

Universidad Nacional Autónoma de México

Centro de Investigaciones de Diseño Industrial

“Propuesta prospectiva para prenda de vestir”

Tesis Profesional que para obtener el título de **Diseñador Industrial** presenta: **Adolfo Balfre Gutiérrez Nieto**

Director Arq. Arturo Treviño Arizmendi, Asesor Dr. DI Carlos Daniel Soto Curiel,

Dm Daniel Gutiérrez Mejorada, DI Francisco Soto Curiel, Mto. en artes Andrés Fonseca Murillo.

Declaro que este proyecto de tesis es totalmente de mi autoría y que no ha sido presentado previamente en ninguna otra Institución Educativa. Y autorizo a la UNAM para que publique este documento por los medios que juzgue pertinentes.

Diciembre de 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Agradecimientos

Proyecto

Concepto de diseño	.	.	4
ODT	.	.	5
PDP	.	.	7
Introducción	.	.	9
Sustento Teórico	.	.	10
Compilación: tendencias de la moda	.		31
Concepto formal de diseño: bocetos de trabajo			51
Primera etapa de solución de diseño	.		69
Segunda etapa de solución de diseño	.		81
Propuesta final: bocetos de trabajo y piezas finales			95
Conclusión y fotografías con modelo	.		116

Proyecto



Concepto de diseño

La vestimenta que utilizamos cotidianamente esta básicamente solucionada con **piezas** hechas de algún **material textil**. Y es a partir de las características físicas de estos, y los **procesos de manufactura**, que las prendas de vestir funcionan.

Una Prenda de vestir es, en si misma, la **unión** de varias piezas **textiles** cortadas previamente con dimensiones específicas, que **funciona puesta sobre el cuerpo** por medio de diferentes **sistemas de cierre y ajuste**: botones, cierres, broches, cinturones, tirantes, cintas, etc. A esto podríamos llamarlo **icono** si solo nos referimos a la manera en que se soluciona y produce una prenda de vestir actualmente. Pensaremos en una manera diferente de “**uso**” para una prenda de vestir femenina, buscando principalmente cambiar este ” icono” y pretendiendo que sea esto una pauta para la innovación.

Es un sistema de prendas prefabricado, ajustable, estandarizado, capaz de modificarse cada vez que “alguien” lo utilice.

Mi propuesta de diseño: **Materia prima** + corte + **moda** + **usuario** = *nuevo sistema de “vestido”*
 (habilitado de piezas) (estructura)
 Diseño Industrial

[illegible]

O D T

Propuesta prospectiva para prenda de vestir.

En este proyecto lograremos una **prenda de vestir**, “femenina”, que por sus características de **Diseño Industrial**, se adapte a las técnicas y materiales que se plantean como una posible evolución de lo que se utiliza actualmente.

Como resultado obtendremos un nuevo aspecto en la indumentaria a partir de materiales de ultima tecnología y procesos, generando en la persona que lo utilice una nueva experiencia de uso: una apariencia diferente.

El adecuado control sobre los factores estéticos que afectan a la prenda, nos permitirá lograr que el aspecto de ésta sea incluso, **novedoso**.

Se deberán elaborar Pruebas de la propuesta final de Diseño.

P Aprovechando las características y posibilidades de los **materiales textiles de última tecnología**, buscaremos **reducir a una sola pieza textil** todas las partes que integran una prenda de vestir. También se simplificará al mínimo el **proceso de corte y confección**. De manera que sólo se requiera el corte necesario para dimensionar el largo de la prenda, mientras que el ancho original de la pieza textil se mantiene.

F Esta pieza textil se convierte en **“vestido”** cuando la usuario **arma la prenda sobre si misma**, utilizando piezas de sujeción que mantienen **a tensión** el textil haciéndolo **funcionar como prenda**. Dichos puntos requieren de distintas cualidades: rigidez, flexibilidad y resistencia; por su parte, el textil deberá ser, en cierto porcentaje al menos, elástico.

E Ninguna de las cualidades antes mencionadas deberán complicar el uso de la “prenda”.

Es Las **piezas** de sujeción podrán **intercambiarse** indistintamente con otras piezas textiles y el **aspecto final** del “vestido” dependerá de cuantas y como se utilicen. Esta cualidad funcional permitirá personalizar cada prenda para brindar un aspecto único cada vez que se utilice.

Consideramos que los **puntos de sujeción** necesarios **son tres**: zona del **escote**, zona de la **espalda**, y uno que cierre la tela como falda a la altura de la **cadera** . No siempre se utilizarán los tres a la vez.

Introducción

¿Qué es una prenda de vestir?

Cubierta que se pone sobre el cuerpo por honestidad y decencia o para abrigo o adorno, propiamente dicho. (Diccionario de la Lengua Española)

Al paso del tiempo este útil objeto ha experimentado un progresivo perfeccionamiento en relación a las materias primas y técnicas empleadas. Es decir, siempre ha sido un objetivo sujeto a las modificaciones y adecuaciones que resuelven sus múltiples posibilidades funcionales.

Los distintos pueblos y culturas en el mundo han modificado gran cantidad de materiales para utilizarlos como vestido. Hojas o cortezas, en su estado natural o debidamente preparadas; materiales obtenidos de animales, como lana, cuero, seda, etc. Materiales vegetales como algodón, lino y cáñamo, y muy recientemente, textiles sintéticos provenientes del petróleo.

En suma, se podría definir como un objeto de diseño en relación a sus cualidades funcionales, ergonómicas, estéticas y de producción. Por lo tanto, lo considero un objeto susceptible al diseño industrial no sólo por sus implicaciones técnicas y estéticas sino por el amplio espectro cultural que lo inspira.

Incluso se menciona en textos bíblicos como el único objeto que provee el señor dios a adán y Eva cuando los hecha del paraíso. Hizo también el Señor Dios a Adán y a su mujer unas túnicas de pieles, y los vistió.
(génesis 4, p.2 v.20)



Esbozo Histórico de la indumentaria y la “moda”.

1.0 La indumentaria y el vestido

Las raíces de la necesidad de vestirse son, a grandes rasgos, tres: la protección del cuerpo, la apariencia y el pudor.

El vestido satisface una de las necesidades básicas del ser humano: un abrigo para las inclemencias del clima. Esta necesidad básica ha generado, a lo largo de la historia, otras necesidades y otros satisfactores. Las personas vestimos no sólo para cubrirnos del frío o calor sino también por razones morales, culturales y básicamente estéticas.

Se puede considerar al vestido como un elemento para seducir.

James Laver un inglés, gran estudioso de la indumentaria solía decir: “Es nuestro espíritu lo que vestimos, no nuestro cuerpo”.

2.0 Esbozo histórico del vestido y el surgimiento de la moda.

Con seguridad la necesidad del vestido aparece cuando el Homo Sapiens inicia el proceso de emigración desde el sur de África, donde vivía en un ambiente propicio y calido, para dirigirse a lugares con otros climas que le obligaron a buscar refugio y tomar cosas de la naturaleza para protegerse. Probablemente lo primero fueron hojas y otros residuos vegetales como la paja, para después dar el primer gran paso hacia la utilización de las pieles de los animales que cazaba.

El uso de las pieles hizo posible la búsqueda de nuevos lugares, al tiempo que desarrollaba mejores armas e instrumentos que le permitieron mejorar sus prendas.

Ya en la remota antigüedad, hace más de veinte mil años tenemos pruebas del uso de los textiles. El aprovechamiento de fibras vegetales o del pelo animal por medio del hilado y el tejido ha sido el paso más importante en la historia del vestido y corresponde a las épocas en que se abandona el nomadismo.



La experiencia en la creación de objetos tejidos y cestería a partir de fibras vegetales, se aprovechó para la fabricación de cordajes y posteriormente la elaboración de telas, lo que permitió lograr mejores ropajes.

Muchos siglos después y ya en épocas históricas tenemos que la producción de telas con diferentes calidades, gracias al origen de sus materiales, procesos de extracción y técnica de transformación, provocó el primer fenómeno relativo al concepto cercano a la idea de moda y que fue el uso del ropaje para hacer distinción entre diferentes castas, roles sociales, clases, pertenencia a las castas militares o diferencias por motivos religiosos.

Todas las culturas de la antigüedad, hasta donde hemos podido saber, hicieron del ropaje un medio para la distinción social más que para la exhibición del gusto individual, el concepto cambia poco a poco durante los años finales de la Edad Media y se consolida, como fenómeno de moda, durante el Renacimiento.

Aunque resulta bastante complicado saber cuáles eran las prendas que usaban los medievales, es cierto que encontramos algunas pautas: el vestido femenino solía ser largo mientras que el masculino era corto. Los sectores privilegiados utilizaban los colores, sobre todo el púrpura que era el signo de pertenencia a la máxima altura social, mientras los más modestos de la sociedad utilizaban colores oscuros, generalmente negro. Sin embargo, estas afirmaciones son muy limitadas.

Lo que sabemos es que el vestuario medieval experimentó una importante transformación gracias a la burguesía de las ciudades y el contacto con otras culturas, especialmente la musulmana y la bizantina gracias a las cruzadas.

A lo largo del siglo XII apreciamos las primeras innovaciones en el vestido procedentes de las ciudades. Las modas empezaron a manifestarse con cierta fuerza los tejidos fueron adaptándose al cuerpo para marcar las siluetas.



Durante el período de los primeros siglos de la Edad Media los ropajes de ambos sexos eran muy similares, alrededor del siglo XII y con la aparición de los conceptos de amor y galantería, se inició una época en que la distinción entre las ropas masculinas y las femeninas se radicalizó. En los tiempos finales del medioevo encontramos un acentuado gusto en las damas por los largos cabellos, los pechos altos y el encorsetamiento de la cintura. Estas modas fueron impuestas por las clase urbanas acomodadas y posteriormente se irían acercando al resto de estamentos sociales tanto del campo como de la ciudad.

Con la multiplicación de los roles sociales, el nivel de cada persona estaba determinado no por el linaje, sino por la función que cumplía en su contexto. Un adinerado feudal, no usaba ropa igual a la de un siervo o un sirviente. Es así como surge la necesidad de diseñar uniformes que serán utilizados en el lugar de trabajo, con el fin de hacer notar el rango social, pero el vestido cotidiano empieza a indicar elementos tales como el tipo de actividad que se realiza, la hora del día en la que se utiliza, la ocasión específica, el género al cual se pertenece.

A raíz de la Peste Negra que diezmó la población europea, entre los sobrevivientes se desató un irrefrenable deseo por disfrutar de lo terrenal, por lo que los labriegos y artesanos iniciaron un cambio de costumbres al imitar a los burgueses en sus atuendos. Durante ese momento crítico, el cronista florentino Mateo Villani observa escandalizado como “las mujeres de baja condición aprovechan para casarse los ricos vestidos que habían pertenecido a damas nobles ya difuntas”. También los predicadores, pretendiendo aprovechar el recuerdo de la peste para probar el castigo divino a los pecadores de esa sociedad decadente, exponen desde los púlpitos sus críticas al desenfreno en las costumbres del vestido, como vemos, logran el efecto contrario. (Datos tomados de la obra de Albert Racinet. *La historia del Vestido*. Editorial Libsa, Madrid, 1984)



La estrategia de imitación de las clases subalternas que imitan a las clases superiores fue una tendencia que lejos de “volver a la normalidad” se continuó y evolucionó ya como una manifestación social con características propias, la imitación ya no se hace solapadamente, en un momento pasó a hacerse de manera abierta y retadora, con la confección de vestidos ex profeso. La burguesía empieza a adoptar las maneras de vestir de la nobleza mientras los artesanos les copian a ellos. Este fenómeno da pie a lo que conocemos como **moda**, una manera de distinción social en la que vemos como surgen las innovaciones, cada vez más sofisticadas, caprichosas y difíciles de imitar para establecer la diferencia.

La moda es una carrera donde los privilegiados derrochan para señalar su posición y los inferiores para tratar de alcanzarlos. Cuando la clase inferior adopta una tendencia, la superior la cambia por otra más extravagante o costosa. Esta situación caracteriza o define a los siglos XVIII, XIX y la primera mitad del siglo XX. Las pelucas blancas, los puños de encaje sobre las manos, las tiesas levitas y los tacones altos en la corte de Luís XIV eran una manera de decir que su portador jamás habría de trabajar, situación que no era fácil de imitar para quienes pertenecían a una naciente burguesía que todavía estaba muy cercana a sus orígenes en los gremios artesanales.

Debemos entender que el fenómeno de la decantación de las modas no era simplemente de un proceso de imitación, de haber sido así las clases menos poderosas hubieran encontrado con mayor celeridad la manera de igualarse a las poderosas, pero existe otro ingrediente en los procesos de adopción de la moda.



Como anotamos anteriormente, las súplicas y amenazas de los eclesiásticos a partir de la epidemia lograron un efecto contrario al que pretendían. Porque como lo hemos visto para todos los fenómenos relacionados con lo estético, la empatía se genera dentro de un proceso dialéctico, “Eros y tanatos” (amor y muerte), de atracción y repulsión.

El acto de recibir la motivación que desencadena la emoción estética nos toma desprevenidos, pues una de sus características es su sentido de creación. Al carecer de antecedentes un impacto estético siempre genera un momento de confusión de valores y de duda entre el disfrute o la repulsión. La educación respecto al arte y nuestras actitudes de tipo circunstancial influyen en nuestras reacciones, pues es lo que va formando nuestro gusto como el recurso que aplicamos para recibir negativa o positivamente el impacto estético.

La percepción de la nueva moda es exactamente lo mismo, las clases menos “adelantadas” perciben la novedad como motivo de escándalo, hay una repulsión por que siempre entra en conflicto con los valores de tipo ético que aparentemente sustentan “lo que debe ser” en cuanto a lo estético. Siempre habrá algunos miembros de determinadas capas de la sociedad que se nieguen a aceptar esas manifestaciones que consideran inmorales, frente a los que con cierta capacidad o flexibilidad adoptan poco a poco las novedades, cuando cierto estrato las ha asimilado, aparecerá en las capas superiores una nueva moda, que implicará un nuevo reto de asimilación estética.

Por lo anterior, vemos que la adopción de una moda no es la copia automática de las prendas, sino que primeramente debe darse la aceptación de la conducta, el fondo, para poder adoptar el ropaje, la forma.



Durante los principios del siglo XIX, cuando el fenómeno de la moda se consolida como una expresión estética, **la ropa deja de ser para siempre un símbolo de casta y pasa a ser un símbolo de clase.** Es a partir de la revolución francesa y ya en pleno desarrollo industrial, con el ensanchamiento de las ciudades y el crecimiento demográfico, cuando la ropa más ligera e informal reemplazó a los trajes aparatosos.

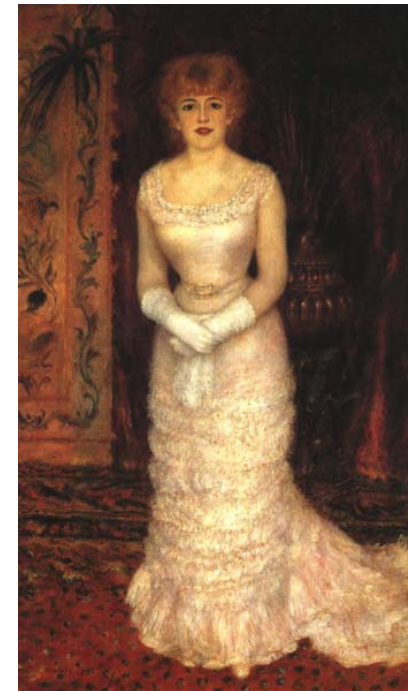
La primera industria que reflejó los avances tecnológicos, y los cambios en el modo de vida para los involucrados, fue precisamente la industria textil. Las primeras fábricas, fueron los productores de lienzos de tela. Esto abarató la tela y la puso al alcance de una mayoría que anteriormente recogía los sobrantes de las clases privilegiadas o que se vestían con tejidos muy toscos. Los tiempos cambiaban, la sociedad se iba transformando y nuevas tendencias en el vestido señalaban cambios en la moda, **surge la democratización de la ropa.**

Esto aceleró, lógicamente, el proceso de movilidad de la moda, para la mitad del siglo XIX podemos hablar ya de una moda consolidada con el concepto de la alta costura, es decir, la elaboración de prendas diseñadas y confeccionadas específicamente para ciertas personas, de muy alto nivel adquisitivo. Probablemente el primer diseñador que logró fama internacional y posicionó a Francia como el centro de la moda, paradójicamente fue el inglés Charles Frederick Worth (1825 – 1895), quien abrió su taller y salón de modas en el centro de París el año de 1857, este excéntrico personaje se consideraba a sí mismo un artista y solamente recibía a su clientela si cumplía con sus requisitos en cuanto a abolengo e importancia social.

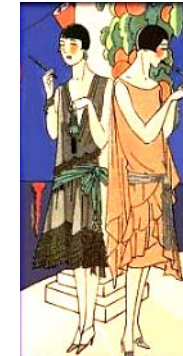
Worth dejó de confeccionar vestidos para pasar a diseñar moda, su gusto se convirtió en el canon y sus diseños tuvieron una influencia persistente hasta ya entrado el siglo XX. La moda pasó a ser una forma de vida, una presencia que a decir de Henry Van de Velde era “una provocación recurrente”. Este arquitecto y famoso diseñador de muebles, pionero del modernismo, defendía la idea de una belleza permanente, decía que un vestido bonito siempre lo sería y que las mujeres no tenían porque cambiarlos constantemente, por lo que consideraba a la moda como algo ajeno a la estética y profundamente inmoral. Por otra parte, la moda tenía sometida a los cánones de belleza femenina, al conservar al corsé y las “cinturas de avispa” como soporte de la moda, aunque les provocaran deformaciones y desmayos frecuentes, los que se consideraban “muestras de delicadeza y temperamento romántico”. De ahí que el mismo Van de Velde se refirió al corsé en términos bastante certeros “el corsé ha sobrevivido tal y como lo precisan los modistos de ropa femenina no para realzar la belleza de la figura de la mujer, sino **simplemente para validar los modelos que han creado**”.



Siglo XIX



Pasando la primera guerra mundial, el diseño de modas, como todos los demás, se transformó radicalmente. Paúl Poiret (1879-1944), un diseñador francés que trabajaba con Worth, suprimió totalmente al corsé y sus diseños, vestidos con caída libre a partir de la parte baja de los senos, impusieron la moda que prevalecería durante la década de los 20's .



Al finalizar la segunda guerra mundial y como una aplicación de las mediciones antropométricas que en los Estados Unidos Henry Dreyfuss (1904 – 1972) para establecer los parámetros y tallas de los soldados americanos a fin de facilitar la confección de uniformes y equipamientos, se desarrollaron industrias del vestido bajo el concepto de elaborar la ropa con tallas preestablecidas, prendas listas para usarse, lo que en lenguaje de la moda francesa se llama *pret a porter*. Inicia una época dorada de la moda, los 50's, durante la cual el mundo occidental, cansado de guerras, destrucción y muerte, busca la belleza y la elegancia. Coco Chanel (1883 – 1971) introdujo en sus modelos el pañuelo e impuso una visión delicada de la mujer eficiente que podía trabajar sin perder sus cualidades, otra aportación suya fue la idea de convertir al perfume, Chanel no.5, en un accesorio más del vestido.

En pocos años se reconstruyen los países afectados por la guerra y se vive un clima de abundancia sin precedentes. Florecen la arquitectura y el diseño. Hay una gran expectativa por la ciencia y los adelantos tecnológicos, el futuro, representado por el año 2000, promete maravillas y una muy alta calidad de vida. Christian Dior (1905-1957) presenta en el 49, apenas a unos años de las restricciones por la guerra una colección con gran derroche de telas y accesorios lujosos y que todo mundo consideró equivocada, pero él intuyó que eso precisamente era lo que la gente deseaba. Anchos sombreros, faldas muy amplias, guantes para las fiestas, trajes para hombre de cortes impecables y combinaciones de colores de gran alegría son lo que constituye la moda.

Ya para iniciar la década de los 60's y con el advenimiento del Rock'n roll, la generación nacida en los últimos años de la guerra impuso la moda rebelde que se inicia con la utilización cotidiana de la ropa para los trabajos más bajos, los *Jeans*, pantalones de una mezclilla de lona y manta azul son la primera prenda que utilizan indistintamente hombres y mujeres. Había nacido **la primera moda unisex**, creada por y para los jóvenes, mientras el rompimiento con la generación anterior se establece como el paradigma de la época. En 1965 la falda subió por encima de la rodilla y Mary Quant (1934-) impuso la mini, escandalosamente alta y que dejaba ver, sin dificultad, las prendas mas íntimas de las jóvenes que no se avergonzaban por ello. Un año después, Yves Saint Laurent (1936 -) se convierte en el modisto de la época al crear un estilo andrógino, el vestido trapecio, el esmoquin para mujer e introdujo en su colección a los Jeans con lo que proclamó la “moda callejera”. Este diseñador entendió perfectamente su momento y los deseos de su público: **“Las personas ya no quieren estar elegantes, sino seducir”**. (Datos anteriores tomados del libro de Gertrud Lehnert, *Historia de la moda del siglo XX*, Ed. Konemann. Colonia, 2000)

La moda inicia una nueva transformación, ya no estará más en el diseño de la ropa, sino en la actitud de quien la porta como símbolo de su pertenencia a cierto grupo de la sociedad. La década de los 70's es francamente de transición y crisis, No es ya la moda de ruptura juvenil de la década anterior pero tampoco tiene una fisonomía propia. Es el preludio a la sociedad posmoderna.



En los ochenta ya no hay una moda tal como se había entendido casi por tres siglos, los movimientos juveniles ya no son una postura sociopolítica como lo fueron en los sesentas, sino la creación de distintos clanes, hay un definitivo divorcio con la belleza y la elegancia. En los noventas mueren los tabúes del vestir. Llega el momento en que todas **las tendencias se pueden usar, mientras manifiesten la imagen que el portador quiere comunicar**.

