales como la sombrerería, o adornos a prendas fabricadas con otros textiles, ya que su capacidad de agarrarse a otra fibra es muy alta debido a su composición escamada. Asimismo, por último, Hollen (2002) explica que existen también los batanados o fiberfill, que son los comercialmente conocidos artículos denominados guata. No son textiles, pero si se utilizan mucho para la construcción de telas, especialmente en telas de abrigo, como las que se utilizan para esquiar o simplemente abrigar como las tan populares chaquetas *puffer*. Como la mayoría de los artículos utilizados para indumentaria, la guata también se aplica mucho en el rubro de la decoración, para rellenos de acolchados o sillas. La diferencia entre guata o fiberfill, es su composición, cumplen con la misma función, pero la guata está creada a partir de desechos de fibras previamente utilizadas con otra finalidad y el fiberfill esta compuesto por fibras creadas artificialmente para crear el batanado denominado fiberfill. Al ser materialidades utilizadas generalmente como relleno de un textil, su densidad es importante, es necesario que sean livianas, por eso cuando son fabricadas las cantidad de fibras aplicadas a su construcción es muy meticulosa, no solo por su densidad, sino

también por su espesor, no es lo mismo utilizarla para indumentaria que para un relleno de un acolchado, pues el acolchado necesita densidad y espesor para brindar abrigo pero esa misma densidad y espesor aplicados al vestir brindan incomodidad y poco movimiento. Están las telas creadas con perforación de agujas, donde dos fieltros o batanados o textiles no tejidos cubren a una fibra de alma y son adaptados a ella a partir de perforaciones de agujas de gancho (ver figura 18. Cuerpo C, p.16).

Las telas perforadas con agujas se hacen con un velo compuesto de dos capas de diferente color. Al jalar las fibras de la capa inferior a la superior pueden hacerse diseños geométricos. Si las fibras sobresalen en la superficie, se obtendrá un efecto de felpa. El acabado de las telas construidas con agujas se hace por planchado, vaporizado, calandrado, teñido y gofrado. Con frecuencia se utilizan fibras teñidas en solución. (Hollen, 2002, pág.287)

2.7. Cuero

El cuero es proveniente de la piel animal, se lo considera un textil rústico, pues la vida del animal de donde es extraído el cuero determinará su calidad.

Los animales se arrastra, tropiezan con cercas de púas y pelean, lo que produce cicatrices que no pueden borrarse; las enfermedades cutáneas también deterioraran las pieles. Los animales son criados principalmente para aprovechar su carne o su fibra, no por su piel. El cuero es un subproducto relativamente poco importante. (Hollen, 2002, pág. 291)

Estas características de difícil obtención de calidad responden paralelamente al precio de su venta en los mercados. El porcentaje de cueros obtenidos de una alta calidad para ser utilizados, es demasiado pequeña con respecto a la cantidad de animales sacrificados para su obtención, mas allá de que su sacrificio no es directamente relacionado con la utilización de la piel, sino por su carne, estas pieles suelen estar dañadas al pertenecer a animales expuestos toda su vida al medioambiente y encontrándose en supervivencia, a excepción de los que son criados y cuidados para obtener sus pieles casi perfectas; se habla de casi perfectas porque a pesar de estar bajo un meticuloso cuidado, no se puede evitar algún rasguño o raspón que pueda intervenir en la calidad de la piel.

Como previamente se nombro, existen diferentes variedades de cuero, dependiendo del animal y de la perfección en la que se encuentre la piel, es decir sin marcas. Cuanto mas

chico el animal del cual se obtiene el cuero, mas valiosa la piel, pues se necesitan mayor cantidad de animales sacrificados para confeccionar por ejemplo una campera.

Las pieles pasan por muchos procesos para transformarse en cuero; se salan, se limpian para eliminar el pelo y la epidermis, se curten, blanquean, vaporizan, colorean o tiñen, y se estiran: el acabo es glasearlas, prensarlas, darles brillo o esponjarlas, dependiendo del uso final a que se destinen. Estos procesos explican por que el cuero es un producto costoso. (Hollen, 2002, pág. 291)

El cuero es un producto que no se separa en fibras, se encuentra una mayor densidad de ellas sobre el lado de la piel y una menor sobre el lado de la carne (ver figura 19. Cuerpo C, p.17). Suelen haber diferentes grosores de pieles, aquellas que son muy gruesas muchas veces se dividen para hacerlas rendir mas y generar hasta cuatro textiles de una sola piel, estas se dividen en: grano superior, primer corte, segundo corte y carnaza (ver figura 20. Cuerpo C, p.17).

La primer capa, denominada capa de grano, es la que requiere del mejor acabado por que es la que mas expuesta está al exterior y puede ser dañada mas fácilmente por él pero también es el corte mas resistente al uso, a los cortes internos no se les puede dar acabados lisos y tienen a volverse mas ásperos con el uso y el tiempo. La gamuza se obtiene del cuero de carnaza, raspando la piel con una placa de lija gruesa para levantar las fibras y generar una textura suave y opaca.

El cuero y la lana tienen un punto en común, que es que varía mucho entre diferentes pieles de diferentes animales, sino que también varia la calidad en la piel o la lana de un mismo animal, por que las pieles del lomo o del flanco son mejores que las de las patas y el lomo porque están mas expuestas al roce.

Debido a su porosidad al ser piel, el cuero es sensible a los aceites y se engrasa con facilidad. Por eso no se limpian como cualquier otro textil, tienen cuidados específicos que no lo dañen para no arruinarlo.

2.8. Piñatex

Piñatex es la marca registrada para este textil no tejido creado por Carmen Hijosa, quien solía trabajar con cuero animal antes de conocer las tierras filipinas y descubrir la cantidad de desechos existentes como consecuencia de su masiva producción de piña.

El viaje de Piñatex® comenzó mientras Carmen, una experta en artículos de cuero, consultaba sobre la industria de exportación de cuero de Filipinas en la década de 1990. Sorprendida por el impacto ambiental de la producción masiva de cuero y el curtido químico, se dio cuenta de que esto no podía continuar, pero sabía que las alternativas de PVC no eran la solución. Fue impulsada a investigar una alternativa sostenible, inspirada por la abundancia de recursos naturales, incluido el uso de fibras vegetales en el tejido tradicional, como las delicadas prendas Barong Tagalog, Carmen buscó crear un nuevo textil no tejido que pudiera producirse comercialmente, proporcionar un impacto social y económico positivo y mantener una baja huella ambiental a lo largo de su ciclo de vida. (Piñatex,2017)

2.8.1. Orígenes e inserción en el rubro de la indumentaria

Si bien es un material producido para el comercio, encontrar la manera de producirlo para lograr que se incorpore en el mercado llevó muchos años. Todo comenzó en 1990 cuando Carmen Hijosa fue llevada a Filipinas por el Centro de Diseño de Filipinas, para conocer sus producciones. La Dra. Hijosa trabajó los textiles no tejidos desde sus comienzos, explica en una charla TEDxMadrid, (La historia de cómo reinventé un material y la fruta que cambió mi vida, 2017), que uno de sus primeros trabajos, cuando vivía independiente en Irlanda fue la creación de artículos de cuero, con una inversión de 30 libras irlandesas. Y lo que comenzó siendo un pequeño emprendimiento creció para convertirse en una pequeña empresa que albergaba a por lo menos 30 trabajadores, explotando la mejor calidad del cuero disponible en el mercado para ese entonces. Con años en la industria y viajes de por medio en los cuales tuvo la posibilidad de conocer a trabajadores de la materia prima y a dueños de grandes empresas Hijosa (2017) explica que una pregunta rondaba en su cabeza a la hora de pensar en su trabajo y esta era: “¿A quien estoy realmente ayudando de cierta manera?”. Comenzó a preguntarse de donde provenía el material con el cual su negocio funcionaba y cómo es que este mismo se realizaba. Fue entonces en Filipinas, cuando visitó las plantas curadoras del cuero cuando decidió que no quería trabajar mas

con ese textil, la producción de cuero es uno de los negocios mas contaminantes del medio ambiente luego del petroleo y la fabricación de textiles artificiales. Al decidir no trabajar mas con cuero, genero una controversia, pues ella era a quien reclutaban los productores del material para consultar su ayuda en el perfeccionamiento del producto, y se encontraron con que decidió no incorporarse mas con el material al cual le debía su carrera.

La incertidumbre sobraba en ese entonces cuando Carmen Hijosa debía replantarse que hacer a partir de esa decisión en la cual decidió dejar el cuero de lado y fue en aquel momento cuando comenzó a pensar que tenía para ofrecerle la naturaleza que no sea tan invasivo al medioambiente y pudiese explorarse y explotarse, “entonces comencé a trabajar con fibras naturales, con las personas que trabajaban las fibras naturales; yo no sabía nada de ellas, me tenían que enseñar” (Hijosa, 2017), una propuesta a comenzar de nuevo y entender el diseño desde una nueva perspectiva, desde la creación de la materialidad y la conciencia. Su pensamiento comenzo a ser al revés, primero plantear que materialidad utilizar y como obtenerla haciendo el menor daño posible para luego crear un indumento.

Fueron nueve años de procesos de investigación para la búsqueda de una alternativa ecológica al cuero, cuando descubrió que la fibra de la hoja de la piña es muy fina, pero con mucha fuerza tensil, es decir, con capacidad de estirarse y volver a su estado original y flexibilidad. Unas características difíciles de encontrar en fibras naturales sin intervención humana y era lo que se necesitaba para crear una mezcla de fibras, como una especie de fieltro para generar una base no tejida similar al cuero, hoy denominada Piñatex, producida a partir de los desechos de la cosecha de la fibra de ananá (ver figura 21. Cuerpo C, p18), “lo que concideramos basura de una cosa, puede usarse para otra” (Hijosa, 2017). Como producto dentro del rubro de la indumentaria comenzo utilizandose en calzado y accesorios, hasta que se confió en el material para producirlo en prendas mas cotidianas y de uso constante y empezó a aparecer en camperas, vestidos, abrigos, y pantalones.

2.8.2. Procesos de obtención y propiedades

Luego de cosechar la fibra de piña, se realiza una selección de plantas sobrantes aptas para el desarrollo del nuevo textil. Se atan en paquetes de fibras para luego ser enviadas a unas maquinas semiautomaitcas donde se extraen los filamentos largos de las hojas utilizados como fibras. Una vez obtenidos los filamentos largos (ver figura 22. Cuerpo C, p.18), son lavados y secados al sol (ver figura 23. Cuerpo C, p.19), o en epocas de lluvias, en hornos de secado. Al pasar por este proceso de secado, son sometidas a un proceso de purificación donde se raspan para eliminar impuresas y se genera una especie de pelusa (ver figura 24. Cuerpo C, p.19), con textura parecida a una fibra de lana sin hilar o afieltrar.

Cuando se consigue esta pelusa denominada PALF es fucionada con un ácido poliláctico a base de maiz denominado PLA y se somete a un proceso mecánico de apelmado para crear como resultado una malla no tejida que forma todas las bases de los cueros Piñatex denominada Piñafelt (ver figura 25. Cuerpo C, p.20). El proceso de obtención de fibra es realizado en Filipinas hasta llegar a la malla Piñafelt, desde este punto se envía en barcos a Italia o España donde se realizan los procesos de acabado especificos dando lugar a 5 variaciones del cuero de piña denominadas: Piátex Original, Piñatex Pluma, Piñatex Mineral, Piñatex Performance y Piñatex Metalic (ver figura 26. Cuerpo C, p.20). Para todas sus variantes de color, estan teñidos con pigmentos certificados por GOTS (*Normal Organic Textile Estándar*) orgánicos y se les aplica un cubrimiento superior de resina para brindar una mayor resistencia y durabilidad (ver figura 27. Cuerpo C, p.21), estos pigmentos son sellados con termofusión. La colección Original es la principal que está inspirada en la tierra y sus colores, tiene pigmentos de colores terrenales, seguida por la colección Pluma, que es una versión mas delgada de la Original, con la misma variedad de colores pero creando un material mas fino para la creación por ejemplo de prendas mas livianas. Luego la colección Metalic, que tal cual representa su nombre estan pigmentadas con tinturas metálicas para generar un acabado brillante en el cuero vegetal. Piñatex

Mineral, aplica una tecnología aun mas avanzada para el cuidado medioambiental donde los pigmentos utilizados para teñir el textil son minerales. Y por último, Piñatex Performance responde a la demanda del mercado en la búsqueda de una alternativa a un cuero de alto rendimiento, la base del material es la misma pero se aplican tecnologías para potenciar su durabilidad en terminos de resistencia a la abrasion y repelencia al agua. Al desarrollar un nuevo producto, se debe desarrollar una cadena de producción que responda a ese producto, pues al ser nuevo en el mercado, la cadena de producción también lo es. La fabricación del cuero Piñatex es circular comenzando en Filipinas con la siembra y cosecha de esta fruta que es la segunda mas popular del mundo generando un desecho de 25 millones de toneladas por año y terminando en España o Italia donde se hacen los procesos de acabado.

2.8.3. Valor agregado y beneficios del textil Piñatex

La producción de este nuevo material no solo aporta un cuidado medioambiental, sino que también da vida util a un material que era previamente considerado desecho, ya que se crea a partir de un campo de producción de fruta de ananá ya existente en el mundo, no se plantan nuevos campos, sino que a partir de los ya predominantes en el mercado, se aprovechan los desechos de hojas de cosecha que previamente eran quemados o desechados y tampoco se utiliza mas agua, ni fertiizantes ni pestizidas de los necesarios para hacer crecer y cosechar la planta; y da trabajo a una mayor cantidad de gente crenado un nuevo mercado en el cual trabajar y aumentando sueldos de los antiguos trabajadores de las tierras de extraxción de la piña otorgandoles una posibilidad de crecimiento económico y social mayor, trabajando la misma cantidad de horas, solo que en vez de tirar los desechos de las cosechas, se concervan para ser aprovechados. Es el generar una nueva cadena que tienen como cara visible una materialidad ecológica y sustentable pero que esta sostenida por nuevos puestos de trabajo, una mayor cantidad de genete empleada que entonces demuestra que no solo genera un cuidado ambiental sino también social y económico. Termina siendo el consumidor quien decide si la inversión de su dinero

es unicamente para una imagen o si prefiere invertir en una causa mas profunda y social,
con un mismo fin común: el vestirse.

Capítulo 3. Diseño textil experimental

Se analizará el panorama actual del diseño textil experimental en Argentina y cual es la oferta actualmente existente en el mercado en cuanto a tejidos innovadores, tecnológicos y sustentables. El objetivo es el de demostrar que existe una saturación en cuanto a propuestas de diseño experimental en Argentina y que por lo tanto realizar una colección con prendas confeccionadas a base de las fibras de ananá representaría una innovación además de otorgarle un valor diferenciador a la propuesta final. Se estudiarán además los principales referentes de la moda internacional con la finalidad de estudiar como los mismos trabajan el diseño experimental y como desarrollan sus propios tejidos. Finalmente se expondrán las razones por las cuales las fibras sustentables pueden vincularse a generar innovación en el diseño de autor y porque es importante que pese a que existan avances tecnológicos es importante priorizar la preservación del medioambiente como principal fuente de recursos naturales.

