

HERRAMIENTAS DEL DISEÑO DE AUTOR

Los recursos ante un proceso creativo

UNIVERSIDAD DEL ESTE

Facultad de Diseño y Comunicación

Licenciatura en Diseño de Indumentaria

Dana Cejas

Mayo 2018

Agradecimientos:

Quiero agradecer en primer lugar a dos prestigiosas diseñadoras de nuestro país por su aporte esencial a este proyecto, grandes creativas y extraordinarias personas, Lucía Chaín y María Noel Pepe.

También quiero mostrar mi gratitud a profesores y autoridades que me acompañaron en esta formación.

Y por último a mi motor, mi familia y amigos, porque es más ameno cuando te rodean personas hermosas que te apoyan sin cuestión en todos tus objetivos.

Herramientas del Diseño de autor

Los recursos ante un proceso creativo

Índice:

1. Introducción.....	2
1.1. Introducción/Problema.....	2
1.2. Objetivo.....	3
1.3. Marco teórico-conceptual.....	3
1.4. Metodología.....	4
2. Diseño de autor.....	5
2.1. Diseño de indumentaria en Buenos Aires.....	5
2.2. Herramientas del diseño de autor.....	8
2.3. Relación con tendencias.....	16
3. Diseñadoras Argentinas.....	18
3.1. Lucía Chain.....	18
3.1.1. Impulso para estudiar Diseño de Indumentaria.....	18
3.1.2. Trayectoria.....	18
3.1.3. Herramientas de identidad.....	19
3.1.4. Relación con tendencias.....	20
3.1.5. Definición de Diseño de Autor según la diseñadora.....	21
3.2. María Noel Pepe.....	21
3.2.1. Impulso para estudiar Diseño de Indumentaria.....	21
3.2.2. Trayectoria.....	22
3.2.3. Herramientas de identidad.....	22
3.2.4. Relación con tendencias.....	23
3.2.5. Definición de Diseño de Autor según la diseñadora.....	23
4. Implicancias Prácticas.....	24
4.1. Board conceptual.....	24
4.2. Investigación y análisis.....	25
4.3. Recursos.....	31
4.4. Fichas técnicas.....	32
4.5. Colección.....	33
4.6. Producción fotográfica.....	42

5. Conclusiones.....	44
6. Apéndice.....	46
6.1. Entrevista a Lucía Chaín.....	46
6.1.1. Imágenes.....	50
6.2. Entrevista a María Noel Pepe.....	51
6.2.1. Imágenes.....	53
7. Bibliografía.....	54

1. Introducción

1.1. Introducción/Problema

El diseño de indumentaria es una actividad creativa que refleja características y valores culturales mediante el desarrollo de los elementos que constituyen el vestir; Involucrando diversos medios de producción, conceptos socioeconómicos y la perspectiva del diseñador. Según este último factor puede modificarse la concepción estética, por eso la relevancia de la mención.

Conociendo de qué trata el diseño de indumentaria, se puede indagar en una de sus partes más características, el diseño de autor. Este se considera representativo porque refleja una manifestación propia del diseñador, dicha manifestación es lo cautivador del proceso. Se podría dar una misma referencia a distintos creadores, y así mismo todos la transcribirían de un modo diferente, y no todos utilizarían las mismas técnicas.

El diseño de autor en Argentina fundó sus bases en 2001. A partir de la crisis de ese momento, en un contexto de cambios radicales, en el que un particular modelo de sociedad llegaba a su fin, la moda masificada guiada por las tendencias mundiales, comienza a convivir con el diseño de autor. En sentido de dicha coexistencia surge el interés de comprender: ¿Con qué elementos logran mantenerse los diseñadores de autor por fuera de la industria (comprendiendo ésta como diseño masivo)?

Para dar respuesta al interrogante se estudiarán las herramientas del diseño de autor, incluyendo los casos específicos de Lucía Chaín y María Noel Pepe, considerándolas diseñadoras nacionales representativas del tema a abordar.

1.2. Objetivo

El objetivo principal de esta investigación es analizar cómo el diseño de autor se sustenta de herramientas que lo distinguen del diseño masivo (industria/tendencias).

Objetivos particulares:

- Indagar sobre su relación con las tendencias.
- Conocer los recursos de los que se valen los diseñadores de autor para afrontar un proceso creativo.
- Proponer una colección en relación al Diseño de Autor.

1.3. Marco teórico-conceptual

Citando a Saulquin (2006), un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. Reforzando esta definición, según Jarnow y Dickerson “el verdadero creador, toma datos y contenidos de la realidad, de lo que la gente acepta ampliamente, y les da sentido estético. Toma los colores, las formas y las convierte en una expresión de una realidad” (1997). Se adoptaron estas definiciones porque ambos aluden a la creación desde la perspectiva de autor como el resultado de una manifestación individual, lo cual se considera acertado y preciso.

Considerando ahora el concepto de tendencia, Raymond (2010) menciona que a grandes rasgos una tendencia se puede definir como la dirección en la que algo (que puede ser cualquier cosa) tiende a moverse y que tiene su consecuente efecto en la cultura, la sociedad o el sector empresarial en que se desarrolla. Posteriormente menciona: un estilo tiene que ver con algo diferente, en cambio, una tendencia con algo diferente y la dirección que lleva ese algo.

En cuanto a lo que refiere a la relación de los conceptos abordados anteriormente, Saulquin (2006), menciona que la diferencia estriba en los criterios: 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. Además, este último, revaloriza la actividad artesanal que desconoce las series industriales, y ponen al alcance de las personas modas múltiples que descreen de mandatos únicos. No obstante ambas lógicas conviven en la actualidad, y de hecho se complementan. Una coexistencia entre lo industrial, con tendencias masivas, y lo artesanal, producto del diseño de autor. Pensando el nexo que establece Saulquin entre Tendencia-Industria y diseño de autor-Artesano, se encuentra interesante para poder interpretarlo, sin embargo, hay que tener presente que un diseñador no es un artesano, se lo puede reconocer en aspectos de ese modo por su nivel de creación, que no consta sólo a nivel diseño, sino también de lo que puede llegar a dominar a nivel constructivo, considerando que muchos diseñadores de autor le dan una pincelada artística con sus propias manos o bajo su supervisión a sus esbozos.

Si bien un diseñador de autor no es un artesano, puede que su línea de trabajo si sea artesanal. Existen distintas técnicas de las cuáles se puede valer un diseño de autor. Los creadores pueden situarse en un perfil específico o en un mix de sistemas, por ejemplo, podría realizarse un bosquejo o prototipo a partir de la transformación de la moltería (desde su experimentación, generando apego o volumen en el cuerpo); también podría desarrollarse artesanalmente desde bordados, tejidos, y otras técnicas manuales; o bien combinando ambas formas.

1.4. Metodología

Se trata de una metodología cualitativa, donde la información se buscará en el estudio de casos representativos, en el sentido que se describirán y estudiarán las formas de trabajo de las diseñadoras: Lucia Chaín y María Noel Pepe.

Las técnicas de recolección y construcción de datos se basarán en entrevistas y también se analizarán fuentes bibliográficas.

Asimismo va a ser con implicaciones prácticas, ya que a partir de esta investigación va a realizarse una colección.

2. Diseño de Autor

2.1. Diseño de indumentaria en Buenos Aires

Las bases del diseño de autor pueden reconocerse en el 2001, como consecuencia del contexto de crisis que atravesaba Argentina, dado que hasta ese momento tal como menciona Saulquin (2006):

“En la Argentina, hasta 2001, las pautas económicas, sociales y culturales han condicionado e incluso frenado el desarrollo de la creatividad, privilegiando un patrón de personalidad orientado a la conformidad y el uniforme”.

La búsqueda de originalidad está relacionada con cada individuo, pero también es determinada por el tipo de sociedad en la que este vive. La libre expresión es parte de la construcción de la propia imagen, y repasando la constante búsqueda de seguridad del país por trazar una identidad propia ante diversas dificultades, lograba posicionar al ciudadano con una perspectiva desconfiada ante esfuerzos de independencia creativa de algunos de sus miembros. Esas dificultades mencionadas anteriormente, pueden detectarse como factores:

-Geográficos: al estar el país alejado de los centros productores de moda se favorecía la copia e imitación.

-Históricos.

-Sociales: la alta movilidad de la sociedad argentina ha sido causante de cambios e inestabilidades que provocaron, por contraste un retorno hacia la moda uniformada.

-Económicos.

A estos factores estructurales, Saulquin (2006) considera necesario añadirles dos importantes características:

“[...] las perspectivas femenina y masculina con respecto a la moda. En cuanto a la primera, sabido es que la mujer argentina siempre ha mostrado, con respecto a la moda, cierta tendencia a la comodidad, tal vez por el temor a perder su seguridad, si buscaba su propia identidad y metas. En cuanto a la segunda, la personalidad masculina y su relación con la mujer, que ha cumplido un rol central y se ha modificado al calor de los tiempos”.

El diseño de indumentaria se comienza a percibir en mayor dimensión con la creación de la carrera profesional de esta actividad en la UBA en 1989; previamente, en agosto de 1988 se había creado una comisión preparatoria, integrada por los arquitectos Ricardo Blanco y María Astengo, las Licenciadas Susana Saulquin y Simonetta Borghini, juntamente con Manuel Lamarca, Vicente Gallego, Mónica Sasson, Felisa Pinto y Rosa Skific.

En el libro Buenos Aires es tendencia, Chiesa (2012) comenta “dentro de las discusiones llevadas a cabo por ese grupo pionero y fundador encontramos referencias al problema de asignarle un nombre a la nueva carrera. En un primer momento la propuesta fue “diseño de modas”, y en tanto Susana Saulquin como el arquitecto Ricardo blanco coinciden en nombrar a Gastón Breyer como impulsor de la palabra “indumento”. Como es habitual, definir o nombrar limita; quedó en ese acto establecida la diferencia entre hacer “diseño de indumentaria” –que pueda luego o no transformarse en moda- o hacer “diseño de moda””. Se cree necesario incorporar el porqué del nombre, para interpretar aún más de qué trata esta labor.

Es necesario destacar la importancia de la creación de la carrera, no solo como fuente de datos técnicos (moldear, coser, realizar fichas técnicas), sino resaltar a la universidad como guía en el aprendizaje de cada alumno individualmente.

Se considera relevante el hecho de exposición y producción de diseñadores en un país en crisis, el interés por salir adelante y hacer valer la profesión, puede reconocerse una traba o una oportunidad, de este último modo lo percibieron algunos, hallando otra forma de diseño. Así se genera el Grupo Pampa, en Octubre de 2000, con el objetivo de posicionar Buenos Aires como capital de moda, organizando el evento BAFWeek con la intención de mostrar identidad de diseño y de esta manera obtener una etiqueta para ser reconocidos internacionalmente. Ese acontecimiento fue realizado al año siguiente, tal como menciona Saulquin (2006):

“Esa primera edición tuvo lugar en La Rural, del 19 al 22 de marzo de 2001 y llevó el título Sofisticación latina, con el que se buscaba destacar la intención de potenciar la identidad del diseño de indumentaria argentino.”

El libro Buenos Aires es Tendencia, encuentra en el diseño:

“un trayecto, un diálogo que precede, un vértice sin punto que nos habilita para pensar el rol del diseñador contemporáneo. Un rol que aparece desde las singularidades de una voz polifónica que discurre en una concepción de moda como fenómeno cultural macro que excede al vestir”.

Concordando con esto se puede agregar que el creador actual tiene más alcance a todo el continente debido a la era digital, dónde ya no solo unas ciudades son las principales referentes, sino que es más accesible la observación de todos, hacia todos.

Retomando específicamente el diseño de Indumentaria en Buenos Aires Chiesa (2012) expresa lo siguiente:

“Muchos diseñadores y referentes locales repiten al hablar del diseño de Buenos Aires el concepto de adaptabilidad, propia de la cultura en la que se formaron como diseñadores, encuentra modos de comunicación propicios para la cultura globalizada, que no pierde de vista lo local pero que de ningún modo se limita a ello”.

Conforme con la autora, se destaca la mención de adaptabilidad para definir a diseñadores de Argentina, repasando sucesos de la historia con los que han convivido y fortalecido. Consolidando esta idea, Kika Tarelli específica “Yo creo que los diseñadores argentinos se reinventan de una manera que es alucinante, y no sé si todos son conscientes, pero lo vivís, lo ves”.