Al desaparecer la moda como ese proceso de cambio constante y como la carrera sin fin donde las clases privilegiadas imponían tendencias que las inferiores imitaban, el acto de la proyección de una imagen por medio del atavío se convierte en asunto interesante para los estudiosos.

El primer teórico que trató el tema de la moda y el vestido fue el sociólogo noruego – americano Thorstein Veblen (1857 – 1929), quien escribió : “Nadie encuentra difícil aceptar que gran parte de los gastos para vestirse en que incurren las personas de todas as clases, se hacen más en el sentido de lograr una apariencia aceptable más que por la protección del cuerpo. **La realidad es que la necesidad del vestido es más espiritual que física**” (Veblen, Thorstein *Teoría de la Clase Ociosa*. Alianza Editorial, Madrid, 2004).

Bayley sostiene que es un lenguaje, dado que **“no hay transmisores más eficaces que los objetos que nos visten”** (Bayley, Stephen. *Taste, The secret maning of things*. Panteón Books. 1992. New York), pues actúan como unos extraños dispositivos que ponen el corazón por delante de la piel” El atavío, ese conjunto de objetos, zapatos, accesorios, afeites, maquillaje, joyas, y la actitud para llevarlos puestos, representa y expresa valores o posturas ideológicas que nos negamos a decir abiertamente, **es una especie de código del inconsciente para quien sepa leerlo.**



El mismo autor recuerda al modisto Ralph Lauren, quien en una entrevista que le hiciera la revista Ney York magazine en 1985, dejo que **“La ropa muestra tu gusto, es tu mayor expresión y es lo primero que dice algo de lo que quieres mostrar al mundo”**.

Hasta la primera mitad del siglo XX gran parte de las reflexiones sobre la moda aparecen incompletas y fragmentadas, pues al ser considerado pura frivolidad fue un tema bastante abandonado por los estudiosos. Un primer marco conceptual lo tenemos en la obra del ya mencionado sociólogo Thorstein Veblen, quien analiza y critica los mecanismos que van llevando a las clases privilegiadas a apropiarse del ocio y a una entrega al consumo exacerbado. Lo cual a manera de función social fundamental, repercute en la reproducción económica y reproducción simbólica por emulación, lo que incentiva las actitudes de consumo en las otras clases. Pese a que su obra fue publicada en 1899, podemos ver que muchas de las observaciones de Veblen mantienen una inquietante vigencia, siempre teniendo en cuenta y asumiendo las inevitables metamorfosis que ha llevado aparejadas el siglo XX.

Para adentrarnos en el análisis de este complejo fenómeno, tan ligado a la estética y a la socioeconomía, debemos recurrir a los textos de Baudrillard, pionero en el estudio filosófico del tema. En su análisis hay un esfuerzo por desmitificar la ideología del consumo como “un comportamiento utilitarista de los sujetos condicionado por el goce y la satisfacción de sus deseos, así, hoy en día la lógica social que condiciona el conocimiento operativo de los objetos de acuerdo con las diversas clases o categorías, tiene que ser al mismo tiempo un análisis crítico de la ideología del consumo”. Este doble análisis, el de la función social distintiva de los objetos y el de la función política de la ideología que con ella se relaciona, se basa en una condición previa: La superación de la visión espontánea de los objetos en términos de necesidad o de su valor de uso, de ahí que la hipótesis consistente en asignar a los objetos un único estatus funcional sea ya insuficiente. **Lo fundamental en las sociedades modernas es el valor de cambio y de signo.** En efecto y como lo ha señalado el propio Baudrillard, “una verdadera teoría de los objetos y del consumo se fundará no sobre una teoría de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación” (Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo*. Plaza y Janés. Barcelona, 1974).

La sociedad de consumo, *El sistema de los objetos* y *La economía política del signo*, son un punto de partida obligado para toda reflexión respecto de la moda en la sociedad contemporánea.



Esta función primordial de los objetos se encuentra en Veblen bajo la noción de **“derroche ostensible”**, cuya meta era significar el rango social. Y es siempre un aquello que tienen de fútil, de superfluo, de no funcional, esto es, en el juego de la moda, donde los objetos adquieren su significación de prestigio, designando al ser y la categoría social de su poseedor. Por ello, la teoría de Veblen se ha convertido en un marco de referencia y ha adquirido un valor de modelo interpretativo para entender el consumo como una estructura de segregación y de estratificación.

Para Baudrillard nunca se consume un objeto por sí mismo o por su valor de uso, sino en razón de su valor de cambio, es decir, en razón del prestigio, del estatus y de rango social que confiere. Pues, por encima de la satisfacción de las necesidades, **hay que reconocer en el consumo de la moda un instrumento de la jerarquía social, y en los objetos un ámbito de producción social de diferencias y valores clasistas.**

La sociedad de consumo, con sus obsolescencias orquestadas, sus marcas más o menos cotizadas, no es más que un inmenso proceso de producción de valores – signos cuya función es otorgar connotación a los rangos y reinscribir las diferencias sociales en una época igualitaria que destruye las jerarquías de nacimiento. Al efecto, la ideología hedonista que sustenta el consumo no es sino la coartada de una determinante más fundamental, la lógica de la súper diferenciación social. Pues la carrera del consumo y el afán de novedades no encuentran su fuente en la motivación del placer, sino que opera bajo el impulso de la competición de clases.

Ante semejante problemática, lo que motiva básicamente a los consumidores no es el valor de uso de las mercancías, sino que a lo que aspiran: al rango y a la diferencia social, pues los objetos no son más que exponentes de clase que funcionan como signos de movilidad y aspiración social. Precisamente, es la lógica del **objeto signo** la que impulsa a la renovación acelerada de los objetos y su reestructuración bajo el imperio de la moda, pues el fin de lo efímero y la innovación sistemática es reproducir la diferenciación social. Las audaces y aberrantes novedades de la moda tienen como función volver a crear distancias, excluir a la mayoría incapaz de asimilarlas, adquirirlas de inmediato y distinguir a las clases privilegiadas que sepan apropiárselas. En este sentido, **“la función social de la innovación formal en materia estética es una función de discriminación cultural ”** (Veblen Pág. 34)

“La innovación formal en materia de objetos no tiene como fin un mundo de objetos ideal, sino un ideal social”.



Pierre Bourdieu (1930 – 2002), sociólogo y profesor del College de France, ha establecido un punto obligado de reflexión teórica en las sociedades contemporáneas. Para este autor el principal concepto que caracteriza al seguimiento de una moda es la búsqueda de la **“diferenciación”** , un valor que ejemplifica al capital cultural como generador de estilos de vida diferenciados. En este sentido, opina que cada uno de los universos de preferencias que existen, al funcionar como un sistema de variaciones diferenciales, permiten expresar las diferencias sociales de forma tan completa como los sistemas más refinados. *“Y es, porque la relación de distinción se encuentra inscrita en él y se vuelve a activar, en cada acto de consumo, mediante los instrumentos de apropiación económicos y culturales que se exigen”* (Bourdieu, Pierre. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Madrid, 1988. Pág. 223).

Las incesantes transformaciones de la moda son producto del concierto objetivo, por una parte, de la lógica de las luchas internas en el campo de producción que e organizan según la oposición entre lo antiguo y lo nuevo, lo caro y lo barato... y por otra, la lógica de las luchas internas en el campo de la clase dominante que enfrentan a los poseedores y a los pretendientes pretenciosos. como dice Bourdieu, en *“la correspondencia de dos lógicas relativamente independientes, la lógica de los campos de producción y la lógica del campo del consumo”* (Pág.. 223).

Ahora bien, no es casual que la búsqueda de la distinción no necesite presentarse y afirmarse como tal, pues una educación burguesa basta para determinar los cambios más especiales en un momento dado del tiempo. Por el contrario, “la pequeña burguesía de formación reciente hace demasiado, traicionando así su inseguridad, y se desvaloriza por la propia intención de distinción. Lo que significa que las estrategias de pretensión estén perdidas de antemano”. Lo que Bourdieu quiere decir es que la ilusión sociológicamente fundada en la distinción natural, reposa en el poder que tienen los dominantes de imponer con su existencia misma, una definición de la excelencia que, al no ser otra cosa que su propia manera de existir, está destinada a presentarse a la vez como distintiva y natural.

Los elementos conceptuales propuestos están muy lejos de agotar las posibilidades de análisis del fenómeno de la moda. De hecho y como consecuencia, Bordieu elabora un espacio social estructurado con base en los tres componentes de la clase social, “capital económico, capital cultural y capital social”. Estos agentes influyen sobre el espacio social con puntos de vista que dependen de la posición que en el mismo ocupan; y son los que en determinados momentos se comportan como medios para expresar la necesidad de conservar o transformar determinado contexto social.

Nuestra sociedad postmoderna ha generado fenómenos cada vez más complejos y ambiguos, mismos que han sido analizados por distintos sociólogos, que señalan principalmente o de manera muy destacada a tres actitudes identificadas como el individualismo, la multidimensionalidad y el multiculturalismo. Actitudes que generan las conductas sociales características o que distinguen a esta nueva sociedad de consumo masivo.

El interés de este trabajo arranca precisamente de esta nueva perspectiva que intenta descifrar el nuevo papel de la moda en las sociedades avanzadas.

Una de las figuras que ha analizado a nuestra sociedad, donde identifica al fenómeno de **individualismo**, ha sido el sociólogo Gilles Lipovetsky (1944). Quien reconoce que “El diseño de los objetos y los discursos de justificación de sus usos, en coherencia con este marco, han ido evolucionando del funcionalismo y el styling opulento, a una nueva “razón” pragmática, efectista, ecléctica, hiperconsumista y cínica que se consagrará como el gran significante de toda la época: el postmodernismo” (Lipovetsky, Gilles *El imperio de lo efímero.. La moda y su*

destino en las sociedades humanas. Ed. Anagrama. Madrid, 1990) Este autor aborda el papel del look aceptando que los actos de consumo para integrarse a la moda han sido sustituidos por el placer y la comodidad. En su opinión **el concepto de integración a una moda ha pasado de ser un símbolo temporal que identifica a un momento histórico, para ser un símbolo de estilo**, es decir la apariencia ya no indica la pertenencia a un lapso en el tiempo dentro de una cultura, sino ahora es la manifestación de pertenencia a una especie de micro sociedades o “tribus” formadas dentro de la sociedad, independientemente del tiempo en el que se vive. Este proceso de cambio, que ha sido definido por Lipovetsky como la “segunda revolución individualista”, se traduce en el declive de la moral centrada en el deber del individuo, el individualismo narcisista se convierte en el nuevo trasfondo moral de las sociedades contemporáneas. En este sentido, “*los valores permisivos, hedonistas y psicologistas relevan a los valores disciplinarios y rigoristas, que eran los dominantes en la cultura del industrialismo burgués hasta el desarrollo del consumo y la comunicación masiva*”. (Lipovetsky, G. *La era del vacío*. Anagrama. Barcelona,1986. Pág.. 9)



En el ámbito del look, uno de los cambios que testimonian la emergencia de personalidades narcisistas, propias del individualismo contemporáneo, es que, paralelamente a la apariencia legítima, aparecen nuevos comportamientos individuales y colectivos en ruptura con el momento anterior. Si durante mucho tiempo la lógica social de la moda fue la de distinguirse socialmente mediante la manera de vestir, con el surgimiento del *Prêt-à-porter* y el fin de las tendencias de temporada marcadamente unificadas se vaticina **el final del dirigismo disciplinario de la apariencia y la aparición de la multiplicidad estética. Ya no hay una sola moda, sino una multiplicidad de modas.**

Igualmente legítimas. Paralelamente, frente a esa fragmentación estilística, se producen otros cambios muy significativos en los comportamientos y en las motivaciones del individuo frente a la moda y al look (Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero* Anagrama, Barcelona, 1990. Pág.. 161).

En primer lugar, se constata una mayor autonomía de los consumidores en relación a las novedades. Mientras en la fase anterior, durante la era moderna, había que adoptar los últimos modelos lo más rápidamente posible, en la sociedad posmoderna, por el contrario, la tendencia es meramente indicativa. Ya no hay una correspondencia entre la innovación y la difusión, entre la vanguardia creativa y el público consumidor, pues “la calle” se ha emancipado de la fascinación de los líderes de la moda y asimila las novedades a su ritmo y a su antojo.



Así, es muy difícil estar absolutamente pasado de moda. En segundo lugar, cuando ya no hay moda unitaria, pues como ha dicho Lipovetsky, “el look funciona a la carta”. Las mujeres continúan siguiendo la moda, pero de manera más libre. Llevan lo que les gusta, lo que les va, no la moda por la moda, **(siempre y cuando este de moda)**. El mimetismo directivo característico de la moda clásica ha dado paso a un mimetismo de tipo optativo. Se imita lo que se quiere, cuando se quiere y como se quiere. En tercer lugar, ese individualismo narcisista conduce a la relajación de la preocupación por la moda. La moda entra en la era desapasionada del consumo, en la era de la curiosidad relajada y diversificada. La lógica del desenfado ha invadido el espacio de la moda.

Otro de los efectos más importantes del individualismo contemporáneo respecto al look es que ha reducido la dimensión del símbolo jerárquico a favor del placer, la comodidad y la libertad. **Pues a través del vestido ya no se busca prioritariamente hacer alarde de pertenencia a una clase social, sino de un gusto, de un estilo de vida.** En este punto, los análisis de la sociología moderna, representada hoy por Bourdieu y Baudrillard, parecen haber olvidado una parte esencial de la explicación de la moda contemporánea al haber permanecido ciegos a un nuevo tipo de regulación social cuya ase es la seducción y la capacidad para elegir en mercados con tal abundancia de productos y donde se genera una competencia despiadada por la venta, que dan lugar a la posibilidad amplificada para elegir.

Ahora bien, tanto Lipovetsky como el también sociólogo italiano y director del “Future Concept Lab” Francesco Morace (1963), aceptan que los objetos son significantes sociales **signos de aspiración social**. El primero aduce que “lo que cuestionan es la idea de que el consumo de masas se rija exclusivamente por el proceso de distinción y diferenciación clásica”, pues en las sociedades modernas se ha desencadenado un proceso de desocialización del consumo y de regresión de la primacía en memorial de los valores clasistas de los objetos en provecho del valor dominante del placer individual y del objeto uso, mientras Morace afirma que “Estamos asistiendo a una coincidencia cada vez mayor entre el mundo del consumo y el mundo de la vida” (Morace, Francesco. *Contra tendencias. Una nueva cultura de consumo*. Ed. Celeste. Madrid, 1993 Pág.. 124)

Así, el consumo de toda a suerte de artículos que ayudan a proporcionar un look para cada individuo, ha dejado de ser una actividad regulada por la búsqueda de reconocimiento social para desplegarse hacia el bienestar, la funcionalidad y el placer en sí mismo. De este modo avanza el individualismo narcisista, al cual corresponde no sólo el desarrollo del furor psíquico y corporal, sino una nueva relación con los demás y con las cosas.

La era de las motivaciones íntimas existenciales, de la gratificación psicológica, del placer por sí mismo, de la calidad y de la utilidad de las cosas, ha tomado el relevo. Todo esto contribuye a adoptar una perspectiva muy distinta acerca del papel tradicional de la moda. Lejos de aparecer como un vector de reproducción de las diferencias sociales, el sistema de la moda en expansión ha permitido, más que cualquier otro fenómeno, la continuidad de la trayectoria secular hacia la conquista de la **autonomía individual y la reducción de las distancias sociales**.

Reforzando estas ideas y frente al individualismo que rechaza cualquier consideración de orden social al devenir de la moda, ha surgido otra corriente del pensamiento que, sin reproducir los patrones clásicos de la distinción de la moda, cuestiona el papel exclusivo del yo y realza la importancia de la extensibilidad del yo en micro sociedades (tribus) (Maffesolí, Michel. *Los tiempos de las tribus. El declive del individualismo de la*

sociedad de masas. Ed. Icaria, Barcelona,1990).

a las que se pertenece simultáneamente o sucesivamente. Esta hipótesis ha sido planteada por Michel Maffesolí (1944), profesor de la universidad de la Sorbona, al tiempo que dirige el Centro de Estudios sobre lo Actual y lo Cotidiano en París y también el Centro de Investigaciones sobre lo Imaginario en Grenoble, quien ha asegurado que “*nuestro fin de siglo exhibe una sociabilidad caracterizada por una dialéctica constante entre la masificación creciente el desarrollo de unos microgrupos llamados Tribus*”.

En este sentido, para poder reflexionar sobre el devenir de la moda hay que aclarar la idea de por que hoy asistimos al reemplazo de una identidad estable por un portador de máscaras sucesivas en esferas sociales cambiantes. En relación con la persona, hay que llamar la atención sobre la existencia de que tenemos una multiplicidad de *yoes* en cuanto que en cada momento, “soy otro”.

Por consiguiente, lo que caracteriza y lo que marca nuestro tiempo es **la estética como expresión efectiva del ambiente tribal**. Esta idea de tribu, hace que estemos entrando en un tipo de sociedad en el que va a dominar la idea de extensibilidad del yo, un ego que se pierde en la tribu. Cuando uno se viste de la misma manera que se viste su tribu, ya no tiene, propiamente hablando, un solo ego: hay aquí un ego extensible.

Si durante mucho tiempo uno de los grandes conceptos básicos que había caracterizado a la sociedad moderna era el concepto de separación, tal como ha sido formulado por la tradición sociológica francesa, Maffesolí piensa que este concepto de separación y de distinción

está superado y lo que se aplicaba a la modernidad es la integración emocional, a través del paradigma estético.

En este paradigma estético, la mezcolanza vestimentaria (los cabellos multicolores, la manera de reutilizar los vestidos retro) viene, en cierto sentido, la función de cemento, de unirme a los otros. En este sentido, la apariencia, el retorno de la imagen a un primer plano, va a tener una función de tipo comunitario. Pero se trata de un sentimiento y de una experiencia compartida que hacen que sea siempre en el interior de un grupo donde yo experimente algo y donde tenga que expresarme. Esto le lleva a decir a Meffesolí que no hay narcisismo en las sociedades postmodernas, sino más bien una especie de **sujeto colectivo**, una extensibilidad del yo, que aparece particularmente representada un especies de agrupamientos de tipo puntual.

Las grandes ciudades modernas nos ofrecen buenos ejemplos de estas agrupaciones cuando uno observa en la vida cotidiana la representación en público de la sucesión de clichés (los punks, el look retro, los hiphoperos, etc.). Todo esto da buena cuenta de este proceso tribal: proceso de la modernidad. De ahí la importancia del fenómeno de la apariencia conocido como **look** en el lenguaje de la publicidad.

Podemos decir que diversas valoraciones sobre la moda y el look han visto la fragmentación de clases, la consolidación de la importancia de la imagen y el triunfo del deseo como móvil del comportamiento individual, más aun, en estos principios de siglo la moda se está orientando hacia formas más maduras y sutiles creándose un mecanismo de autorregulación mediante el cual los consumidores eligen los productos en término de ecología, rechazando con decisión la **lógica de la diferenciación** y buscando en su vestimenta la **lógica de la identidad profunda**.

La moda con sus cambios permanentes transformó al atavío en signo, que consumido vorazmente ha sido el fetiche de la sociedad industrial. Ahora el vestido ya no se utiliza como signo, sino como lenguaje para señalar los propios valores. Podemos pensar con cierto optimismo que será más real y auténtico, con lo que dejará de ser un mero informador de variables sociológicas de los usuarios, para convertirse en comunicador de la trascendencia de las personas.

El cambio que resulte de ese proceso que, por extensión y profundidad, puede hacernos creer en la desaparición y muerte de la moda, también será el reflejo de las transformaciones que la misma sociedad lleva acabo en todos sus órdenes.

Al alterarse la jerarquía de los valores, cambia la índole de relaciones sociales y por ende, la manera como las personas se visualizan y muestran a los demás. El vestido, producto de la moda actualmente masificado, se convierte en el conjunto de productos para proyectar un look, seleccionado por el parecer individual donde es más importante su valor de uso que su valor de cambio.

Como diría Roland Barthes (1915 – 1980) “permanece el significante pero cambia el significado”, es decir, los condicionantes colectivos como el estatus social, la marca, el prestigio de clase ya no son los más importantes, lugar que están tomando los objetivos individuales como autoestima, placer por la posesión, por **el placer del tacto** a determinadas texturas, **por la valoración de la imagen personal**, por la capacidad de juego para presentarse de una manera original (entre otras razones). Un juego de condicionantes que por supuesto incluye a los demás en una relación social que nos permite configurar, recortar y contrastar nuestra propia identidad, (Barthès, Roland, *Elementos de Semiología*. Madrid, Alberto Corazón, 1971)

Con la actualización del valor de uso y la variación de su significado, el atavío ha cambiado radicalmente su esencia hacia motivaciones primitivas y tribales. Sin embargo, esa vuelta al pasado no puede implicar un eterno retorno, cíclico y ritual y por lo tanto inmutable, sino una aproximación conocida pero diferente: **transformada por nuevos materiales y la complejidad tecnológica**.

Tal vez la nueva indumentaria pueda resultar relativamente inmutable y por lo tanto estable, pero a diferencia de la primitiva, podrá ser personalizada con juegos de múltiples variaciones en sus **colores, texturas o incluso en la apariencia de la prenda misma**. Al aplicarse a la producción de textiles y por tanto al vestido, permitirán cada vez más la organización y desarrollo de “**series de estructuras de vestimentas únicas**”.

Si bien la homogeneidad cultural impone su sello en la común percepción de lo espacial, también la forma en que utiliza el “vestido” tiende a mostrar su sello homogéneo al momento de sintetizar la multiplicidad de tipologías.