3.1. Definición de variables

El diseño experimental se relaciona directamente con la ciencia, ya que se habla de una teoría estadística para identificar las causas de un efecto dentro de un estudio planteado a realizar. Generalmente asociado a la búsqueda y eficacia de medicamentos o futuras tecnologías a desarrollar para perfeccionar lo existente. Relacionando esta teoría con el mundo de la moda, es un concepto que se realizó durante toda la vida en este rubro, desde la aparición de nuevos textiles que se probaron en el mercado y muchos fueron aceptados y comercializados como otros no, debido a fallas o características no aceptadas por el consumidor, en las prendas, la experimentación en cuanto a moldería y fabricación. Toda moda pasa por un proceso de experimentación, que comienza en el planteamiento de una innovación, luego el plasmarla en un producto e introducirla al mercado para la aceptación y el consumo de la misma. Saulquin (2014) define el concepto de experimentación textil como un proceso en el cual se mezclan materiales de todo tipo, origen, textura, composición o trama con el objetivo de crear nuevos materiales. Los mismos son

manipulados en su estructura interna, pero a través de ellos se puede crear una prenda funcional. Es relevante comprender las técnicas para efectuar este tipo de diseño. La moda experimental aborda un campo de creatividad ilimitada donde se emplean materialidades que rompen con lo convencional para convertirse en una prenda cotidiana. Por ejemplo, la marca española Banda de Rodadura que crea bolsos y accesorios a partir de ruedas rotas de bicicletas. O las innovaciones textiles no convencionales mencionadas en el Capítulo dos a partir de la búsqueda de alternativas para los textiles existentes en el mercado ya sea por disminuir el grado extremadamente alto de contaminación en el rubro de la moda como lo busca hacer la autora del proyecto actual o por una necesidad insatisfecha en el mercado como las nuevas tecnologías aplicadas a los textiles en cuanto a aspectos medicinales, inteligentes o futuristas. Por ejemplo el desarrollo de un producto de altas prestaciones para los ciclistas. Que trata de una camiseta interior que en contacto con la piel suministra sustancias minerales al deportista durante el esfuerzo físico, ayudándolo a controlar su sed, reduciendo la transpiración, y permitiendo al cuerpo mantener una temperatura constante. Incluso hay tejidos que incorporan principios activos, que alivian el dolor producido por inflamaciones musculares, y que van liberando el fármaco de forma controlada y constante, explica Ayora (2016).

Por otro lado, la variable en paralelo del proyecto es la sustentabilidad. Muchos denominan que el termino sustentable no esta correctamente dicho, sino que el que debería aplicarse es el termino sostenible. La sustentabilidad es un concepto estrechamente ligado al hombre, a diferencia de la ecología que apunta más al cuidado del planeta. El periodista Herrera Vegas (2009) expone que el planeta es un organismo vivo en sí, que sabe cuidarse y seguirá haciéndolo más allá de las acciones del ser humano. Por consecuencia, la sustentabilidad apunta al bienestar de las futuras generaciones, sin perjudicar el ecosistema y sus recursos, dada la dependencia que el ser humano tiene de ellos. Así, siendo la moda la segunda industria mas contaminante del medio ambiente luego de la

industria petrolera, es importante como diseñadores de indumentaria entender las consecuencias futuras que el abuso de contaminación podría generar en el planeta.

3.2. Moda experimental sustentable internacional

La moda está tomando responsabilidad sobre su impacto ambiental, si bien la contaminación sigue, hay un gran grupo de diseñadores y trabajadores textiles que es consciente del daño causado por la industria y poco a poco intentan modificarlo. Por ejemplo la diseñadora Rachel Clowes quien lanzó una marca de lentejuelas sustentables creadas a partir de plástico PET reciclado biodegradable. Sus lentejuelas ya han adornado las colecciones de Arizona Muse x Georgie MacIntyre y Gucci, y ha recibido exposición a través del líder de abastecimiento sostenible, The Sustainable Angle, tanto en la London Fashion Week 2018 como en la Copenhagen Fashion Summit 2018. Por otro lado la empresa Circular Systems, generan fibras a partir de los residuos de cultivos alimentarios. La empresa transforma los desechos de cultivos alimentarios en productos de fibra natural de alto valor, proporcionando beneficios sustentables y regenerativos. El Agralooop (empresa dentro del Circular System encargada de la obtención de la fibra a partir de los residuos) puede utilizar una variedad de materias primas que incluyen el cáñamo con semillas oleaginosas, lino con semillas oleaginosas y paja de arroz, como también hojas de piña, troncos de banana y corteza de caña de azúcar. La reutilización de estos residuos en fibras genera una producción de 250 millones de toneladas de fibra anual, respondiendo a casi un triple de la demanda mundial actual pero obtenida sosteniblemente y sin contaminación, ya que las hectáreas de sobrantes de cultivos son quemadas o se dejan pudrir por que la producción es tanta que el suelo no llega a absorber los nutrientes de estos y se quedan en la superficie terrenal generando contaminación de metano. La empresa Circular System explica que aproximadamente 270 millones de hectáreas de residuos de banana se dejan pudrir actualmente y que la quema de cultivos atribuye al 10% de todas las muertes por contaminación del aire cada año, sin dejar de lado que 32 millones de acres de paja de arroz se queman anualmente y que más de 1.5 millones de

acres de lino de semillas oleaginosas y residuos de cáñamo de semillas oleaginosas se quemaron solo en América del Norte. Se empezó entonces a considerar estos residuos de cultivos como recursos valiosos, en lugar de desperdicios para convertir el problema en solución y generar recursos a partir de material residual.

Otra alternativa sustentable que se ofrece en el mercado, no está relacionada a las fibras naturales sino a la fabricación sustentable de textiles programables por parte de la empresa Tandem Repeat, que aportan que su producción aparte de responder a un desarrollo durable en el tiempo por la utilización de genes de calamar que mediante la biotecnología y la fermentación biológica aplicados en fibras generan que estas obtengan la capacidad de auto regenerarse en caso de desgaste generando ciclos de vida de la fibra más largos por ende menor producción futura debido a la durabilidad, son aparte producciones energéticamente sustentables, ya que utilizan al menos la mitad del costo energético que la producción de fibras sintéticas. El ganador del pasado Premio Franca Sozzani GCC al Mejor Diseñador Emergente en los Green Carpet Fashion Awards de Milán, Tiziano Guardini sigue un proceso de creación de colección muy meticuloso. Utiliza seda libre de maltrato animal, ya que los capullos solo se cosechan después de que la oruga lo haya dejado y otros materiales de construcción para sus creaciones como lanas regeneradas o conchas marinas recolectadas y CD descartados. Si bien pareciera que los únicos involucrados con el medio ambiente son los diseñadores emergentes, cabe destacar a diseñadores como Stella McCartney, quien trabaja con materialidades *eco-friendly* como cueros veganos sin perder su estilo y diferencia. Durante la semana de la moda de septiembre del 2017 en Londres, el British Fashion Council, el alcalde de Londres y Vivienne Westwood, promocionaron una nueva campaña creada con el principal objetivo de conseguir que la industria de moda británica se comprometa a utilizar proveedores de energía ecológica a partir del año 2020. Por otra parte, Viktor Horsting y Rolf Snoeren, fundadores de la prestigiosa firma Viktor & Rolf produjeron su última

colección a partir del reciclado de prendas no vendidas o muestras que tenían guardadas, reutilizando los materiales brindándoles más de una vida de uso.

3.3. Historia del surgimiento del diseño experimental en Argentina.

A partir del año 2001 en Argentina, la moda sufrió un abrupto cambio en consecuencia de la crisis económica que sufría el país. A raíz de volver a empezar y resurgir de una de las mayores crisis económicas vividas en el país, se empezó a experimentar en el rubro de la moda que hoy se denomina diseño de autor o diseño independiente, dejando de lado las importaciones y copias extranjeras por obligación económica. “Entre mayo de 2001 y mayo del 2002 se habían perdido 825.000 empleos en el sector privado y la desocupación llegaba al 22%” (Sáenz, 2012, p. 739). Argentina había sido siempre parte del sector seguidor de tendencias europeas o estadounidenses, y no creador de aquellas, pero ante la incapacidad de poder sacar dinero de los bancos debido al *corralito* del 2001 que consistía en la prohibición de esta acción, el pueblo argentino comenzó a sentirse reprimido y comenzó la violencia y la revolución, obligando al presidente De la Rúa a renunciar a su cargo, dejando en mando al ex gobernador de la provincia de San Luis, Adolfo Rodríguez Saá, quien anunció que la Argentina entraría en cesación de pagos (*default*), lo que lo llevó a perder el apoyo de los gobernadores y al verse solo decidió renunciar al cargo.

Salquin (2006) desarrolla que tras la renuncia, del entonces presidente Rodríguez Saá, asumió la presidencia Eduardo Duhalde, su política fue devorada por la crisis y se votó la Ley de Emergencia Económica por la cual se terminó la convertibilidad, el tipo de cambio subió y se admitió un dólar paralelo aún más alto, esto impulsó un proceso de acondicionamiento y reactivación de las instalaciones productivas, que habían llegado a un nivel bajo de actividad antes de la crisis. Las empresas invirtieron, con recursos propios, fundamentalmente, en capital de trabajo y así el nivel de actividad creció hacia el año 2003.

Frente a una sensación generalizada de disolución nacional y situación extrema, cuando el sistema de los contratos que ordenan las relaciones sociales se había quebrado, hicieron su aparición la creatividad y originalidad argentinas. Entre otras razones, los engranajes del sector textil comenzaron a moverse de nuevo debido a

un cambio favorable para las exportaciones, a la llegada de compradores atraídos por las nuevas condiciones y ávidos de diferencias, y la imposibilidad de traer materiales, lo que incentivaba a una limitada pero interesante tendencia a la sustitución de importaciones por producción nacional. (Salquin, 2005, p.252).

Se buscaba innovación para hacer sobrevivir a la moda en Argentina, se necesitaba de una identidad propia para cobrar fuerzas y recrear el mundo de la indumentaria local sin la dependencia de terceros, poniendo en evidencia la inteligencia y la creatividad de los diseñadores locales que actuaron bajo escasos recursos: económicos y materiales. Y casi por obligación es donde nace en Argentina el diseño experimental.

A partir del año 2002, se empezaron a encontrar en el mercado nacional innovaciones como la fusión del arte y la moda representada en indumentaria. O propias intervenciones textiles artesanales, o prendas resignificadas.

Geometría absoluta, líneas puras, quiebres precisos y la rigurosa exactitud de cada corte le dan sentido a *kostüme*, la firma ideada por los diseñadores Camila Milessy y Emiliano Blanco en 2001, con la intención de imaginar algo más que simplemente ropa, sino poder manifestar un lenguaje, un impulso creativo que evoluciona en un hecho artístico. (Rodríguez, 2013, p. 225).

A pesar de la crisis económica del 2001, el rubro de la indumentaria en Argentina se enriqueció más que nunca a partir de ese acontecimiento, de allí nacen las marcas y diseñadores más prestigiosos en la actual moda nacional, algunos aun vigentes en el rubro y otros no, pero son quienes dieron el impulso a nuevas generaciones a crear desde lo propio, a indagar y crear, y a romper con las reglas. El diseño Argentino comenzó a partir del 2001 a tomar protagonismo independiente y a ser reconocido mundialmente y los diseñadores emergentes en la actualidad crecieron y aprendieron de aquellos referentes que pudieron sacar adelante la moda del país.

3.4. Panorama actual del diseño experimental en Argentina

El año 2003 no responde a una actualidad, pero es en aquel año en el cual *Martin Churba* funda *Tramando*, marca que al día de hoy no deja de exponer experimentación en cuanto a la indumentaria sobretodo en el rubro textil, su firma sigue siendo sinónimo de vanguardia a pesar de los años que lleva en el mercado. "Desde su origen propone un proyecto

multidisciplinario en torno al diseño y la experimentación textil” (Rodríguez, 2013, p. 339). Combinando telas de diferentes pesos y volúmenes para generar un estilo diferencial con efectos ópticos y tácticos en ellos intervenidos por el propio diseñador. Sus efectos artísticos no se ven únicamente reflejados en la prenda, son también expuestos y evidenciados en sus desfiles, donde suelen haber *performances* artísticas.

A Martín Churba siempre le fascinó jugar y componer con texturas, estampados innovadores y colores audaces para despertar nuestros sentidos. En el laboratorio textil de Tramando se experimenta con distintas técnicas y tratamiento de las telas: teñido de seda artesanal, estampación con sublimación y termo transferencia, aplicación de piedras y ornamentos, trabajos en fieltro, plisados. Esta investigación desafía los límites textiles y permite la realización de piezas con fuerte impronta arty chic. (Tramando, 2015, s/p.).

Se introdujo en el área textil cuando empezó a trabajar en la fábrica textil de su tío *Leon Churba* y donde experimentó por primera vez la intervención y creación de telas con serigrafía y programas digitales. Si bien en sus principios su trabajo no fue valorado en la Argentina, hoy es uno de los diseñadores más prestigiosos del país. En sus comienzos su crecimiento fue en el exterior, especialmente en Nueva York, a un estudio de artistas textiles, donde consiguió trabajar textiles para *Roberto Cavalli*, *Moschino* y *Massimo Cerutti*, transformándose en el primer diseñador latinoamericano en integrarse a ese mercado.

La firma no solo se destaca por su experimentación textil, también lo hace por la búsqueda morfológica que propone juegos de volúmenes, líneas orgánicas, deconstrucciones y reformulaciones de tipologías a partir de siluetas envolventes o ergonómicas para producir prendas complejas y versátiles.

Siguiendo con este concepto de deconstrucción y reformulación de tipologías la firma *JTby Jessica Trosman* toma protagonista. Ex socia del diseñador textil y de indumentaria *Martin Churba*, funda *JTbyJT*,

Es la única argentina que aparece en el libro de la “Fashion Now 2” (editorial Taschen) junto a otros diseñadores consagrados, como Karl Lagerfeld, John Galiano & Marc Jacobs. También fue incluida en la publicación “Sample” (editorial Phaidon) en la óptica de 10 curadores de la moda, entre ellos, el inglés Alexander McQueen y allí compartió páginas con el diseñador Pablo Ramírez. (Ministerio de diseño, 2014).

Produciendo productos sin género, la diseñadora se caracteriza por su constante innovación en cuanto a la intervención de moldería y la constante búsqueda del arte aplicado al textil, con materialidades no convencionales aplicadas a este como plásticos, plumas, plantas, semillas, cueros y fotografías. Por otro lado, el rubro del calzado siempre se relaciono con lo tradicional, sobre todo en el país donde mas cuesta aceptar modernidades cuando lo cotidiano y establecido pisa firme en el rubro, pero Jessica Kessel rompe con los paradigmas del calzado creando su marca *Jessica Kessel*. Creando zapatos vanguardistas con un estilo retro pero moderno y predominados de color, geométricos y con combinaciones lúdicas, logrando posicionarse como una de las primeras diseñadoras vanguardistas experimentales de calzado específicamente.