Acentuando la importancia del diseño, en un estudio realizado por el INTI, Laureano Mon (2014) manifiesta:

“La innovación es un imperativo para la industria de nuestro tiempo. Hoy no es posible competir en mercados locales y globales sin la incorporación del diseño como herramienta de diferenciación aplicada a diferentes aspectos de las empresas: gestión, producción, comercialización y comunicación. Desde el observatorio de

tendencias del INTI hemos venido acompañando la evolución de uno de los sectores más innovadores de la industria de indumentaria y textil nacional: el diseño de autor”.

Es positivo referir al interés que se va desarrollando con el paso del tiempo, a apoyar al diseño desde instituciones nacionales y otorgarle el valor que merece, cómo comenta Sanagua (2012) “Con esfuerzo, sacrificio y perseverancia, el diseño independiente hoy se convirtió en una verdadera puerta de acceso y reconocimiento del mercado internacional, poniendo en valor el segmento de la originalidad y creatividad”. Reflexionando acerca de los atributos con que describe el diseño Sanagua, se puede convalidar que al momento de desenvolverse a nivel país, los diseñadores se enfrentan a un desafío plagado de complicaciones, comenzando por la carencia de materiales, la calidad de los mismos, los altos costos de producción, la inestabilidad económica y las dificultades de importación o exportación. Todas las características mencionadas son importantes para fortalecerse y distinguirse.

En lo que comprende al diseño, más allá de su autor, se debe hacer referencia al usuario, que es quien concluye con el circuito. El diseño de autor obtiene importancia cuando el individuo que adquiere un producto, puede ver más allá de la materialidad, puede reconocer el sentido que posee. Es en este momento donde se refleja el éxito del autor al transmitir su interior, y la voluntad del usuario de ser partícipe en la construcción de su identidad a la hora de vestir no solo por la necesidad de cubrirse. Así, se puede percibir como este camino marca individualidades, como genera otra forma de consumo y la forma en que se va mutando, en gran medida, de una cultura masiva e igualitaria, a una búsqueda de expresión individual.

2.2. Herramientas del diseño de autor

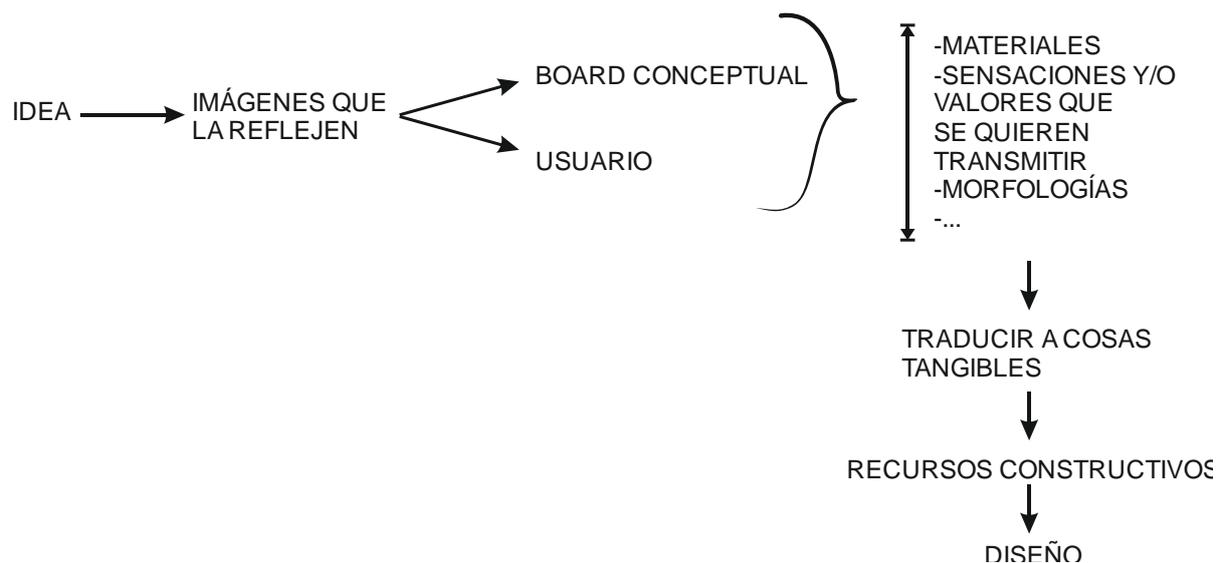
Ante una constante búsqueda de cierta identidad, destacando la individualidad frente a la percepción de la realidad, podemos notar uno de los resultados del diseño de indumentaria, el diseño de autor y de este sus recursos.

Se denomina herramientas a las maneras de traducir el imaginario a un recurso tangible, si bien los procesos creativos, partidos conceptuales, modifican dependiendo del diseñador, terminan convirtiéndose en medios para materializar lo que proyectan en su pensamiento.

“El partido conceptual es aquel que guía y aporta coherencia en el desarrollo de las creaciones. En otras palabras es el hilo conector, las ideas que surgen a partir de él se adaptan a infinidad de materiales que hay en el mercado y recursos constructivos. Se buscan nuevas formas y volúmenes para la creación, según la impronta de cada diseñador. La toma de partido que adopte el diseñador le otorgará identidad y distinción frente al resto, siendo así una ventaja comparativa y dando valor agregado a sus producciones”, Sanagua (2012).

Se considera importante comprender que la identidad en el diseño deviene del sentido propio, no es un mandato construido artificialmente.

Al mencionar proceso creativo se expone el trayecto precedente de un diseñador para llegar a un diseño. Un ejemplo podría ser:



Es cierto que es solo un patrón de cómo podría ser el procedimiento, se gráfica para lograr generar una comprensión más amplia, pero tal como sostiene Saltzman (2004):

“Hay innumerables modos de concebir el diseño y de estrategias para plantearlo”.

Asimismo podemos ver como herramienta, el hecho de adjetivar aquello en que se inspira el diseñador, como especifica Anna Kiper (2015):

“Al verbalizar el concepto de diseño, se pueden descubrir nuevas ideas, posibilidades inesperadas y asociaciones visuales. Palabras cuidadosamente escogidas ayudarán a traducir cualquier tema abstracto en telas, hilos, acabados y otros elementos tangibles”.

Para lograr transcribir esos elementos el diseñador activa sus instintos de curiosidad y comienza a indagar diversos materiales o técnicas que se relacionen con lo que tiene en mente. Un caso podría ser un aprendizaje sobre cierto material, su manejo, cómo cuenta Laureano Mon (2014): “Durante 2014 comenzamos a trabajar conjuntamente con la Subsecretaría de Responsabilidad Social del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, en la ejecución del programa Diseño Argentino Artesanal y Sustentable, capacitando a emprendedores textiles de las provincias de Tucumán, Corrientes, Neuquén y Río Negro, en temáticas como materiales, textiles, experimentación con fibras naturales, desarrollo de colecciones, estrategias de comercialización y comunicación”. Dicho ejemplo de situación se toma, en parte, para evidenciar la circulación del diseño a nivel país.

No se considera imprescindible tener que tomar capacitaciones para descubrir o encontrar materiales. Otro caso sería que el diseñador mire a su alrededor, se nutra de los objetos que lo rodean y pueda en ellos encontrar sus propios valores. Específicamente en esta fracción del proyecto se demuestra la trascendencia de las entrevistas a Lucía Chaín y a María Noel Pepe, he aquí la mejor ejemplificación para entender de qué se habla cuando se dice diseño de autor, de un formato, de un procedimiento descifrado en diversos medios, que son a los que se llama en esta tesis *herramientas*, que por más que sean las mismas, varían en el imaginario de cada creador y reflejan así el enriquecimiento personal.

Ratificando lo referido anteriormente, para Saltzman (2004) el diseño “exige soñar, imaginar e intervenir, con un aporte personal, en una situación dada. Requiere que el diseñador le entregue sin reservas todos sus saberes y experiencias. Cuando esto sucede ese espacio de creación se vuelve sagrado”.

Al mencionar herramientas se refiere tanto a textiles y avíos, convencionales o no, como a maquinaria y mano de obra capacitada para ciertas tareas específicas, y a la construcción del producto, a las uniones de planos, al tratamiento final y a todo el proceso, porque cada parte contribuye en el todo.

Las maneras de llevar a cabo un diseño podrían ser intervenciones en la superficie del tejido con técnicas como frunces, entramados, calados, o bien con tecnología o técnicas como el origami; armado de estructuras que desprendan la prenda del cuerpo, o materiales que la apeguen, dando como resultado diversas siluetas. Asimismo podría ser la combinación de tipologías, los diferentes tipos de prendas comúnmente usados por la sociedad, fusionar, y así se podrían seguir mencionando recursos, que no son de menor validez, pero se percibe que la distinción de las herramientas del diseño de autor, se produce en la habilidad del diseñador a adaptarlas a su porte y hacer de estas un reflejo de lo que se desea transmitir. Abordando la inmensidad de técnicas, Saltzman (2004) afirma:

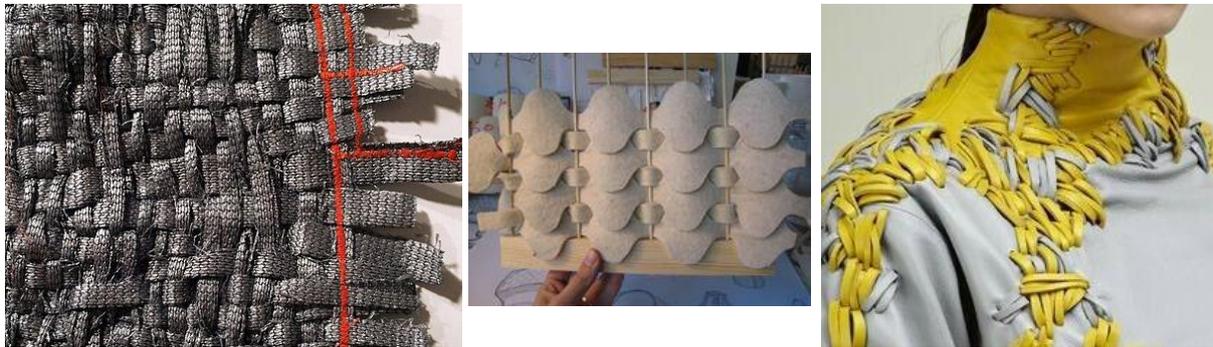
“La superficie textil abarca una infinidad de formas y variantes, ya sea por el tipo de tratamiento que se le aplique (estampa o tintorería), la estructura misma del material (tejido o entramado), o la adición de todo tipo de elementos (bordados, avíos, etcétera)”.

Se completa esta aseveración, insistiendo en el valor del sentido que se le dé al método seleccionado. Si se comprende al diseñador como emisor de su imaginario y valores, y a las herramientas como el mensaje, podría reconocerse un objetivo: transmitir. La indumentaria basada en un concepto es un objeto de diseño que a la vez comunica y al estar el mensaje relacionado con el diseñador, es un medio de expresión.

Consiguientemente se ejemplifican ciertos recursos constructivos, modos de traducir valores o pensamientos, traducciones en materiales, etcétera.

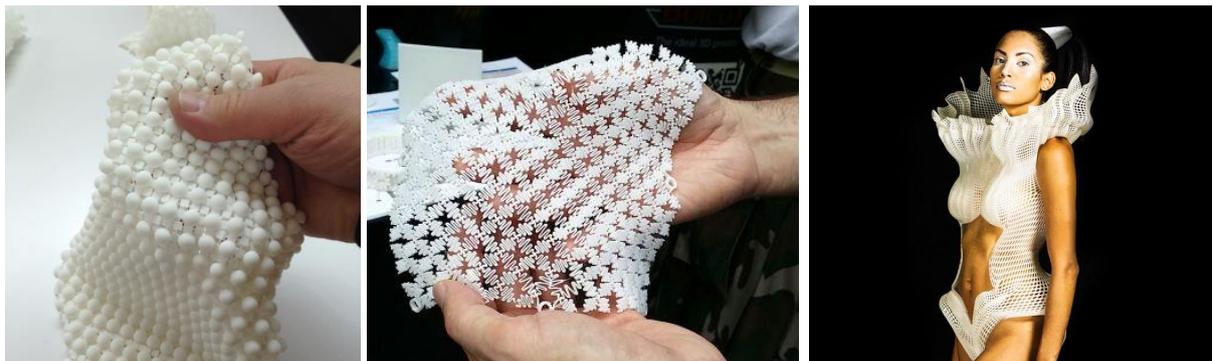
Entramar materiales.