Estética y formalmente, estas prendas deberán ser prácticamente únicas cada vez que se utilicen, ya que la apariencia de las mismas será resultado de las decisiones de quien las porte, brindándole además la posibilidad de variar según el lugar y circunstancia o, incluso, el estado de ánimo de “ellas”: **una nueva experiencia de uso como fuente de innovación.**

Compilación

Algunas tendencias de la “moda”
2005 - 2006 - 2007

Lo que los diseñadores prefieren para las
mujeres.





¿Qué es femenino?

¿Qué está de moda?

*¿Qué tipo de atuendo
prefieren las mujeres?*



¿Faldas, minifaldas, hombros descubiertos, pantalones ? . .



¿Vestidos,
adornos?

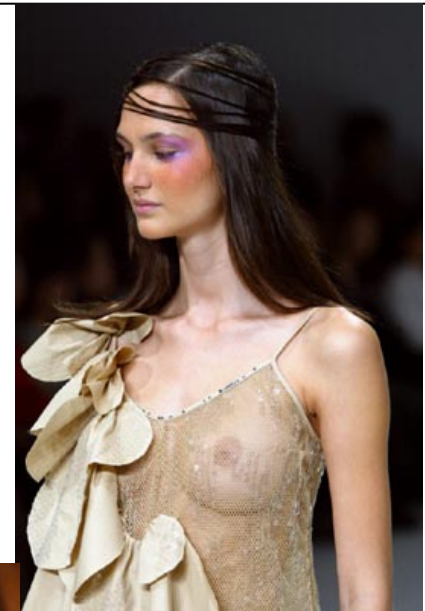




¿Coloridos, muy vistosos?...



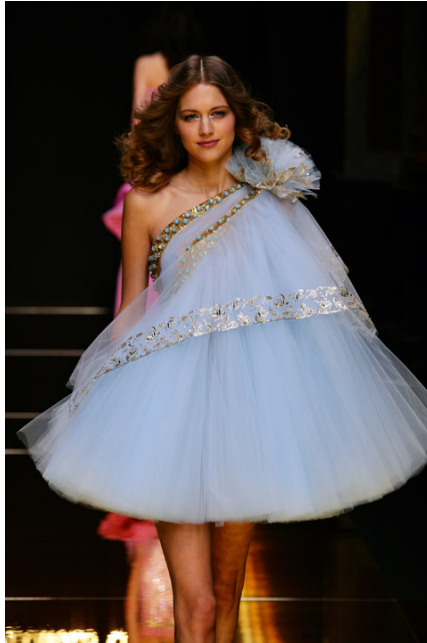
¿Escotes, transparencias?



¿Vestiditos?..



¿largos?...



¿Muy coloridos?



¿Elegantes?...





¿Costosos, diferentes?...





¿Sólo negro? ...



¿Sólo blanco?

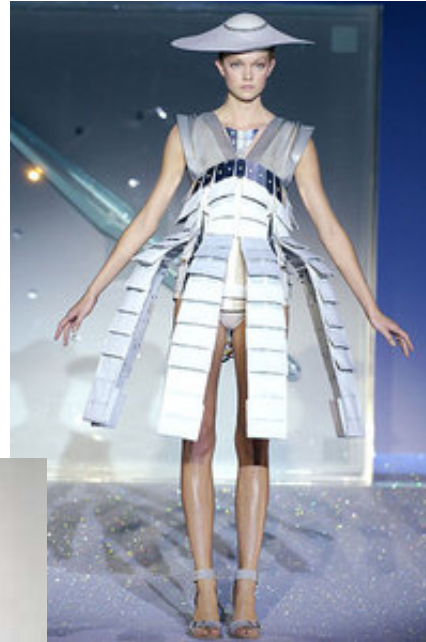




¿Únicos?...



¿Raros?...



¡Muy raros!...





E
X
C
L
U
S
I
V
O
S



O Simplemente...

QUE ESTÉ DE M O D A



Es esta posibilidad la que nos da pie para proponer un tipo de atuendo femenino donde la diferencia radica en la manera como se **usa**. Además, el aspecto de la prenda no estará lejos de lo actualmente considerado “**utilizable**”.

Concepto formal de diseño

Primeras imágenes

Bocetos de trabajo

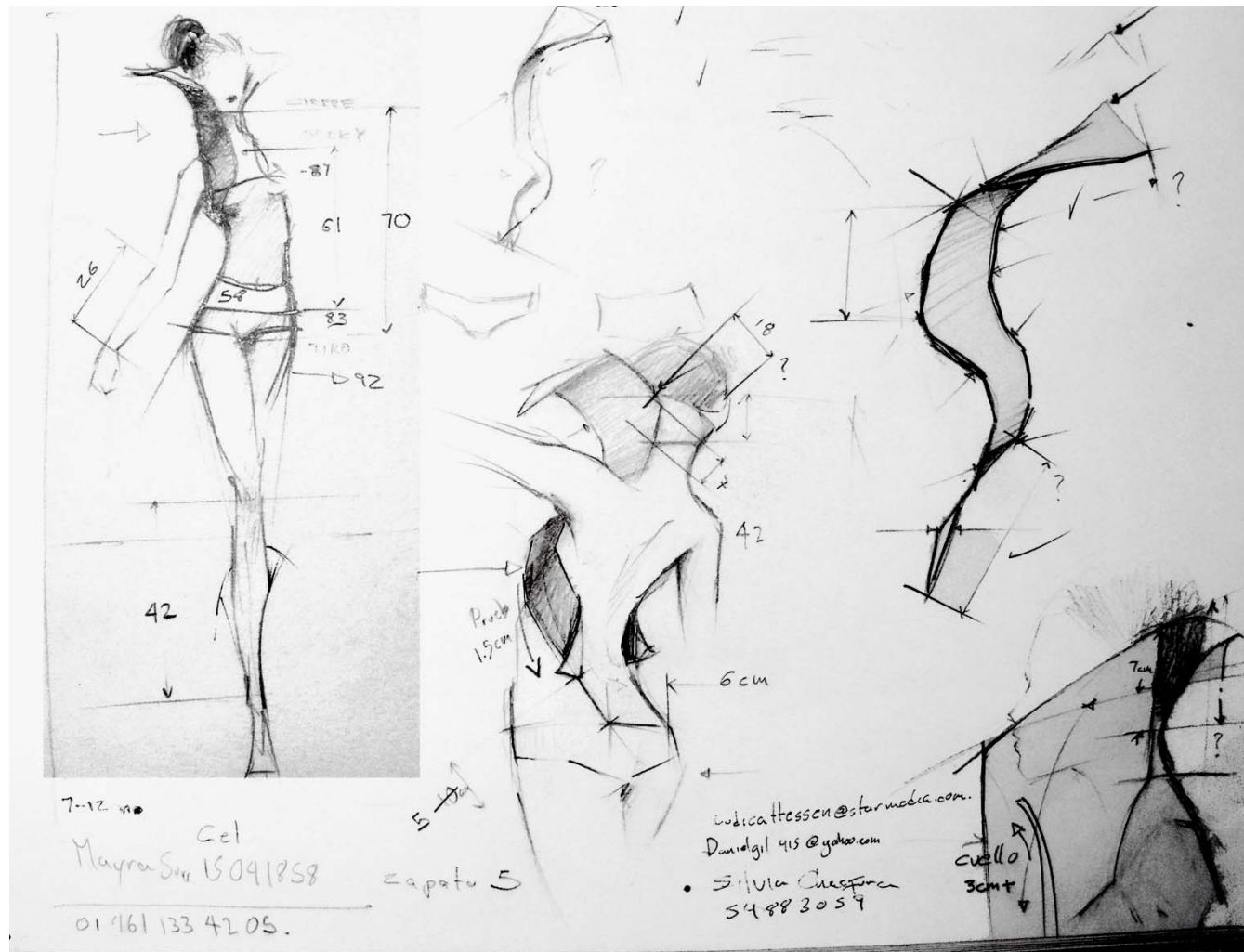


Bocetos de trabajo



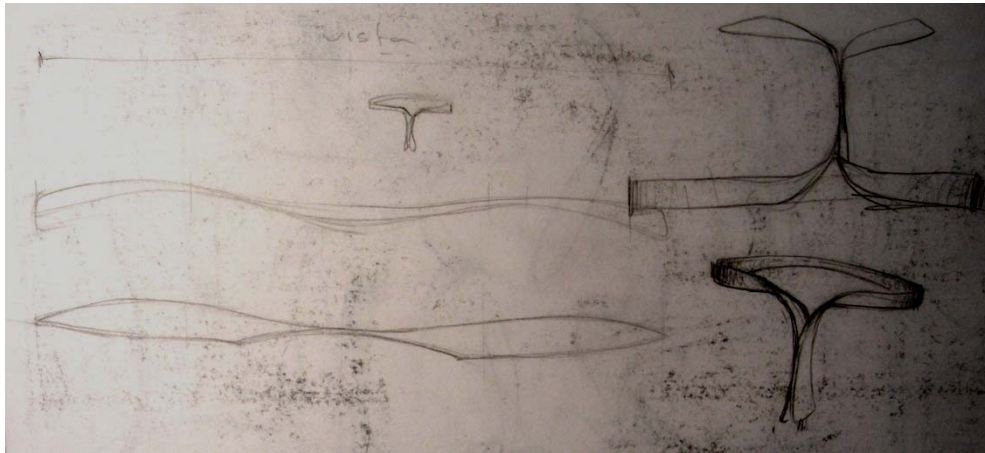
Bocetos de trabajo

Prueba de taller



Segunda etapa de desarrollo de concepto

Trabajo de diseño sobre una primera pieza de sujeción



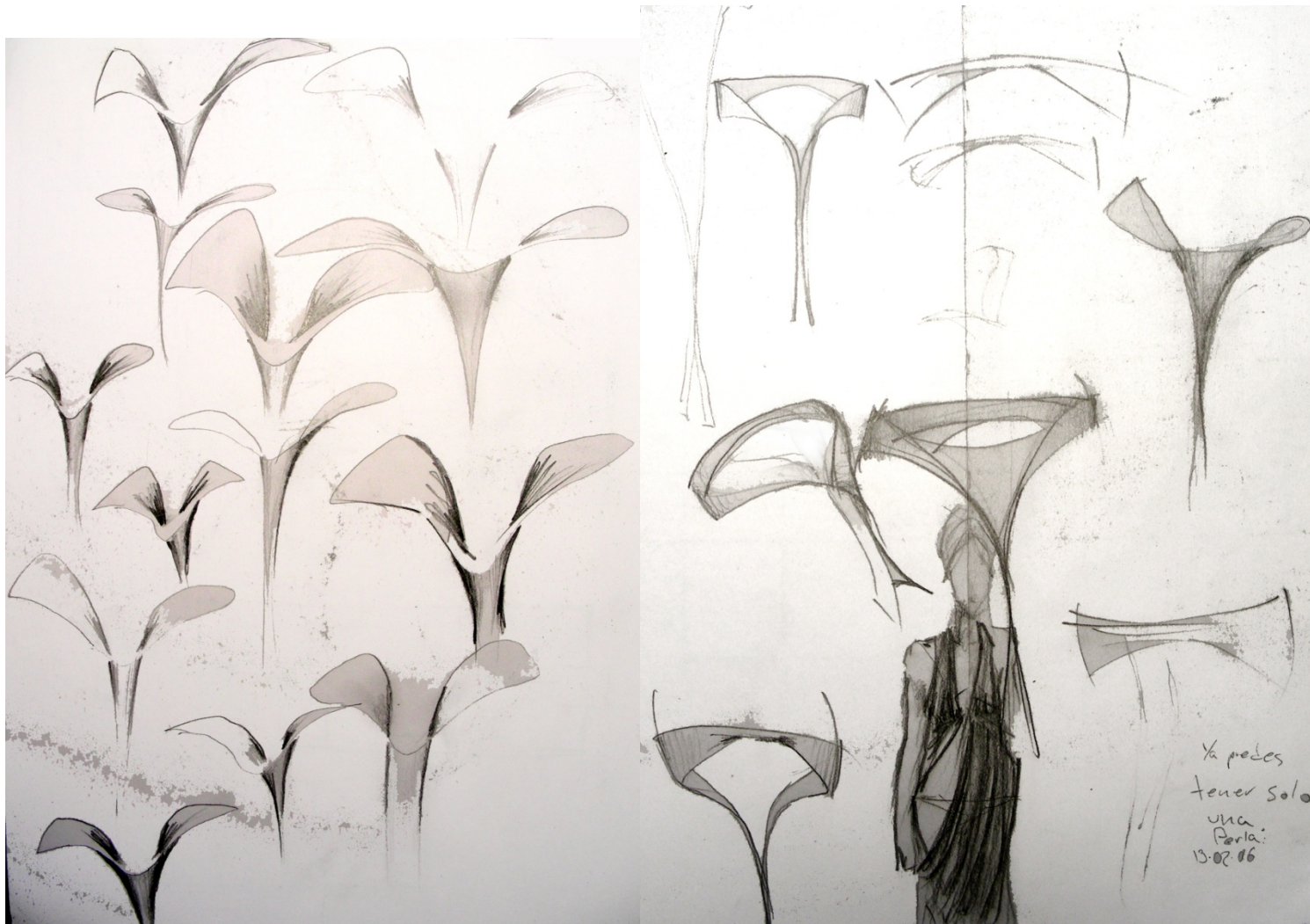
Para esta etapa se consideró que las piezas a diseñar fueran simples.



Bocetos de trabajo



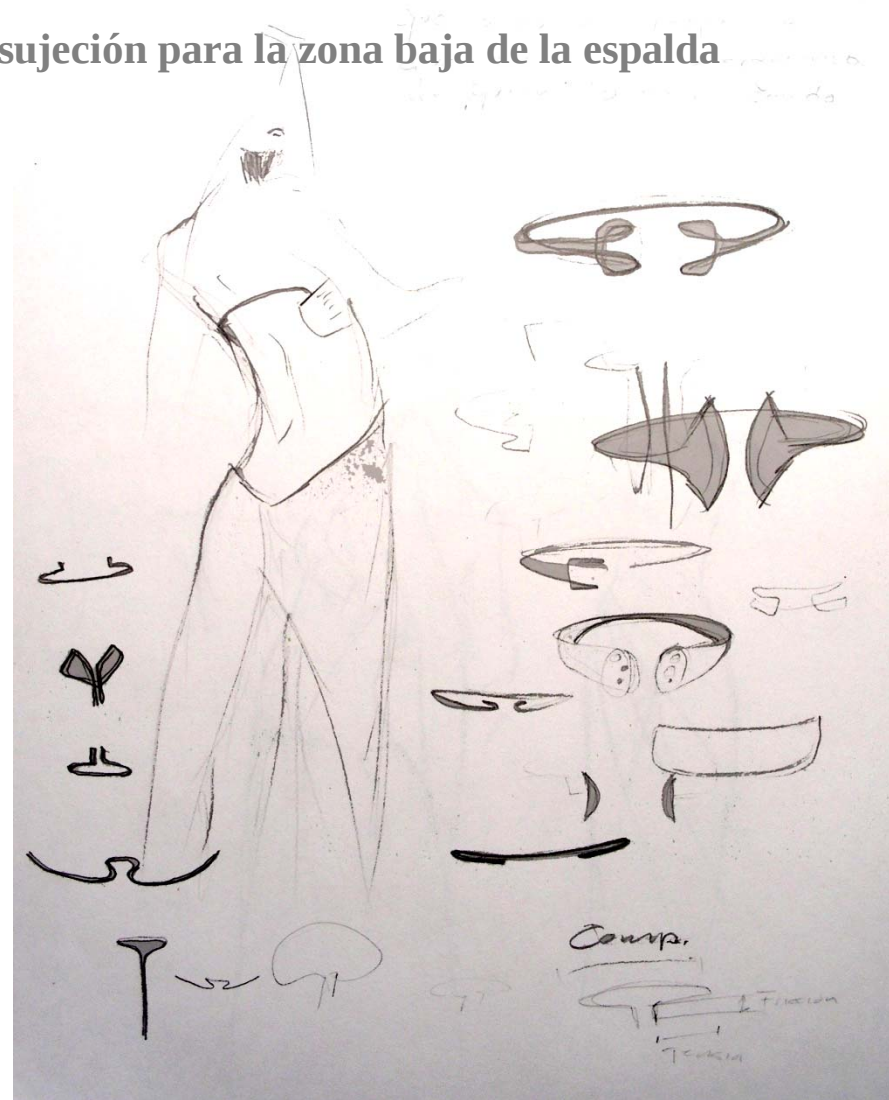
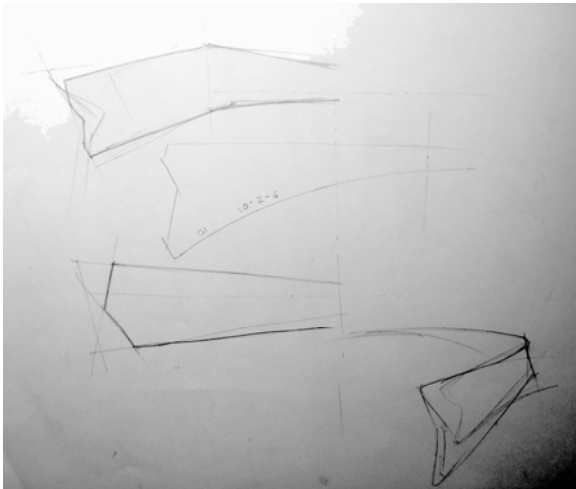
Bocetos de trabajo