3.5. Panorama actual del diseño experimental sustentable en Argentina

La diseñadora Argentina *María Abdala-Zolezzi*, recibió su formación en el *London College of Fashion*, y que después de trabajar durante más de una década en la moda de París y Milán para marcas internacionales como *Hermès*, *Sonia Rykiel* e *Isabel Marant*, regresó a Argentina para fundar *Maydi*, un proyecto que expresa su compromiso con la calidad, el arte y la moda. *Maydi* utiliza sólo fibras naturales e hilados orgánicos en sus tejidos artesanales. El espíritu atemporal de cada pieza se manifiesta en un diseño 100% contemporáneo y diferencial, llevado a cabo mediante antiguas técnicas de tejido a mano, telar manual y crochet, revalorizadas desde la mirada del diseño contemporáneo. *Maydi* apoya el concepto de comercio justo, por eso sus productos se desarrollan en conjunto con artesanos locales, asegurando una retribución equitativa para el trabajador manual. Aparte del cuidado humano en cuanto a la creación, la marca protege la producción de las fibras y la contaminación ambiental a partir de estos procesos de obtención. Trabaja con materiales nobles como la lana merino orgánico de la Patagonia Argentina que se destaca entre las fibras preciosas como el cashmere, el mohair, la llama de la Puna Argentina, la alpaca, el algodón y la paja de seda. Con su obtención respaldada por un proceso productivo que cuida el medio ambiente, el bienestar de los animales y el desarrollo de las

personas y las organizaciones que participan en toda la cadena de valor. Los tintes utilizados son totalmente naturales, se obtienen de plantas nativas mediante procesos amigables con el ecosistema.

Su intención no es únicamente crear prendas y proteger el medioambiente sino también el cuidado de las personas que participan en cada proceso de fabricación hasta el momento de comercializar el producto. Por otro lado, la fusión *Chain García Bello*, creada por las diseñadoras *Lucía Chain* y *Juliana García Bello* quienes diseñaron una colección denominada de-construcción, donde se trabajó el concepto de deconstrucción del hogar y la construcción sobre cimientos, la cual se trabajó con textiles para limpieza del hogar como trapos biodegradables intervenidos manualmente sin procesos nocivos para el medio ambiente y aplicando el concepto de experimentación textil a partir de materialidades no convencionales como los textiles para el hogar. Por cuenta propia *Lucía Chain* trabaja su marca *CHAIN*. Comprometida con el medioambiente y con el diseño experimental a través de su fabricación manual de prendas de reproducción controlada y no masiva, con materialidades puramente naturales al igual que sus teñidos. Trabajando en paralelo con patrones de construcción de cero desperdicio y prendas sin género atemporales logrando una durabilidad en el tiempo. *Chain* expresa en una entrevista para Bloc de Moda.com (Entrevista pág. 2) que "En la etiqueta de uso y cuidados hay una frase que para mi es fundamental y dice: Usa mucho la prenda, cuidala con cariño y si con el tiempo se rompe, remendala. Es mi manera de decir que mis prendas no son descartables. Si en un tiempo la dejas de usar y se convierte en un trapo, la prenda es biodegradable. Eso es importante, vuelve a la tierra". Otra diseñadora nacional que se destaca en el rubro de la sustentabilidad acompañada por el diseño es *Romina Cardillo*, creadora de *Nous Estudios*, quien lleva adelante una marca vegana con conciencia medioambiental. Con el tiempo, el ideal a lograr es que la moda sustentable no sea una novedad sino la norma en el rubro de la indumentaria, acompañada o no por el diseño experimental pero igualmente aplicada ya sea cualquiera de los dos casos.

3.6 Artistas textiles

Cuando se habla del arte textil, quienes trabajan el rubro y lo consumen, entienden que no es solo el arte de la intervención en aquella tela virgen, nace desde su proceso de ceración y muchas fibras son tejidos especialmente para crear figuras o imágenes sobre un textil completo final o hasta características mas funcionales; el arte del textil puede ser superficial o funcional. Pues en este subcapítulo se desarrollara el arte superficial como valor agregado a un canvas textil en blanco. Saltzman explica que “la superficie describe la identidad de su contenido y es el área en que se juega su adaptación o diferenciación... pudiendo establecer relaciones miméticas o de oposición” (2004, pag. 49). La moda se encontró con el arte superficial desde sus principios, y estos motivos artísticos que se representan en las superficies no son ajenos a la cultura que los rodea, muchas son manifestaciones estéticas de una cultura y muchas responden a una critica social, a mandatos estéticos o a movimientos contemporáneos a la época en cual se representan. “La superficie textil es un poderoso territorio de expresión, que califica y da identidad al diseño. Una vestimenta tradicional puede convertirse en signo de rebeldía y renovación apenas por un cambio de color; como por ejemplo ... una corbata estampada con motivos de caricatura”. (Saltzman, 2004, pág. 58). Desde su valor como fibra hasta sus características superficiales responden a “variables expresivas con carácter de signo” y los signos generan diferenciación y validación, responden a diferentes culturas y diferentes sociedades. Por sobre todo diferenciación, la intervención manual de una persona será siempre diferente a la de otra, generando diversidad entre la ya experimentada y ancestral rama del arte textil. Intervenciones pueden surgir de cualquier tipo y desde cualquier punto de vista, es decir, a partir de apliques externos a los tejidos o no tejidos como pintura, joyas, apliques, y demás o pueden surgir a partir del armado o la ruptura de un tejido o un no tejido. Por ejemplo en las tribus senegalesas, los *Bassari* donde se desintegraba la trama del textil hasta un punto donde quedaba solo la urdimbre para ser manipulada como textil. O los antiguos egipcios que confeccionaban los tejidos con piedras preciosas

creando vestimenta discutida si considerarla como tal o como joyas directamente. Existe indumentaria creada casi sin funcionalidad mas que el decoro, como por ejemplo la indumentaria utilizada por las tribus del Sur de Sudán por los *Dinkas*, "En la cultura de esta etnia los complejos y ajustados corsés de mostacillas sirven tanto para dotar a los hombres de un signo de prestigio y riqueza como para trajes de bodas de las mujeres" (Saltzman, 2004, pág. 66). La posibilidad de intervención es enorme y aceptada en cualquier aspecto. A medida que las sociedades comenzaron a volverse mas racionales, religiosas, observadoras y educadas, el decoro corporal el cual intervenía en los cuerpos desnudos de los humanos comenzó a trasladarse a los cuerpos vestidos interviniendo los textiles con los que estos eran cubiertos, pues el desnudo comenzaba a ser juzgado. Toda intervención derivó de un signo que tenía un sentido diferencial dentro de una sociedad primitiva, y con el pasar de los siglos el arte, la educación y las ideologías nacidas de signos comenzaron a verse reflejadas en el indumento con la misma funcionalidad que en aquellos primeros tiempos, pero adaptadas a las eras contemporáneas en las cuales la intervención era llevada a cabo.

Capítulo 4. *Litté de Autor*

En el siguiente capítulo se realizará un estudio en base a particulares cuestiones específicamente vinculadas con los usuarios y con la marca en cuestión, con la finalidad general de brindar un marco acorde con la intencionalidad abocada a cristalizar y al mismo tiempo analizar la marca para el desarrollo del planteo de crecimiento y renovación post crisis económica que se extiende durante los anteriores capítulos del proyecto.

4.1. Acerca de la marca

Litté de Autor es una marca de indumentaria argentina que se destaca por su impronta *Slow Fashion* y su diferencial en cuanto a tipologías, tiene la capacidad de brindar diferenciación en la clientela, ya que no existe en el mercado un competidor directo, que tenga identidad parecida a la marca en cuanto a ideologías y prendas. Logran crear una imagen fina, delicada y única a partir de tipologías asimétricas, y textiles y terminaciones rústicos, generando armonía en los contrastes, donde un textil rústico como la gasa pañalera es protagonista para crear la imagen delicada y fina.

Expresan su inspiración a través de las tipologías de las prendas diseñadas, las texturas utilizadas para su confección y la colorimetría implementada en ellas. Están atentas a todos los procesos de creación de las prendas, desde la selección de materialidad, la creación de avíos diferenciales en el mercado, los detalles constructivos, las terminaciones, los procesos de costura y las terminaciones pensadas dependiendo de la prenda que se este fabricando, no todas son terminaciones iguales, están pensadas dependiendo de determinadas prendas, y eso expone un gran compromiso a la hora de diseñar donde se piensa cada detalle de la prenda para que su producción no sea generalizada sino específica.

Su estética se identifica por combinar la rusticidad, la languidez, la frescura y la comodidad con tipologías asimétricas de inspiración Japonesa. *Litté de Autor* busca potenciar la confianza en sus clientas, que logren vestirse mas allá de una tendencia buscada popularmente, sino que adopten un estilo personal en paralelo estas.

Buscamos que la mujer se encuentre en su estado más pleno: libre, independiente, fresca. Creemos que la comodidad ayuda a potenciar cada actividad realizada. Además que la elección acertada a la hora de vestir representa a la mujer empoderada, que es exactamente lo que buscamos; sacar lo mejor del mundo individual de cada una. (Gallaretas, 2020)

La marca busca potenciar a sus consumidoras, que las prendas sean adaptables a diferentes ocasiones de uso, es una de las características para lograrlo, para impedir que la indumentaria las impida de hacer algo, buscando que las prendas *Litté* logren amoldarse a cualquier situación y principalmente liberen a las consumidoras de ese pensamiento, del sentir que no puede hacer determinadas cosas o asistir a determinados lugares por sentirse incomoda con la vestimenta, las prendas de la marca están pensadas para cualquier ocasión de uso y para combinarlas de diferentes formas, volviéndolas muy formales si es necesario o muy casuales si es lo que se busca con tan solo cambiar un accesorio, o el calzado. La adaptabilidad es un factor clave para las diseñadoras, por eso también las prendas están creadas con elásticos y siluetas languidas, para que no solo se adapten a situaciones diarias, sino también a diferentes cuerpos y figuras.

El adaptarse fácilmente potencia la seguridad, y la seguridad es el factor más importante el cual quiere transmitir la marca; la seguridad personal y que las consumidoras sean fieles a ellas mismas, no a una popularidad, por eso no buscan abarcar grandes campos de mercado, sino a clientas que se animen a cosas diferentes y a desencajar.

Los precios de las prendas varían entre los \$2000 y los \$6000, dependiendo del textil implementado para hacer la prenda, la cantidad de avíos utilizados en el mismo, la moldería y el tiempo de producción. Aun así, teniendo en cuenta el diseño, las telas, los avíos fabricados artesanalmente, y la calidad de las prendas, las diseñadoras explican en una entrevista que se realizó para la revista Gallaretas Nordelta, *Litté*: un estilo de vida, que las clientas consideran una marca con precios muy accesibles en comparación al mercado de la indumentaria en el país. Comentan que muchas veces les han dicho que los precios hasta les eran baratos teniendo en cuenta la calidad y el diseño del producto en cuestión.

4.1.1 Inicios

La marca se fundó gracias a un proyecto de facultad, donde una de las diseñadoras creó una mini colección que fue muy demandada para la venta, sin la idea principal de venderla, se animó al comercio de las prendas que habían sido pensadas como el cierre de un proyecto universitario y el resultado fue muy positivo, y apareció *Litté de Autor* como marca.

Litté surgió de un proyecto de diseño para la facultad. Nos plantearon la creación de una marca ideal para cada uno y yo pude encontrar mi estilo a través de este proyecto. Hasta ese momento no había podido crear diseños que me identificaran, hasta que sin querer, en ese proyecto nació la primera colección de Litté. (Gallaretas, 2020)

Desde ese año en 2018 funciona *Litté* como marca, que ya cuenta con 4 colecciones hasta el momento. En un principio, las prendas se pedían por encargo, la primera colección salió al mercado a partir de esta metodología de compra, pero a medida que la demanda crecía, trabajar con modista y prendas por encargo no era viable porque no llegaban a abastecer la cantidad de pedidos en tiempos ideales, entonces comenzaron a trabajar con talleres y producir en pequeñas cantidades, aun en su última colección siguen trabajando con cantidades reducidas de producción para seguir con su ideología de consumo consciente y exclusividad.

La diseñadora planteó su marca con esta ideología *slow* desde los comienzos de esta misma, pero cree que el tiempo post-crisis, especialmente post-pandemia, en el cual la gente se vio obligada a distanciarse, a cambiar su rutina y valorar, hay una gran oportunidad para que la marca muestre su mensaje de concientización social. No solo es un mensaje de cuidado ambiental, por el bajo consumo, y la responsabilidad al consumir, sino un mensaje más humano, de aprender a cuidarse y respetarse a uno mismo dentro de la sociedad, y cree que esta oportunidad de autoconocimiento, de respeto social y concientización es un factor que puede utilizarse a favor de la marca para revalorizar y potenciar sus ideologías planteadas desde el minuto cero de su creación, pero ahora con un sustento y una conciencia social mucho más popular y real en términos de que todo el mundo se plantea nuevos comienzos y nuevas formas de vida y consumo.

4.1.2 Identidad de marca

La identidad de marca quiere transmitirle al consumidor una sensación única; busca ser transparente al mostrarles al consumidor quienes son y como trabajan y de que manera realizan el trabajo; por último, el objetivo es transmitir cómo quieren que se sientan los clientes cuando utilizan las prendas de la marca. Quieren que sea identificada representando a una persona libre, que respeta su identidad y que no sigue estereotipos. Además, que a través de su estilo de vida represente responsabilidad y conciencia. El diseño del logo e imagen de marca es representado mediante una tipografía que expresa el nombre de la marca: "*Litte de Autor*". La tipografía es agradable a la vista, poco invasiva y fácil de leer. Tratando de transmitir armonía a través de una letra fina y clara. El diseño de los productos, representan frescura. Son lánguidos y despojados, de siluetas holgadas, generando una sensación de libertad y comodidad en el cliente. La marca mantiene por sobre todas sus características la ética del negocio. Esta sostiene la transparencia y simpleza como principal rasgo, creando un clima armonioso y atemporal a los tiempos capitalistas de hoy en día.

4.1.3. Visión y misión

La marca busca crear un compromiso emocional con el cliente, transmitiendo a través de sus prendas el mensaje de que la indumentaria puede ser atemporal, y así romper con el ideal de que el indumento depende de la moda, como está impuesto en estos tiempos capitalistas. La diferencia que surge con las marcas del mercado es que *Litte de Autor* quiere lograr que la persona se sienta identificada con las prendas y que al vestirlas sienta fidelidad a sí misma. *Litte de Autor*, buscará crear un mundo donde se combinen la indumentaria, la decoración, la perfumería, los accesorios, la fotografía y la cultura. En un futuro, aboga por transmitir un estilo de vida, donde los clientes se sientan libres de elegir lo que les hace feliz, y que a través del uso de cualquiera de nuestros productos se transmita ese mensaje. Llegaría a esto, creando cuatro temporadas por año, no al tener específicamente en cuenta la tendencia ni la moda impuesta sino siempre priorizando la

comodidad de los clientes, a través de prendas lánguidas, frescas, de telas livianas, de colores cálidos y texturas rústicas; a su vez, productos que acompañen a este estilo.