Se basa en tomar varias partes de un mismo material, o de diferentes y tejerlos o cruzarlos entre sí, generando una nueva superficie.



Impresión 3D.

La impresión 3D es un grupo de tecnologías de fabricación por adición donde un objeto tridimensional es creado mediante la superposición de capas sucesivas de material.



Calado láser.

Consiste en una forma de corte mediante una máquina con un diseño previo.



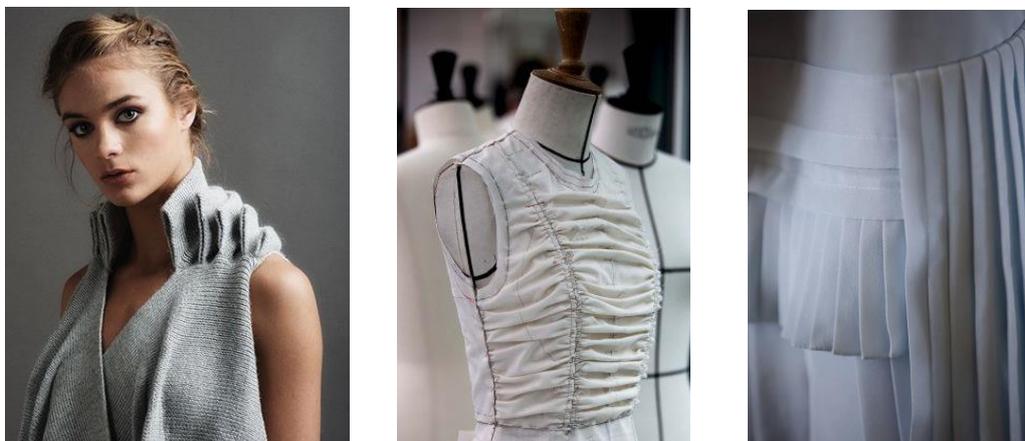
Dar volumen al material.

Se pueden describir diversas formas de dar volumen a un material, desde calentarlo atado, exponerlo a cierta temperatura, generar capas con el mismo, etcétera.



Frunces, tablas.

Estos forman un conjunto de pliegues pequeños y paralelos que se hacen en una tela o en parte de ella y le confieren vuelo, pueden o no ser regulares.



Origami.

Es un arte que consiste en el plegado de material para obtener figuras de formas variadas, muchas de las cuales podrían considerarse como esculturas.



Teñido y estampas naturales.

El teñido es un proceso en el que se añade un colorante a los textiles y otros materiales, con el fin de que esta sustancia se convierta en parte del textil y tenga un color diferente al original.

El Ecoprint como estampa natural, se realiza armando un paquete comprimido para que las hojas y la prenda estén en contacto. Se usan mordientes no tóxicos como óxido de hierro o alumbre para una mejor adhesión y se cocina a vapor por dos horas. Luego de la cocción, se abre el paquete, se sacan las hojas y la prenda se deja a secar.



Moldeado en papel 3D.

En esta técnica se utiliza papel para probar un diseño y luego pasarlo a textil, si bien el comportamiento no va a ser el mismo, es parte de la experimentación. También puede ser utilizado en instancia de pasarela o fotografía.



Podrían ejemplificarse miles de maneras para llevar a cabo la materialización de una idea, concepto, o como cada quien lo denomine. También, día a día, por diversos creadores se van generando nuevos métodos, se van utilizando materiales novedosos, e incorporando elementos no convencionales, que con el paso del tiempo quizás si se transforman en usuales.

Se reconoce una guía, que está muy interiorizada en los diseñadores, quizás es utilizada sin percibirla. Consta de elementos que forman la base, la teoría podríamos decir, del diseñador como profesional. En el libro Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional, podemos encontrar los elementos de diseño. Wucius Wong, los clasifica en cuatro grupos:

- a) Conceptuales: no son visibles, parecen estar presentes. Punto, línea, plano y volumen.
- b) Visuales: son los que realmente vemos. Forma, medida, color y textura.
- c) De relación: ubicación e interrelación de las formas. Dirección, posición, espacio y gravedad.
- d) Prácticos:
 - Representación: Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, por ejemplo.
 - Significado: Cuando el diseño transporta un mensaje.
 - Función: Cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

Se mencionan elementos básicos, puntos de partida de lo general podrían denominarse, para entender que si bien, las herramientas del diseño de autor son basadas en valores y reflejan el ilusorio del creador, están fundamentadas por una teoría concreta, construyen a partir de saberes previos obtenidos en su formación. Luego esos saberes son adaptados por cada diseñador, reconstruidos.

“el solo embellecimiento es una parte del diseño, pero el diseño es mucho más que eso [...]. Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente”. Wucius Wong, (1982, p9).

2.3. Relación con tendencias

El diseño de autor convive con las tendencias, se adentra en ellas, las analiza y toma una postura frente a las mismas, positiva o negativa, pero no debería apartarlas, ya que son el reflejo de las cosas que nos rodean y/o nos sucede. Anna Kiper (2015) menciona:

“Los servicios de predicción de tendencias hacen pronósticos de colores, telas, siluetas, accesorios y cosméticos a partir del análisis de movimientos culturales globales, cambios de la economía, tecnologías y comportamiento del consumidor. Las empresas de moda usan esta información vital para orientarse correctamente en sus desarrollos de diseño y asegurar sus objetivos de venta”.

Retomando en parte la introducción, dónde se equipara lo industrial con tendencias masivas, y lo artesanal, producto del diseño de autor, podemos notar y analizar, en base al fin que aclara Kiper en el final del párrafo anterior, que se le puede dar diversas utilidades a una tendencia, a modo informativo para poder ver resultados en negocio; o bien, para esa información, poder traducirla, a consciencia como es claro el ejemplo de Chaín, que se apodera de una macro tendencia, para resaltar los valores de la misma, lograr una reflexión en quien la percibe, y traducirla de una manera más dedicada y no solo como objeto comercial, por así decirlo.

Se podrían reconocer dos tipos de usuarios diferentes a grandes rasgos, uno que apunte a las tendencias y otro al diseño de autor. El primero encasillado en el consumo masivo, dónde se anhela tener lo que la gran mayoría posee, consumiendo lo que dicta la masividad, donde no se evidencia con que se hizo ese producto, quien lo hizo, ni a base de que. El segundo, aludiendo a la descripción de usuario del capítulo anterior, se descubre en un resultado más individual, transparente, empapado de sentido, donde se ve la dedicación por el mismo y puede percibirse un lenguaje. Para reforzar esta idea de segmentación podríamos mencionar un ejemplo donde lo industrial y artesanal, por denominarlo de alguna manera, generen productos guiados por una misma tendencia “sustentabilidad”: Lo masivo, lo primero, va a apuntar a aludir a esa tendencia bajo una paleta de color que remita a la naturaleza, tejidos con la misma intención, y podría ser alguna que

otra estampa o textura. En cambio, el diseño de autor buscará la forma de colaborar con la sustentabilidad, desde el reciclado de sus papeles de moldería, con el mayor porcentaje de degradabilidad de sus tejidos, tomando conciencia de sus desechos, esas serían algunas búsquedas. En este ejemplo podemos visualizar, la diferencia del consumidor y a su vez la relación del diseñador de autor con las tendencias, que en caso de que el mensaje de la tendencia sea positivo, se exprime para tener un resultado cargado de valores. Con respecto a este párrafo, Saulquin (2006) manifiesta:

“Todos los seres albergan dos actitudes contradictorias y bien definidas, en relación directa con la personalidad. Una de ellas es la tendencia a distinguirse y diferenciarse de los otros a través de la originalidad y la afirmación de la individualidad; la otra es la necesidad de uniformarse e integrarse para no sentirse desplazado. Aunque contradictorias, ambas actitudes –muy relacionadas con la moda- tienen como meta alcanzar una sensación de seguridad”.

Destacando el nexo que se menciona en este subtítulo, y a lo detallado en el párrafo anterior, se considera significativo mencionar la acepción de tendencia referida al plano sociológico del consumo puede dividirse entre micro-tendencias y macro-tendencias, definidas por Gil Mártel (2009) cómo:

“Hay quien prefiere diferenciar entre micro-tendencias y macro-tendencias. Las primeras harían referencia a manifestaciones concretas de consumo (por ejemplo, la proliferación de huertos urbanos) y las segundas a las motivaciones colectivas o valores que las inspiran (ecosexualidad)”.

Entonces se podría decir que si bien, los diseñadores de autor pueden tomar ante las macro-tendencias una posición, posiblemente su diseño una vez concretado, hecho producto sea parte de una micro-tendencia.

Con lo que expone Ricardo Blanco: “Un diseñador trabaja en la industria, con la industria, contra la industria y a pesar de la industria”, se puede percibir que no hay un único camino al ser diseñador, si no que depende de las herramientas con las que cada quién deba o determine operar.

3. Entrevistas a diseñadoras Argentinas

En este capítulo se desarrollará la información obtenida a través de las entrevistas realizadas a Lucía Chaín y María Noel Pepe, elaboradas específicamente para esta investigación, con motivo de evidenciar maneras diversas de arribar a un diseño.

Las preguntas se encuentran bajo subcapítulos, ya no como interrogantes y en el mismo orden para ambas diseñadoras.

3.1. Lucía Chain (30 años)

3.1.1. Impulso para estudiar Diseño de Indumentaria

Haciendo memoria, la diseñadora en cuestión recuerda que la decisión de estudiar la profesión se debe al haberse criado con su abuela, que era modista y desde muy chica vivió en un universo de telas, hilos y agujas. Comenta que su aspiración siempre fue hacer lo que su abuela hacía. Afirma que su aprendizaje en cuanto a lo textil y el oficio sobre todo, fueron tan veloces como el aprendizaje en la escuela, antes de saber leer correctamente ella ya sabía bordar o coser a mano. También refiere a que algo de la labor tenía naturalizado, de hecho se puede confirmar que es así. Relata que siempre supo que quería ser diseñadora de indumentaria. En la adolescencia, por haber hecho un secundario orientado al diseño, se enteró que la carrera se llamaba diseño de indumentaria, investigó en donde podía estudiar, decidió hacerlo en la UBA, que significó una aventura enorme para ella, por vivir muy lejos de la universidad y tener que viajar muchas horas, hacer el CBC, entrar a la carrera, toda un suceso que dice haberle encantado.

3.1.2. Trayectoria

Paralelo a sus estudios realizó pasantías con otros diseñadores o pequeñas marcas y al finalizar la carrera, su trabajo final fue seleccionado para participar del semillero UBA en donde cada cátedra seleccionaba dos trabajos sin saber quien era el autor, mediante un jurado externo. Unos meses después de recibirse fue seleccionada por

semillero UBA para desfilarse en Bafweek por primera vez. Le financiaban la colección, a lo que afirma que fue un apoyo enorme. Ahí comenzó su carrera. Luego relata haberse asociado con una compañera de la facultad, empezaron a trabajar juntas y a anotarse en distintos concursos, desfilaron en Bafweek dos veces más y en otros lugares. Después agrega que esa sociedad se disuelve y sigue con su camino sola. Comienza a formar su marca, a retomarla, y una de las pautas que puso al comienzo de la misma, que lleva su apellido como nombre, residió en ser genuina y hacer ropa que a ella le gustara y que transmita los valores en que cree. De esta manera inició el proyecto que tiene relación con la sustentabilidad y los valores que tienen que ver con su estilo de vida. La primera colección antes de lanzarla al público, la presentó a un concurso en el cual fue seleccionada para desfilarse en Holanda, es en este momento donde se distingue el lanzamiento de la marca. Podríamos decir que su proyecto arrancó internacionalmente, la segunda colección que es la vigente, fue seleccionada para presentarse en Milán mediante The Next Green Talents, como una de las nuevas promesas. Confiesa que de alguna manera cada colección se va presentando afuera por algún motivo; agrega que ya tiene la invitación para la próxima colección. Lucía refiere a la no intención de internacionalidad, lo menciona como un “sin querer”.