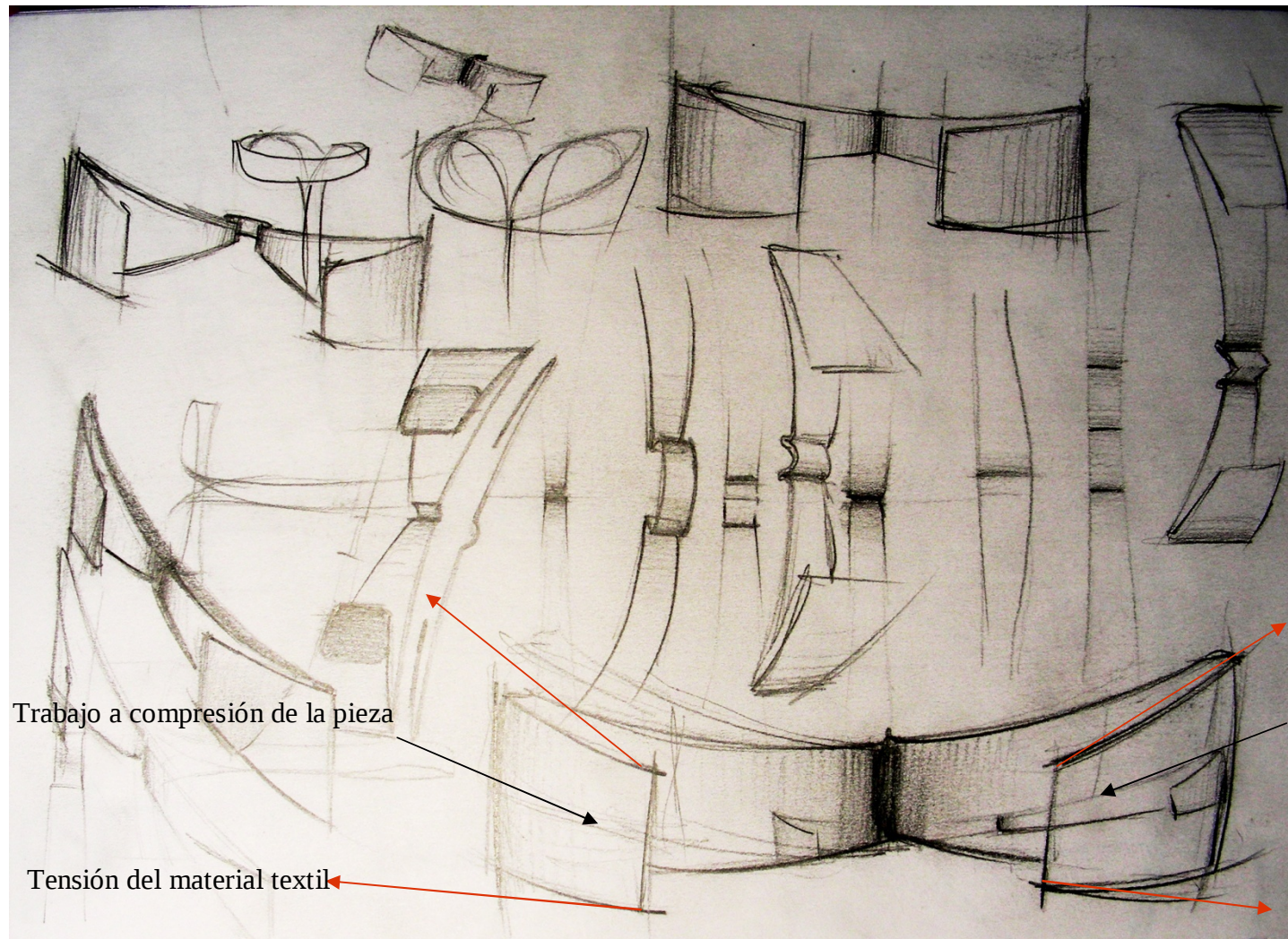
Bocetos de trabajo

Bocetos de solución de la pieza de sujeción para la zona baja de la espalda

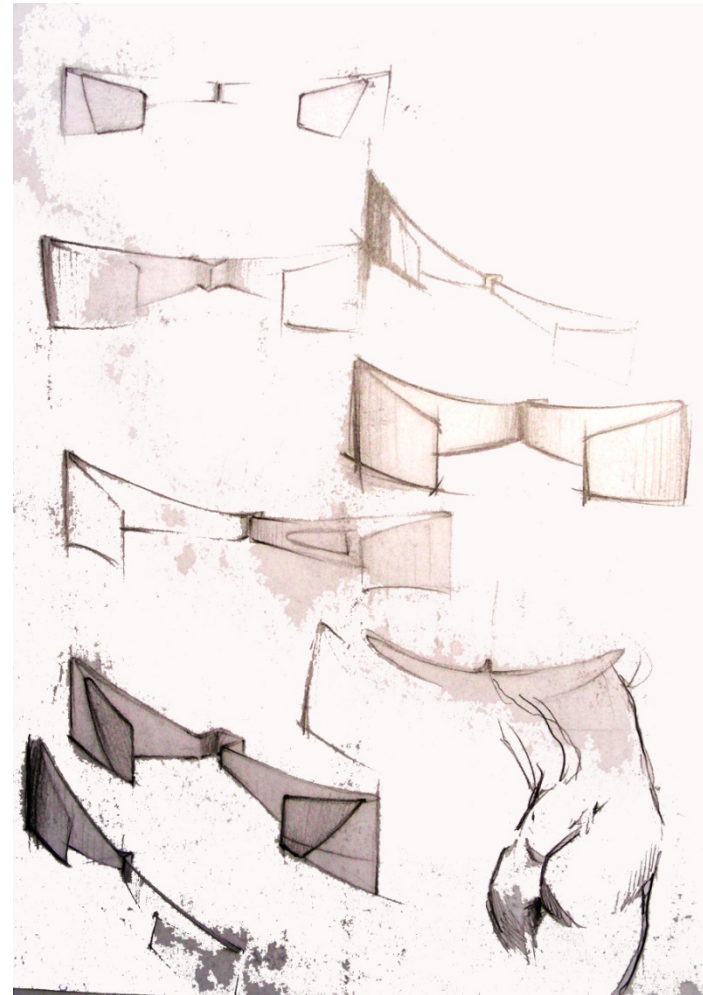
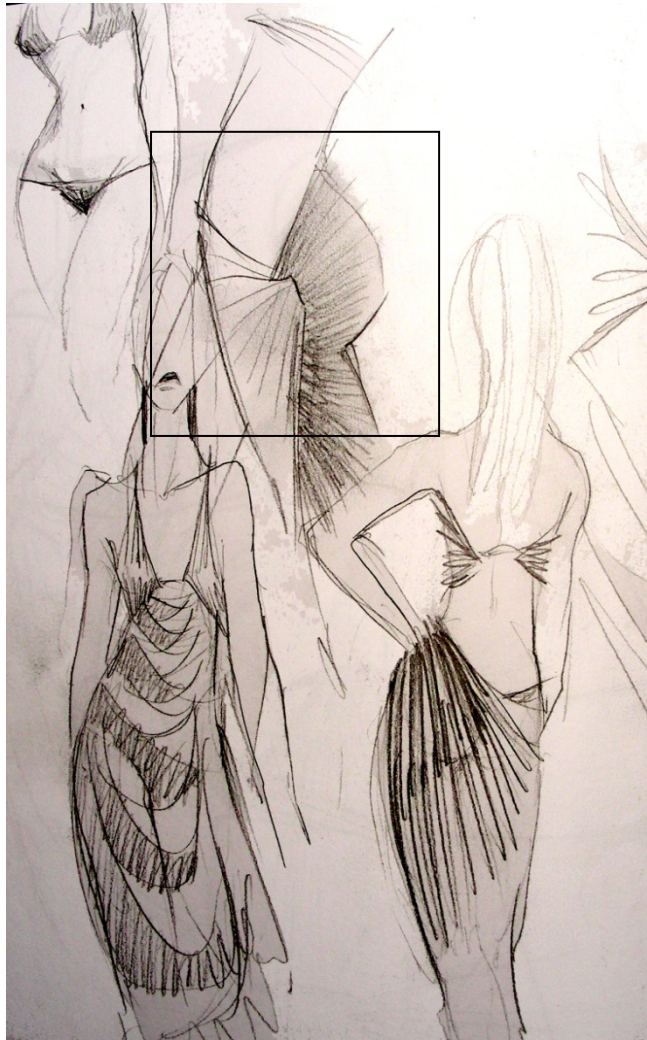
Con estas piezas se busca solucionar un punto de sujeción que funcione a tensión contra el material textil.



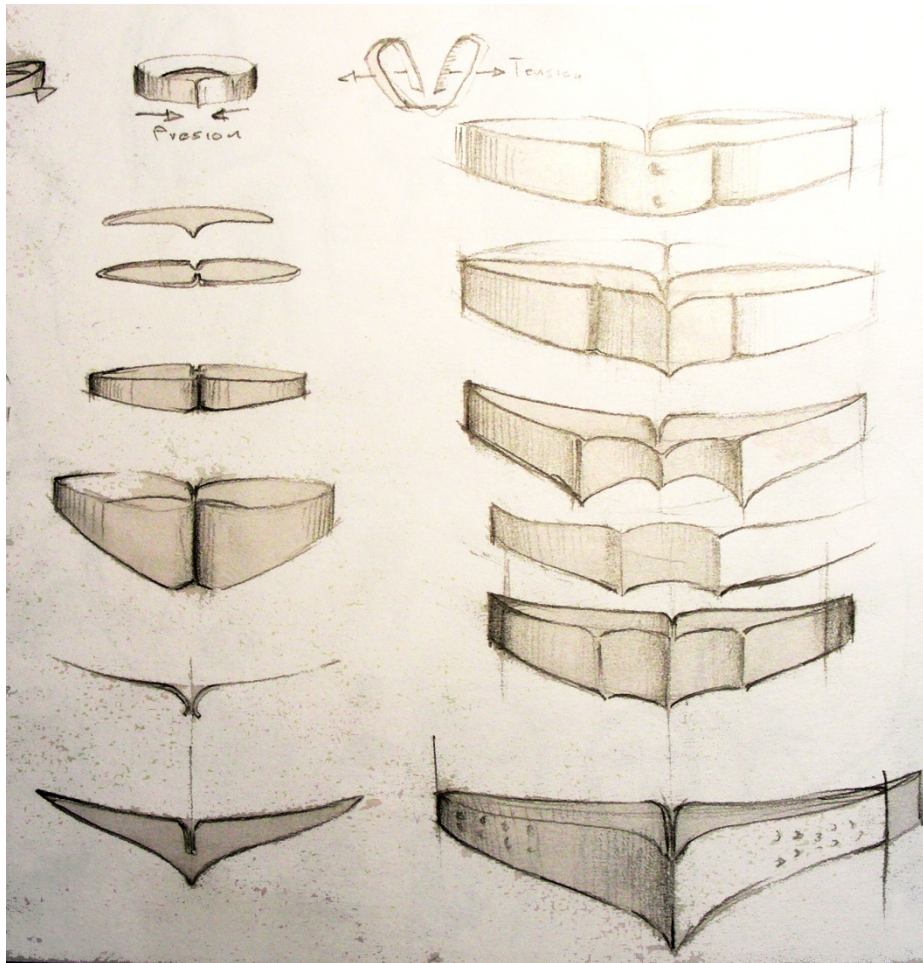
Bocetos de trabajo



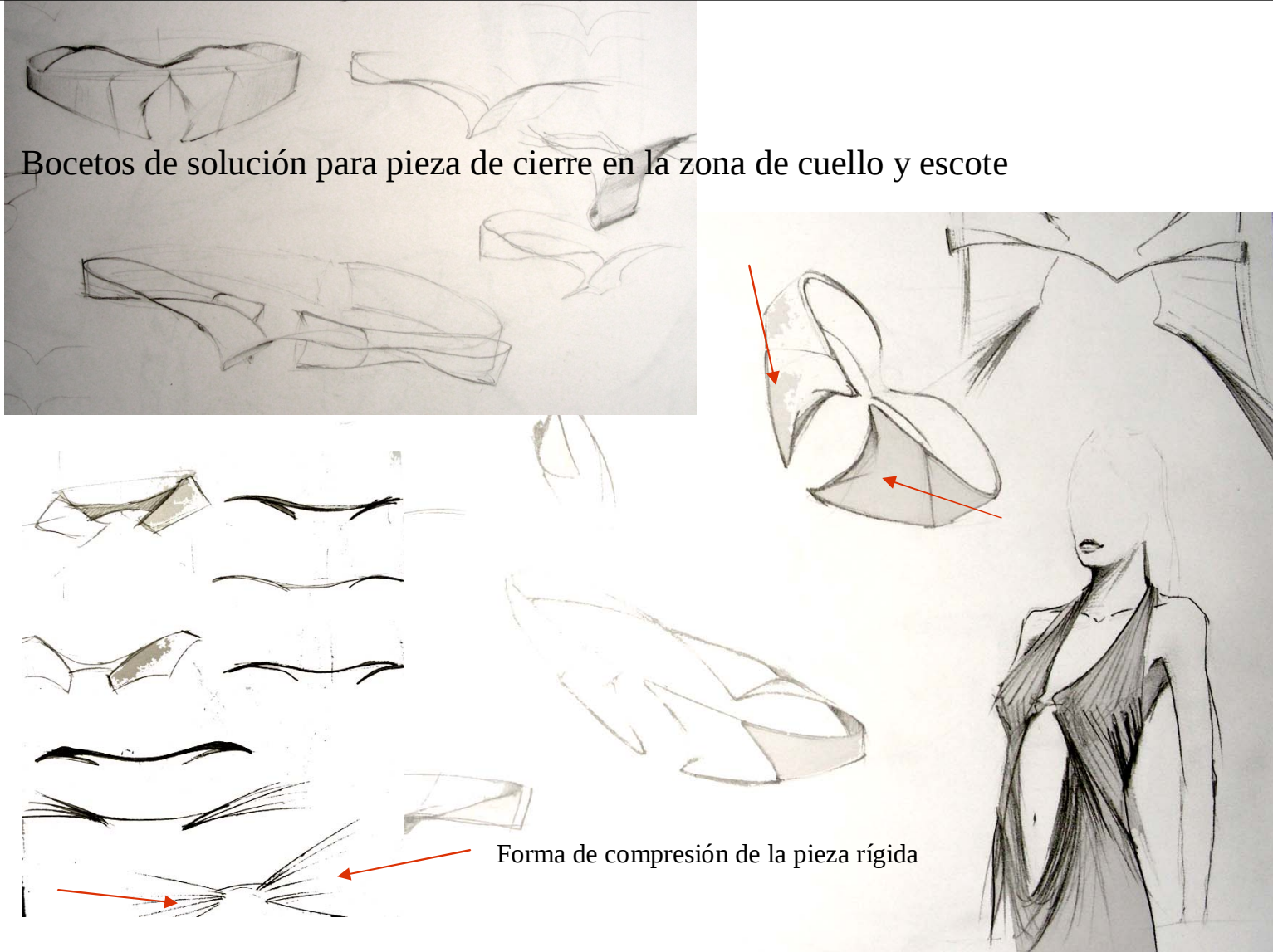
Bocetos de trabajo



Bocetos de trabajo

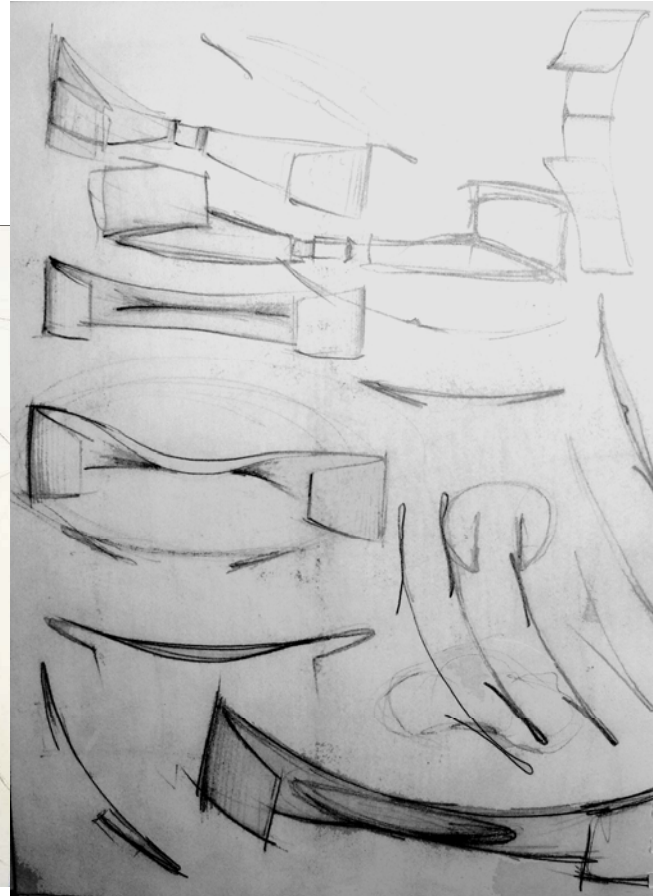
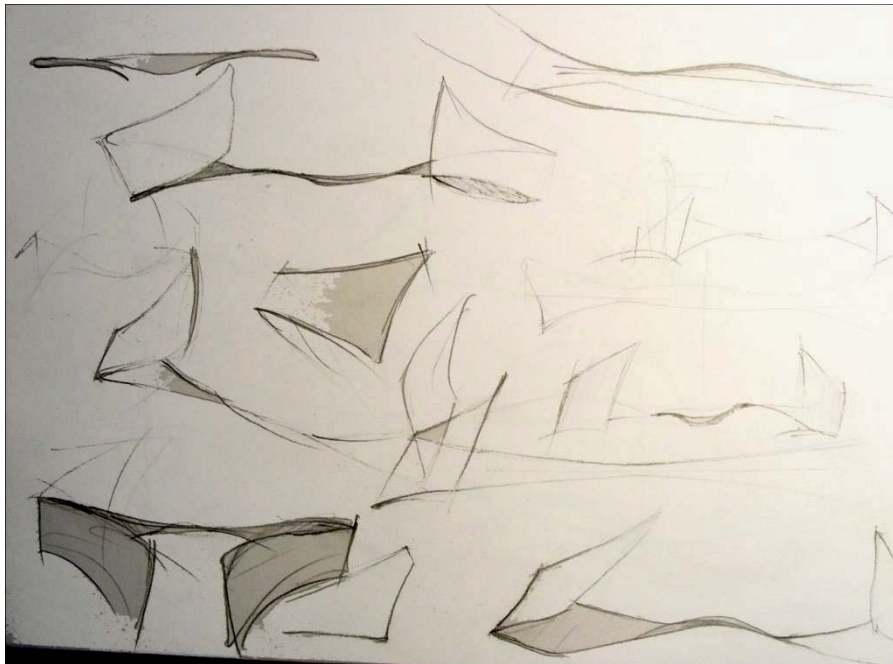


Bocetos de solución para pieza de cierre en la zona de cuello y escote

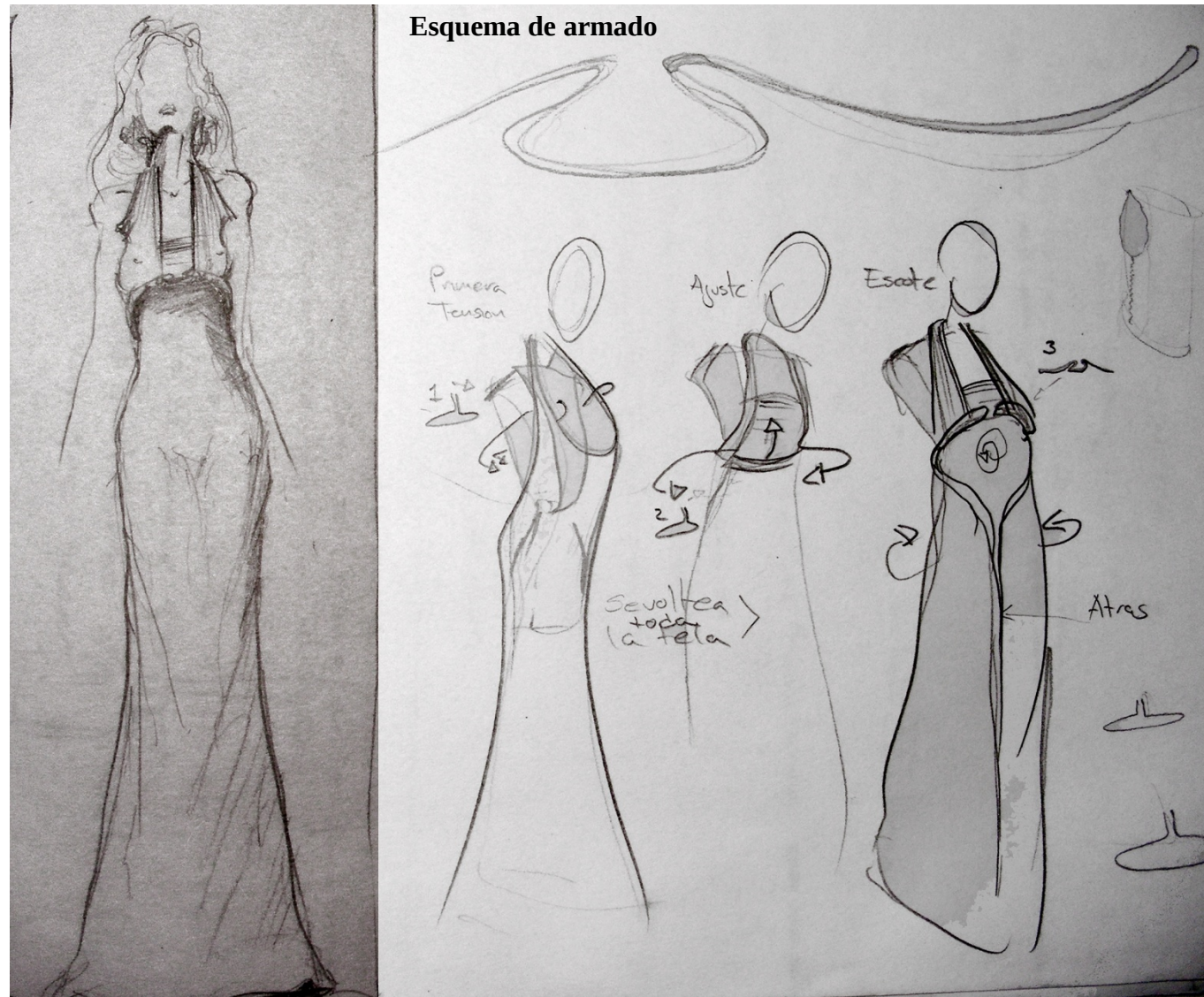


Bocetos de trabajo

En todos los casos se trabajo con la intención de conformar una sola pieza de material, estructurada a base de dobleces .



Bocetos de trabajo

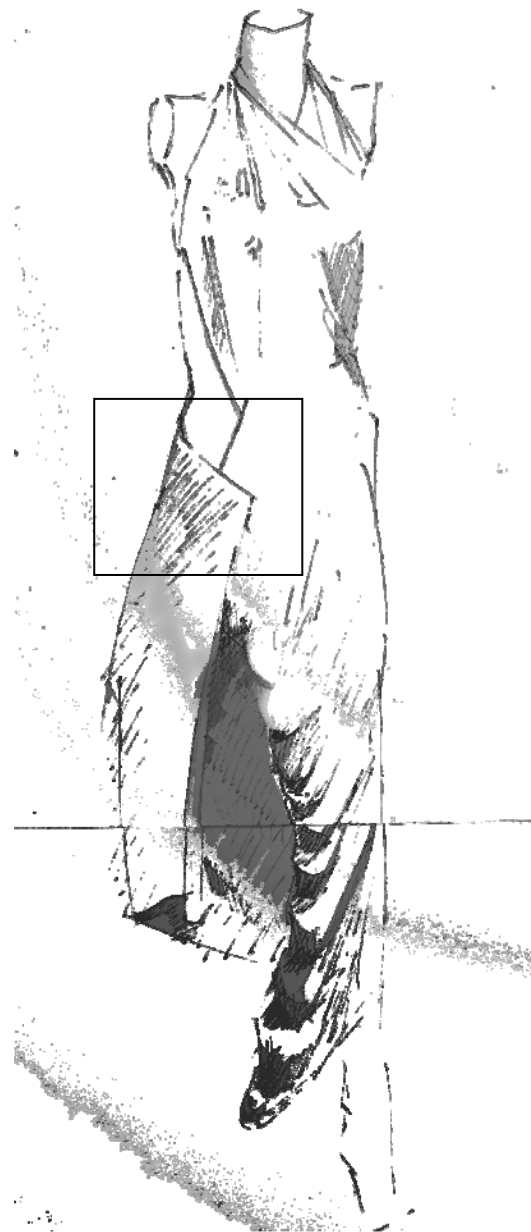


Tercera etapa de desarrollo de concepto

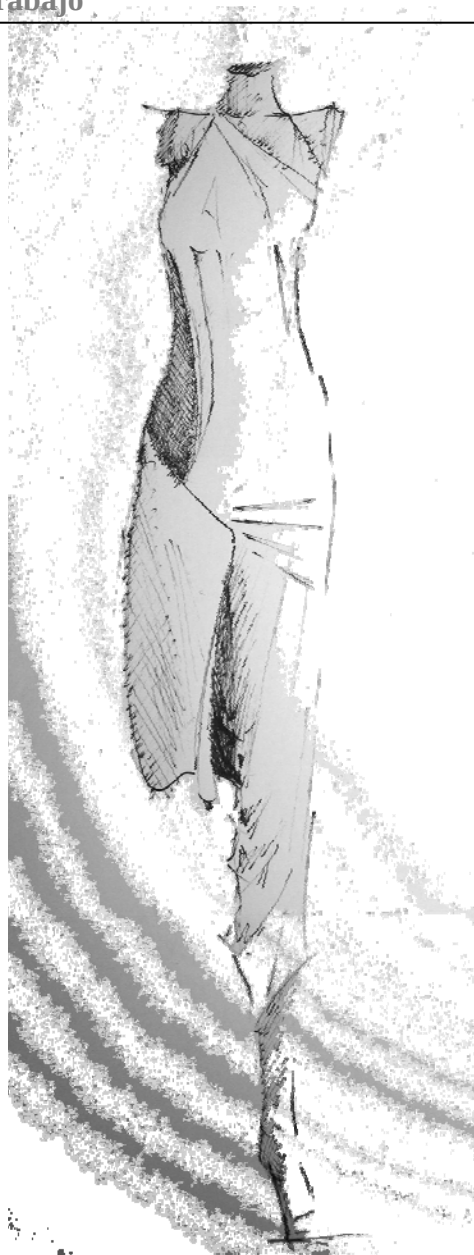
Con estos bocetos se comenzó a trabajar con la **imagen** de las prendas.