4.1.4. Análisis F.O.D.A

Las fortalezas están asociadas con la originalidad de la marca. Cuenta con modelos exclusivos y ediciones limitadas, también con una rotación acorde a la demanda. Hay variedad de talles, pero a su vez las siluetas de las prendas son tan holgadas, que se adaptan fácilmente a las distintas medidas corporales. Tiene una serie de colores cálidos, adaptables a cualquier conjunto u ocasión. La calidad de las prendas es excelente. Al generar la compra está la posibilidad de cambiarla, en caso de que no cumpla las expectativas del cliente. Por último, el personal está capacitado y genera buena atención al consumidor. Acepta pagos con todos los medios de pago (efectivo, crédito, débito). Las debilidades de la marca son múltiples, empezando porque aún no venden ropa para hombres. La ubicación del local no se encuentra en un punto estratégico y es uno solo. No disponen de venta o envío a domicilio. La publicidad es insuficiente. La página web podría contar con un desarrollo más personalizado y específico. Además, en caso de que la demanda sea mayor que lo esperado, la cantidad de prendas podría ser acotada y no satisfacer los deseos del cliente. No tiene un respaldo económico para mantener rentable a la marca en caso de que no se vendan los productos. En primer lugar, existe la posibilidad de incrementar las ventas por baja competencia; se deberían incorporar nuevos locales para abarcar más zonas; también, publicar o presentar productos en ferias; incrementar los ingresos con promociones en días especiales; ampliar la cartera de productos para vender (accesorios, libros, fragancias, perfumes y velas, entre otros); también se podría extender el horario laboral; mejorar la página web y la estructura que presenta. Las amenazas que se presentan son: las ofertas de la competencia; que otras tiendas adquieran un local en la zona comercial; negocios que copien nuestros productos e ideas; la pérdida de la mercadería que no se logró vender; la crisis económica del país.

4.1.5 Público objetivo

Nuestro público objetivo o target, será al público al que se quiere así dirigir. Es el grupo de personas con características, necesidades, gustos, aspiraciones que están alineadas con nuestra marca. Nuestros clientes o potenciales clientes son aquellos que se verán reflejados en nuestras prendas. El público objetivo de *Litte de Autor*, son mujeres entre los 20 y 35 años. Que residen en CABA o GBA y cuentan con un nivel adquisitivo de clase media alta. Se apunta a mujeres que son apasionadas por la vida, que aspiran a ser felices y llevan un ritmo de vida alto. El punto de contacto de la marca y sus clientes es principalmente la red social Instagram, donde se mantienen conectadas durante todo el día a través de sus computadoras y sus dispositivos móviles. El contacto también se genera a través de su página web en el shop online.

4.2. Análisis acerca de sus diseños y líneas

Litté de autor cuenta con una línea de productos dividida en dos conjuntos de prendas inferiores con superiores, vestidos, blusas o camisas y tops. La marca suele trabajar realizando conjuntos por ejemplo de pantalón y saco de una misma tela (ver figuras 28,29 y 30. Cuerpo C, p.22 y 23) o chaleco y falda o sacos y vestidos, suelen pensar prendas que se puedan utilizar separadas una de la otra pero las introducen en el mercado como un conjunto de siluetas cómodas y tipologías lánguidas que se venden por separado pero combinadas generan el ideal de la marca.

Actualmente la marca trabaja con dos colecciones al año incluyendo lanzamientos aislados dentro de cada colección, es decir, dentro de las colecciones de verano e invierno que lanza anualmente la marca, producen unas pequeñas colecciones de no mas de cinco prendas para lanzar en otoño y primavera como productos exclusivos, con la idea de no generar tantas colecciones anuales que produzcan desperdicios en la fabricación y en sobrantes de stock para fomentar el consumo consiente y no compulsivo.

En su ultima colección de verano, incluyeron un articulo nuevo de lonas para playa y su ideal es incluir, dependiendo la estación del año, algún articulo diferencial, por ejemplo en

invierno algún pijama, en verano algún traje de baño o bolso. Son las mismas diseñadoras quienes se encargan de generar el estilismo a la hora de hacer las producciones fotográficas para presentar las colecciones, y quienes se encargan de manejar las redes sociales, de contestarle a los clientes y de conectarse con los talleres. Las telas son compradas por ellas, con un recorrido de mercado local previo a cada colección, la confección es corroborada por ellas, y los detalles de terminación tales como el planchado y la inspección de la prenda terminada también, lo hacen para poder estar presente en los detalles, considerando eso uno de los aspectos mas importantes para poder comercializar la prenda finalizada.

Cada consulta y mensaje de los clientes es respuesta por las mismas diseñadoras y dueñas de la marca, quienes conocen en detalle los productos y están detrás de la producción paso a paso, para poder responder con total sinceridad y a cualquier detalle. Las prendas son probadas una por una antes de ser comercializadas.

Con una inspiración en tipologías especialmente Japonesas, las diseñadoras de la marca suelen tener un amplio campo a la hora de buscar inspiración:

Principalmente me inspiro en el ideal de imagen de la mujer Litté, no solo en la indumentaria sino también en su estilo de vida y su rutina. Me imagino una mujer libre, sencilla, alegre, trabajadora, viajera, e independiente, que le gusta sentirse cómoda pero canchera, que no persigue tendencias, sino, que busca su estilo personal y piensa a largo plazo. Que no descarte las prendas según la temporada o la tendencia, sino que compre prendas que pueda utilizar sin sentir que quedan antiguas. La comodidad es clave en las colecciones Litté, por eso trabajamos con tipologías anchas, frescas y versátiles, por ejemplo un vestido que puedas usar tanto para trabajar como para salir una noche con amigas, dependiendo de lo qué elijas para complementar el look. En cuanto a la inspiración específica de las prendas, me fijo mucho en los textiles, la decoración, suelo imaginarme espacios y a partir de ahí crear prendas que le correspondan. También son clave las texturas; los espacios viejos, la rusticidad, y las combinaciones de colores propios de la naturaleza que aparecen por ejemplo en una madera, o en una chapa oxidada (Gallaretas, 2020).

Como idea general de marca, *Litté de autor* representa un estilo simple con siluetas Japonesas inspiradas en la rusticidad, la naturaleza, la simpleza y la armonía. La ideología de marca, explican las diseñadoras, que se fundamenta con el concepto Japonés del Wabi Sabi. Este concepto es fundamental en la estética Japonesa, son ideologías milenarias

que aun en las modernidades actuales rigen en su cultura. Este termino se concidera indefinible en Japón, surgió en el taoismo durante la dinastía *Song* en China alrededor de los años 960 y luego se adpotó por el budaismo zen, como explica Crossley-Baxter en *BBC Travel*.

En sus principios de vio como una forma de apreciacion austera, en la actualidad de relaciona con una aceptacion mas relajada de lo transitorio, la naturaleza y las emociones donde lo imperfecto es apreciado y lo incompleto valorado.

Wabi, que en términos generales significa "la elegante belleza de la humilde simplicidad", y sabi, que significa "el paso del tiempo y el subsiguiente **deterioro**", se combinaron para formar un sentido único de Japón y fundamental para la cultura japonesa. (Crossley-Baxter, *BBC Travel*, 2018).

Este concepto se adapta en la forma de ver las cosas, las prendas suelen no tener terminaciones mas allá de un respunte, la rusticidad de los avios hechos a mano y los textiles son quienes ortorgan la belleza a la prenda.

El Wabi-Sabi, desafía las reglas de la belleza, donde los colores no son brillantes, las terminaciones no son perfectas y la rusticidad de un textil o de un objeto puede ser considerada una belleza total sin buscar una perfección absoluta. (comunicación personal, 22 de Abril, 2020)

Y aparte de la apreciacion de lo "imperfecto" el *Wabi-Sabi* valora el paso del tiempo y el subsiguiente deterioro y al generar colecciones con prendas atemporales que aspiran a romper tiempos usuales de la moda, se convierten en prendas envejecidas para el comercio de la moda, pero con un valor agregado para aquellos que saben apreciar algo que no es tendencia pero que nunca va a pasar de moda gracias a su improta simplista, duradera, rústica y atemporal.

Algunas características de la estética wabi-sabi son la asimetría, la aspereza y la sencillez, por eso las siluetas de las prendas suelen terminar en picos, o las preñadas suelen tener cortes asimetricos en su construcción.

4.2.1 Avíos

Litté de Autor cuenta con su propia creación de botones (ver figuras 31 y 32. Cuerpo C, p.23 y 24). De por si, trata de utilizar la menor cantidad de avíos posibles principalmente

por que la mayoría de avíos comercializados en el mercado son fabricados industrialmente en enormes cantidades haciendo que las prendas pierdan identidad y diferenciación. Por eso buscaron una alternativa a los botones que existían en el mercado, ya que el botón es uno de los avíos mas visibles en la prenda y querían lograr representar la rusticidad y la identidad de la marca en ellos.

Los botones de *Litté de Autor* son fabricados artesanalmente en alpaca terminados uno por uno a mano. Cada uno de ellos esta grabado con el nombre de la marca para que sean mas personales y exclusivos y hasta la actualidad se fabricaron dos tamaños diferentes de este botón, unos camiseros de 1 cm de diámetro y otros especialmente usados para pantalón o abrigo con un diámetro de 2,5 cm. Cada botón cuenta con dos perforaciones centrales para que estos puedan cocerse a la prenda. (Comunicación personal, 22 de Abril, 2020)

En cuanto a los demás avíos, son comprados en el mercado, tratando de utilizar la menor cantidad de ellos posible, y si son utilizados, suelen estar escondidos con tela o solapas textiles. Uno de los avíos comerciales mas utilizados por la marca es el elástico, para poder generar que un tamaño de prenda sea adaptable a diferentes formas de cuerpo, tratando de responder a una versatilidad de siluetas dentro de una misma tipología y que el campo de talles sea mas amplio. Las diseñadoras creen que el elástico es una herramienta muy poderosa a la hora de diseñar y pensar una prenda, por que les da la capacidad de crear textura y a su vez generar adaptaciones corporales.

4.2.2. Textiles

Textiles que transmitan la impronta equilibrada de la marca, que hacen de los textiles y texturas divergentes entre si, su musa de inspiración, alquimizándolos en una fusión armónica, donde una imagen suave, delicada, libre y lánguida es la protagonista a la hora de disfrutar del buen vestir representada no solo por sus siluetas sino también por los textiles elegidos para desarrollar las prendas. (Comunicación personal, 22 de abril, 2020)

Los principales textiles utilizados por la marca son el lino hindú, las gasas pañaleras rústicas, el tusor y la lana; agregando por temporada algunas telas especificas como paños de lanilla para el invierno, o lycras, poplin y gasas de seda para el verano.

Las diseñadoras explican que en sus comienzos, los textiles solian ser únicaente naturales, pero con el pasar del tiempo y la poca economía disponible, el costo por textil era demaciado elevado para poder sostenerlo y decidieron bajar un poco la calidad del textil

para poder crecer como proyecto, pero esperando poder volver a adquirirlos en un futuro. El textil es un factor muy importante a la hora de diseñar en *Litté de Autor* prácticamente todos los diseños son pensados en base a textiles ya utilizados y experimentados. Las diseñadoras creen que la calidad del textil es el factor mas importante para seguir con el concepto de moda Slow y que una prenda no se descarte por temporada.

El proceso de incorporacion de textiles para la colección comienza por visualizar que textiles ya usados pueden ser reincorporados a una nueva colección y dependiendo del flujo de esa colección y realizan un estudio de mercado local para descubrir nuevos textiles que tanto en colorimetria como en texturas se acomoden a los textiles predominantes. Luego de las muestras se evalua si el textil funciona como fue planeado o si deberia buscarse un reemplazo para este mismo, para poder comercializarlo con seguridad ya habiendo testeado el calce y su funcionalidad.

Los textiles predominantes son rusticos, tusores, lana, algodones texturizados, linos y gasas pañaleras, respondiendo a la impronta de la marca, al concepto Wabi-Sabi y a las ideologías, acompañados de algunos mas suaves como unas sedas o gasas de seda para generar armonía. (Comunicación personal, 22 de Abril, 2020)

Cada colección cuenta con por lo menos dos conjuntos, del mismo textil como predominantes, que luego se separan para combinar con casi todas las prendas ofrecidas por cada temporada. Todas las prendas pensadas en la colección son creadas para funcionar en conjunto como por separado, por eso los textiles cumplen un rol muy importante en el diseño, ya que todos se eligen con la capacidad de adaptarse en cuanto a color y textura, al textil de otra prenda de la colección.

Las prendas suelen tener las terminaciones envivadas para evitar el uso de forreria a menos que las diseñadoras lo crean realmente necesario y en algunas ocasiones la entretela es utilizada para solapas de camisas, cuellos de camisas y blazers y puños. Si deciden usar forreria, eligen un textil como el lino hindú que brinda una mayor sofisticación a la prenda y su textura opaco responde a la rusticidad que buscan como imagen.

4.2.3. Paleta de color

Prevalece la combinación de textiles sobre los colores térreos, que dan vida a prendas y conjuntos que, en su mayoría, se caracterizan por ser cromáticas o bicromáticas. Un solo producto de las cuatro colecciones que hasta ahora tienen creadas logro superar la combinación bicromática hasta el momento usada por las diseñadoras a través de la combinación de tres colores en una misma prenda, pero en la indumentaria restante predominan las prendas de un color pleno máximo la fusión de dos colores.

Estos colores responden a la paleta de los blancos, negros, grises, y marrones con algunos ascensos de color dependiendo de la colección que suelen responder a la paleta de los verdes y rojos, siempre en una tonalidad terrosa en claves bajas del color.

No utilizan colores estridentes ni colores dictados por la temporada, su paleta de color es siempre la misma sin importar el color que sea marcado como tendencia. Responden a un marco clásico y sutil en cuanto al color. Tratando de tener siempre en sus colecciones algunas prendas en blanco y otras en negro como bases (ver figuras 33 a 37. Cuerpo C, p. 24 a 26).

A veces la combinación bicromática dentro de un avío se ve presente en un bretel de un vestido por ejemplo (Ver figura 38. Cuerpo, C, p.27), sin embargo tratan de combinar todos los avíos de las prendas a tono del textil al cual este avío se aplica. Sus predominantes son hacer conjuntos de un mismo color en variedad de tonos o mismo tono para generar armonía y elegancia.

4.2.4 Recursos constructivos

Litté de Autor se caracteriza por sus terminaciones rústicas (ver figura 39. Cuerpo C, p.27), presentes en la mayoría de sus vestidos y algunos de sus kimonos o sacos, tanto en el frente inferior de la prenda como en trasero inferior, las terminaciones en mangas, escotes, cinturas y centros de prenda están hechos muy prolijamente y con un pespunte.

Dependiendo de la colección los recursos constructivos fueron variando, en la primera colección que lanzaron en el mercado, la colección otoño/invierno 2018 introdujeron en las

prendas los botones hechos en alpaca como recurso constructivo que se adaptó y amoldó en todas las siguientes colecciones volviéndose una característica de identidad de la marca. En esta primera colección la mordedura irregular y asimétrica fue la protagonista en las prendas, para crear indumentaria versátil y diferencial.

En la segunda colección que responde al verano del 2019, introdujeron un sistema de cordones de algodón y jaretas metálicas aplicados a vestidos y camperas para generar adaptaciones a diferentes cuerpos (Ver figuras 40 y 41. Cuerpo C, p.28), dando la posibilidad de usar el vestido o la campera suelta al cuerpo o ajustarla al mismo creando diferentes variantes de uso en una misma prenda. Este recurso se vio repetido en la colección de invierno de ese mismo año aplicada a chalecos, busos y sacos para cumplir la misma funcionalidad de versatilidad y adaptación con la cual fueron introducidos en las prendas del verano. Apareció por primera vez la aplicación de trenzas y volados en una prenda, utilizando los volados como puños de un kimono y las trenzas como terminación de una bufanda tejida (Ver figura 42. Cuerpo C, p.29). Predominaron los cuellos altos y voluminosos creados a partir de la mordedura y la superposición de diferentes textiles de opuestas densidades para crear una sola prenda.