3.1.3. Herramientas de identidad

“A la hora de diseñar trato de seguir principalmente mis valores”, de esta manera comienza a mencionar sus formas de trabajar, comenta que siempre usa materiales naturales, intenta que sean de origen nacional, lo menciona como un desafío, ya que no se cuenta con una industria que esté funcionando en este momento. Agrega que más allá de algodón y de hilados de lana, no se encuentra otra cosa en la industria argentina, entonces hay algunos materiales que puede comprar importados, aunque no es lo que más la conforma, pero de todas formas trata que el mayor porcentaje de su colección esté hecho con materia prima local. También menciona “Me encantaría que sea el 100%, pero la verdad, siendo transparente es muy difícil conseguir variedad y calidad”. Alude a la importancia de la calidad por el hecho de su proyección internacional sobre todo, entonces lo que intenta hacer es tomar al algodón, que es de industria nacional, y trabajarlo de manera que su calidad aumente, o para que sea un producto diferenciado de otros que se pueden

conseguir en distintas partes del mundo. Lo que comenzó a hacer es teñir a mano con residuos orgánicos cada una de sus prendas. Por un lado se vale de textiles de origen natural y los pigmentos naturales. Asimismo cada avío está realizado por artesanos, generalmente son avíos en madera, madera reciclada le llama, porque en realidad utilizan pedacitos de madera que encuentran y con eso le hacen los botones por ejemplo, y así de alguna manera se garantiza que la prenda sea degradable al 100%. Menciona la complicación en ciertas situaciones e insinúa que no se puede cumplir con todo en todas las prendas, pero hace lo que más puede desde su lugar. Trabaja la moldería calculando el ancho del textil en relación a sus moldes, para no generar residuos textiles, añade que a veces se generan pequeños recortes que son pedacitos de tela que va juntando y que los usa quizás para la muestra de algún pigmento o simplemente los sigue juntando, para dar a cooperativas que se encargan de hacer trapos de pisos o alfombrillas con ese tipo de materiales. Aspira a que de su taller no salga una bolsa de basura, los residuos de papel asegura juntarlos para donar a donde se recicla papel y que con las telas tiene que esperar casi un año entero para juntar una bolsa. Uno de sus valores es que eso no se transforme en basura, debido al método de moldería sus prendas son muy amplias y cómodas, son talles únicos, un talle en el cual entran distintas formas de cuerpos; e indica que sus diseños no son ni para hombre, ni para mujer, son para todos. Cuenta que al momento de diseñar intenta llegar a conceptos que tengan que ver con la gente que la rodea o con experiencias que haya vivido, que pueda contar con sus palabras y que a su vez transmita algún tipo de valor en el cual esté interesada. Generalmente habla del esfuerzo, del trabajo, de la constancia, de la fuerza, en mensajes reales.

3.1.4. Relación con tendencias

En cuanto a su relación con las tendencias, dice que si es tendencia como moda le son ajenas. Asimismo añade que hay una realidad y es que las tendencias nos tocan a todos, no lo relaciona solo con la indumentaria que se puede llegar a usar ahora o la temporada que viene, sino con las tendencias globales, lo que hace que los paradigmas se cambien o que la gente empiece a centrarse más en este caso, lo que la involucra, en lo natural. En este sentido si cree que la tendencia en algún sentido la corresponde, o le juega a favor, porque asegura coincidir con una.

Asegura que no puede ser una persona anti tendencia, considera que las tendencias le interesan muchísimo y justifica que gracias al análisis que uno puede hacer de ellas, se empiezan a entender cosas que suceden en diversos ámbitos, no lo piensa solo como moda. Apunta a que cuando se es diseñador, se tiene que poder analizar y encontrar las constantes en los pensamientos tanto desde lo social, lo político, lo económico, etc. Certifica que todo tiene un hilo conductor, y eso es lo que se tiene que analizar para usarse a favor o para ir en contra.

3.1.5. Definición de Diseño de Autor según la diseñadora

Dudando explica que no sabe muy bien a que refiere. Resalta el hecho de que esté en singular, medita que no habla de lo que realmente hacen, justificándolo desde el punto de vista de que el diseño tiene muchísimos autores a la vez, y tiene que ver no solo con el que tiene la idea del diseño que se va a llevar a cabo, sino también con las personas que aportan en el material, que ponen su mano para el desarrollo, la persona que lo va a vestir, consumir y todas aquellas personas que de alguna manera entienden el mensaje, y lo procesan y lo incorporan, cree que todos forman parte, y no se incluye en lo que diseño de autor quiere decir.

3.1. María Noel Pepe (28 años)

3.2.1. Impulso para estudiar Diseño de Indumentaria

Recordando, la diseñadora prioriza aclarar que en su casa son todos “artesanales” y relata que su hermana hace collares, su mamá teje y su hermano trenza cuero. Centrándose en ella cuenta que a los 12 años le pide a su mamá ir a costura, es en ese momento donde comienza a prepararse sin dejar de lado el ritmo de su edad. Afirma haber comenzado la facultad sabiendo coser, y reflexiona sobre la ayuda de su mamá en la carrera, comenta que siempre recibió su ayuda.

3.2.2. Trayectoria

Considerando el Baf como el destape, admite no haber sido nunca la alumna diez, y agrega que su forma de trabajar siempre fue muy artesanal. Explica que el hecho de estar en Chascomús resultó más práctico, aclara que si bien al principio lo suyo fue todo atravesado por la maternidad, tiene una nena de 9 años, hizo el CBC, al otro año nació Morena, en Diciembre, y a las cuatro meses de la pequeña arrancaba la facultad, con lo cual por el momento en que tuvo que atender a su niña en totalidad no se encontraba cursando. De todas formas para organizar sus tiempos se cambió de la cátedra Saltzman a Fiorini, al ser esta más individual.

Luego, aludiendo a su tesis, cuenta que se inspiró en unas marionetas gigantes, habiéndole llamado la atención lo articulado, la madera. Asimismo lo centra como algo clave porque se convocaban a tres de la cátedra para el concurso del semillero y fue convocada. La eligieron para el desfile de Bafweek, aclara que eso fue en Diciembre y el desfile era en Febrero. Sigue relatando que después del desfile del Baf, invitan a la ropa a ir a España, se plantea a si misma el hecho de tener que ir. Cuando la convocan a ese desfile, considera realizar algo con el mismo material de la colección anterior, pero bajo un concepto de representación nacional, como los bastidores, en alusión a las bordadoras del Río de La Plata, junto con la flor nacional. También nos relata que con sus diseños se hicieron las gráficas de un Baf. Continuando con el hilo de su trayectoria, decide armar un showroom, en Chascomús, y después de ese realizaba uno por mes, y ahí, le empezó a cambiar todo, dejó su trabajo de moza, y hoy en día funciona como local. También comenta que dio dos años clases en la facultad, para mantener contacto con el rubro, y cuando le empezó a ir bien con su marca tuvo que dejar por cuestión de tiempos.

3.2.3. Herramientas de identidad

En cuanto a su forma de trabajar, dice que su camino siempre fue muy artesanal, menciona un diseñador brasilero, Fraga, que en un trabajo lo eligió a él, y eso le marcó bastante su estilo. Sobre sus conceptos detalla que son bastantes puntuales y literales, por ejemplo la marioneta en su tesis, de ella extrajo como se articula y con que se hace. Aclara que dentro de lo posible sus diseños son atemporales, si bien los tiene que clasificar en una temporada y otra, año a año no pasan de

“moda”. La moldería la resuelve ella, manda a coser, a bordar algunas cosas, y otras las borda, que lo destaca como valor agregado.

3.2.4. Relación con tendencias

Su relación con las tendencias, tiene que ver con complacer al autor, y darle el resultado de lo que está buscando, de lo que se percibe.

3.2.5. Definición de Diseño de Autor según la diseñadora

Define al diseño de autor como una fusión entre la realidad y el toque personal, pensando en las tendencias porque avala que es lo que el usuario sigue.

4. Implicancias Prácticas

4.1. Board conceptual

Se considera la parte práctica una pieza fundamental, para manifestar el imaginario interno y consolidar la aplicación de los conceptos desarrollados a lo largo del proyecto en base a la materialización real de una fracción de la colección.

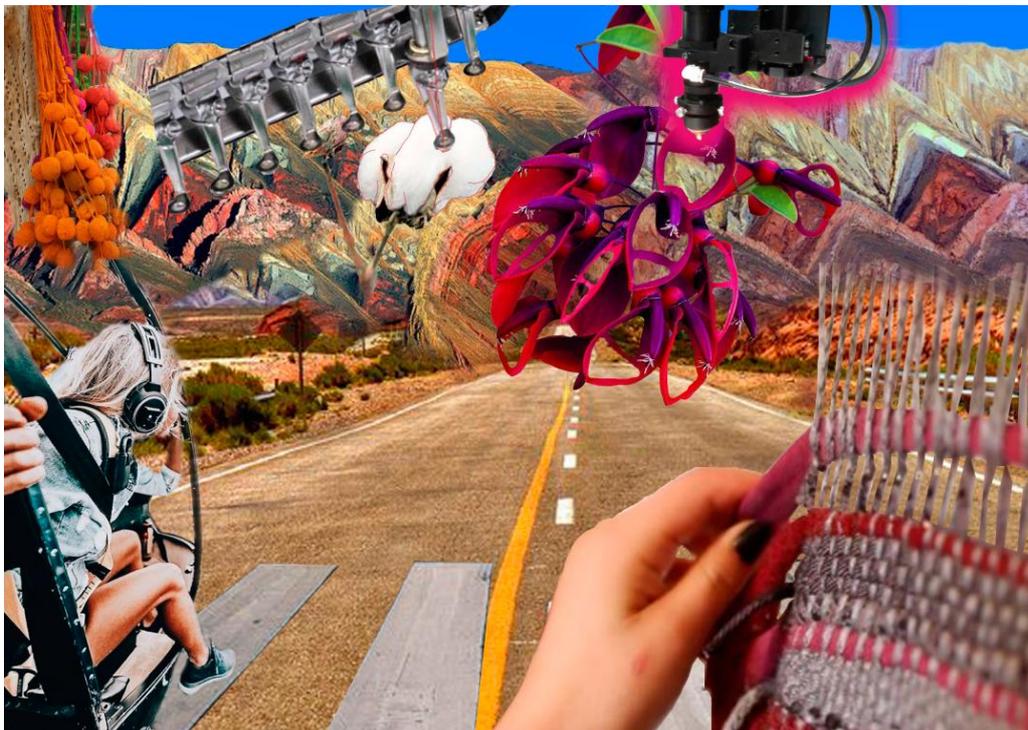
Previamente a la elección del tema se situó en el imaginario la idea del diseño de autor en Argentina. Se posicionó en formas de preguntas tales como:

¿Qué es realmente el diseño de Autor a nivel país? ¿Cómo trabajan los creadores que lo ejercen? ¿Se guían por tendencias o se distancian? ¿Cómo podría reconocerse o traducirse ese modelo de diseño a formas, colores o texturas que remitan a la procedencia local?

A partir de estos cuestionamientos, se localiza en imágenes respuestas:

-Geografías representativas de Argentina, el cerro de los siete colores situado en Jujuy. -Algodón, lana, como materia prima local. -Flor del Ceibo, flor nacional.

Consiguientemente se medita la manera de intervención a las imágenes mencionadas, la literalidad de la técnica. De todas estas situaciones, ubicadas en el ilusorio del creador, resulta el Universo poético:



4.2. Investigación y análisis

Luego de saber sobre los primeros pasos del diseño de autor en Argentina, para enriquecer la toma de partido, se considera investigar a dos diseñadoras y su manera de trabajar, desde lo que se percibe y lo concreto, esto último a partir de entrevistas con ellas, Lucía Chaín y María Noel Pepe, con motivo de que testifiquen sus métodos, los cuales ya fueron descriptos en el capítulo 3 de este proyecto.

Se percibió sobre Lucía Chaín, a partir del análisis de una colección realizada junto a García Bello, que la fortaleza se observa en la traducción del concepto. Rezuma Seco, propone la idea de revivir la experiencia del mar por primera vez, se puede reconocer de esta propuesta la experimentación textil, por ejemplo reflejados en sogas e hilados de puro algodón para elaboración de redes y tejidos artesanales, revalorizando las técnicas textiles de “Puerto”, qué como justifica sobre la colección aludida, este duo sostiene (2015):

“La base es aprender, en la última colección aprendimos a hacer las redes antes de usarlas, para nosotras es fundamental conocer la técnica de cada proceso, de cada cosa que hacemos: cómo, porqué y para qué tienen que estar justificados. No sabemos sólo coser o cortar, nos metemos en todo.”