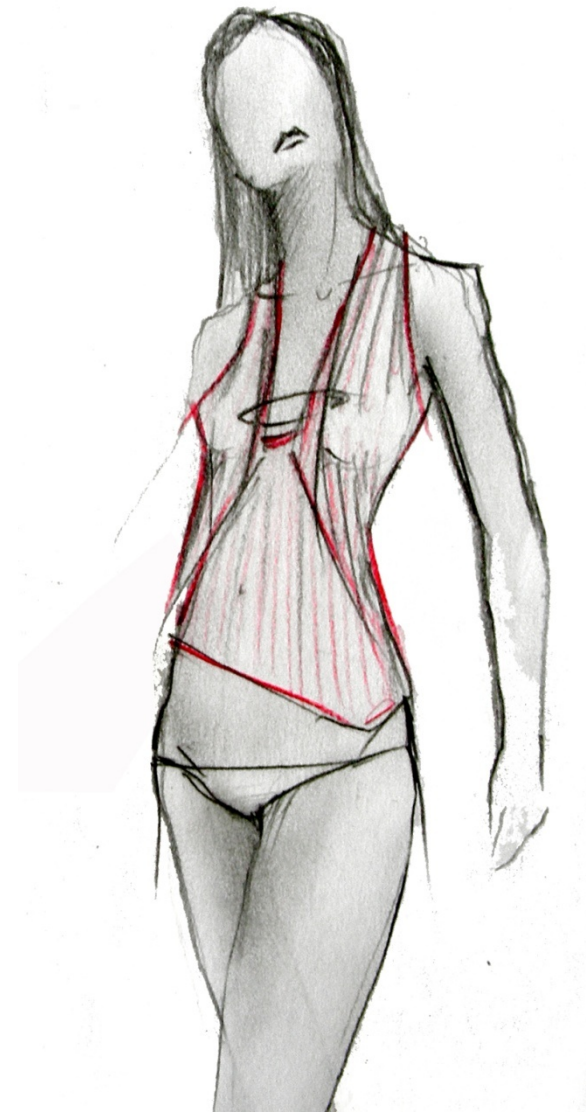
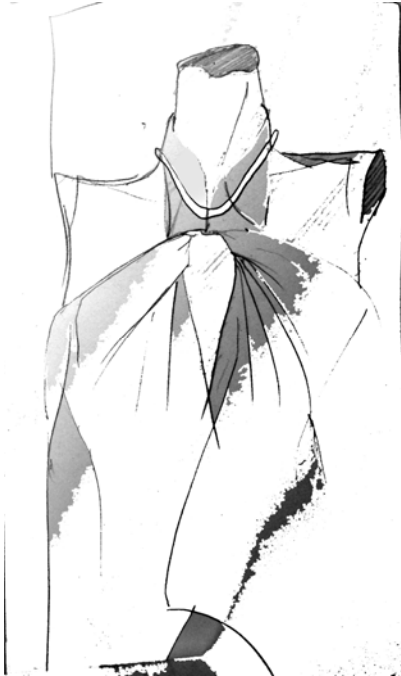
Bocetos de trabajo



Bocetos de trabajo



Bocetos de trabajo



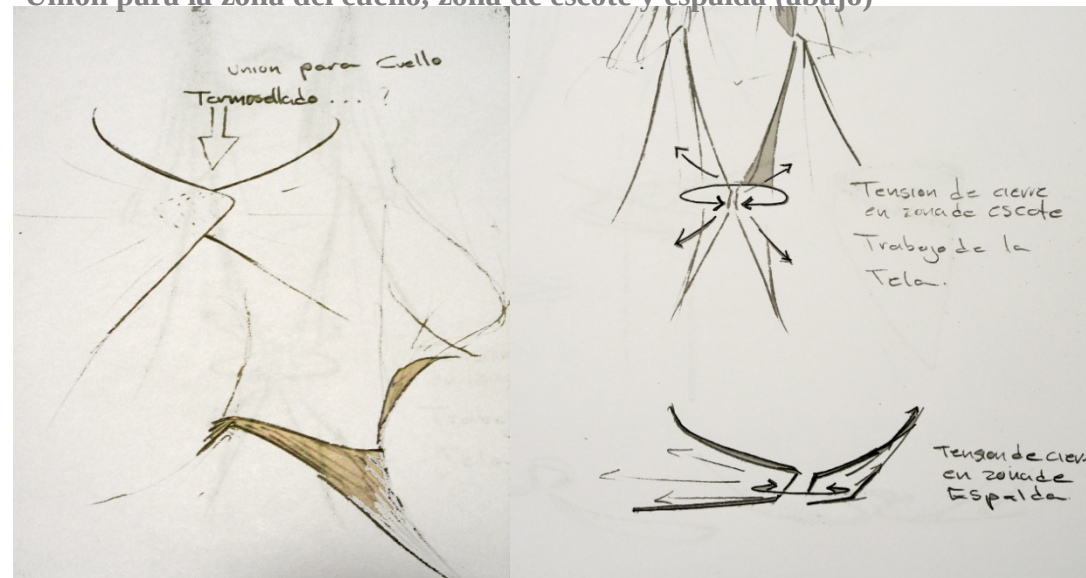


Primera etapa de solución de diseño

El siguiente paso en el proceso de diseño fue la construcción y análisis de las piezas que lograrán el trabajo de tensión necesario para que el textil funcionara sobre el cuerpo como prenda de vestir. Estas primeras pruebas se hicieron sobre un maniquí.

El material textil debía contar con características específicas de resistencia, expansibilidad y tacto. También fue conveniente que las orillas del material se enrollaran sobre sí mismas. Aspecto funcional como terminado de la prenda.

Unión para la zona del cuello, zona de escote y espalda (abajo)

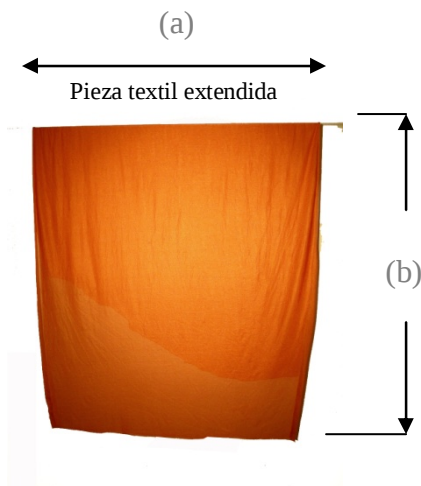


Primeras piezas de trabajo.

Para estas piezas se utilizó:

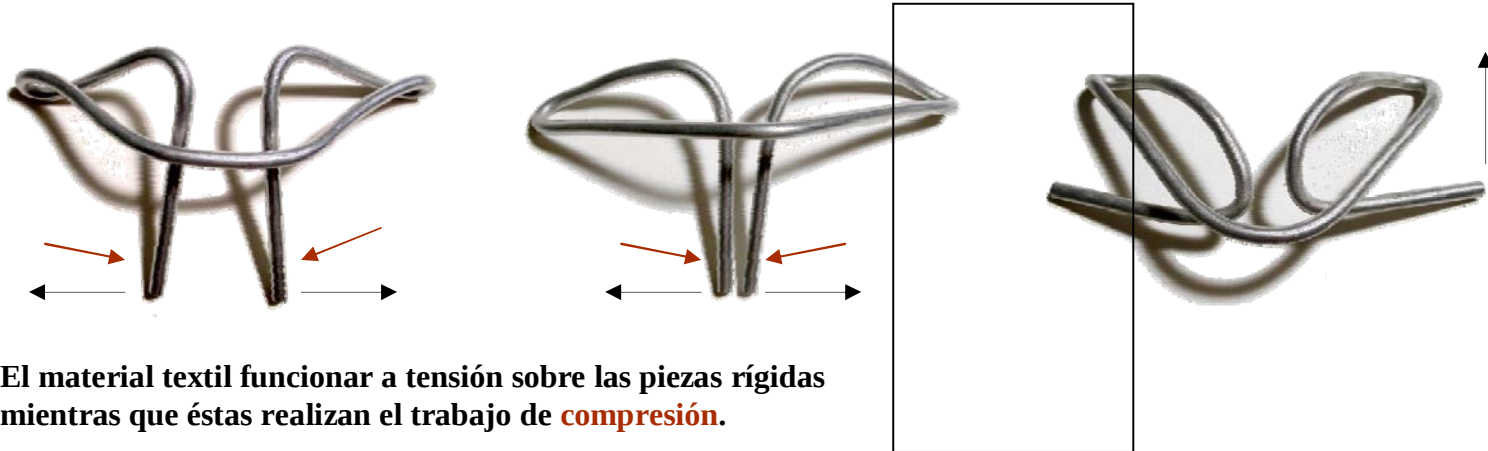
Un tramo de tela de 1220mm / 48" (a) de ancho por 1520mm / 60" (b) de largo

Barra de aluminio de 3 /16" doblada y pulida en las puntas.



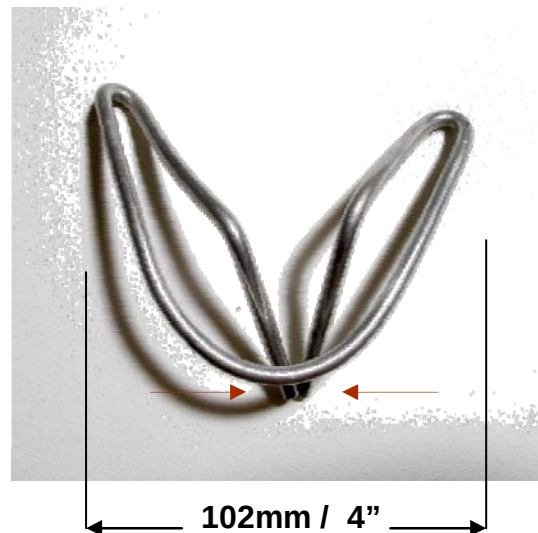
Primera etapa de solución de diseño, Primeras piezas de trabajo.

Piezas de sujeción para cuello y escote



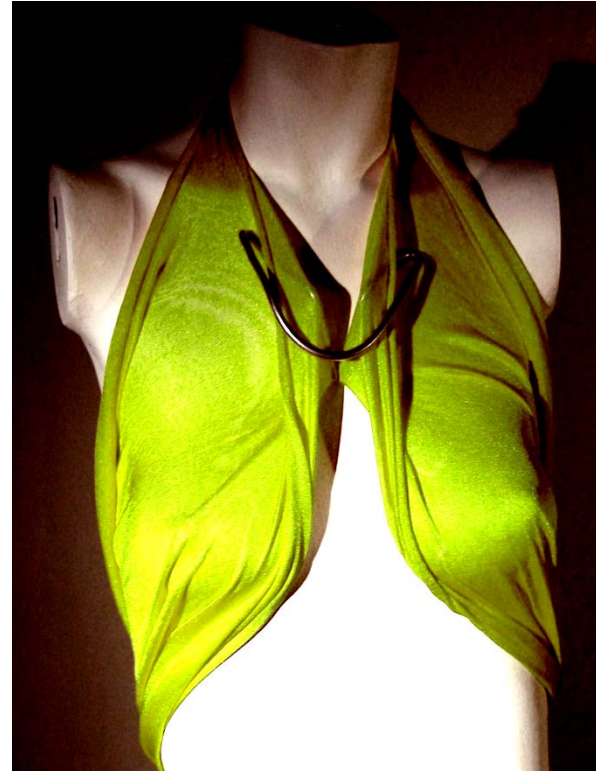
El material textil funciona a tensión sobre las piezas rígidas mientras que éstas realizan el trabajo de **compresión**.

Los dobleces brindan a la pieza cierto grado de flexión.



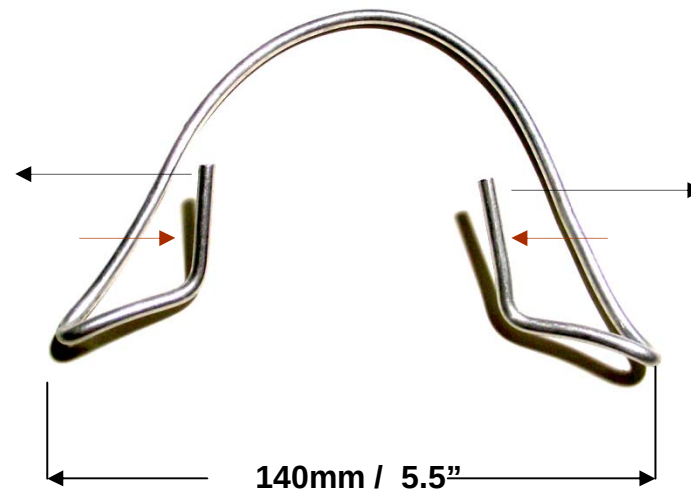
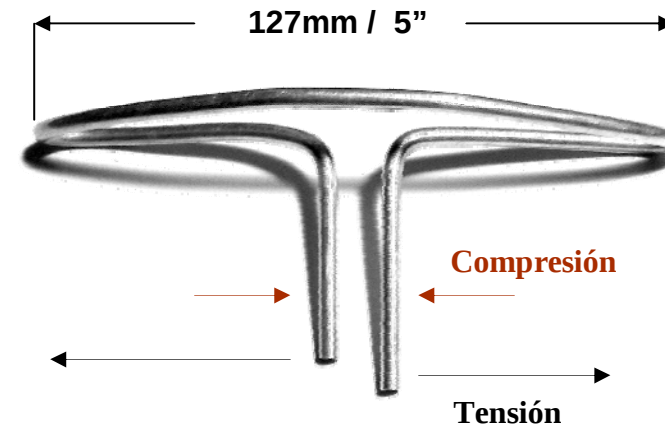
Esta zona se mantiene cerrada por la presión natural del material, y sirve para sujetar la tela.

Primera etapa de solución de diseño, Primeras pruebas de funcionamiento y armado

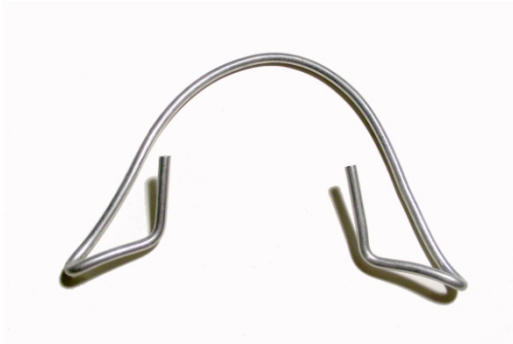


Piezas de sujeción y cierre para espalda y para cintura.

En todos los casos las piezas funcionan a partir de la fuerza constante (compresión) que ejerce el propio material rígido (aluminio) y la tensión opuesta del material textil.



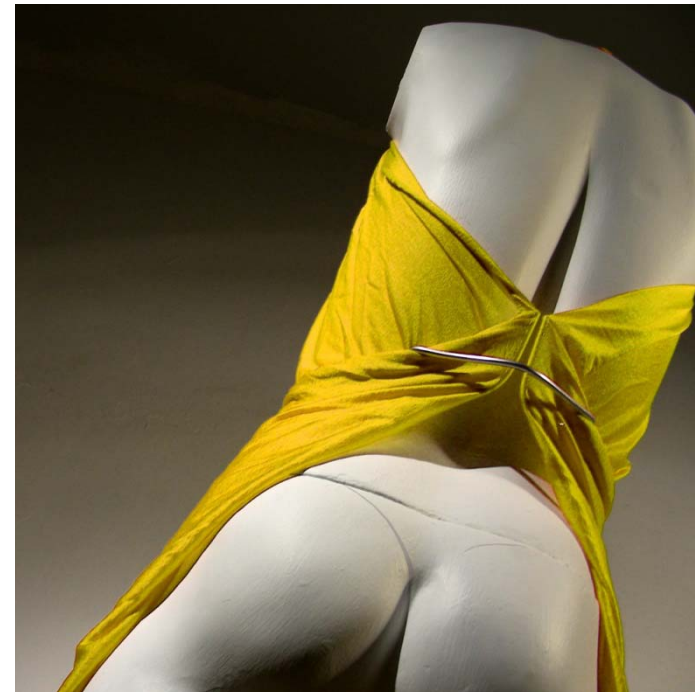
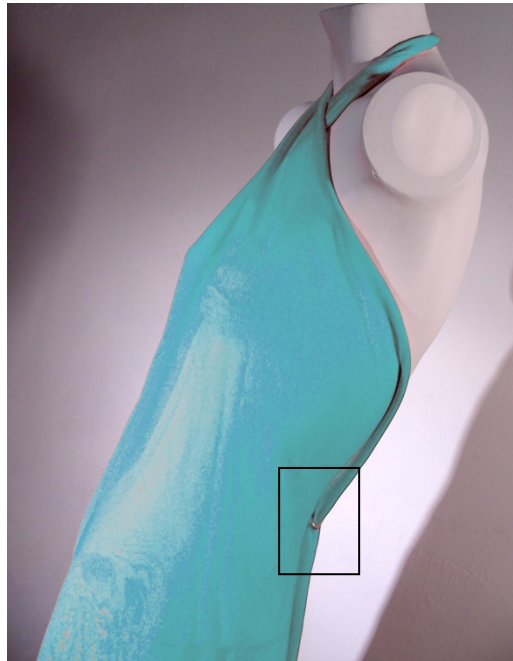
Primera etapa de solución de diseño, Primeras pruebas de funcionamiento y armado



Pieza de cierre para espalda o cadera



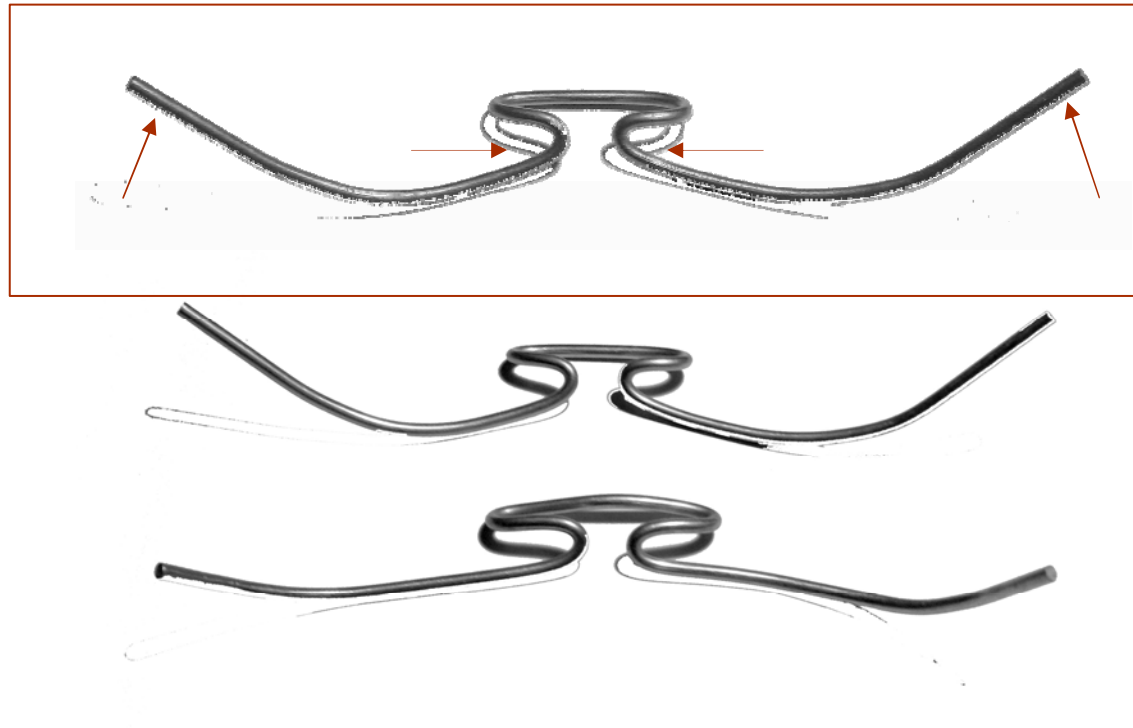
Primera etapa de solución de diseño, Primeras pruebas de funcionamiento y armado



Primera etapa de solución de diseño, Primeras piezas de trabajo.

Pieza de cierre y sujeción frontal.

Esta pieza funciona en el escote y además al combinarse y funcionar con la tela en tensión blindaría cierta sujeción en la zona inferior del busto.



Primera etapa de solución de diseño, Primeras pruebas de funcionamiento y armado



Primera etapa de solución de diseño, Primeras piezas de trabajo.

Primeras pruebas de armado sobre un maniquí y secuencia de uso.