En la última colección de verano, introducida al mercado el verano del 2020, los cortes asimétricos en las prendas fueron predominantes para sus construcciones de aires Japoneses, utilizados en pantalones, sacos, lonas de playa y kimonos. Siguió con las terminaciones rústicas y desflecadas en las prendas y se introdujeron dos nuevos recursos, el elástico para adaptar a un cuerpo una prenda no ajustada y la incorporación de puntillas de estilo romántico a prendas modernas y de cortes con inspiración oriental. Los elásticos fueron aplicados en cinturas y terminaciones de tops como también en laterales de vestidos para brindar versatilidad a su uso, dando la posibilidad de usar un mismo vestido con diferentes largos dependiendo de que tanto se ajuste o no el elástico lateral del mismo, cumpliendo la misma función que aquel cordón de algodón utilizado en la primera colección de verano, pero con mayor elasticidad y sin jaretas. Aparecieron los cortes tanto

constructivos como sustractivos en las prendas, es decir prendas que se construyeron a partir de cortes asimétricos de mismos textiles, como el pantalón y el kimono Japón de esta colección construido a partir de asimetrías, o diferentes textiles, como su conjunto *Berlín* (ver figura 43. Cuerpo C, p.29) creado con recortes de linos en dos tonos de crudo y tusor negro, y prendas con sustracciones laterales para dejar visibilidad a pieles, por ejemplo en su vestido *Ruka* (ver figura 44. Cuerpo C, p.30) largo de verano, el cual lleva un corte en su lateral por encima de la rodilla permitiendo que se vea la pierna de quien lo usa al caminar.

Por último, en su colección de otoño del 2020, el elástico (ver figura 45. Cuerpo C, p.30) y las asimetrías siguieron siendo protagonistas en los recursos constructivos, igualmente aplicados que en la colección anterior, pero se adquirió un nuevo recurso: el frunce, aplicado a cuellos de los bodys *Nagasaki* (ver figura 46. Cuerpo C, p.31) disponibles en tres variedades de color, con sus cuellos fruncidos y el bretel que los ata creado a partir de la misma tela del cual el body esta fabricado, y aplicado también el frunce en los escotes de las camisas *Fukuokas* (ver figura 47. Cuerpo C, p.31) de esta colección.

Los recursos que se repiten en todas las colecciones son las asimetrías, las terminaciones únicamente respunteadas en vestidos, y las construcciones a partir de recortes. Cada colección adquiere un nuevo recurso dependiendo de lo que quieran lograr transmitir, siempre siguiendo su línea de color, texturas, e ideología.

Las terminaciones internas de las prendas están hechas con overlock, algunas veces envivadas con cinta al bias y cocidas con costura recta para emprolijar la terminación a la vista y las uniones laterales, o de cuellos, o mangas con recta.

4.3. Competencia en el mercado

Esta pregunta es muy común y siempre nos cuesta responderla, creo que no tenemos una competencia directa 100% en cuanto a estilo, tipologías de prendas e imagen, pero si podemos sentirnos mas afines a determinadas marcas antes que otras por su ideología parecida a la nuestra, tales podrían ser De Arrieta aunque es una marca mas grande y abarcativa, incluye también decoración. (Comunicación interpersonal, 22 de Abril, 2020).

Las diseñadoras explican en la comunicación personal que les es difícil encontrar una marca con la cual reconocerse en todos los aspectos, pero que en Argentina, encontraron más marcas de nicho como lo es *Litté de Autor* con ideologías parecidas a esta. Estas serían Aura, Flor Barraza diseño y Somos Hummus, tres marcas de indumentaria nacional que comparten la ideología de venta slow, los textiles rústicos y las siluetas lánguidas y amplias.

Sin embargo, estas marcas no responden a una competencia directa, pues son marcas en su totalidad ecológicas y con tintes naturales, y *Litté de Autor* no utiliza esos recursos. Igualmente es un punto en el cual proyectan, la incorporación de textiles naturales o sustentables por eso también el planteamiento del cuero *Piñatex* para su incorporación en la marca es muy positivo y les brinda no solo diferenciación sino calidad y sustento ideológico.

4.4. Packaging

Este es un punto a desarrollar en la marca, nos encontramos con un dilema, porque lo que se consigue en el mercado es muy plástico, y no va con la identidad de la marca, queremos hacer algo más casero y personal así que estamos desarrollándolo. (Comunicación personal, 22 de Abril, 2020)

El packaging es un aspecto en el cual la marca espera progresar, pero encuentran una disyuntiva a la hora de elegirlo ya que las bolsas o los envoltorios suelen ser plásticos.

Hasta el momento el packaging utilizado es el mismo en todos los productos, una bolsa de papel madera, pero las diseñadoras explican que les gustaría profesionalizar o diferenciar su packaging para lograr un salto de calidad, ya que explican que para ellas, el envoltorio del producto genera un gran impacto visual a la hora de recibir algo, lo que primero ve el consumidor cuando compra es la bolsa en la que viene el producto, como estrategia de marketing es de gran importancia que cause un buen impacto visual.

Sin embargo, se encuentran con un dilema constante sobre todo en el packaging necesario para las ventas online de distribución por correo. Ya que el producto no es entregado en mano directa al comprador y pasa por diferentes lugares y personas antes de llegar al consumidor final, y se encuentra expuesto, por ende, el packaging aparte de ser

visualmente atractivo debe cumplir con su tarea funcional de proteger el producto, y estos paquetes ofrecidos en el mercado para cumplir con estos roles, son creados a partir del plástico, y es un material de poco agrado para las diseñadoras, se encuentran en la búsqueda de un sustituto al plástico para que cumpla la misma función.

A su vez, el dinero es una cuestión importante a la hora de analizar el packaging para adquirir, ya que suele encarecer el precio del producto y la incorporación del envoltorio tiene que estar directamente relacionada al público con el cual la marca se relaciona, al precio de los productos y al alcance de ventas de la marca, pues no puede costar más en proporción el packaging que el producto, pero a su vez, un buen packaging puede aumentar las ventas de un producto.

4.5. Ideología de venta

Litté de Autor no cuenta con locales a la calle, se maneja a partir de showrooms y con ferias de lanzamiento en cada colección, es decir, al inicio de cada temporada, las diseñadoras abren las puertas de su casa para recibir a sus clientas y atenderlas personalmente, ofreciéndoles algo de comer y beber, invitándolas a pasar una tarde en su casa donde no solo puedan descubrir y consumir la nueva colección disponible, sino conocer a las diseñadoras, sacarse todas las dudas respecto a los productos, o a la marca, y disfrutar de un café y charlas con quienes se encuentran en la feria. Tratan de seguir con el lado humano de la marca, mostrar que quienes manejan la marca son también personas cálidas y trabajadoras dispuestas a conocer cara a cara a sus clientas. Crean que atender ellas mismas a sus consumidoras les brinda otro tipo de vínculo con sus clientas, haciéndolas sentir más cómodas y bienvenidas y más representadas por la marca, dejando de lado el concepto de marca e introduciendo un “mundo *Litté*”.

Es por esto que también creen que sus clientas siguen volviendo a las ferias y tanto las codician, por que logran ver el detrás de una marca, la realidad y se sienten más representadas con ella.

Las ferias suelen ser un Domingo por la tarde, para dejar que quienes quieran asistir a la feria puedan amanecer tranquilas disfrutar de la mañana del Domingo. Almorzar en familia, con amigos o como prefieran y luego recurrir a la feria como un plan de fin de semana con amigas, hermanas, novios, novias, o con quien quieran asistir, son todos bienvenidos, hasta las mascotas. La principal idea es generar un clima cálido y acogedor, donde la intimidación a la hora de comprar no exista, lograr que las clientas se sientan como en sus casas es el ideal principal. “Queremos generar una especie de comunidad, no una relación tan dura de clientes con marca, sino de personas con personas” (comunicación personal, 22 de Abril, 2020)

Debido a la pandemia actual, la marca se encontró con un gran problema ya que la venta online nunca fue un fuerte y es el único medio de venta disponible en estos días y es difícil para la marca poder transmitir los mismos valores y el mismo compromiso a partir de la venta online, pero es un desafío a desarrollar.

4.5.1. Adaptaciones de venta post época de pandemia y crisis económica

Creemos que la ideología principal de venta acompaña bien a la época post pandemia, donde la humanidad va a pasar a ser una prioridad, o por lo menos eso esperamos. Queremos cambiar el concepto de que atender en casa o desde el hogar es igual a algo de “mala calidad”, sino todo lo contrario, mostrar que es algo hecho con amor, con cuidado con consciencia. (Comunicación personal, 22 de Abril, 2020)

Si bien el primer cambio que tomara la sociedad se espera que sea uno de concientización reflejado en el valor de la humanidad en cuanto a afectos, el cuidado del medio ambiente y los consumos responsables, y la marca *Litté de Autor* ya responde a eso por desde sus comienzos, las ventas y las formas de ventas para las marcas de indumentaria se verán afectadas.

En el caso de *Litté de Autor*, el riesgo se genera principalmente para las dueñas de la marca, quienes a la hora de vender abren las puertas de su casa para hacerlo, aunque esto también trae consigo un beneficio muy grande que es el dar calidad de hogar. En Argentina donde la cuarentena ya supera los 70 días de asilamiento, el sentir humanidad es de mas necesario, sobre todo para esta población catalogada como tan afectuosa. Si

bien la exposición se encuentra y es evidente al abrir sus casas, la colección capsula creada para el resurgimiento esta enfocada en llevarse a cabo en el otoño del año 2021, donde se espera que las actividades se normalicen para seguir mostrando el lado humano que caracteriza a la marca dentro de la industria de la indumentaria.

4.6. Campañas

En cada colección las diseñadoras se enfocan en resaltar los aspectos que representan a la marca, lograr que la mujer que consume *Litté* resalte su personalidad, su seguridad, la comodidad consigo misma y se sienta siempre cómoda usando las prendas. Cada campaña es diferente y tiene su aspecto especial. Algunas campañas son mas básicas que otras pero todas llevan la misma impronta y el mismo fin, adaptando nuevos recursos constructivos o repitiendo antiguos. Cada campaña resalta la fidelidad de las clientas para con la marca, y las diseñadoras expresan que eso es lo que mas las motiva a seguir, el saber que alguien que probo el producto, vuelve a elegir las.

Ambas diseñadoras están de acuerdo que la calidad del producto determina el futuro de la marca y la fidelidad del consumidor, creen que la primera impresión respecto a algo determina la futura visión de esto mismo, entonces esta primera imagen o una compra realizada con éxito y donde el cliente se queda satisfecho es de suma importancia, por eso creer que el resurgimiento post pandemia con la incorporación de un nuevo textil sustentable e innovador en el país puede ser una herramienta de alto valor para el futuro de la marca.

Capítulo 5. Propuesta de diseño

En el siguiente capítulo se explicará todo el proceso creativo y constructivo que implica la realización de la colección final que compone el presente Proyecto de Graduación en relación al contenido de los capítulos anteriores. Se concreta la propuesta de diseño mediante la presentación del usuario, del concepto y de la interpretación de tendencias. Se analizan los elementos que se deben respetar para crear una colección que sea sustentable y a la vez funcional y de esta manera, por medio de geometrales se presenta la colección final perteneciente a la modalidad de diseño de autor. Por último, se materializa uno de los diseños que componen la colección aplicándolo el tejido a base de ananá desarrollado en el capítulo cuatro.

5.1 Justificación del proyecto.

Para empezar, la obtención de la fibra es a partir de las hojas de la fruta, las cuales son desechadas cada vez que esta es cosechada sin algún uso popular previo. Esta producción es artesanal, manual, se utilizan las hojas de las piñas para no desecharlas y darles una segunda vida sin generar tanto residuo. Acompañado del movimiento *Slow Fashion* con el cual se creará esta colección con el textil *Pinatex* hecho con fibra de ananá, la obtención manual del textil con el que las prendas son producidas e intervenidas acompaña a la ideología del movimiento ecológico y diferencial, el cual se expuso previamente, responde a un estilo de vida lento y de consumo controlado, atemporal y reducido, creando manualmente y revalorizando lo artesanal por sobre todo y el textil manualmente creado a base de residuos con el fin de darle una vida útil a un material que solo generaba contaminación, aporta un valor agregado al movimiento, y se reducen cantidades excesivas de hojas desechadas. En épocas de crisis, la fidelidad del consumidor es una gran oportunidad para afrontar la situación y especialmente en estos tiempos donde el medio ambiente mostro que necesitaba un respiro de la producción humana y del daño que esta le causa, y donde el distanciamiento social obligatorio, hace que la valoración del contacto, las relaciones y lo que se consume sea mas consiente, da

una oportunidad de crear un vínculo más real con quien consume la marca, donde los valores se comparten haciendo que el fin, que serían el consumo consciente con cuidado del medio ambiente pero a la vez innovador y diferencial, vincule fielmente al consumidor con la marca. Como se comprende, “el diseño es una herramienta muy poderosa de transformación, de unión entre la gente, la ecología y la economía. De toda esta unión puede salir algo con integridad y para el mundo” (Hijosa, 2017)

Por otra parte, la materialidad con la cual está creado este cuero a partir de piña, responde al movimiento del *Wabi-Sabi*, tan valorado por las diseñadoras de la marca *Litté de Autor*, ya que nace de la valorización de materialidades sobrantes de la cosecha de la piña, que previamente eran considerados desechos. Es darle una vida a algo que no funciona, para convertirlo en algo bello, sustentable y sobre todo útil. La reconstrucción de un textil a partir de desechos sigue esta ideología planteada por el *Wabi-Sabi*, donde todo bien aprovechado y cuidado, tiene valor.

En lugar de ver a los residuos de la cosecha únicamente como una fuente peligrosa y destructiva, wabi-sabi ayuda a contextualizarla como una fuente de belleza, que se puede apreciar en los niveles más pequeños. Estos se convierten en un semillero proveedor de colores, diseños y patrones, una fuente de inspiración, en vez de unos enemigos. El *Wabi-Sabi*, responde al arte de lo remediado, apreciar algo que se descartó o se rompió y convertirlo en algo preciado. (Crossley-Baxter, BBC Travel, 2018).

5.1.1. Objetivo de la propuesta

La propuesta final de este Proyecto de Graduación consiste en desarrollar una colección capsula de 5 conjuntos, con una totalidad de aproximadamente 13 prendas, que respondan a las necesidades de sustentabilidad, compromiso social e innovación textil previamente planteadas en el desarrollo del proyecto. A partir de la realización de una colección capsula de diseño de autor con la incorporación de un textil innovador para la Argentina y especialmente innovador para la rama de la indumentaria en el país. Se pretende generar concientización, compromiso y fidelidad de parte del consumidor de *Litté de Autor*, sobre

el medioambiente y sobretodo el consumo, la calidad de consumo y las cantidades de consumo. Como lo explica Saulquin (2010), a escala internacional se puede observar un creciente interés por parte del consumidor en adquirir productos de los que conozca su origen, la manera en que se hicieron, que no dañen su salud y garanticen que no contaminarán el planeta. Las acciones de responsabilidad ecológica y social que puede tomar una marca a la hora de ofrecer un producto son muy importantes, y sobre todo en los años que le siguen a la moda cercanos al impacto mundial del COVID-19, no solo por el cuidado del medioambiente al quedar notoriamente expuesto el daño que el humano le causa a la naturaleza, como se veían los cielos mas limpios, y la fauna y la flora menos dañana en consecuencia del encierro humano obligatorio en sus hogares, sino tambien por el cuidado humano al haberse encontrado expuesto al encierro, en Argentina, por mas de 100 días, donde la humanidad se valora a una mayor escala, por consecuencia de una falta de esta misma en momentos de encierro. La incorporación de un textil innovador, es una salida imponente e estratégica para un resurgimiento post pandemia, para exponer la postura ecológica de la marca, la postura de consumo conciente de la marca y fidelizar a sus consumidores con innovaciones no solo en cuanto a tipologías sino también a materialidad.