Asimismo, se observaron texturas inspiradas en el movimiento del viento, madera corroída para la realización de avíos y accesorios, con terminaciones en bronce, tipologías de pescador para uso unisex y talles únicos, que las obligaron a explorar nuevos modos de ajuste al cuerpo o sistemas de cierres. Se comprende que trabajar sin una curva de talles amplia, optimiza el proceso de corte, pudiendo aprovechar cada centímetro de tela.

Se adjunta a continuación fotografías de la colección Rezuma Seco.



En el caso de María Noel se observó el trayecto de dedicación hacia sus diseños, desde la selección de la materia prima hasta el control del producto final. La colección analizada tiene como nombre Puppet, haciendo referencia a las marionetas de madera, el puntapié para el desarrollo de la misma, una colección articulada, que incorpora un material ajeno a la indumentaria. Se puede notar a simple vista la intensión artesanal, y la representación de lo autóctono, si se quiere, haciendo alusión a oficios como el tallado de madera y el tejido artesanal. En la colección, María Noel, refleja en sus diseños como concibe ella a esa marioneta, como genera nuevas estructuras a través de la apropiación de un cuerpo inmóvil y articulado. La siguiente es una imagen que permite visualizar la colección.



Para profundizar en la investigación, se observa mediante registros documentales la forma de trabajo de Alexandra Kehayoglou. La artista (30) es nieta de inmigrantes griegos, se crio en una familia que supo conservar su antigua tradición textil. Valiéndose de los recursos que la rodean desde chica, desarrolla su obra en alfombras y tapices de lana tejidos a mano. Las alfombras de Alexandra tienen un origen que se remonta a lo industrial, la artista a conjuga los paisajes de su anhelada pampa con técnicas industriales. Se comprende esto como una revalorización nacional, resaltando paisajes locales, con técnicas industriales.

La relación de Alexandra con el diseño de autor nace desde el punto que ella crea a partir de sus vivencias, y le da una dualidad a sus alfombras desde el punto que las contextualiza de una manera que parecen otra cosa. Según la perspectiva que tengas ante sus creaciones es como las percibas. Tienen una función, pero a su vez se ven de otra manera, o nos remiten a otro elemento o cuerpo. Se anexan siguientemente imágenes de las alfombras creadas por la artista.



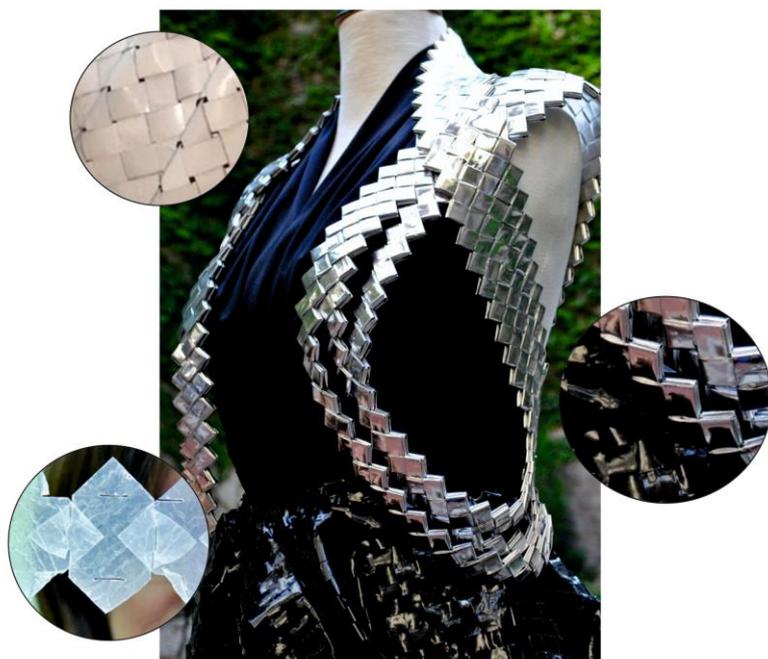
En motivo de saber el estado del diseño a nivel nacional, se indaga en la innovación textil. ¿Qué hay de nuevo en la industria textil en la Argentina? Según Silvina Vitale (2016) Las principales empresas textiles del país invirtieron en maquinaria para modernizar los procesos, hacerlos más rápidos, mejorar las fibras, los acabados y calidad del producto final. Principalmente se modernizaron hilanderías y tejedurías de plano y de punto. Se lograron nuevas sublimaciones y bondeados, un tejido de sal cristalizada, se destacan los techie con tecnología Dual Fx de Lycra, otras fibras más finas o de lujo, 3D y nuevas texturas a partir de láser.

Se remite a ejemplos particulares para poder visualizar ciertos casos.

María Eugenia Diaco utilizó láser en su proyecto Efecto Fractal, junto a apliques de materiales, como melamina y acrílico y técnicas mixtas, como serigrafía o secado con calor de horno o pistola, y logró un nuevo textil de carácter tridimensional.



Biótico, el proyecto de la diseñadora Jessica Pullo, que a partir de descartes -bolsas plásticas, sachet de leche, desechos textiles-, aplica la tecnología de corte láser para obtener tiras de los plásticos blandos que luego teje para formar paños textiles.



Otra novedad es el bondeado, Martín Churba usó esta tecnología en las dos últimas colecciones de Tramando, “Usamos organza con tela tornasol, logramos darle a la organza una estructura que antes no se podía lograr. Esto en la Argentina es un lujo”, dice Churba.

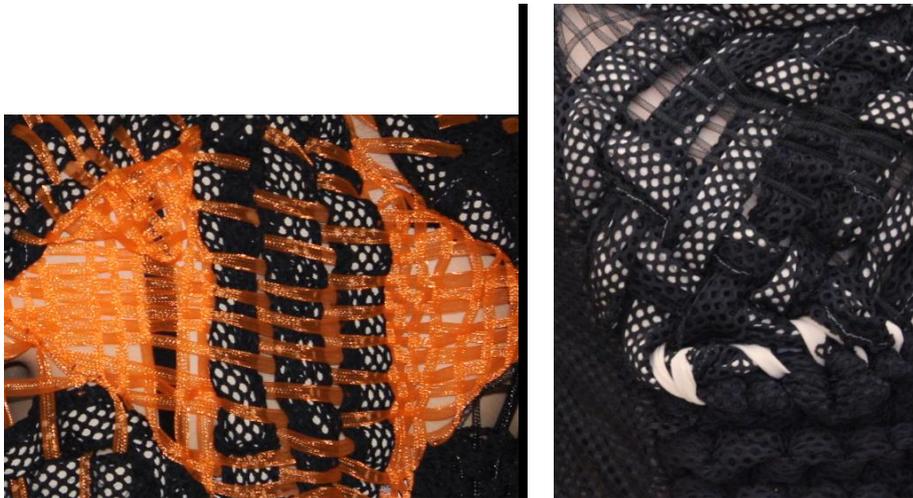


En respecto a estas técnicas, Vitale (2016) afirma: “la modernización no olvidó el eje de la sustentabilidad. Para Patricia Marino, directora del Centro de Investigación y Desarrollo Textil del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), las nuevas tecnologías adquiridas llevan adelante procesos que bajan notablemente el impacto de la huella de carbono a partir del uso de menos agua y emisiones hacia la atmósfera o la reducción del consumo energético. Tal como sucede con el estampado digital incorporado y renovado en los últimos años, que permite reducir muchísimo los tiempos y el impacto ambiental, las máquinas de tintura que consumen un 40% menos de agua o las de lavado continuo con capacidad del 90% de recuperación o en la industria del denim el uso de ozono o láser en los acabados que reduce el consumo de agua”.

4.3. Recursos

Las herramientas de las que se vale la colección mayormente responden a “Tejer la trama propia”. Consiste en tejidos que van trasladándose de un material en otro, en desarmar una trama industrial y tejer a partir de esta un reflejo de la idea interna, combinar lana con materiales más plásticos, como lo es el tubo de red, o usar este último para fusionarlo con una red fraccionada en tiras mediante un tejido.

A lo largo del desarrollo de la colección se puede reconocer, esa pincelada artística que se menciona al inicio de este proyecto. La técnica es tejido, el valor es desentramar y entramar materiales, no centrarse en una única manera bajo el concepto de tejer, ver cuántas formas existen y si se puede generar una nueva. A continuación se ejemplifica en imágenes lo descrito anteriormente.



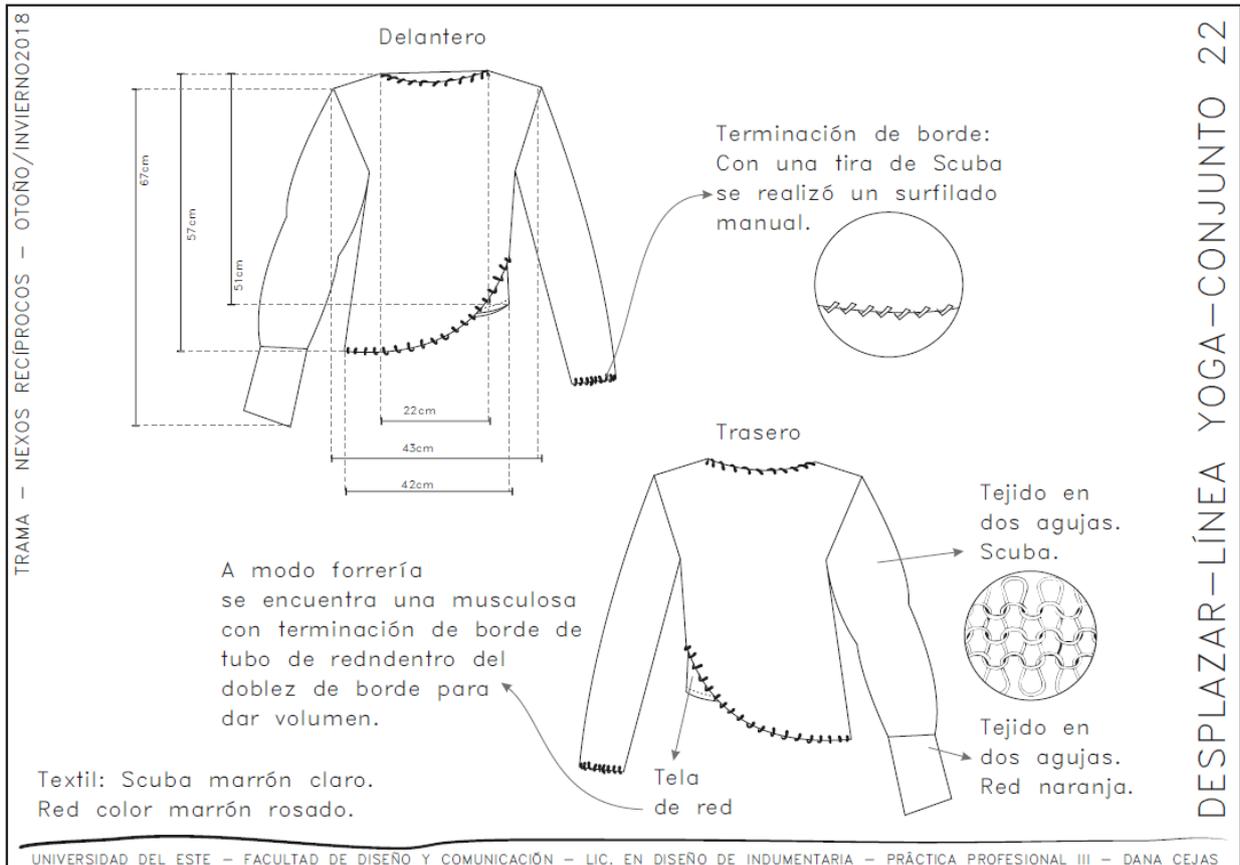
Asimismo se utilizaron herramientas artesanales, al momento de unir materiales o planos. Por las cuestiones mencionadas, se puede considerar que se siguió una tendencia “Comunidades locales”, que en partes cómo lo describe WGSN (2018) consiste en que:

“lo artesanal y su saber adquirirá un nuevo significado y se hibridará con la tecnología como una manera de dar respuesta a los problemas globales. Esto último reivindica la apuesta que está haciendo la moda de autor por el trabajo con comunidades como una manera de preservar los oficios y conocimientos ancestrales, así también como de resignificar ese saber desde los usos presentes y futuros”.