.1



.2



.3

1. Se cuelga del cuello con la unión de dos puntas
2. Se toman dos extremos y se llevan hacia la espalda, para mantener firmes y a tensión las dos puntas se utiliza una pieza rígida. .3



.a



.b



.c

- a. Se cuelga del cuello pero empezando por la espalda y sacando los brazos
- b. Se lleva al frente toda la tela y se tensan entre si dos extremos de la zona de la cintura .c con una pieza de sujeción

Segunda etapa de solución de diseño

Como resultado del **primer análisis**, se encontraron los siguientes puntos:

Este material excede las características de resistencia necesarias para mantener a tensión la prenda.

La **sección redonda** de la barra de aluminio **no evita que la tela se deslice** sobre la pieza de sujeción, esto no permite que la tensión de tela sea constante, y entonces **desestructura** la prenda al momento de estar en uso.

Debido a las características del material -extruido de aluminio- siempre quedan dos **puntas** en las piezas de cierre, lo cual podría significar un **problema ergonómico (de seguridad) y estético**. También puede llegar a rasgar o perforar el material textil. Además, un material de sección redondo no permite cambios de proporción o espesor, lo cual sólo ofrece una posibilidad de **apariencia visual**.

El tamaño de las piezas de sujeción y principalmente la pieza de la espalda **excede un tamaño “discreto”** para un prenda de vestir, por lo que podrían resultar muy **incómodas** en muchas situaciones. Por lo tanto, habrá que considerar tres puntos en el desarrollo formal de las siguientes piezas.

Consideraciones de diseño:

Se requiere un material resistente a la **flexión** y a la **tensión**, susceptible al moldeado

Posibilidad de **variar su sección** en distintos puntos

Mayor índice de fricción entre la pieza de sujeción y la tela

Piezas más **pequeñas y discretas**

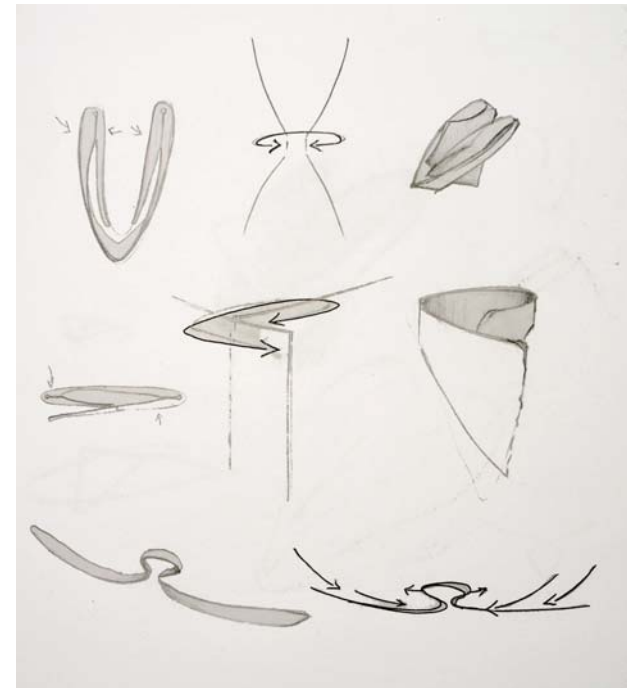
Material más **amable al tacto**

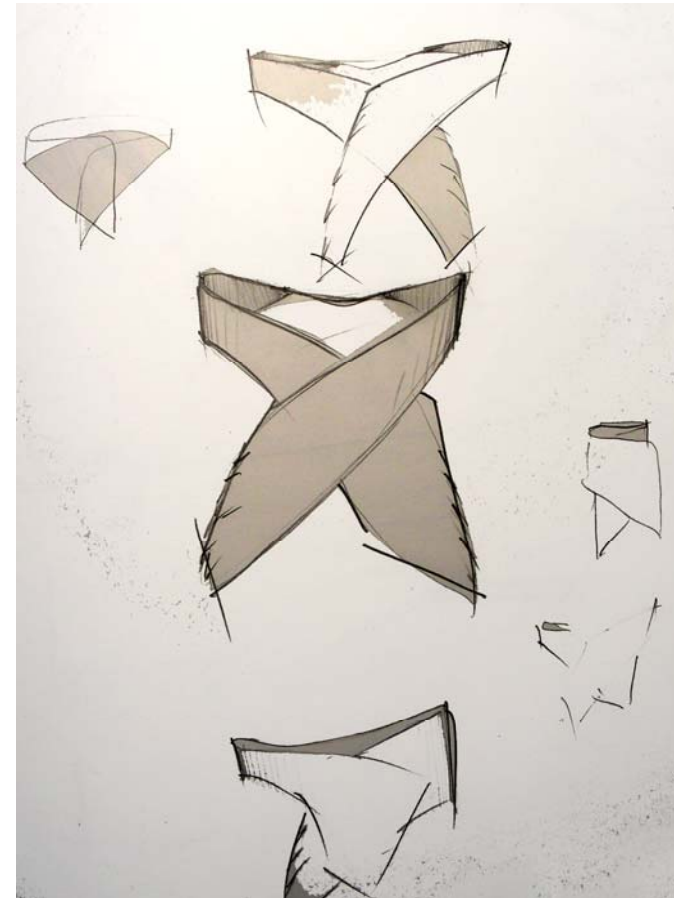
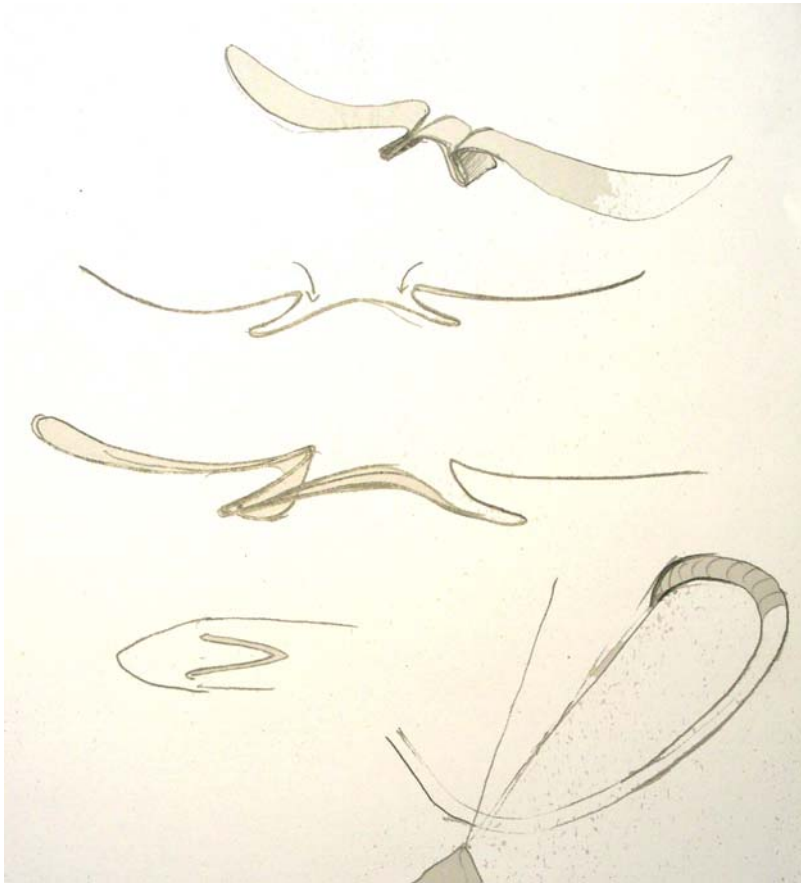
Segundo análisis funcional de piezas de cierre y sujeción.

Para este segundo análisis se utilizó un material laminado, plástico, *termo formado* y estructurado con dobleces en varios sentidos.

(Estireno 1.5mm 1 /16")

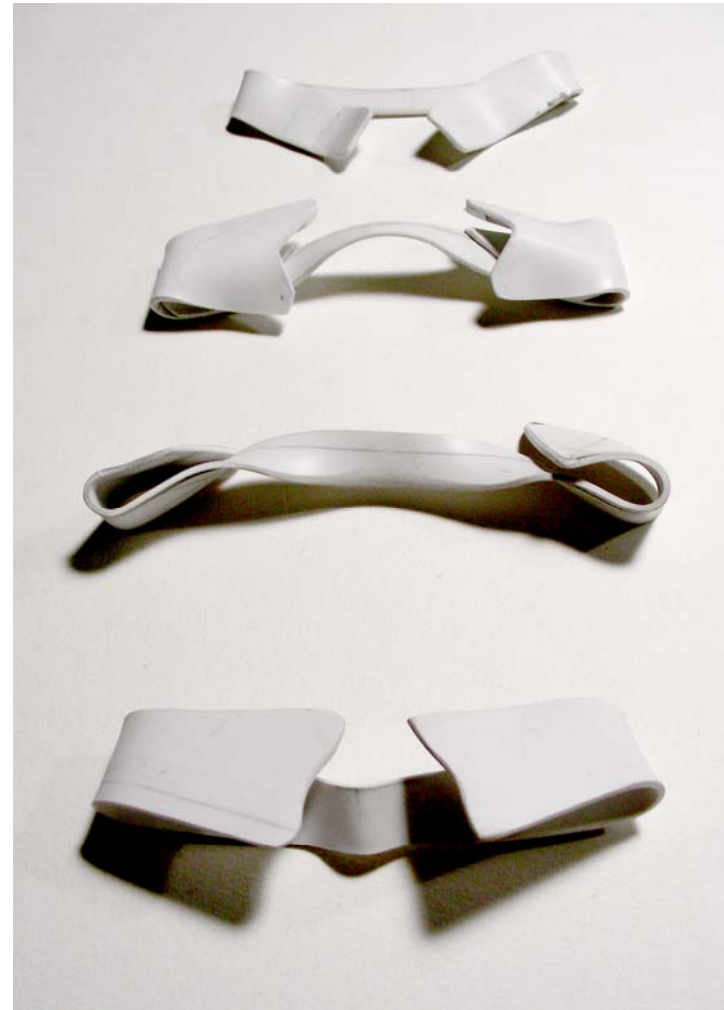
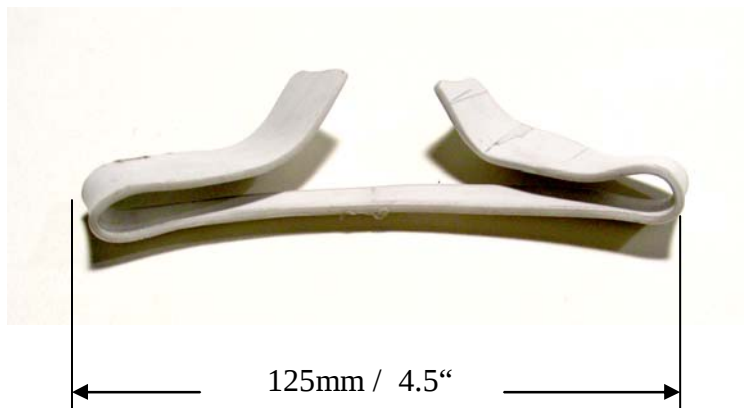
Con estas piezas se logró acercar más la imagen de las piezas al concepto original de diseño.





Pieza de sujeción para la cadera

Piezas de cierre para espalda

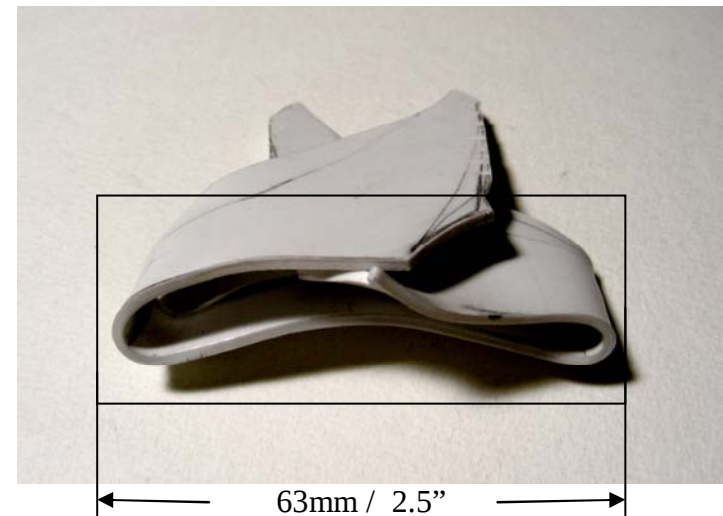
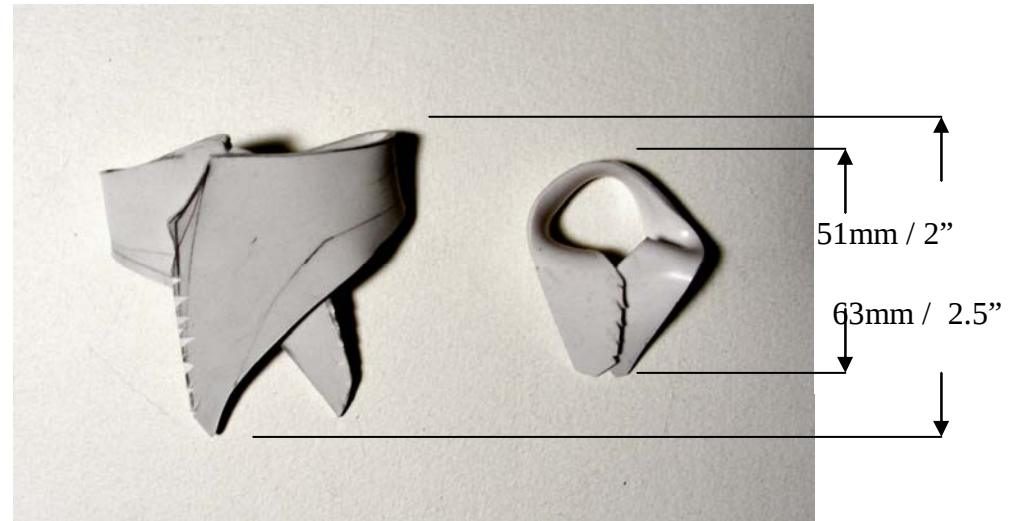


Segundo análisis funcional de piezas de cierre, Segunda prueba sobre un maniquí



Piezas de cierre para cintura, cadera y torso

Estas piezas también funcionan a compresión, su forma pretende solucionar los puntos de contacto críticos entre la pieza y el material textil

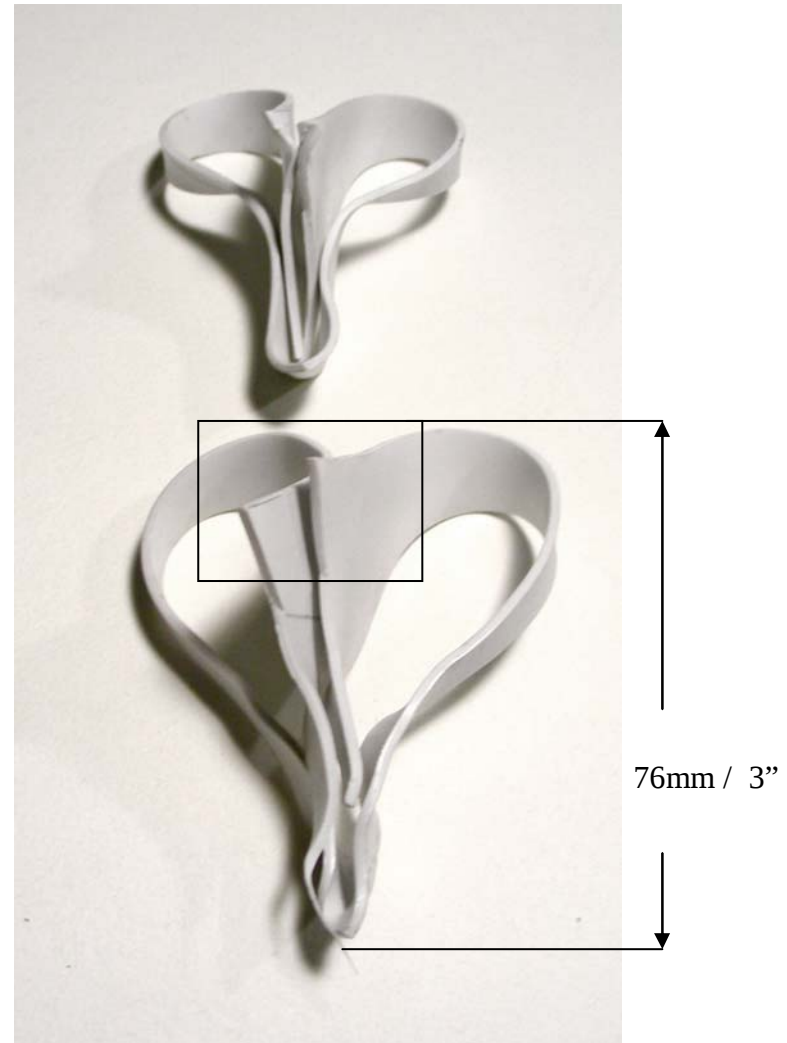


Segundo análisis funcional de piezas de cierre, Segunda prueba sobre un maniquí



Piezas de cierre para cuello y escote

Estas piezas cuentan con zonas específicas de sujeción con la tela, que en este caso se encuentran como ángulos muy agudos en la parte superior de los extremos interiores de la pieza. La intención es lograr un alto grado de fricción entre la pieza y la tela, para evitar que el textil se deslice y se desestructure la prenda.

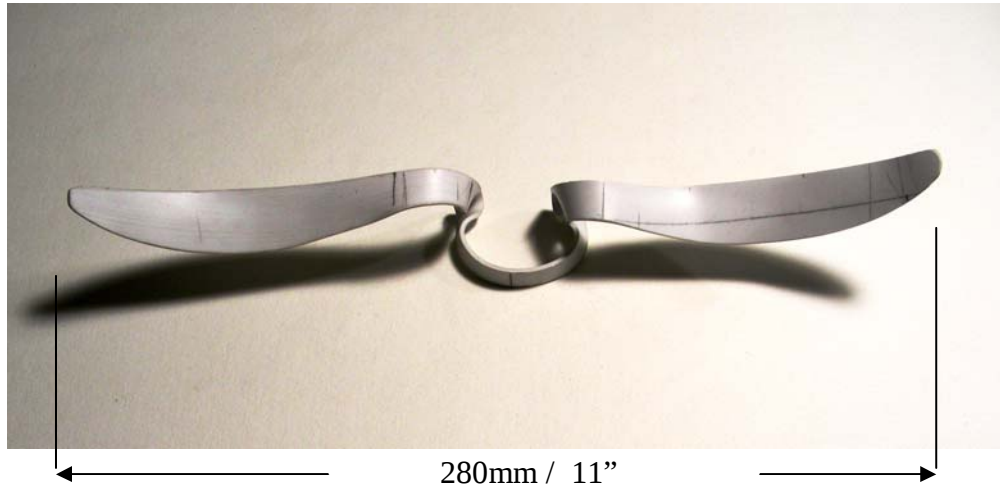


Segundo análisis funcional de piezas de cierre, Segunda prueba sobre un maniquí

Piezas de cierre para cuello y escote



Pieza de cierre y sujeción frontal



Detalle de piezas con zona dentada para mayor sujeción con la tela.



Pieza de cierre y sujeción frontal



Segundo análisis funcional de piezas de cierre, Segunda prueba sobre un maniquí



Con esta etapa de solución y comprobación concluimos los siguientes puntos:

La pieza de la espalda **excede** la especificación de **discreta** (a), y por lo mismo podría ser en algunos casos **incómoda** para quien la lleve puesta como complemento de la prenda de vestir. La prenda funcionó eficientemente cuando la pieza textil se mantuvo cerrada en la zona de la espalda, y el trabajo de “**cierre**” y tensión, lo hacía **en el frente** una pieza frontal o de “**escote**”

La **forma** de la *pieza de cierre* para “**cintura**” **funcionó**, pero mejoraría si la pieza ejerciera **más presión de cierre** sobre la tela. Es algunos casos sobre todo en la zona de la cadera la pieza se desliza con el movimiento y la prenda pierde tensión (b).

Las piezas de sujeción frontales se giran en algunos casos, esto desestructura la prenda (c). También se requiere una forma de **asegurar el textil** para evitar que éste se **deslice** (d).



(a).



(b).



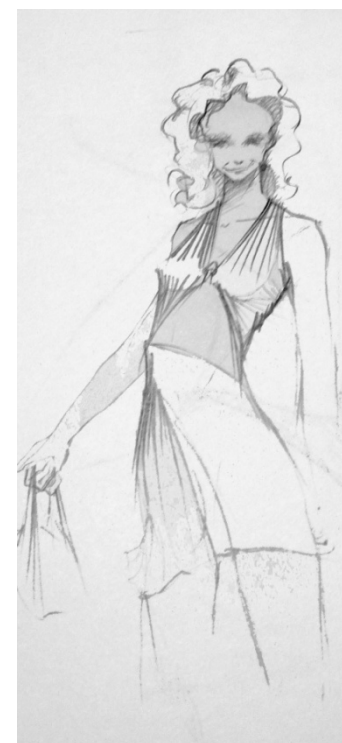
(d).



(c).

Propuesta Final.