5.2. Partido conceptual

La incorporación de este textil puede devolver a sus raíces a la marca a partir de la importancia con la que las diseñadoras piensan en los textiles. Sería el inicio de un salto de calidad para seder a la incorporación de un textil sustentable y natural, como planteaban en sus principios, poder vovler a incorporar poco a poco textiles naturales.

Todo proceso para la creación de una prenda o una colección, comienza desde una inspiración o una idea rectora. La elección de dicha idea rectora o inspiración, va a funcionar a lo largo del proceso creativo como una herramienta para generar armonía y unión en la totalidad de la colección desarrollada.

En el caso del siguiente proyecto profesional abordado para la marca *Litté de Autor*, el concepto seleccionado para desarrollar, deriva de una tendencia tímidamente aplicada a la marca desde sus comienzos por las diseñadoras, el concepto del *Wabi-Sabi*. Este mismo se aplicó en la marca como una ideología, sin ser conocido previamente por las diseñadoras como un concepto con nombre y forma. Y si bien era una ideología de la marca, se perdió en sus colecciones, por consecuencia la idea rectora o el concepto dentro de la colección a desarrollar responde a este mismo, con la intención de imponerse no solo como inspiración para esta colección de resurgimiento, sino también como partido inicial dentro de cualquier otro concepto que pueda aplicarse en un futuro a las colecciones.

Al encontrar una falta de coherencia en cuanto a la ideología de la marca con algunas de las prendas, se decidió potenciar el concepto ideal de la marca y proyectarlo para su futuro. Entonces la pregunta planteada es ¿Cómo innovar la moda dentro de la modalidad *slow fashion* en Argentina y generar valor diferencial dentro de una marca a partir de la incorporación de fibras vegetales naturales para afrontar una crisis económica mundial en el cual el consumo de indumentaria deja de ser una prioridad?. Esta innovación buscada a lo largo del proyecto profesional se resuelve en un textil innovador el cual no esta presente en marcas de indumentarias locales.

Entonces a partir de la incorporación del textil, se busca seguir el camino de diseño de autor buscado por las dueñas de la marca, Salquin (2006) explica que un diseño es considerado de autor cuando el creador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, dejando de lado las tendencias que se imponen en las marcas con producción masiva y ventas populares de moda. Con esta idea, cabe destacar que el concepto de *Wabi-Sabi* utilizado como idea rectora para el planteamiento de una colección capsula de resurgimiento post pandemia mundial, responde a la necesidad de resolver el propio estilo de la marca, por eso se selecciona una ideología milenaria para basar el proyecto y una tendencia actual, ya que el diseño de autor no sigue a la moda dentro de los gustos colectivos sino a lo que el diseñador interpreta para si mismo como moda según

sus gustos, preferencias, estilo e ideologías, no solo abarcando el ámbito de la moda sino su ideología al consumir y vivir.

El *Wabi-Sabi*, como se desarrollo en el capítulo 4, es un concepto abstracto, aplicado a una ideología de vida.

En la actualidad, cuando los japoneses dicen wabi también quieren decir sabi y viceversa. Si consideramos ambos conceptos por separado, planteamos que el wabi alude a un modo de vida, un camino espiritual, sugiere lo interno y lo subjetivo. Además se considera una construcción filosófica y es relativo a los acontecimientos del espacio. Por otro lado el sabi alude a objetos materiales, el arte y la literatura, sugiere lo externo y lo objetivo. (Bustos, pág.13, 2008).

Actualmente se considerar una ideología conjunta, pero surgieron como dos conceptos separados (ver figura 48, Cuerpo C, p.32), uno diferente al otro sobre todo por su finalidad, el *Wabi* apuntado a un estado zen espiritual y el *Sabi* referido a materiales y objetos, este último era especialmente utilizado por artistas japoneses con el fin de complacerse de lo viejo, lo antiguo, lo incompleto, imperfecto y marchito para sus obras, generando una total perfección imperfecta con aires de simplicidad y despoje, con una imagen donde parece que el esfuerzo no se vio aplicado en la generación de la obra en cuestión o cualquier objeto al cual el concepto *Sabi* fue aplicado. Se busca la contemplación detallista, alejada de excentricidades y el lujo coloquial. Encuentra una admiración mas íntima, un lujo emocional, particular y distintivo, dependiendo de los ojos que lo sepan apreciar.

Por otra parte el *Wabi*, surge años despues, para designar un tono emocional al *Sabi* aplicandolo en una nueva forma de practicar la ceremonia del té japones, considerada a partir del surgimiento de este concepto como el té wabi, con ascetos en lo simple, lo solitario, la pobreza, lo básico. Con el tiempo los dos conceptos se fusionan, pero como explica Koren (1994), existen ciertas diferencias (ver figura 49. Cuerpo C, p.32) entre un aspecto y el otro, aunque en su totalidad respondan a un mismo ideal.

A quien se considera el primer maestro del *Wabi-Sabi* como tal es al monje zen de Nara, *Murata Shuko*, quien habia convertido una practica tan elegante y sofisticada como lo era el té, a una modesta, utilizando utencillos de producción local y casera y sin ningun lujo pero que cumplían con el mismo sentido de la práctica. Dentro del concepto *Wabi-Sabi* se

establecen algunas cualidades materiales como la irregularidad, que resalta la indiferencia al buen gusto convencional, por lo general estas irregularidades *Wabi-Sabi* tienen formas raras, desiguales, desparejas visibles por ejemplo en efectos de algo logrado por accidente y remediado manualmente (ver figura 50. Cuerpo C, p.33), no se busca la geometría perfecta ni lo simétrico, como decía el matemático Benoit B. Mandelbront (1980) la geometría fractal de la naturaleza, aportaba otra geometría para describir las formas y texturas irregulares como tenue, granulada, enmarañada, rugosa, arrugada, etc. También está la cualidad material de lo vulnerable que responde al pasar del tiempo, como las materialidades se van desgastando y volviendo más vulnerables a medida que este pasa pero su belleza es igualmente o más valorada (ver figura 51. Cuerpo C, p.33). Como cuando algo se vuelve más vulnerable se vuelve inmediatamente más valorado por el hecho de que es frágil y necesita otro cuidado. Y por último, la cualidad de la simpleza, que refleja la esencia de este aspecto japonés, cuanto más sencillo es el medio mejor se percibe el verdadero significado.

Ahora bien desarrollado el partido conceptual, como explica Curcio (2017) es importante desarrollar el entrenamiento de la investigación creativa e inspiracional para poder así generar un valor agregado a un producto o marca. La diseñadora explica también que esta inspiración puede encontrarse en cualquier sitio, desde objetos cotidianos hasta en hechos históricos que hayan sucedido, desde emociones y sentimientos abstractos hasta ciencias exactas. Acompañando esta teoría de la diseñadora Curcio, están también Sorger y Udale (2007) quienes sostienen que hay diferentes maneras de plasmar la inspiración como resumen visual del desarrollo creativo, el panel conceptual, también conocido como *moodboard* está creado a partir de composiciones que sintetizan las imágenes inspiracionales, ya sean estas bocetos, dibujos, recortes, textiles, texturas, collages, escritos o cualquier cosa utilizada como fuente de inspiración para el artista. Pero el panel conceptual expone los elementos de diseño que se utilizarán durante la creación de la colección.

El concepto del *Wabi-Sabi* desarrollado anteriormente se adaptará a la nueva colección con sus determinadas características y cualidades, pensándolos desde el textil incorporado, los elementos constructivos utilizados y las materialidades de los avíos, hasta las tipologías utilizadas plasmadas en un panel inspiracional donde se presenten los futuros elementos a utilizar según lo considere el diseñador, reflejados en cualquier aspecto dentro de la colección capsula a desarrollar (ver figura 52. Cuerpo C, p.34) especialmente en el textil incorporado que desde su creación cumple con la ideología y precisamente por eso su aplicación a la colección es de suma importancia.

5.3. Usuario potencial y ocasión de uso

En paralelo a la investigación acerca del partido conceptual, es importante el estudio del usuario a quien se dirige la colección y las ocasiones de uso en el cual este usuario podría utilizar las prendas en cuestión. Rondinone (2017) explica que:

El usuario es el personaje que hoy en día determina prácticamente todas las decisiones desde la creación de las prendas hasta su posterior comercialización. Un complejo estudio del universo del usuario en cuestión aporta información sumamente valiosa que permitirá conocer no sólo los tipos de prendas con los cuales el usuario más se identifica, sino que también los tipos de relaciones y rituales que éste establece con la indumentaria y que le permiten crear experiencias satisfactorias del vestir. De esta manera, a través de la indumentaria éste podrá comunicar un sinfín de mensajes que se encuentren en sintonía con su personalidad. (Rondinone, 2017, p.115).

A lo largo de los capítulos, se desarrollo una reinención para la marca de indumentaria *Slow Fashion Litté de Autor*. Al incorporar una materialidad sustentable, la cual será la protagonista en este nuevo lanzamiento de colección, el campo de usuario se abre a otro tipo de consumidores también. Tal cual como recomiendo Gwilt (2014), es importante entender en su mayor profundidad al potencial consumidor o portador de la marca para tomar las decisiones correctas a la hora de segmentar el publico y de diseñar. No solo por quienes utilizaran las prendas, sino también entender el cuidado que tendrán con ellas a la hora de usarlas. Para ello, es importante describir los aspectos geográficos, demográficos, psicológicos, las necesidades y los hábitos de consumo de estos futuros portadores como explica Kolter (2015).

Para poder presentar visualmente al usuario se desarrolló un panel conceptual con las características propias del mismo, como se puede ver en el Cuerpo C (Ver figura 53. Cuerpo C, p. 35). En este mismo se expone que el consumidor ideal reside en Buenos Aires, específicamente en la Zona Norte de la provincia: Vicente Lopez, Martinez, San Isidro, Tigre y Pilar, así también como en las zonas de Palermo, Belgrano, Barrio Parque y Nuñez ya que son las áreas de la provincia con mayor poder adquisitivo y como el material incorporado es importado y fabricado meticulosamente para que sea un material sustentable, su precio no es económico, por ende las prendas creadas a partir de la incorporación del cuero *Piñatex* tampoco las serán. Además, la colección esta planteada dentro del rubro de diseño de autor, son prendas que no se hacen en excesivas cantidades, por ende su producción por masas no baja el precio, ya que no existen tales masas, son prendas exclusivas y realizadas en cantidades pequeñas, esto hace que su precio sea mas elevado y que el usuario deba pertenecer a una clase social alta.

Desde un punto de vista demográfico, el consumidor es del sexo femenino, sin embargo son prendas que pueden utilizarse siendo hombres si se desea, pero desde el punto de vista de segmentación están creadas para mujeres principalmente. Con un rango de edad de entre 25 a 40 años.

Estas prendas están pensadas para un día cotidiano, pero para usuarias que les guste producirse y salir de las prendas clásicas para un día de trabajo, que se animen a vestirse diferente. A su vez, la indumentaria de esta colección esta pensada para poder utilizarse tanto de día como de noche, pensada para aquellas mujeres que disfrutan de un te-cena con amigas al salir de trabajar o de un *after office*. Están pensadas para mujeres en movimiento, con ganas de disfrutar la vida. A estas mujeres les importa mucho el tiempo de calidad, es decir, el tiempo compartido con amigos, familia, y consigo misma. Se esfuerzan por conseguir lo que se plantean, creen que el trabajo duro es la mejor herramienta para lograr sus objetivos. Les gusta dedicarse tiempo, cuidarse emocionalmente y físicamente tanto con la alimentación como con meditaciones, por lo

general realizan algún tipo de actividad espiritual como la meditación, el yoga o el arte. En su tiempo libre le gusta caminar, leer, andar en bici, visitar algún museo o pasar tiempo en su hogar. Prefiere moverse en bici si es posible. Le gusta escuchar música en discos de vinilo, tiene uno en su hogar con una gran colección de discos. Mantiene un estilo de vida saludable a partir de una alimentación consiente, compra en dietéticas de barrio y almacenes naturistas y prefiere la verdura y la fruta orgánica, así como también producir alimentos caseros, también se ejercita por lo menos 4 veces a la semana, pero disfruta de dormir hasta tarde un Domingo y cocinar algo casero para su familia o para ella, puertas adentro o hacer alguna actividad cultural, visitar algún museo, recorrer la ciudad y tomar un rico café en un bar con mesas a la calle. En cuanto a los aspectos de personalidad, es una persona tranquila pero con energía, alegre, con confianza en si misma, amante del arte y la naturaleza, le gusta sentirse cómoda y diferente, prefiere no seguir modas y tener su propio estilo, es relajada. Le gusta mucho viajar, y con su poder adquisitivo puede darse el gusto.

La ocasión de uso la cual enmarca la colección cápsula para *Litté de Autor* planeada en este Proyecto de Graduación es el *casual wear*. Este rubro de indumentaria, se caracteriza por la indumentaria informal, para el día a día, es decir, aquella que se utiliza en contextos cotidianos que no exigen el respeto de un código de vestimenta formal.

5.4. Elementos constructivos y materialidades

La principal materialidad es el cuero Piñatex acompañado con el lino, se eligió el lino como materialidad alternativa por su rusticidad visual, su origen natural y su prestigio como textil. La incorporación del cuero Piñatex brinda mucho contenido conceptual a la colección, por su creación, es decir, el porque de su nacimiento como textil y el trabajo artesanal por el cual se crea. En esta colección capsula predominan las asimetrías, los recortes, las terminaciones rústicas, los textiles rústicos y los avíos artesanales. Siguiendo el concepto *Wabi-Sabi*, la ideología *Slow Fashion* y la sustentabilidad planteadas a lo largo del proyecto. El único avío industrial incorporado en la colección es el elástico, pues es el cual

mas acompaña a la ideología a partir de la versatilidad que le brinda a una prenda, otorgándole la capacidad de adaptarse a diferentes formas de cuerpos.

Las asimetrías y los recortes que se van a presentar en gran cantidad en los diseños responden a la imperfección que plantea el *Wabi-Sabi* y como esta imperfección en conjunto genera un total perfecto, al igual que las terminaciones desflecadas, aprovechando que el lino es una tela que se deshilacha, se generan terminaciones rústicas a propósito para lograr una perfecta imperfección.

5.5. Elección de materiales para el packaging

Es importante la incorporación de lo sustentable en la mayor cantidad de aspectos dentro de la marca por eso la adaptación del packaging hacia uno sustentable y reutilizable es de gran importancia para la imagen de esta misma y para la credibilidad del concepto planteado.

Se plantea un packaging con dos etapas. Por un lado la moldería, que responde a la sencillez y por el otro lado la materialidad, que en un principio se realizará con retazos sobrantes de telas y prendas de muestras que no funcionaron para generar poco desperdicio y darle una vida a lo que es considerado basura, siguiendo la metodología de creación del cuero *Piñatex* creado a partir de desechos. También se realizaran las bolsas con lienzos rústicos. En cuanto a la moldería, se creará una *tote bag* con el fin de que se reutilice como bolso para las clientas en su vida cotidiana, (Ver figura 114. Cuerpo C, p. 96) Disponible en dos tamaños diferentes.