Se cita esta tendencia, en alusión a reforzar los temas abarcados y ver como se podrían relacionar en esta colección.

4.4. Fichas técnicas

Las fichas técnicas son documentos que contienen información acerca del producto realizado o a realizarse. Su fin es contener la información necesaria para guiar y establecer el proceso de materialización. Según el volumen de producción y la rigurosidad en cumplir parámetros de calidad se decide los tipos de fichas a realizar. Si bien pueden reconocerse algunos tipos básicos, como lo son producto, detalles constructivos, medidas, tejido y avíos, diagrama de operaciones, secuencia de procesos, despiece de moldería, progresiones, orden de producción y estampa, se aconseja realizar un diseño de fichas que contengan la información necesaria en base al tipo de producción. A continuación se mostrará el tipo de ficha realizado para esta colección que se basa en un mix entre producto, que contempla el dibujo del geométral, es decir el dibujo técnico del diseño, de frente y espalda; detalles constructivos, en cuanto a uniones y terminaciones; y medidas, generales.



4.5. Colección

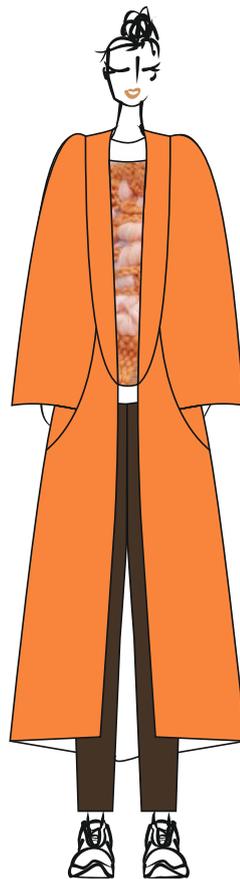
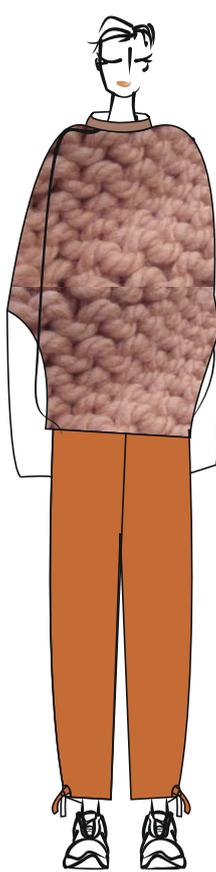
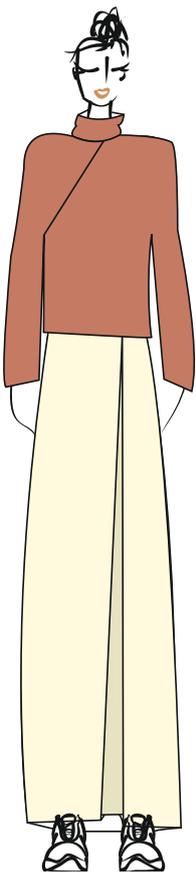
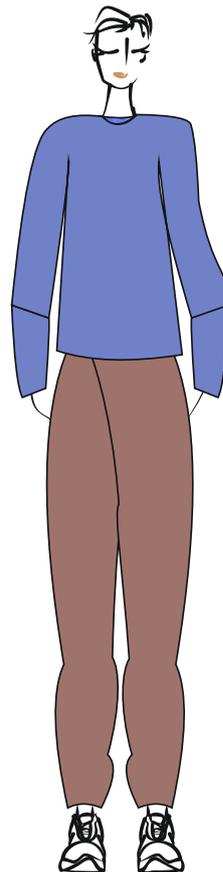
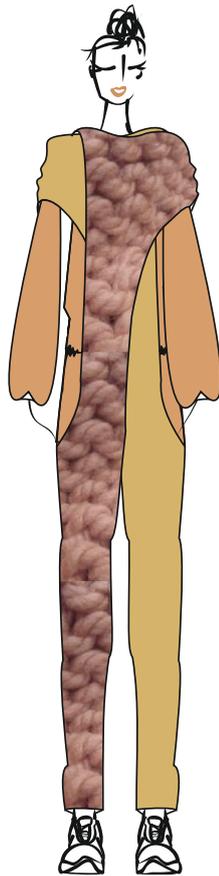
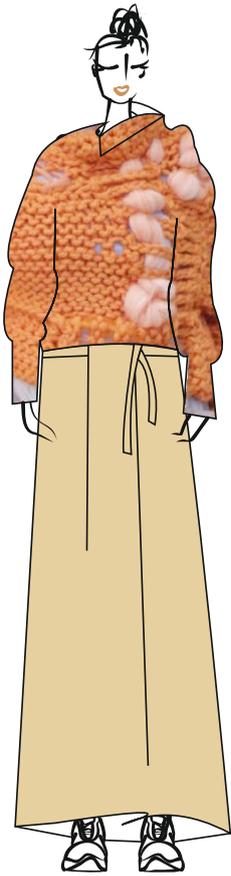
A continuación se dará a conocer una colección de indumentaria femenina y masculina, situada dentro de lo que se considera diseño de autor.

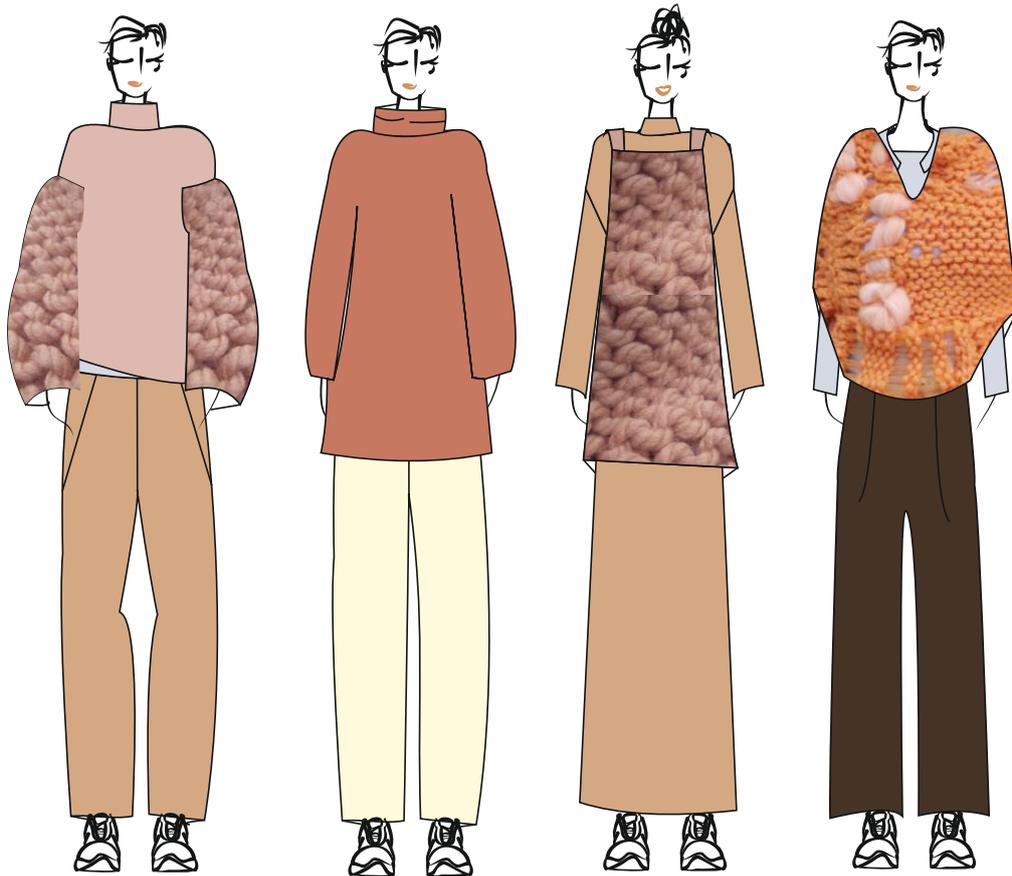
La colección se compone por 60 conjuntos, partiendo cada uno de ellos del análisis realizado previamente y con las herramientas que distinguen el lenguaje del diseño de autor.

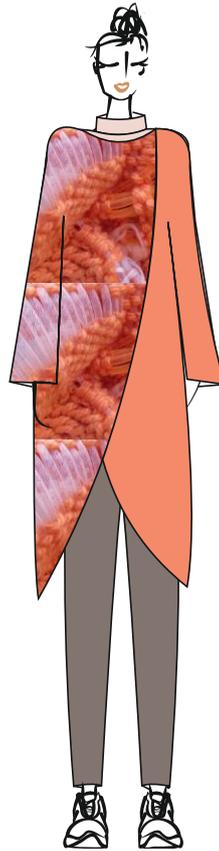
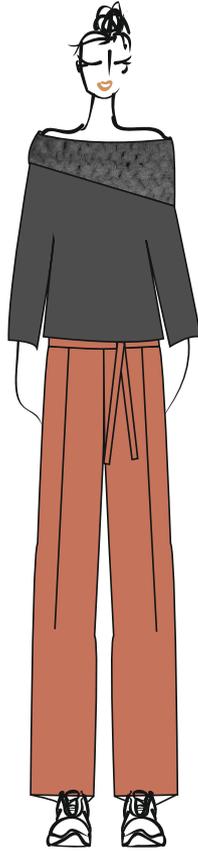
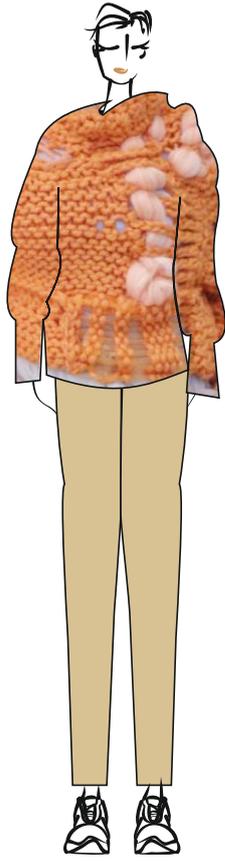
La misma se denomina Nexos Recíprocos y se encuentra dividida en tres partes, por ocasiones de uso:

- 1) SER, Línea Casual
- 2) DESPLAZAR, Línea Yoga
- 3) EXPLORAR, Línea Noche

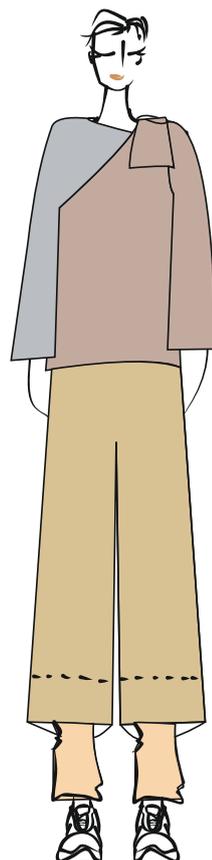
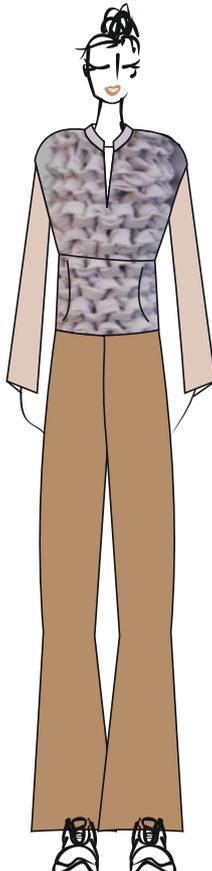
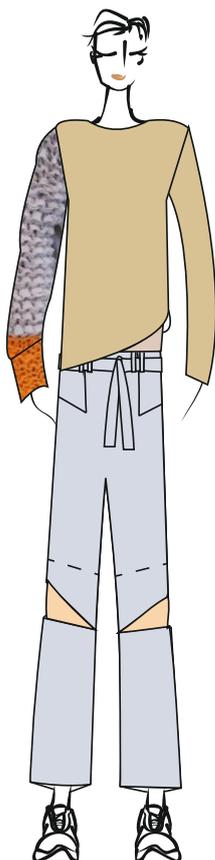
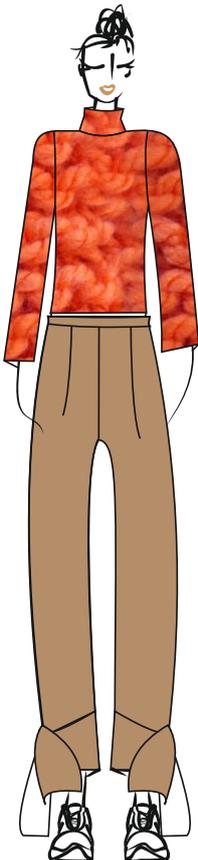
SER