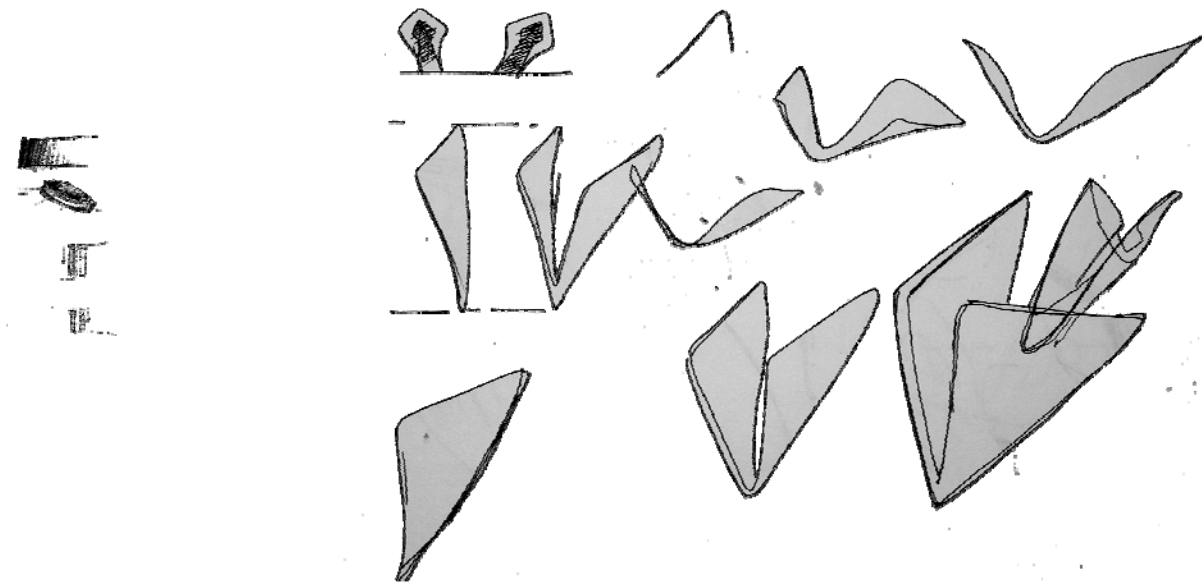




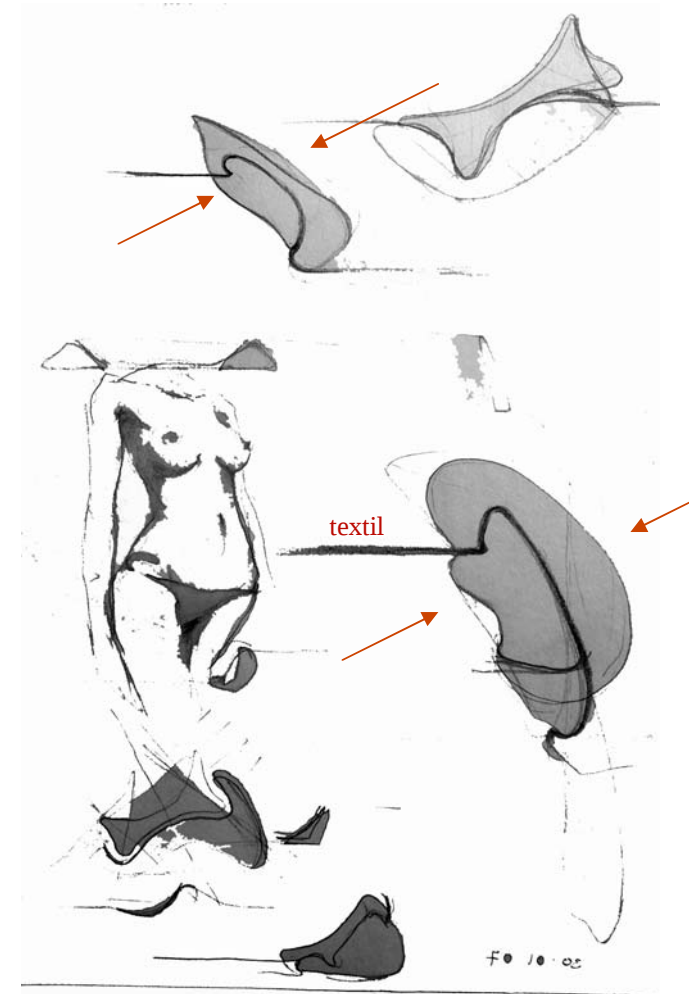
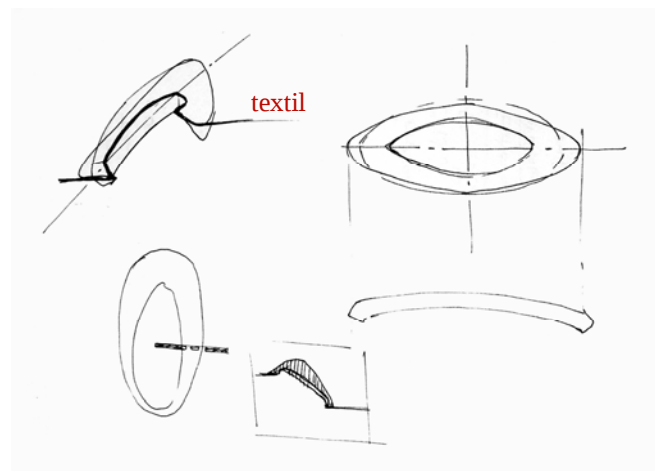
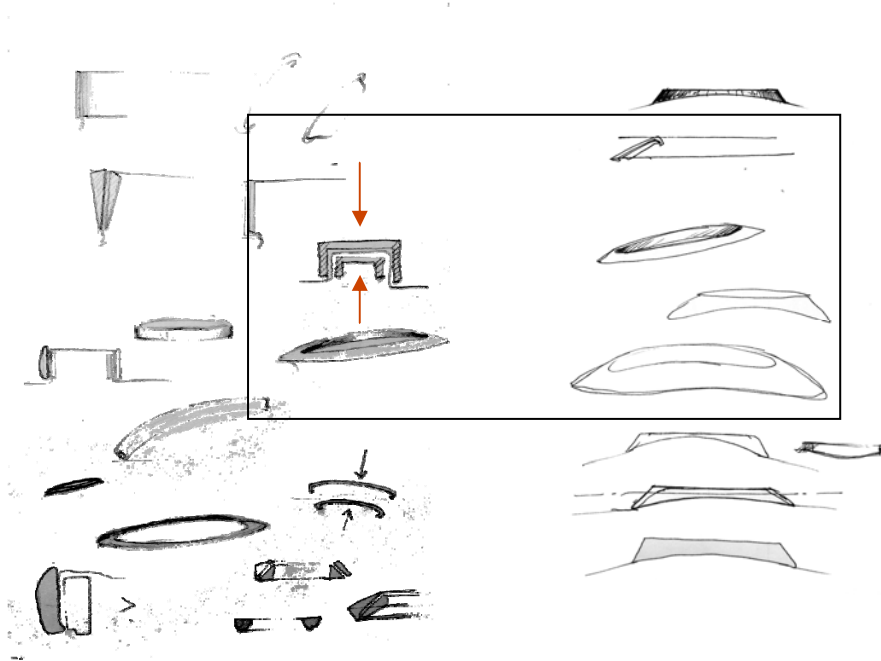
Esta etapa buscó solucionar dos piezas fundamentales de sujeción:

Pieza de cierre para escote y pieza de cierre para cadera o cintura.

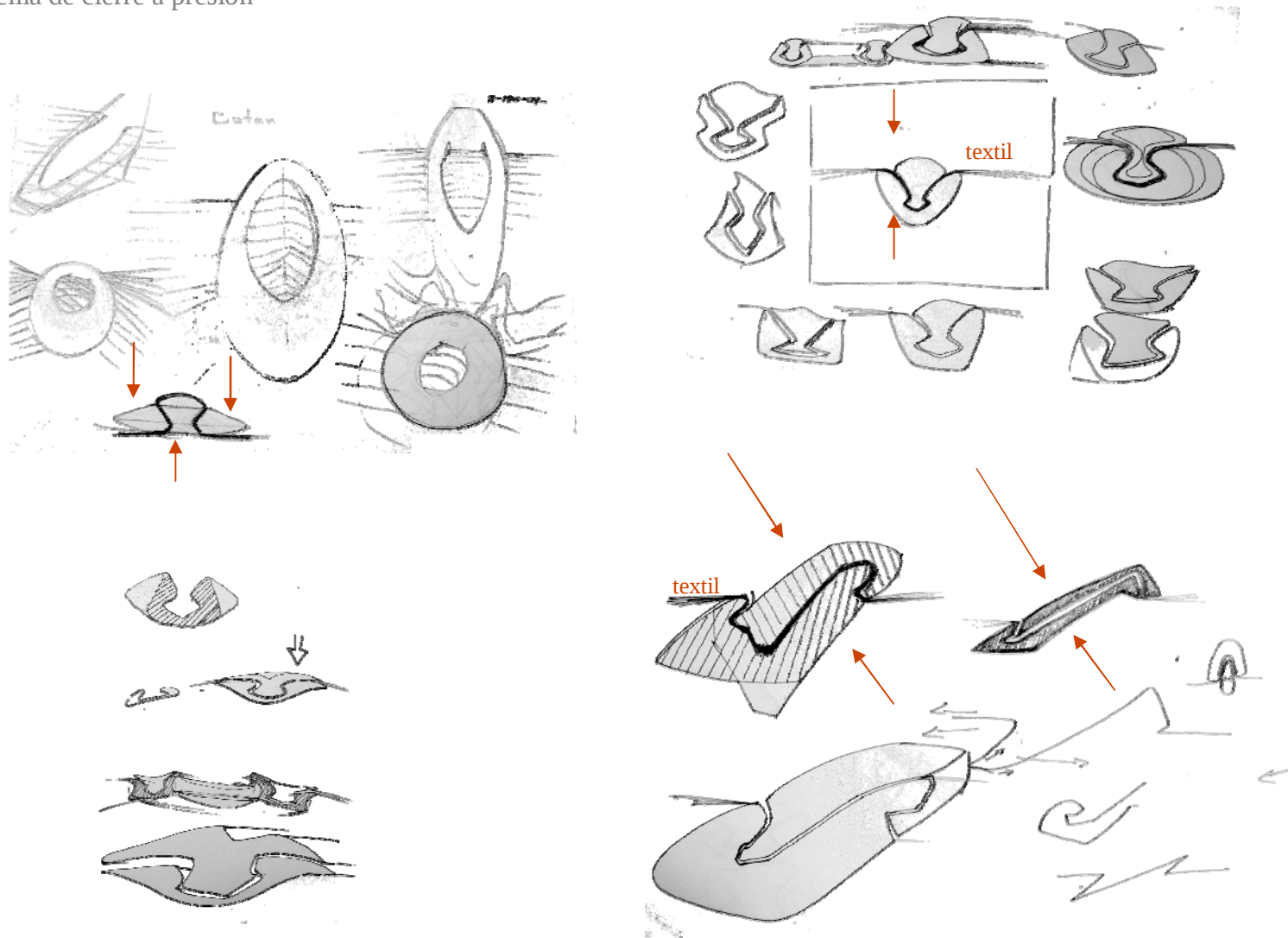
En todos los casos se buscó solucionar el sistema de cierre entre las piezas de sujeción y la tela, pensando en mantener la tela en posición además de sujetarlo firmemente sin dañarlo.



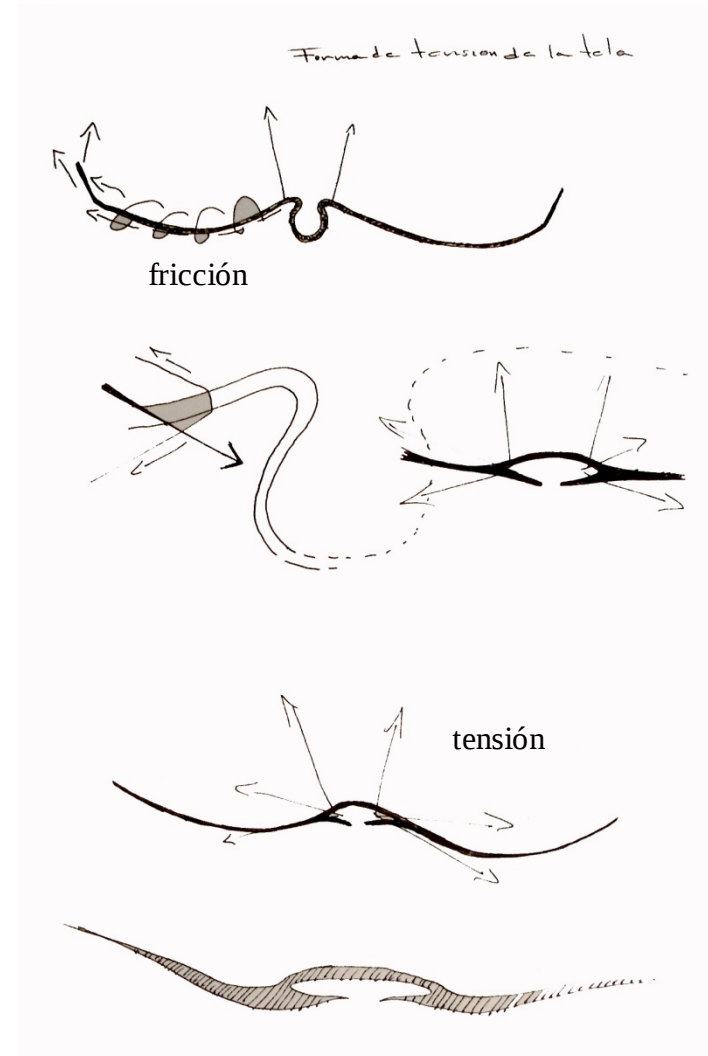
Propuesta final, Bocetos de trabajo



Sistema de cierre a presión

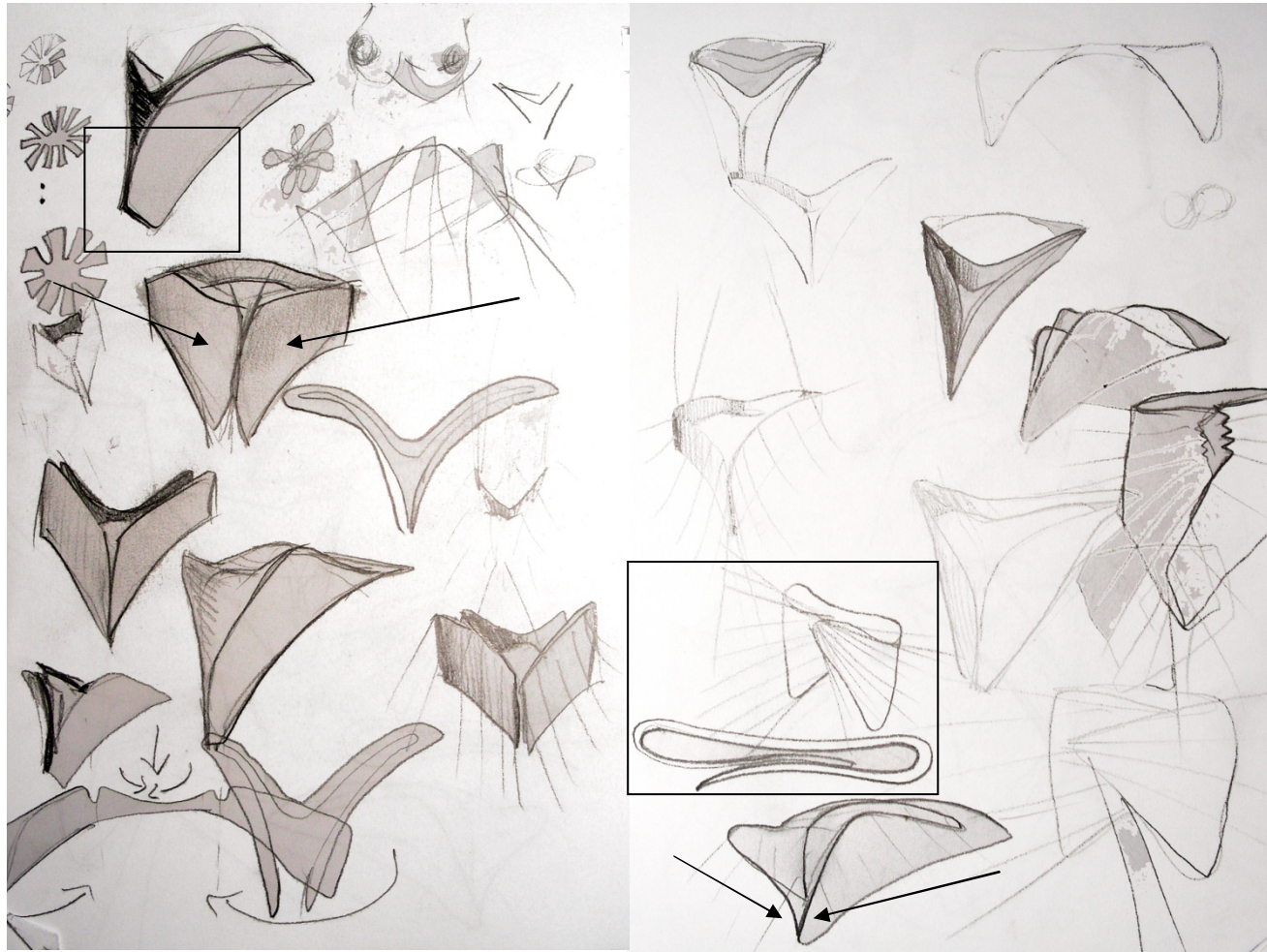


Si el textil se enrolla sobre un extremo plano de la pieza de sujeción se genera tensión y fricción entre ambos materiales. Este principio solucionaría de una manera simple el sistema para asegurar la posición y tensión del material textil sobre el cuerpo.

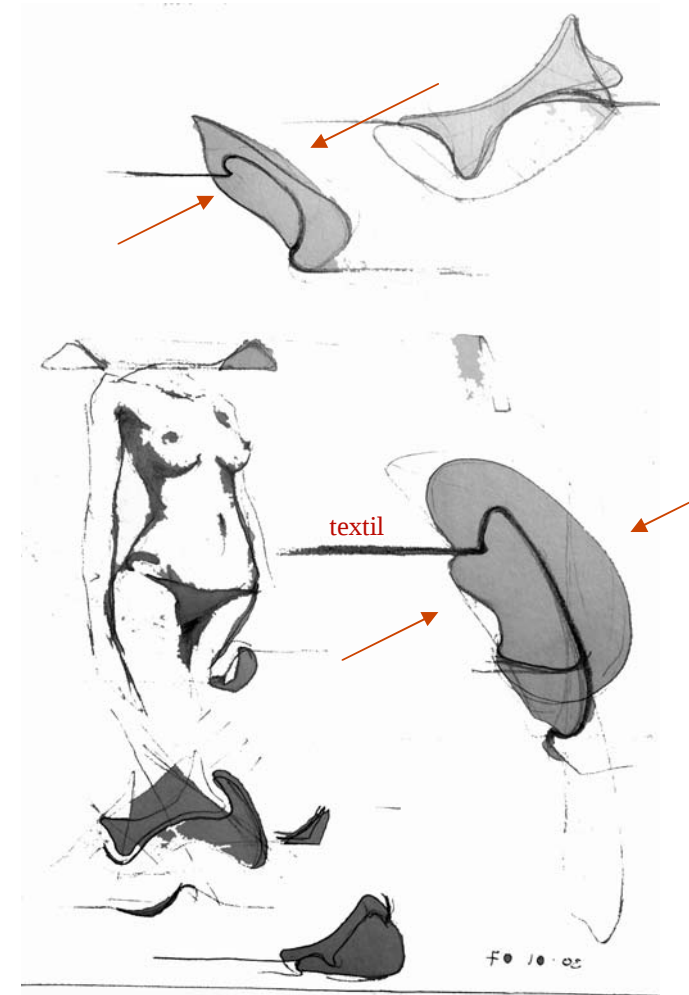
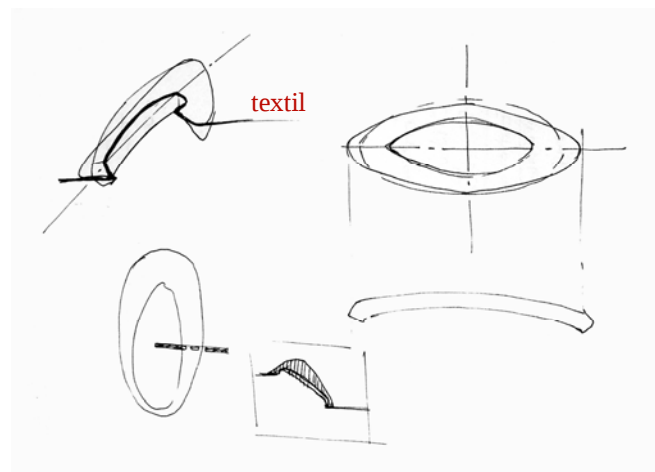
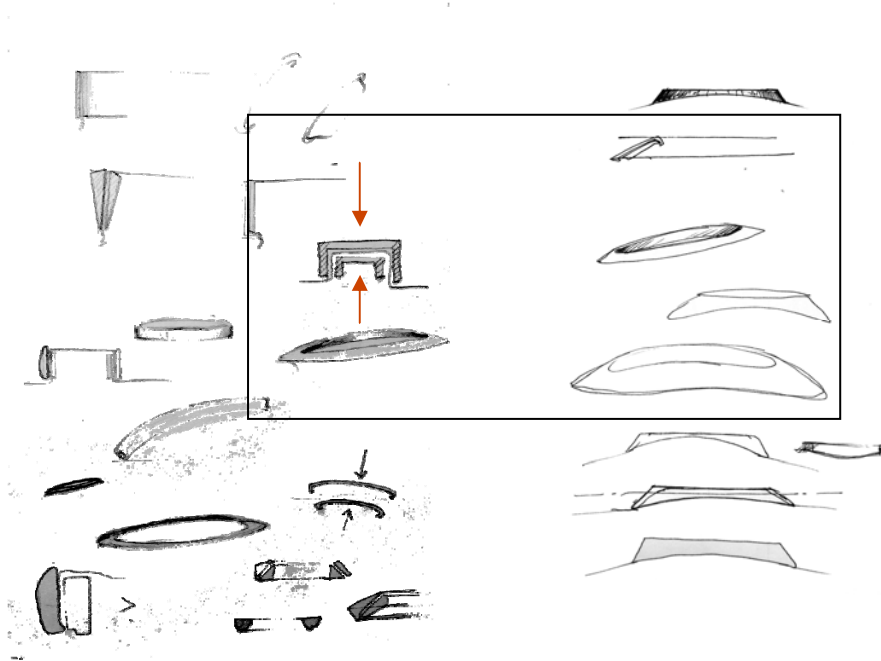