Las etiquetas colgantes se plantean en papel reciclable y con estampa manual con tintes a base de agua aptos para plantar, (Ver figura 118. Cuerpo C, p. 100). Considerando el estilo de vida del usuario para esta colección y este nuevo camino planteado para la marca *Litté de Autor* se consideró que el entregar las etiquetas con posibilidad de que se planten y crezca una planta en el hogar de cada una de las clientas puede ser un aspecto de fidelidad hacia la marca y del consumidor con el medio ambiente, principalmente por no generar desechos de más y aprovechando a traer una fuente de oxígeno mas al mundo a

partir de algo que iba a ser un contaminante. Y el hecho de tener en sus casas una planta proveniente de una compra en la marca genera una posicionamiento mental con la marca y una fidelidad hacia la misma, que es lo que se busca para el resurgimiento ante esta crisis económica que se atraviesa a partir del *Covid-19*, pues esta siempre estará presente a la hora de ver y cuidar de la planta.

5.6. Desarrollo de colección

Teniendo en cuenta lo mencionado en el desarrollo de los capítulos, se procederá a describir los conjuntos diseñados a lo largo del *Proyecto Diseño Slow Vegetal*. La colección esta planteada en dos colores, blanco para el lino y crudo para el cuerpo *Piñatex*. Se eligieron estos colores para crear prendas que perduren en el tiempo, tratando de hacerlas con colores que nunca se dejan de usar, entonces en cuanto las prendas se cuiden, podrán utilizarse tanto como el usuario quiera aunque pase el tiempo. El primer conjunto (Ver figura 54. Cuerpo C, p. 36) está compuesto por tres prendas. En la parte superior se observan dos de las tres prendas planteadas para este conjunto y en la parte inferior una. Por un lado están el saco y el pantalón compuestos por el cuero *Piñatex* y por otro la camisa, de lino. El pantalón es la readaptación de su último pantalón *Japón* con cortes irregulares en su moldería, elástico en al cintura para adaptarse al cuerpo con un largo modular a media caña y bolsillos laterales . En la parte superior del conjunto, se encuentran la camisa de lino con cartera para los botones camiseros artesanales con los cuales ya trabaja la marca, la cartera esta planteada en diagonal con diez ojales para diez botones, generando un largo modular irregular en la camisa, el lado derecho es mas corto que el lago izquierdo de la camisa con terminación pespunteada y desflecada y para las mangas, terminación de elástico y puño con ojales para dos botones en las mismas y un cuello terminado sin solapa. Por encima de la camisa irregular hay un saco de cuero *Piñatex*. El saco esta inspirado en un kimono japonés, de cortes rectos, limpios y simples fusionado con un conjunto sastrero de chaleco y saco. Las mangas son rectas con un dobladillo de terminación y los hombros caídos. Por dentro el saco tiene incorporado la parte central de

un chaleco sastrero con cartera donde se encuentran cinco botones artesanales creados por la marca que sobresale por el centro del saco simulando tener dos prendas en vez de una. El saco cuenta con dos bolsillos visibles cocidos en el delantero del saco, uno del lado izquierdo y uno del lado derecho, la bolsa del bolsillo es la misma tela del saco, pues están cocidos al terminar la prenda en el frente de la misma.

El segundo conjunto (Ver figura 55. Cuerpo C, p. 37) esta compuesto por dos prendas, una camisola larga y un chaleco siguiendo el concepto de superposición de prendas que en el conjunto anterior. La camisola es de lino con un largo modular a media caña, como el pantalón del conjunto anterior, con terminación irregular en la mordería delantera como la camisa del primer conjunto, el lado derecho mas largo que el izquierdo. Ambos delanteros, derecho e izquierdo, cuentan con cortes irregulares en su moldería. Los cortes tienen diferentes terminaciones, los que están posicionados en los laterales de la prenda tienen terminación respunteada y desflecada y los centrales cuentan con terminación fruncida simulando el frunce de un elástico, al igual que en el cuello, el cual se utiliza para la terminación de los puños de la camisa como en la camisa del primer conjunto. Y las costuras de los cortes de moldería en la camisa están intervenidos con bordados de costura decorativas imitando la imagen inspiracional del *Wabi-Sabi* expuesta en el Cuerpo C. (Ver figura 50. Cuerpo C, p. 33). El trasero de la camisa es regular con un corte central que divide el trasero derecho del izquierdo. Por encima de la camisa hay un chaleco de inspiración sastrera creado a partir de recortes irregulares con el cuero Piñatex , estos recortes también incorporan sobre la costura una apertura dándole lugar a bolsillos con una funda de bolsillo interna. Cuenta con cinco ojales para cinco botones camiseros artesanales cocidos sobre el centro derecho sin cartera para botones.

El tercer conjunto esta compuesto por tres prendas (Ver figura 56. Cuerpo C, p. 38). Un kimono y un pantalón creados a partir del cuero Piñatex y una blusa de lino. El kimono es un kimono típico asiático con dos bolsillos delanteros, hombros caídos y mangas anchas con terminación de las mangas fruncidas simulando un elástico al igual que en el centro

del mismo, como en las camisas de los conjuntos anteriores. El pantalón es simétrico con bolsillos en costuras laterales, recortes, elástico en cintura para adaptarse al cuerpo, cintura alta y elástico en ruedo. Y por ultimo la blusa de lino con cartera corta para tres botones artesanales planteada en diagonal desde el cuello hasta el pecho. El cuello de la camisa termina con elástico de tres centímetros generando un fruncido al igual que los puños, dejando en el centro del cuello delantero un rectángulo sin elástico para aplicar el cuarto botón y que la blusa se pueda desabrochar por completa. Esta prenda no tiene puño con botones, esta terminada con el elástico generando una manga con un poco mas de volumen.

El cuarto conjunto esta compuesto por dos prendas, un mono y una blusa crop con recortes asimétricos. (Ver figura 57. Cuerpo C, p. 39). El mono esta realizado con el cuero Piñatex, es ancho y cuenta con un cuello desbocado por debajo del pecho y unos breteles regulables, en la espalda el escote también es caído. Tiene bolsillos laterales sobre la costura a la altura de las caderas. Y la blusa de lino esta compuesto a partir de recortes irregulares con la misma intervención en las costuras que la camisola de lino del segundo conjunto, con inspiración en la imagen del Cuerpo C (Ver figura 50. Cuerpo C, p.33) y terminaciones de elástico en puños y cuellos. Por el contrario, el ruedo tiene una terminación pespunteada, como las demás camisas de la colección para que el lino se deshilache como naturalmente lo hace.

Y por ultimo, un conjunto de falda y chaleco irregulares con una remera de lino (Ver figura 58. Cuerpo C, p. 40). La falda y el chaleco están hecho a partir del cuero Piñatex. Comenzando por la parte bottom del conjunto, la falda tiene recortes irregulares que generan diferentes largos modulares dentro de una misma prenda. El lado derecho es mas largo que el izquierdo, con elástico en la cintura para que se adapte a diferentes cuerpos. Las prendas superiores responden a la remera y el saco. La remera es una remera manga corta con recortes irregulares de lino y terminaciones pespunteadas y desflecadas para generar mas rusticidad que la que brinda la propia tela y el chaleco es largo hasta los

tobillos con la sisa caída y holgado, creado con recortes asimétricos. El chaleco sigue la misma línea de recortes asimétricos como la falda, creada por cinco piezas delanteras cada una diferente de la otra con una cartera aplicada como recorte la cual lleva cinco botones artesanales que comienza a la altura del pecho. La terminación del cuello es con elástico como la camisa con cartera en diagonal del primer conjunto.

5.6.1. Renacer ante una crisis

Para concluir el último capítulo, se puede afirmar que la colección planteada será un comienzo hacia un nuevo camino post crisis mundial. No solo se plantea la incorporación de un nuevo material para crear una colección aislada, sino para poder empezar a incorporarlo como materialidad aliada para el recorrido de la marca.

Como se plantea durante el proyecto, una de las principales herramientas para poder enfrentar una crisis es la fidelidad de los clientes, y al crear esta colección no solo se plantea una partida de diseño, sino una ideología en profundidad abarcando un campo completo, desde el packaging hasta el refuerzo de la ideología de la marca, como también el posicionamiento mental de *Litté de Autor* en el futuro usuario y la imagen total de la misma.

Conclusiones

Durante el largo desarrollo del Proyecto de Graduación, se plantea la incorporación de un textil no existente en la Argentina dentro del rubro de la indumentaria, para poder encaminar una marca dentro del marco del diseño de autor. Con el fin de generar fidelidad de sus clientes; diferenciación en el mercado por parte de la marca y el enfrentar una pandemia mundial con el enfoque puesto en introducir en el mercado argentino un textil compuesto por fibras provenientes de la hoja de ananá que se inserte dentro de la modalidad del *slow fashion* como una forma de alejarse de las tendencias de la moda rápida y del consumo masivo. Para darle vida a este PG, la autora detecto dentro del campo de la indumentaria, una problemática que se hacia visible en marcas regionales, la escasa producción de prendas con textiles naturales sustentables con diferenciación en el mercado. Para lograr aquella diferenciación, se incorporó un textil importado creado a partir de residuos de las cosechas de la fruta de ananá, no se eligió este textil únicamente por su apariencia y por el hecho de ser sustentable, sino también, por el significado simbólico de crear a partir de algo que antiguamente para la gran mayoría era considerada basura, asociándolo al concepto del *Wabi-Sabi*, un concepto planteado tímidamente como ideología en la marca en cuestión *Litté de Autor*, pero volviéndolo el enfoque principal de esta colección capsula.

Mencionando esto, resulta relevante exponer la pregunta de investigación, la cual fue responsable de guiar el Proyecto de Graduación: ¿Cómo innovar la moda dentro de la modalidad *slow fashion* en Argentina y generar valor diferencial dentro de una marca a partir de la incorporación de fibras vegetales naturales para afrontar una crisis económica mundial en el cual el consumo de indumentaria deja de ser una prioridad?. Asimismo también los objetivos desarrollados en el transcurso del proyecto tales como el estudio de los procesos de creación y desarrollo de un textil no tejido, los tipos de fibras existentes en el mercado y sus orígenes: animal, vegetal o sintético como también las propiedades

asociadas a cada tipo de fibras. Para luego indagar acerca del panorama actual de las marcas de diseño de autor a nivel nacional e internacional que crean sus propios textiles o que tengan un valor agregado que las clasifique como marcas que responden al fenómeno del *slow fashion* y que además se clasifiquen como marcas sustentables. Y por último investigar y desarrollar el proceso de obtención de la fibra de ananá, fundamental para la creación de la colección capsula planteada en el proyecto.

Incluir el presente PG dentro de la categoría de proyecto profesional, permitió comprender las características necesarias para realizar un trabajo real dentro de una marca de indumentaria de autor al profundizar los conceptos de identidad e imagen corporativa de esta misma. También la elección de un concepto como el *Wabi-Sabi* no solo planteado como fuente inspiracional para esta colección sino como concepto prolongado para acompañar la ideología de la marca en todo su desarrollo y crecimiento, abarcando no solo las prendas, sino el ámbito de trabajo, las formas de comercio y todas las cuestiones que hacen que la marca sea tal. Este concepto no solo provocó una influencia contundente a la hora de elegir la materialidad y de desarrollar la colección para el PG, sino también una interiorización en aspectos personales de la autora, que al instruirse del mismo desarrolló un fuerte sentido de empatía y pertenencia con tal ideología de vida.

A lo largo de la historia, se demostró que el diseño de indumentaria es un instrumento de comunicación social y tiene la capacidad de transformarse y adaptarse para expresar algún aspecto. Muchos cambios sociales se ven previamente expuestos en prendas antes de ser desarrollados o incorporados por la sociedad. Avanzando con este razonamiento asociado a la pandemia que responde al Covid-19, como lo explica Saulquin (2010) y como se expresó en el desarrollo del PG, a escala internacional se puede observar un creciente interés por parte del consumidor en adquirir productos de los que conozca su origen, la manera en que se hicieron, que no dañen su salud y garanticen que no contaminarán el planeta. Las acciones de responsabilidad ecológica y social que puede tomar una marca a la hora de ofrecer un producto son muy importantes, y sobre todo en los años que le

siguen a la moda cercanos al impacto mundial del COVID-19, no solo por el cuidado del medioambiente al quedar notoriamente expuesto el daño que el humano le causa a la naturaleza, como se veían los cielos más limpios y la fauna y la flora menos dañada en consecuencia del encierro humano obligatorio en sus hogares, sino también por el cuidado humano al haberse encontrado expuesto al encierro en Argentina por más de 100 días, donde la humanidad se valora a una mayor escala, por consecuencia de una falta de esta misma en momentos de encierro. La incorporación de un textil innovador, es una salida imponente e estratégica para un resurgimiento post pandemia, para exponer la postura ecológica de la marca, la postura de consumo consciente de la marca y fidelizar a sus consumidores con innovaciones no solo en cuanto a tipologías sino también a materialidad.

Esta materialidad seleccionada para desarrollar la colección de resurgimiento de la marca es la pieza más importante por todo el trasfondo que la creación de este conlleva. Comenzando por su afinidad con la ideología y concepto adoptado para la creación de la colección: el *Wabi-Sabi*. Como se desarrolló en el PG, el textil está creado a partir de desechos, entonces no solo se convierte en una materialidad sustentable por reducir la contaminación a la hora de la cosecha de las piñas, sino que también abrió nuevas puertas de trabajo manual bien pagado, no invasivo con el medioambiente y creado con el concepto de remediar, de valorar todo lo que la naturaleza ofrece, sacándole el mejor provecho que se puede sin dañarla. El hecho de la creación a partir del “arreglar” es un concepto muy común en el *Wabi-Sabi*, donde las cosas que se vuelven frágiles y se rompen no son descartadas, sino que se les busca una segunda vida para poder ser valoradas con un concepto de belleza integral y diferente a todos los ojos.

En épocas de crisis, la fidelidad del consumidor es una gran oportunidad para afrontar la situación y especialmente en estos tiempos donde el medio ambiente mostró que necesitaba un respiro de la producción humana y del daño que esta le causa, y donde el distanciamiento social obligatorio, hace que la valoración del contacto, las relaciones y lo

que se consume sea más consciente, da una oportunidad de crear un vínculo más real con quien consume la marca, donde los valores se comparten haciendo que el fin, que serían el consumo consciente con cuidado del medio ambiente pero a la vez innovador y diferencial, vincule fielmente al consumidor con la marca.

La colección final fue diseñada como una solución ante una crisis de identidad y una evidencia de que el mundo necesitaba una pausa, es lógico que a medida que el tiempo pasa el mundo se reacomoda, pero se busca generar una conciencia a partir del consumo, que no pase por alto, que se sepa lo que se consume y sea pensado y seleccionado no solo por una imagen sino también por una ideología. Es importante mantener el estilo de la marca para el desarrollo de la nueva colección, para poder lograr una imagen que perdure en el tiempo y se desarrolle a futuro pero dándole una fuerza en cuanto al ideario total de la marca, que por lo comunicado las dueñas de la marca, tímidamente existe pero no sabían como desarrollarlo en completo para serle fieles. Por eso también se buscó generar una idea integral incluyendo el cambio de packaging para el lanzamiento de la colección.