DESPLAZAR

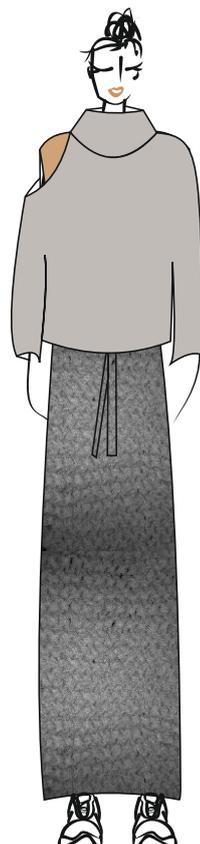
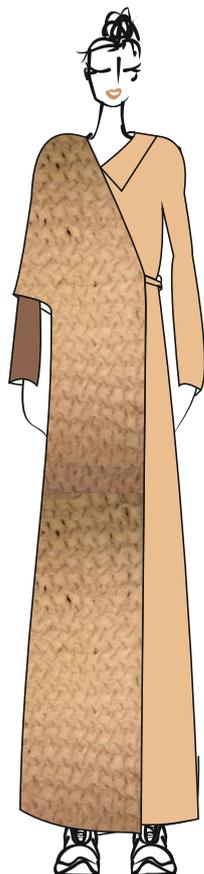
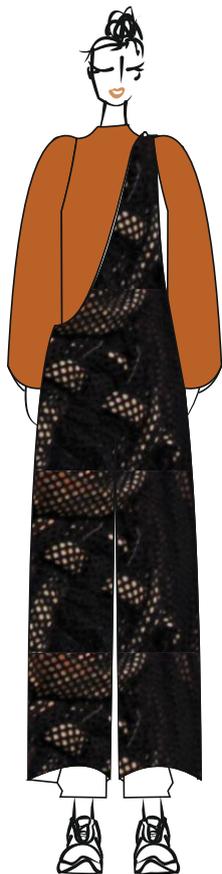
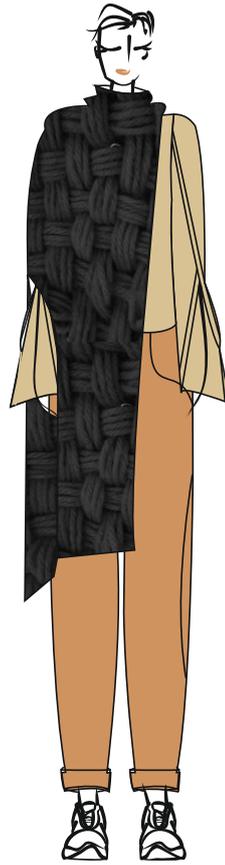
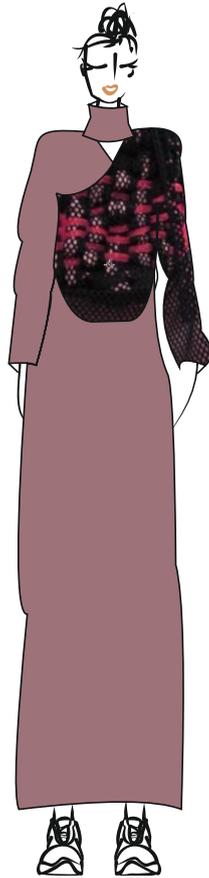
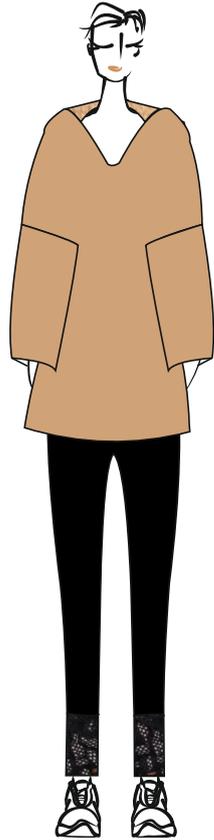






EXPLORAR







4.6. Producción fotográfica





5. Conclusiones

Las herramientas del diseño de autor, son los medios que desarrolla cada creador para llegar a un diseño. Es la manera en la que cada autor, en conjunto del equipo al que forma parte, logra traducir su imaginario. Diseñar es un idioma muy amplio, y si bien hay una base, esa base no es metódica, es una guía, porque da una orientación abierta a ser adecuada por cada quien a su manera de revelarla. Ese amoldamiento impulsado por cada diseñador, es lo que lo hace ser distinguido de la industria, porque si bien, se mantienen actualizados de las tendencias, las nutren a estas de valores innatos, valores que comunican a través de su propio lenguaje, que es el idioma que se describe anteriormente.

Siendo precisos en cuanto a la relación que mantiene el diseño de autor con las tendencias, se puede razonar, que en esta toma de partido de diseño, el creador no es autónomo con respecto a las tendencias, toma una postura frente a ellas. Haciendo hincapié en lo distintivo, pero desde esta perspectiva podría decirse que crean el indumento fusionando (en caso de tomar una macro-tendencia) una tendencia con su reflejo interno, sin preceder si este va a ser adoptado o no por la sociedad.

El diseño de autor, se distingue del diseño masivo, porque toma el camino de diferenciación por medio de la creatividad, en posicionamiento de afirmación de la individualidad. Que individualidad en ciertas partes de este proyecto, se comprende a la respuesta de un grupo hacia un creador, que a su vez ese grupo se divide en dos: el equipo de trabajo, para lograr manifestar el imaginario del diseñador, y los usuarios como receptores del mensaje.

Ese camino de diferenciación que se menciona anteriormente, está dado en parte, por la no visión del objeto de diseño tomado exclusivamente por el consumismo. Podría ejemplificarse esto con el teñido natural, que connota otros tiempos que el industrial, razón por la cual el diseño masivo no lo considera, porque contempla otra dedicación, que es el reflejo en los valores de identidad del indumento u objeto al que se le atribuyen, valores obtenidos del diseño de autor. En esta fracción está la diferencia, en el propósito del hacer.

Entonces se podría concluir en que los recursos de los que se vale cada diseñador ante un proceso creativo, son directamente relacionados con la forma de reflejar lo que poseen interiormente, se hacen tangibles en el momento que el creador decide transmitir esas sensaciones, ante determinado tema, experiencia o lo que fuese que lo inspire en un contexto preciso, a su audiencia. Esa concreción se evidencia por ejemplo, en textiles planos o de punto, es decir que tenga elasticidad o no, ya partiendo de esta base es posible comunicar una sensación, lo que alude a “autor” es como va a estar utilizado ese textil, en que parte del cuerpo, en qué proporción. También se podría percibir en colores, pero el color desde el punto de vista del emisor, sin duda hay un código social que corresponde a la cultura de cada individuo, no obstante debería de poder oírse el porqué de ese color, desde esa otra perspectiva. Mismamente se lograrían abundancias de ejemplos para interpretar, que más allá del material, color, textura, moldería seleccionada por un diseñador, lo que distingue al Diseño de Autor es el valor agregado en la relación con el medio seleccionado, la dedicación que le atribuye, el entusiasmo y pasión que emite, que traspasa y llega.

6. Apéndice

6.1. Entrevista a Lucía Chaín

- ¿Qué te impulsó a estudiar diseño de indumentaria?
- “Primero te cuento un poco mi historia que tiene que ver con la decisión de haber estudiado lo que estudié. Yo me crié con mi abuela, que era modista y desde muy chiquita viví en ese universo de telas, hilos, agujas. Mi aspiración siempre era hacer lo que mi abuela hacía; si estaba haciendo un vestido con flores bordadas, yo quería bordar esas flores. Mi aprendizaje de lo textil y el oficio más que nada, fue tan veloz como el aprendizaje en la escuela, antes de saber leer correctamente yo ya sabía bordar o coser a mano, por ejemplo. Había algo de la labor que estaba naturalizado en mí. Siempre supe que quería ser diseñadora de indumentaria, no sabía lo que era diseño, ni que era indumentaria, pero siempre jugaba a que yo era la diseñadora de grandes desfiles y hacía ropa con trapos. Más o menos en la adolescencia, por haber hecho un secundario orientado al diseño, me enteré que la carrera se llamaba diseño de indumentaria, obviamente que luego de investigar de que trataba, que era lo que yo quería hacer, investigué en donde podía estudiarlo, decidí hacerlo en la UBA, que significó una aventura enorme, porque yo vivo muy lejos de la universidad y tenía que viajar mil horas, hacer el CBC, entrar a la carrera, toda una aventura que me encantó.”
- Ahora, ¿Podrías contarme un poco de tu trayectoria como diseñadora?
- “Mientras estudiaba hice pasantías con otros diseñadores o pequeñas marcas y cuando terminé la carrera, mi trabajo final fue seleccionado para participar del semillero UBA que era un concurso que se hacía antes, que ahora se hace de otra manera, en donde cada cátedra seleccionaba el trabajo que más le parecía y todos eran juzgados por un jurado externo y seleccionaban dos trabajos sin saber quien era el autor. Así que unos meses después de recibirme fui seleccionada por semillero UBA para desfilarse en

Bafweek por primera vez. Me financiaban la colección, que fue un apoyo enorme, un empujón. Ahí comenzó mi carrera digamos, luego me asocié con una compañera de la facultad, empezamos a trabajar juntas y a anotarnos en distintos concursos, desfilamos en Bafweek dos veces más y en otros lugares quizás no tan conocidos. Después esta sociedad se disuelve y yo sigo con mi camino sola, porque no quería dedicarme a otra cosa, entonces empecé a formar mi marca, a retomarla, y una de las pautas que puse al comienzo de la misma, que lleva mi apellido como nombre, era ser genuina y hacer ropa que a mí me gustara, que yo usaría y que transmita los valores que yo creo. Bueno, así inició el proyecto que tiene relación con la sustentabilidad y los valores que tienen que ver con mi estilo de vida. La primera colección antes de lanzarla al público, la presenté a un concurso y quedé seleccionada para desfilas en Holanda, y ahí ya se lanzó la marca. Este proyecto arrancó internacionalmente, la segunda colección que es la vigente, fue seleccionada para presentarte en Milán mediante The Next Green Talents, como una de las nuevas promesas. Como que de alguna manera cada colección se va presentando afuera por algún motivo; ya tengo la invitación para la próxima colección también. Se volvió internacional sin querer, o sea me presenté en un concurso, pero sin creer que eso de alguna manera iba a despertar todo lo que despertó después.