Forma de tensión de
la tela

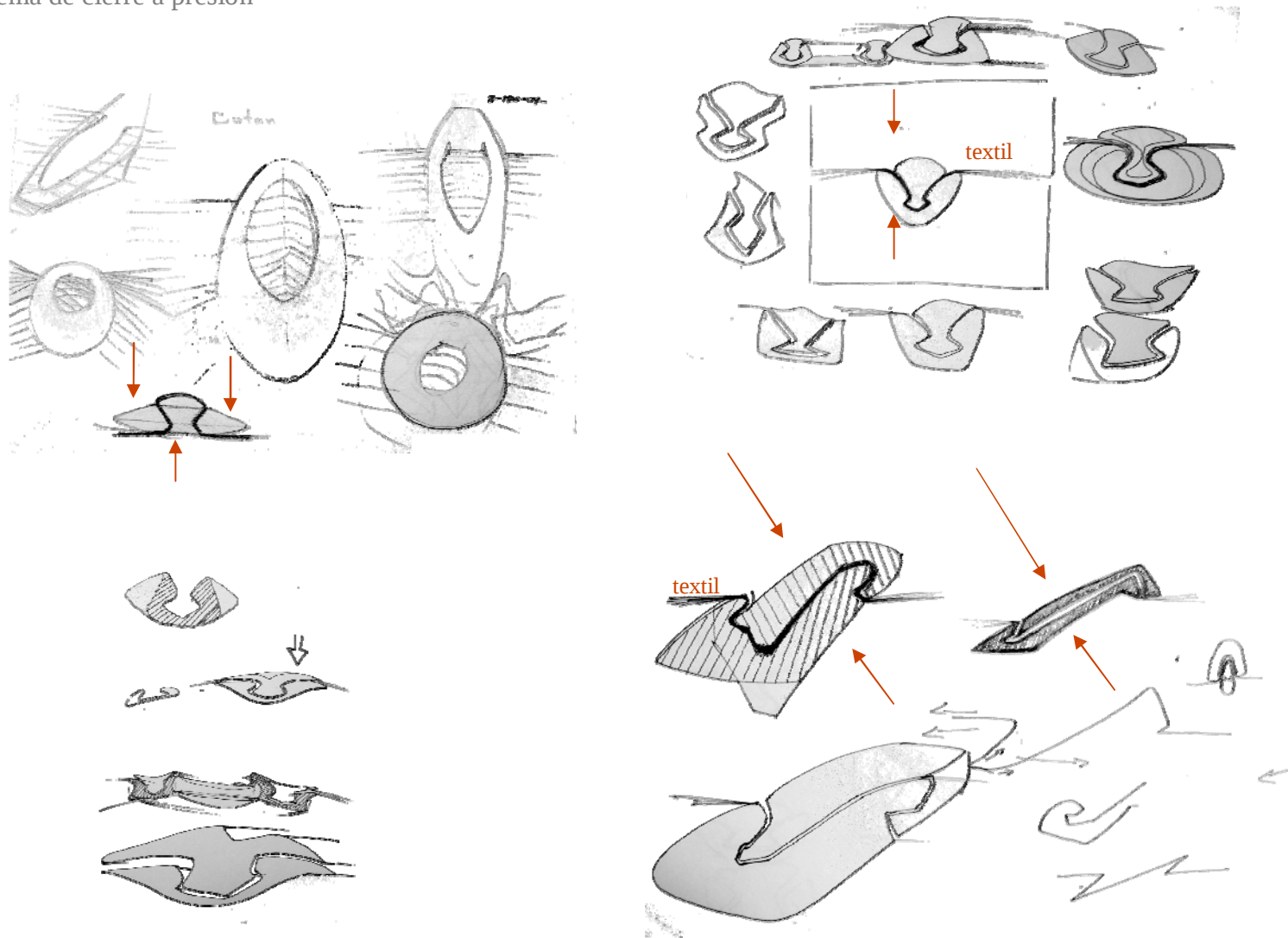




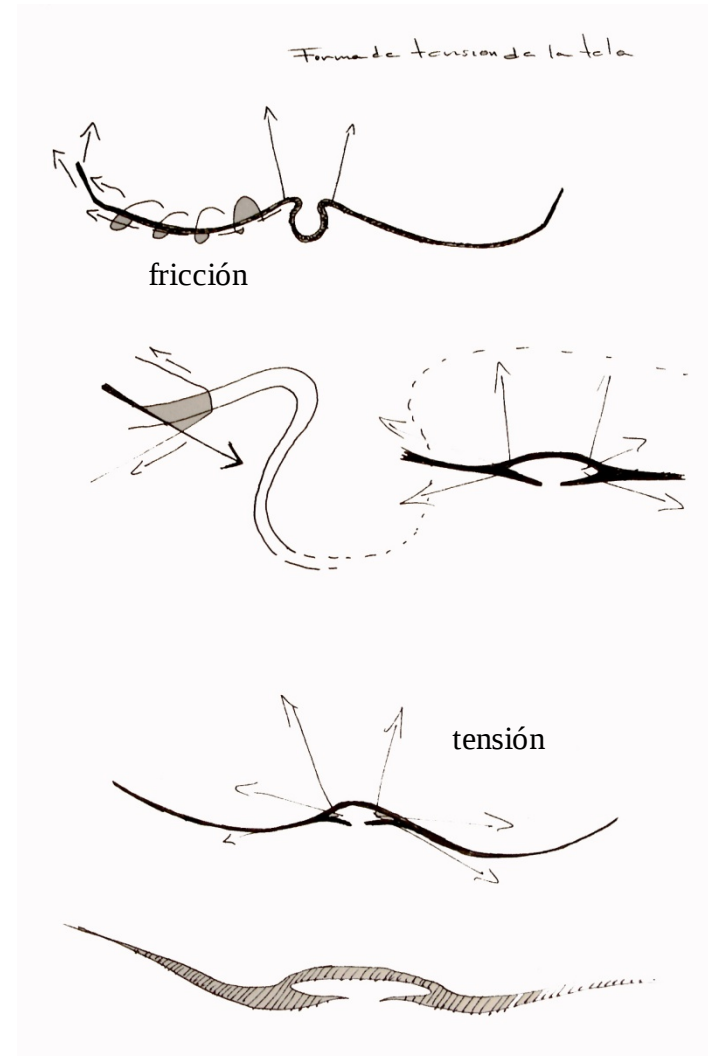
Propuesta final, Bocetos de trabajo



Sistema de cierre a presión



Si el textil se enrolla sobre un extremo plano de la pieza de sujeción se genera tensión y fricción entre ambos materiales. Este principio solucionaría de una manera simple el sistema para asegurar la posición y tensión del material textil sobre el cuerpo.

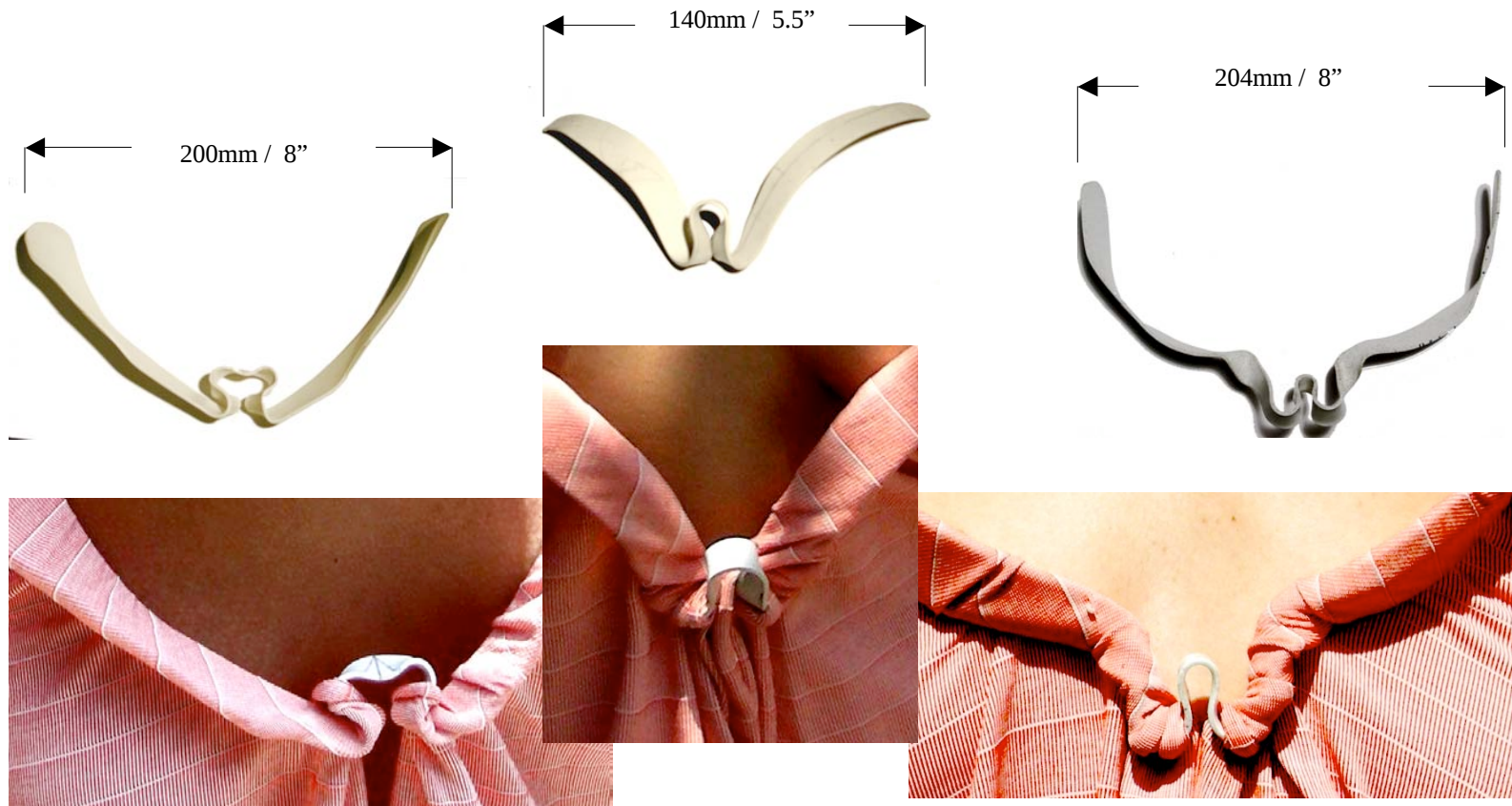


Forma de tensión de
la tela



Propuesta final, conclusión formal de diseño.

Se diseñaron tres piezas nuevas para el escote, La dimensión de estas piezas aumento considerablemente con respecto a las piezas anteriores, básicamente los extremos son mas largos para que exista una mayor área de contacto con el textil. Estas piezas tensan a partir de enrollar el textil sobre si mismo, al menos una vez, esto estructura la zona del escote y tensa contra el cuerpo el resto de la prenda.



Conclusión formal de diseño

Propuesta final.

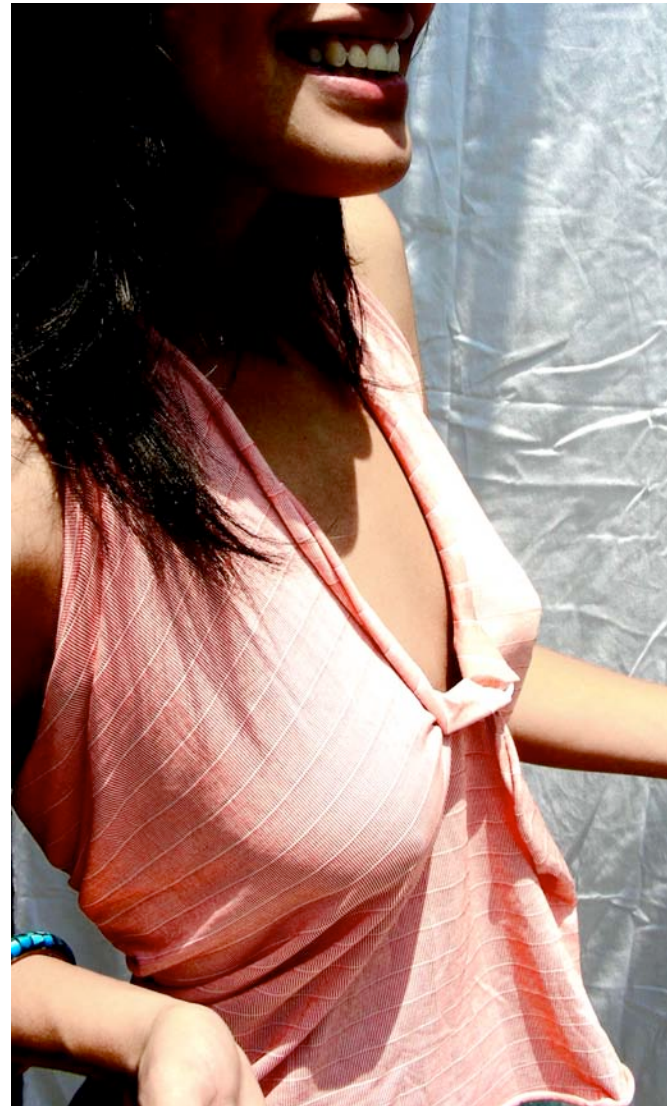
Quien lo utilice podrá decidir la imagen de la prenda, por lo tanto podrá variar en cierta medida su propia apariencia dependiendo de las decisiones de armado que tome y de las piezas de sujeción que utilice.



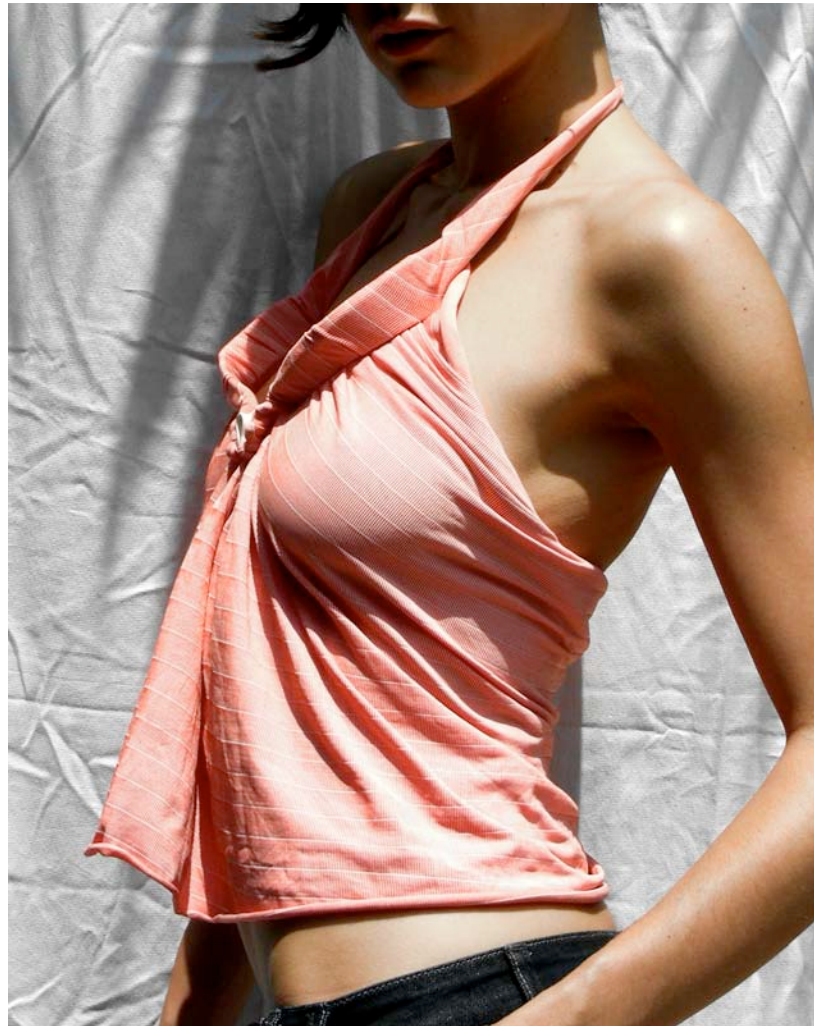
Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



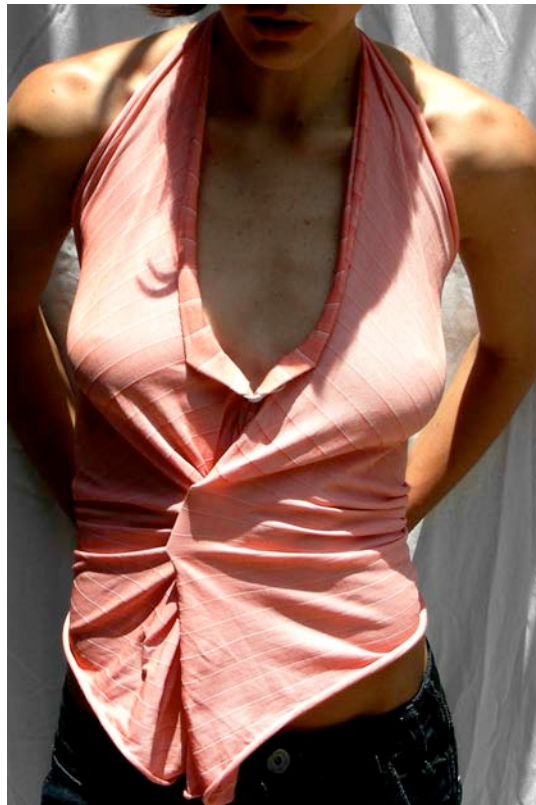
Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



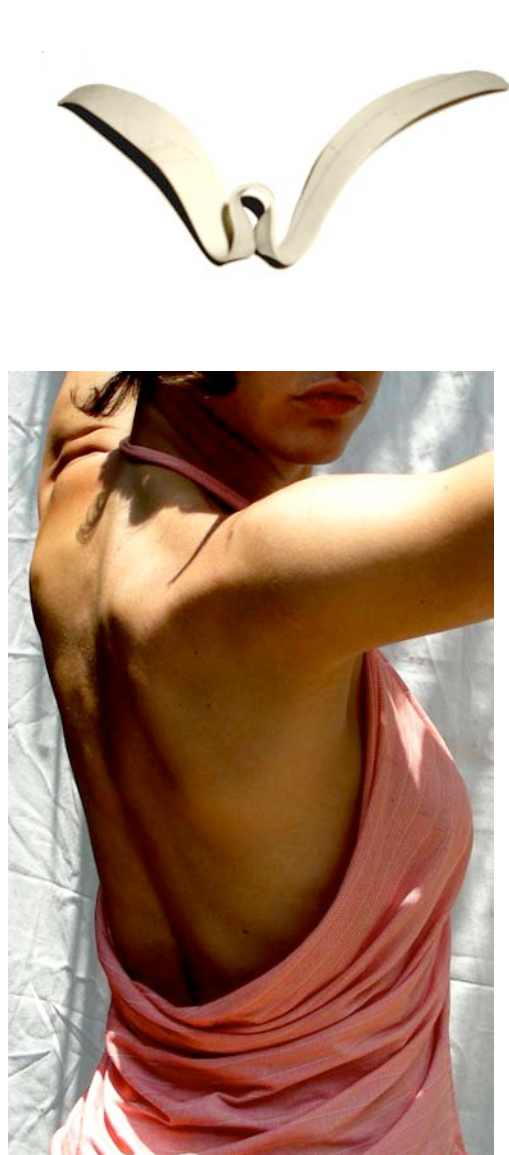
Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:



Conclusión.

Propuesta final, Apariencia final, con mujeres de distintas tallas y estaturas:

P Si se utiliza una pieza de material textil hecha de origen en forma **cilíndrica**: tejido circular, se reducen considerablemente los problemas **estructurales** de la pieza como **“prenda”**. Esta cualidad del material estructura correctamente la tela como **prenda de vestir** con **una sola pieza de sujeción**, en el frente o en la cadera. Aunque podrían utilizarse más si así se deseara.

E Con esta pieza cilíndrica no es necesario utilizar pieza de unión en la zona de la espalda, lo cual **aumenta** convenientemente la comodidad de cualquiera de las propuestas en uso.

En ninguno de los casos fue necesario un **ajuste de talla**. Si este fuese necesario bastaría con variar el diámetro del cilindro (b).

F Al cambiar la posición de la pieza de sujeción se logró variar la imagen de una misma pieza textil.

E Cada prenda es única y existe sólo en el momento en el que alguien la utiliza.

Yo considero este resultado una propuesta de diseño altamente susceptible a la industrialización.

Este producto se adaptaría a las mas modernas tecnologías textiles y de producción.

Al especificar para su producción las piezas de sujeción, se podrían detallar todos los aspectos ergonómicos necesarios para que el diseño de cada pieza fueran lo mas adecuada posible.

Me queda claro que como prenda de vestir funciona, gusta e interesa a quien la utiliza por lo que creo que cumple con lo necesario para ser una posibilidad de “vestido” femenino.

La tesis fue: Lograr una prenda de vestir que por sus características de diseño industrial resultara un objeto prospectivo y por lo tanto innovador.

Este concepto de diseño ofrece como nueva experiencia de uso la posibilidad de variar el aspecto de una misma prenda, y por lo tanto la apariencia de quien lo utilice, esto de una manera simple e interesante.