Los cinco conjuntos desarrollados a lo largo del Proyecto de Graduación destinados a las clientas de la marca *Litté de Autor*, a pesar de presentar una materialidad vanguardista en el país y una inspiración cargada de valor, cumplen con los requisitos básicos de la marca en cuanto a cantidad de tipologías top, bottom y que tipo de tipologías suele utilizar la marca. Por otra parte también cumplen con el fin de poder ser combinables todas entre sí, por sus cortes, su colorimetría y su estilo. Los colores seleccionados también fueron en correspondencia a los comúnmente utilizados por la marca para respetar su imagen total, la cual resalta por la utilización de colores cálidos, que no pasen de moda y respondan a movimientos *slow fashion*. Generando este tipo de diseño, se separa al diseño de autor de la moda tradicional, diferenciándolas y entendiendo que las formas en la cual se desarrollan y viven en el mundo son completamente diferentes. Es por esto que la autora

se vió comprometida, a obtener un buen resultado y a contribuir con una lucha social desde sus valores y principios.

Para concluir, se espera que la nueva colección planteada para desarrollar como el resurgimiento de la marca después de la pandemia mundial funcione como herramienta encontrada y planteada al comienzo del Proyecto de Graduación. Como se expuso anteriormente, el diseñador de indumentaria ejerce su comunicación, por ende su postura ante esta crisis y también su ideología de vida, a partir del indumento y eso se puede ver reflejado a lo largo del planteamiento del textil utilizado en la colección y las prendas planteadas a desarrollar con este mismo. Resulta muy importante poder expresar, a partir de las prendas desarrolladas y del textil incorporado, la incomodidad para con el descuido del medio ambiente como también a veces el descuido que tienen las personas con uno mismo, por eso se propone el desarrollo de una colección *slow*, con la invitación a pensar sobre la voragine de la vida y como a veces la gente se pierde en la rutina y lo cotidiano olvidándose de sus ideales, sus elecciones y sus ganas de vivir valorando y siendo concientes de todo lo que consumimos, desde la indumentaria, hasta la alimentación o la salud mental y física. Se busca lograr una armonía general, no solo en el vestir sino en la forma de vivir, más pausada y conciente.

Lista de referencias bibliográficas

Aldrich, W. (2007). *Tejido, forma y patronaje plano*. Madrid: GG Moda

Araya, S. (2013). *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Proyectos de ...graduación.Facultad de Diseño y Comunicación Buenos Aires: Universidad de ...Palermo. Recuperado el ...08/11/18. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1562

Ayora Alverto (2016) Tejidos inteligentes: la tecnología detrás de la prenda. Recuperado ...el 22 de Septiembre de 2019 en: <https://www.desnivel.com/material/material-noticias/tejidos-inteligentes-la-tecnologia-detras-de-las-prendas/>

BBC NEWS (2018), BBC Travel, ¿Qué es wabi-sabi, la particular manera japonesa de ver ... el mundo y de entender la imperfección como belleza?. Recuperado el 25 de Mayo de ...2020 en <https://www.bbc.com/mundo/vert-tra-46259069>

Bustos Unzaga L. (2008). *Wabi-Sabi: La estética de lo evanescente*. TFG Aula 5. ESTAM.

Clarke, S. (2011). *Diseño textil*. Buenos Aires: Editorial Blume

Casimiro, J. (2012) *El arte del telar horizontal*. Manual de tramado Clachaquí. Buenos ...Aires: Maizal ediciones.

Curcio, A. (2017). *La inspiración en el proceso creativo. En búsqueda de profesionales ...creativos, curiosos y cultivados*. Escritos del Centro de Estudios en Diseño y ...Comunicación N o128 de la Universidad de Palermo, Facultad de diseño y ...comunicación. Recuperado el 9/06/2020. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/646_libro.pdf

Circular Sistem. (2018) recuperado el 25 de septiembre de 2019 en <https://www.circularsystems.com/agraloop>

Echeverría, L. (2018). *El nuevo mundo textil. El diseño de autor como método de ...individualización*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Archivo recuperado el ...18/11/2018.Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4573.pdf

Elle (2018) Las marcas de lujo que han enseñado al mundo de la moda como ser ...sustentables. Recuperado el 20 de septiembre de 2019 en <https://elle.mx/moda/2018/04/20/las-marcas-de-lujo-que-han-enseñado-al-mundo-de-la-moda-como-ser-sustentable/>

Fashion Revolution (2015) Chain García Bello, una visión del mundo a través del diseño. ...Recuperado el 25 de septiembre del 2019 en: <https://www.fashionrevolution.org/chain-garcia-bello-una-vision-del-mundo-a-traves-del-diseno/>

Fondo Nacional de las Artes. (2019). Textiles artesanales de fibras de ananá y seda ...llegan a Buenos Aires. Recuperado el 5 de Mayo de 2020 en <https://fnartes.gov.ar/novedades/textiles-artesanales-de-fibra-de-anana-y-seda-filipina-llegan-a-buenos-aires>

- Gallaretas Nordelta (2020), *Litté: un estilo de vida*. Recuperado el 25 de Mayo del 2020 ...en <http://gallaretas.com.ar/litte-un-estilo-de-vida/>
- Global Change Award (2017). H&M foundation, aiming to make fashion circular. ...Recuperado el 25 de septiembre de 2019 en <https://globalchangeaward.com/winners/>
- Gwilt, A. (2014). *Moda sostenible: manuales de diseño de moda*. Barcelona: Gili
- Hollen, N., Langford, A. y Saddler, J. (1990). *Introducción a los textiles*. México: Noriega
- Holovachuk, S. (2018). *Diseño Natural, propuesta de indumentaria sustentable con ...referencias ... autóctonas de Misiones*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- ...Johnston, A. (2016). *Materiales sustentables en la industria de la moda*. Disponible en: ...<https://lamodaenserio.com/materiales-textiles-sustentables/>
- Kotler, P. (2015). *Fundamentos de marketing*. New York: Adisson Wisley Editoriales
- Martínez, N. (2012). *Del low cost al fast fashion*. Disponible en: ...<https://smoda.elpais.com/moda/del-low-cost-al-fast-fashion-por-que-...no-nos-cuestionamos-la-moda-a-bajo-precio/>
- Ministerio del diseño (2014) JT by Trosman. Recuperado el 25 de septiembre del 2019 en: ...<https://www.ministeriodediseño.com/ciudades/jt-by-trosman/>
- Mundo textil (2019) a diseñadora argentina "MAYDI" lanzará una nueva colección con ...fibras certificadas Wildlife Friendly™ durante la Semana de la Moda de París ...Recuperado el 25 de septiembre del 2019 en <https://mundotextilmag.com.ar/la-...disenadora-argentina-maydi-lanzara-una-nueva-coleccion-con-fibras-certificadas-...wildlife-friendly-durante-la-semana-de-la-moda-de-paris/>
- Okinawa srl. Recuperado el 25 de septiembre de 2019, disponible en ...<http://www.okinawa.it/index.htm>
- Rivas, M. (2016). *El cuero a base de piñas que revolucionara el mundo*. Recuperado el ...04/05/2017. Disponible en: https://www.vice.com/es_co/article/el-cuero-a-base-de-...fibras-de-pia-que-revolucionar-el-mundo-textil
- Redress Design Award. Recuperado el 25 de septiembre de 2019, disponible en: ...<https://www.redressdesignaward.com/alumni/2017/rachel-clowes>
- Rodríguez, S. (2013) "Perfiles creativos: 101 diseñadores argentinos", en Acosta, A. ... (2013) INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor. Buenos Aires: E-Book.
- Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la Moda Argentina: del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emancé.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado, sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. ... Buenos Aires: Paidós.

Seiverwright, S. (2013). *Diseño e investigación*. Barcelona. Gustavo Gili.

Sorger, R., Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo ...Gili.

Ted x Madrid (2017), La historia de cómo reinventé un material y la fruta que cambió mi ...vida / Carmen Hijosa. Recuperado el 7 de Mayo de 2020 en ...<https://www.youtube.com/watch?v=LAMvu2Bddx0>

The smart choice in creating fashion, CLASS (2016). Recuperado el 20 de Abril de 2020, ...disponible en <https://www.classecohub.org/smart-materials-for-okinawa/>

Tramando, pagina web oficial. Recuperado el 25 de septiembre de 2019. Disponible en: ...<https://www.tramando.com/es/universe/process-2>

Vivian Hendriksz (2017). Fashion United. Innovacion en textiles sustentable. Recuperado ...el 20 de septiembre de 2019. Disponible en ...<https://fashionunited.es/noticias/moda/innovacion-en-textiles-sustentables-banana-...fibre/2017090824373>

Bibliografía

Aldrich, W. (2007). *Tejido, forma y patronaje plano*. Madrid: GG Moda

Andrea saltzman (2004), *el cuerpo diseñado, sobre la forma en el proyecto de la ...vestimenta – 1ra ed. 3ra reimp – Buenos Aires: Paidós, 2009.*

Araya, S. (2013). *Resignificación de no tejidos: nuevos materiales*. Proyectos de ...graduación.Facultad de Diseño y Comunicación Buenos Aires: Universidad de ...Palermo. Recuperado el ...08/11/18. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detall...e_pro...yecto.php?id_proyecto=1562

Ayora Alverto (2016) *Tejidos inteligentes: la tecnología detrás de la prenda*. Recuperado ...el 22 de Septiembre de 2019 en: <https://www.desnivel.com/material/material-...noticias/tejidos-inteligentes-la-tecnologia-detras-de-las-prendas/>

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

BBC NEWS (2018), BBC Travel, *¿Qué es wabi-sabi, la particular manera japonesa de ver ... el mundo y de entender la imperfección como belleza?*. Recuperado el 25 de Mayo de ...2020 en <https://www.bbc.com/mundo/vert-tra-46259069>

Braddock, S. y O'Mahony, M. (1999). *Techno textiles: Revolutionary fabrics for fashion ...design*.Nueva York: Thames and Hudson

Bustos Unzaga L. (2008). *Wabi-Sabi: La estética de lo evanescente*. TFG Aula 5. ESTAM.

Casimiro, J. (2012) *El arte del telar horizontal. Manual de tramado Clachaquí*. Buenos ...Aires: Maizal ediciones.

Clarke, S. (2011). *Diseño textil*. Buenos Aires: Editorial Blume

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

Circular Sistem (2018) recuperado el 25 de Septiembre de 2019 en <https://www.circular-...systems.com/agraloop>

Curcio, A. (2017). *La inspiración en el proceso creativo. En búsqueda de profesionales ...creativos, curiosos y cultivados*. Escritos del Centro de Estudios en Diseño y ...Comunicación N o128 de la Universidad de Palermo, Facultad de diseño y ...comunicación. Recuperado el 9/06/2020. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/646_libro.pdf

Echeverria, L. (2018). *El nuevo mundo textil. El diseño de autor como método de ...individualización*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Archivo recuperado el ...18/11/2018.Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4573.pdf

Edwin Jiang (2018). *Tres diseñadores comprometidos con el medioambiente dan su ...visión de la moda sostenible, para Estilo Vogue*. Recuperado el 25 de Septiembre de

...2019 en <https://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/articulos/marcas-de-moda-...sustentables-tiziano-guardini-spencer-hipps-benjamin-alexander-huseby-de-gmb-...h/11144>

Fondo Nacional de las Artes. (2019). Textiles artesanales de fibras de ananá y seda ...llegan a Buenos Aires. Recuperado el 5 de Mayo de 2020 en ...<https://fnartes.gob.ar/novedades/textiles-artesanales-de-fibra-de-anana-y-seda-filipina-...llegan-a-buenos-aires>

Gallaretas Nordelta (2020), Litté: un estilo de vida. Recuperado el 25 de Mayo del 2020 ...en <http://gallaretas.com.ar/litte-un-estilo-de-vida/>

Ginsburg, M. (1993). *La historia de los textiles*. Madrid: Libsa

Giordano C., (2014). *Telar Criollo*. Historia y técnicas de tejido.

Gwilt, A. (2014). *Moda sostenible: manuales de diseño de moda*. Barcelona: Gili

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

Herrera Vega, R (2009) Qué es la sustentabilidad. Recuperado el 25 de Septiembre de ...2019 en <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/que-es-la-sustentabilidad-nid1186719>

Holovachuk, S. (2018). *Diseño Natural, propuesta de indumentaria sustentable con ...referencias autóctonas de Misiones*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Hollen, N., Langford, A. y Saddler, J. (1990). *Introducción a los textiles*. México: Noriega

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

Johnston, A. (2016). *Materiales sustentables en la industria de la moda*. Disponible en: ...<https://lamodaenserio.com/materiales-textiles-sustentables/>

Kotler, P. (2015). *Fundamentos de marketing*. New York: Adisson Wisley Editoriales

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

Lockuán F., (2013). *La industria textil y su control de calidad*. Fibras textiles.

Martínez, N. (2012). *Del low cost al fast fashion*. Disponible en: ...<https://smoda.elpais.com/moda/del-low-cost-al-fast-fashion-por-que-...no-nos-...cuestionamos-la-moda-a-bajo-precio/>

Ministerio del diseño (2014) JT by Trosman. Recuperado el 25 de septiembre del 2019 en: ...<https://www.ministeriodediseño.com/ciudades/jt-by-trosman/>

Okinawa srl. Recuperado el 25 de Sept. de 2019, disponible en ...<http://www.okinawa.it/index.htm>

- Rivas, M. (2016). *El cuero a base de piñas que revolucionara el mundo*. Recuperado el ...04/05/2017. Disponible en: https://www.vice.com/es_co/article/el-cuero-a-base-de-...fibras-de-pia-que-revolucionar-el-mundo-textil
- Rodríguez, S. (2013) "Perfiles creativos: 101 diseñadores argentinos", en Acosta, A. ... (2013) INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor. Buenos Aires: E-Book.
- Saulquin, S. (2006). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contextocontemporáneo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la Moda Argentina: del miriñaque al diseño de autor*.Buenos Aires: Emancé.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado, sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. ...Buenos Aires: Paidós.
- Seiverwright, S. (2013). *Diseño e investigación*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Sheton. J, (2014). *Diseño de tejidos*.
- Sorger, R. y Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo ..Gili.
- Tandem Repeat (2018) Recuperado el 25 de Septiembre de 2019 en ...<http://www.tandemrepeat.com/our-services/>
- Taranto y Marí (2016), *textiles argentinos*
- Ted x Madrid (2017), *La historia de cómo reinventé un material y la fruta que cambió mi ...vida / Carmen Hijosa*. Recuperado el 7 de Mayo de 2020 en ...<https://www.youtube.com/watch?v=LAMvu2Bddx0>
- The smart choice in creating fashion (2016). Recuperado el 20 de Abril de 2020, disponible ...en <https://www.classecohub.org/smart-materials-for-okinawa/>
- Tramando, pagina web oficial. Recuperado el 25 de septiembre de 2019. Disponible en: ...<https://www.tramando.com/es/universe/process-2>
- Udale, J. (2008). *Diseño textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vivian Hendriksz (2017). *Fashion United. Innovacion en textiles sustentable*. Recuperado ...el 20 de Septiembre de 2019, disponible en ...<https://fashionunited.es/noticias/moda/innovacion-en-textiles-sustentables-banana-...fibre/2017090824373>