- Ahora vamos más a tu manera de diseñar, ¿Qué herramientas/ recursos te identifican a la hora de crear?
- “A la hora de diseñar trato de seguir principalmente mis valores, siempre uso materiales naturales, intento que sean de origen nacional, que es un desafío realmente, ya que no tenemos una industria que esté funcionando en este momento. Más allá de algodón y de hilados de lana, no tenemos, entonces hay algunos materiales que puedo comprar importados, aunque me duela, pero trato de que el mayor porcentaje de mi colección esté hecho con materia prima local. Me encantaría que sea el 100%, pero la verdad, siendo transparente es muy difícil conseguir variedad y calidad. Y cuando uno empieza a proyectarse internacionalmente, que es un poco lo que me pasó a mí sin querer, la calidad es fundamental, entonces lo que intento hacer es

tomar al algodón, que es de industria nacional, y trabajarlo de manera que su calidad aumente, o para que sea un producto diferenciado de otros que se pueden conseguir en distintas partes del mundo. Lo que comencé a hacer es teñir a mano con residuos orgánicos cada una de mis prendas, estos pueden ser sobrantes de verduras en la cocina, plantas, frutas o cosas que crecen a mi alrededor básicamente, de todo esto extraigo pigmentos y con ellos tiño las prendas. Por un lado tengo los textiles de origen natural y los pigmentos naturales. Asimismo cada avío en mis prendas está realizado por artesanos, generalmente son avíos en madera, madera reciclada le llamo, porque en realidad utilizan pedacitos de madera que encuentran y con eso me hacen los botones por ejemplo, y así de alguna manera me garantizo que la prenda sea degradable al 100%. A veces se me complica cuando tengo que poner cierres, en los pantalones, no se puede cumplir con todo en todas las prendas, pero bueno hago lo que más puedo desde mi lugar. Trabajo la moldería calculando el ancho del textil en relación a mis moldes, para no generar residuos textiles, a veces se generan pequeños recortecitos que son pedacitos de tela que voy juntando y que los uso quizás para la muestra de algún pigmento o simplemente los sigo juntando, porque hay cooperativas que se encargan de hacer trapos de pisos o alfombrillas con este tipo de materiales. Trato que de mi taller no salga una bolsa de basura, los residuos de papel los junto para donar a donde se recicla papel. La verdad que con las telas tengo que esperar casi un año entero para juntar como una bolsa. Lo importante es que eso no se transforme en basura, debido a este método de moldería mis prendas son muy amplias y cómodas, son talles únicos, pero un talle en el cual entran distintas formas de cuerpos; y mis diseños no son ni para hombre, ni para mujer, son para todos, yo realmente diseño para quien quiera usar mis prendas. A la hora de diseñar trato de llegar a conceptos que tengan que ver con la gente que me rodea o con experiencias que yo haya vivido, que pueda contar con mis palabras y que a su vez transmita algún tipo de valor en el cual esté interesada. Generalmente hablo del esfuerzo, del trabajo, de la constancia, de la fuerza, trato de enviar mensajes positivos pero reales”.

- ¿Cuál es tu relación con las tendencias? ¿Te aportan algo o te son ajenas?

- “Si hablamos de tendencia como moda, si me son ajenas. Pero hay una realidad y es que las tendencias nos tocan a todos, no tienen que ver solo con la ropa que se puede llegar a usar ahora o la temporada que viene, sino con las tendencias globales, lo que hace que los paradigmas se cambien por ejemplo, o que la gente empiece a centrarse más en este caso en lo natural, en la conciencia de lo finito, ¿no? En ese sentido si creo que la tendencia en algún sentido me toca, o me juega a favor digamos, porque coincidimos, entre lo que yo pienso y lo que se empieza a gestar entre todos, así que no puedo ser una persona anti tendencia, de hecho creo que las tendencias me interesan un montón, porque gracias al análisis que uno puede hacer de ellas, se empiezan a entender cosas que suceden en muchísimos ámbitos, yo no lo pienso solo como moda. Y cuando uno es diseñador tiene que poder analizar y encontrar las constantes en los pensamientos tanto desde lo social, lo político, lo económico, etc. Todo tiene un hilo conductor, y eso es lo que tenemos que analizar para usarlo a favor o para ir en contra”.

- Por último, ¿Cómo definirías al diseño de autor?

- “No sé muy bien en realidad, a que refiere, creo que es algo que surgió con una generación anterior a la mía, bueno, más de una quizás, y creo que ni siquiera ellos se sintieron cómodos con esta definición. Creo que el hecho de que esté en singular hace que no hable de lo que realmente hacemos, creo que el diseño tiene muchísimos autores a la vez, y tiene que ver no solo con el que tiene la idea del diseño que se va a llevar a cabo, sino también con las personas que aportan en el material, que ponen su mano para el desarrollo, la persona que lo va a vestir, consumir y todas aquellas personas que de alguna manera entienden el mensaje, y lo procesan y lo incorporan, creo como que todos formamos parte, no formo parte de lo que diseño de autor quiere decir. La verdad es que también, ya hace varios años objetos de diseño pueden ser absolutamente cualquier cosa, entonces es medio complejo sentirse perteneciente a ese mundo un poco”.

6.1.1. Imágenes



Lucía sobre pasarela luego de haber expuesto una de sus colecciones.



En The Next Green Talents.

6.2. Entrevista a María Noel Pepe

- ¿Qué te impulsó a estudiar diseño de indumentaria?

- “En mi casa son todos artesanales, mi hermana hace collares, mi mamá teje, mi hermano trenzaba cuero. A los 12 años le dije a mi mamá quiero ir a costura, y bueno arranqué con una señora y un grupo de señoras mayores, y a los 15 años si bien seguía el ritmo de la edad que tenía, yo me hacia mi pollera; así llegué a la facultad sabiendo coser y todo. La verdad que mi mamá me ayudó un montón, porque ella me ayudaba a dibujar, pintar, un poco la carrera es logro de todos (se ríe)”.

- Ahora, ¿Podrías contarme un poco de tu trayectoria como diseñadora?

- “El Baf fue como el destape, yo nunca fui la alumna diez tampoco. Yo siempre todo lo que hacía era como muy artesanal, mi mamá siempre tejió, de hecho al principio en el showroom eran todos los tejidos artesanales y ahora como que se está usando más lo industrial, así que empecé a utilizarlo. El hecho de estar en Chascomús hizo todo más fácil, si bien al principio lo mío fue todo atravezado por la maternidad, tengo una nena de 9 años, hice el CBC y al otro año tuve a Morena, en Diciembre, y a las cuatro meses de More arrancaba la facu, así que no perdí nada. Me cambié de la cátedra Saltzman a Fiorini, para poder organizar mis tiempos, al ser esta más individual. En la UBA la cátedra que hagas te marca mucho la carrera, porque son estilos totalmente distintos, la primera te prepara más para trabajar en una fábrica y la segunda, que es la que yo realicé, es como que te lleva más al diseño de autor. En la tesis me inspiré en unas marionetas gigantes, me interesó lo articulado, la madera. Hacer la tesis fue clave. Se convocaban a tres de la cátedra para el concurso del semillero, me convocan, yo ni me lo esperaba, tenía la cabeza en otros aspectos de mi vida, y bueno me pidieron desde la facu que haga hincapié en las fotos, las hice con Analia Sirabonian, quedaron bárbaras. Llegué agotada a la presentación, fui a tomar algo, y cuando vuelvo, ya me habían elegido y yo no estaba, ¿Entendés? Estaba como que no caía, eso fue en Diciembre y el desfile era en Febrero, el Baf

me abrió muchísimas puertas. Después del desfile del Baf, recibo un mail, donde invitan a la ropa a ir a España, y dije yo tengo que ir, así que con mis ahorros me pagué el pasaje, fue una experiencia increíble, salió la noticia en La Nación de que había ido a España, me sirvió la repercusión, no deja de ser una experiencia internacional, única. Cuando me convocan a ese desfile, pienso en algo con el mismo material de la colección anterior, pero bajo un concepto de representación nacional, como los bastidores, en representación de las bordadoras del Río de La Plata, junto con la flor nacional.

Me pidieron 3 prendas de mi colección, para hacer las gráficas del Baf, cuando vuelvo a Argentina, después de recorrer Europa, estaba Buenos Aires con las gráficas del BAF, con mis diseños.

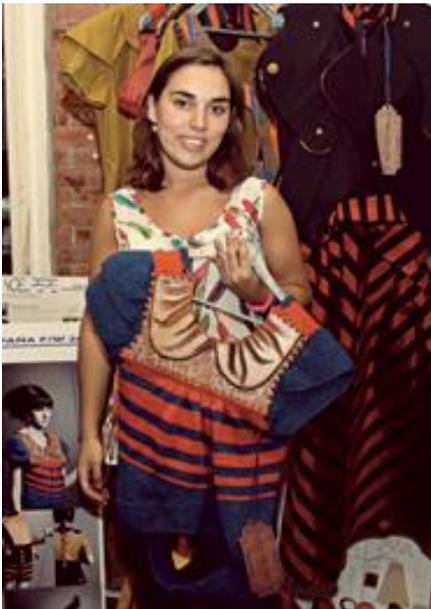
Me decidí a armar un showroom, acá en Chascomús, esto era el living de la casa de mi mamá (sentadas ahí). Empecé a bordar sweaters, y un día viene una amiga y me dice pone fecha, y haces un showroom. Después de ese empecé a hacer uno por mes, y ahí, me empezó a cambiar todo, dejé mi trabajo de moza, y hoy en día funciona como local, tengo tienda nube, que eso lleva otra dedicación.

También di dos años clases en la facu, para mantener contacto con el rubro digamos, y cuando me empezó a ir bien con mi marca, dejé por cuestión de tiempos”.

- Ahora vamos más a tu manera de diseñar, ¿Qué herramientas/ recursos te identifican a la hora de crear?
- “Todas las cosas que hacia eran bien artesanales, me encanta un diseñador brasilero, Fraga, en un trabajo que había que elegir a un diseñador, lo elegí a él, y eso me hizo marcar bastante mi estilo. Mis conceptos son bastantes puntuales y literales, por ejemplo, la marioneta, vemos como se articula, con que se hace y así. Mis diseños son atemporales dentro de lo posible. Si bien los tengo que clasificar en una temporada y otra, año a año no pasan de “moda” por así decirlo. Hago yo la moldería, mando a coser, mando a bordar algunas cosas, otras las bordo yo, que es el valor agregado. Laburo 24 hs con placer, porque me levanto pensando en esto, manejo mis tiempos”.

- ¿Cuál es tu relación con las tendencias? ¿Te aportan algo o te son ajenas?
- “Hay que estar al tanto para complacer al usuario”.
- Por último, ¿Cómo definirías al diseño de autor?
- Es una fusión entre la realidad y el toque personal, pensar en las tendencias, porque es lo que el usuario sigue.

6.2.1. Imágenes



María Noel, en semillero UBA.



María Noel en su local.

7. **Bibliografía**

- Anna Kiper (2015), Portfolios de moda diseño y presentación, Copyright, Impreso en China
- Chiesa - Cirelli - Siciliani (2012), Buenos Aires es tendencia, Diseño de indumentaria en la era digital, Sudamericana, Buenos Aires.
- Cristina Zelich (2010), Sociología de las tendencias, Gustavo Gili, Barcelona.
- Martin Raymond (2010), Tendencias, Promopress.
- Patricia Marino; Sofia Ines Marré; Laureano Mon (2014) Diseño de indumentaria de autor en argentina, 1 Ed – San Martín, Imprenta del INTI.
- Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires: Paidós
- Susana Saulquin (2006), Historia de la moda Argentina, Del miriñaque al diseño de autor, Emecé Editores, Capital Federal.
- Wucius Wong, Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional, editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona, 1982.
- <http://catedrabranderiz.blogspot.com.ar/2009/02/breve-historia-de-la-facultad-de.html>
- http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1237
- <https://es.wikipedia.org/>
- <http://www.wordreference.com/definicion>
- <https://ibmagazine.es/wgsn-las-macrotendencias-2019-la-moda/>
- <https://www.lanacion.com.ar/1952681-innovacion-textil>

IMÁGENES:

- <https://www.google.com.ar/search?q=the+next+green+talents+chain&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj4ndWOnOzaAhUDkpAKHbr5COgQsAQIYg&biw=1366&bih=588#imgrc=AtaVnO3yXUwm9M:>
- https://www.google.com.ar/search?q=maria+noel+pepe+fotos&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiKxZCLoezaAhUJlpAKHY56B54Q_AUICigB&biw=1366&bih=588#imgrc=_-qyaiMLt33Y9M:
- <https://www.pinterest.se/pin/388928117805821512/>
- <https://www.pinterest.se/pin/290341507212448870/>
- <https://www.pinterest.se/pin/400961173052644064/>

- <https://www.pinterest.se/pin/533887730817168526/>
- <https://www.pinterest.se/pin/199988039683657759/>
- <https://www.pinterest.se/pin/514677063656561290/>
- <https://www.pinterest.se/pin/542543086350535202/>
- <https://www.pinterest.se/pin/492370171743146140/>
- <https://www.pinterest.se/pin/408138784963862401/>
- <https://www.pinterest.se/pin/66709638203693850/>
- <https://www.pinterest.se/pin/542965298802546284/>
- <https://www.pinterest.se/pin/350717889704372387/>
- <https://www.pinterest.se/pin/383228249528016133/>
- <https://www.pinterest.se/pin/435160382739063079/>
- <https://www.pinterest.se/pin/435160382739062557/>
- <https://www.pinterest.se/pin/435160382739062557/>
- <https://www.pinterest.se/pin/102808803966249686/>

FIRMA

CEJAS, DANA GISELLE.